



BUAP

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TURISMO

**RUTA AGROTURÍSTICA DE LA SIDRA EN EL PUEBLO
MÁGICO DE HUEJOTZINGO, PUEBLA; COMO
HERRAMIENTA PARA IMPULSAR EL DESARROLLO
LOCAL**

TESIS

**PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN GESTIÓN DEL TURISMO**

**PRESENTA
JORGE ANDRÉS CHÁVEZ NEGRETE
No. CVU CONACYT 1145857**

**DIRECTOR DE TESIS
MTRO. EMILIO ADOLFO CALDERÓN MORA
No. CVU CONACYT**

PUEBLA, PUE

ABRIL, 2024

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS.....	5
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN.....	8
ABSTRACT	8
INTRODUCCIÓN.....	9
Planteamiento del problema y pregunta de investigación	11
Objetivos	14
Justificación.....	15
Hipótesis de estudio	19
Variables de estudio.....	20
Variable independiente	20
Definición conceptual.....	20
Definición operacional.....	21
Variable dependiente	21
Definición conceptual.....	21
Definición operacional.....	22
Metodología	23
Alcances y limitaciones	24
Descripción del contenido estudiado.....	25
CAPÍTULO 1. CONTEXTUALIZACIÓN LEGAL DE LA PROBLEMÁTICA ESTUDIADA	27
1. Introducción	27
1.1 Constitución Política de los Estados Unidos mexicanos	28
1.2 Plan Nacional de Desarrollo	29
1.3 Ley de Desarrollo Rural Sustentable.....	30

1.4 Ley General de Turismo	31
1.5 Plan Estatal de Desarrollo del Estado de Puebla 2019-2024.....	33
1.6 Programa Sectorial de Turismo 2020-2024.....	34
1.7 Plan Estatal de Desarrollo del Estado de Puebla y Plan Municipal de Desarrollo de Huejotzingo	36
1.8 Consideraciones finales	38
CAPÍTULO 2. APROXIMACIONES TEÓRICAS AL DESARROLLO, EL TURISMO Y EL AGROTURISMO	40
2. Desarrollo	40
2.1 El desarrollo como un concepto de la posguerra	40
2.2 El desarrollo para la Organización de las Naciones Unidas	41
2.3 Descolonización del desarrollo.....	43
2.4 Territorio	45
2.4.1 La discusión entre espacio y territorio	47
2.4.2 Territorios o espacios turísticos.....	48
2.5 Desarrollo territorial	50
2.6 Desarrollo local.....	52
2.6.1 Surgimiento del Desarrollo Local	52
2.6.2 La acepción de lo local.....	53
2.7 Desarrollo rural.....	55
2.7.1 Desarrollo rural integral.....	56
2.7.2 Desarrollo rural territorial.....	57
2.8 El paradigma de la llamada nueva ruralidad	57
2.9 El Turismo	59
2.9.1 Aproximaciones conceptuales y evolutivas del turismo	60
2.9.2 Turismo alternativo y su concepto.....	62

2.9.3 Sub clasificaciones de turismo alternativo y sus formas de práctica.....	64
2.9.3.1 Ecoturismo.....	65
2.9.3.2 Turismo de aventura.....	65
2.9.3.3 Turismo rural.....	66
2.10 El concepto de lo rural.....	66
2.11 Turismo rural	70
2.11.1 Antecedentes del turismo rural.....	73
2.11.2 Agroturismo	75
2.11.3 Rutas Agroturísticas	77
2.12 Consideraciones finales	78
CAPÍTULO 3. FACTORES DE DESARROLLO CLAVE EN LA REALIZACIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA DE LA SIDRA EN HUEJOTZINGO	80
3. Los atractivos turísticos como herramientas de desarrollo local.....	80
3.1 Atractivos turísticos culturales en Huejotzingo	82
3.2 Accesibilidad hacia los atractivos turísticos de Huejotzingo.	89
3.3 Factores de desarrollo clave en la realización de la ruta de la sidra	89
3.4 La ruta de la sidra: como herramienta de desarrollo local	91
3.5 Consideraciones finales	93
CAPÍTULO 4. PLANIFICACIÓN METODOLÓGICA PARA EL DESARROLLO DEL PRODUCTO TURÍSTICO.....	95
4. Introducción	95
4.1 Planificación metódica.....	96
4.1.1 Revisión de la literatura.....	97
4.1.2 Puesta en marcha de las variables de estudio.....	98
4.1.3 Reconocimiento y ubicación de la población de interés para el estudio	99
4.1.4 Estudio de campo	100

4.1.5 Realización de inventarios turísticos	104
4.1.6 Marco analítico para la ruta de la sidra como eje de desarrollo local.....	105
4.2 Métodos para la aplicación de instrumentos y la base de datos	106
4.2.1 Escala aditiva de Likert	106
4.3 Validez y confiabilidad del instrumento aplicado	107
4.4 Análisis e Interpretación de resultados.....	107
4.5 Consideraciones finales	114
CAPITULO 5. DISEÑO DE LA RUTA AGROTURÍSTICA DE LA SIDRA EN HUEJOTZINGO, PUEBLA.....	116
5.1 Huejotzingo como Pueblo Mágico	116
5.2 Elaboración de la Ruta Agroturística de la Sidra.....	118
5.2.1 Elementos de la ruta	119
5.3 Los turistas y sus motivaciones de viaje	127
5.3.1 Teorías sobre las motivaciones de viaje del turista y su aplicación a la Ruta Agroturística de la Sidra.....	128
5.4 Difusión turística de la Ruta de la Sidra en Huejotzingo Puebla	131
5.4.1 Medios de promoción de la ruta de la sidra	132
5.5 Consideraciones finales	134
CONCLUSIÓN.....	136
REFERENCIAS	138
ACRÓNIMOS Y SIGLAS	148
ANEXOS.....	150

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 0.1 Principios de las rutas turísticas.	12
--	----

Tabla 0.2 Líneas de acción aplicadas a la variable independiente para el cumplimiento de los objetivos de la investigación.	21
Tabla 0.3 Líneas de acción aplicadas a la variable dependiente para el cumplimiento de los objetivos de la investigación.	22
Tabla 1.1 Consideraciones y regulaciones que se deben tomar en cuenta para ordenar un territorio en función del turismo.	32
Tabla 1.2 Líneas de acción para el cumplimiento de la estrategia 1 del programa sectorial de turismo del estado de Puebla 2020-2024.	35
Tabla 1.3 Líneas de acción para el cumplimiento de la estrategia transversal de pueblos originarios del programa sectorial de turismo del estado de Puebla 2020-2024.	36
Tabla 2.1 Clasificación que el desarrollo tuvo en sus inicios de acuerdo a su enfoque.	41
Tabla 2.2 Premisas de lo que se considera desarrollo.	44
Tabla 2.3 Actores sociales que permiten transformar el territorio en beneficio de la localidad.	54
Tabla 2.4 Evolución del turismo de acuerdo con la escuela histórico evolutista.	60
Tabla 2.5 Principales diferencias entre el turismo convencional y el turismo alternativo.	63
Tabla 2.6 Principales actividades desarrolladas en el turismo de aventura.	65
Tabla 2.7 Principales diferencias entre lo rural y lo urbano.	68
Tabla 2.8 Conceptualización de cada una de las actividades desarrolladas en el turismo rural.	71
Tabla 2.9 Conceptualización de cada una de las actividades desarrolladas en el agroturismo.	76
Tabla 3.1 Tiempo en minutos del centro de Municipio de Huejotzingo hacia los atractivos base de la ruta de la sidra.	89
Tabla 4.1 Etapas de la planificación metódica de la investigación.	96
Tabla 4.2 Líneas de acción para el cumplimiento de los objetivos de la investigación..	98
Tabla 4.3 Líneas de acción para el cumplimiento de los objetivos de la investigación..	99
Tabla 4.4 Descripción de actores clave encuestados.	102
Tabla 4.5 Muestra de diversas jerarquías de los recursos o atractivos turísticos de un destino.	105

Tabla 5.1 Elementos de un inventario turístico.....	120
Tabla 5.2 Demanda de visitantes de Huejotzingo.	127
Tabla 5.3 Gráfico de demanda de visitantes de Huejotzingo en el año 2023.....	128
Tabla 5.4 Tipos de turistas de acuerdo con la teoría de Stanley C. Plog.	129

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Pirámide de Coyotzingo, San Luis Coyotzingo, Puebla, México.	83
Figura 2. Museo de la Evangelización, Ex Convento de Huejotzingo.....	84
Figura 3. Museo de la Evangelización, Ex Convento de Huejotzingo.....	84
Figura 4. Museo de la Evangelización, Ex Convento de Huejotzingo.....	85
Figura 5. Ex Hacienda San José Munive.....	85
Figura 6. Acueducto de Huejotzingo.....	86
Figura 7. Templo de San Diego de Alcalá en Huejotzingo.	87
Figura 8.Carnaval de Huejotzingo.	88
Figura 9. Mapeo de los actores clave para la realización de las encuestas.	100
Figura 10. Mapa de los elementos de la ruta agroturística de la sidra	119
Figura 11. Los cuatro municipios que participan en la ruta agroturística de la sidra. .	124
Figura 12. Ruta Agroturística de la Sidra partiendo del Municipio de Chiautzingo, Puebla.	124
Figura 13. Ruta Agroturística de la Sidra partiendo del Municipio de San Nicolás de los Ranchos, Puebla.	125
Figura 14. Ruta Agroturística de la Sidra partiendo del Municipio de San Andrés Calpan, Puebla.....	125
Figura 15. Ruta Agroturística de la Sidra general.....	126

RESUMEN

Las rutas agroturísticas son actividades encaminadas a revalorizar y comprender el sector turístico desde la propia perspectiva agrícola de las comunidades rurales, con la finalidad de que los visitantes puedan conocer los procesos de cultivo, cosecha y producción para la elaboración de productos artesanales. Estas actividades surgen como una estrategia innovadora para promover el desarrollo local a través del turismo y la preservación de las tradiciones ancestrales; sin embargo, diversos estudios han evidenciado que los productos turísticos agrícolas no han sido diseñados cuidadosamente, provocando impactos negativos como la erosión del suelo, la sobreexplotación de los recursos naturales, la pérdida de tradiciones auténticas y la comercialización excesiva de la cultura local; sin pensar en la mejora de la calidad de vida y el bienestar de las poblaciones rurales. El presente estudio tiene como propósito diseñar una ruta agroturística de la sidra a través del aprovechamiento del cultivo de la manzana que permita suscitar el desarrollo local del Pueblo Mágico de Huejotzingo, Puebla. A partir de la investigación de campo, con enfoque cualitativo, se emplearon entrevistas semiestructuradas para analizar la percepción de los actores locales en relación al diseño de una ruta agroturística que permita impulsar el desarrollo de la comunidad. Como resultado se infiere que la ruta de la sidra es una estrategia innovadora para fomentar el turismo rural en el Pueblo Mágico de Huejotzingo a través de la participación colectiva entre el sector público, el sector privado y la comunidad para impulsar el desarrollo local.

Palabras claves: Calidad de vida, Desarrollo local, Agroturismo, Ruta agroturística, Turismo rural.

ABSTRACT

Agro-tourism routes are activities aimed at revaluing and understanding the tourism sector from the agricultural perspective of rural communities, so that visitors can learn about the processes of cultivation, harvesting and production for the elaboration of handicraft products. These activities emerge as an innovative strategy to promote local development through tourism and the preservation of ancestral traditions; however, several studies have shown that agricultural tourism products have not been carefully designed, causing negative impacts such as soil erosion, overexploitation of natural resources, loss of authentic traditions and excessive commercialization of local culture, without thinking about improving the quality of life and well-being of rural populations. The purpose of this study is to design an agro tourism route for cider with apple cultivation to promote local development in the “*Pueblo Mágico*” of Huejotzingo, Puebla. From the field research, with a qualitative approach, semi-structured interviews they were used to analyze the perception of the local actors in relation to the design of an agro tourism route that allows promoting the development of the community. As a result, it is inferred that the cider route is an innovative strategy to promote rural tourism in the Magical Town of Huejotzingo through collective participation between the public sector, the private sector and the community to promote local development.

Keywords Quality of life, Local development, Agro tourism, Agro tourism route, Rural tourism.

INTRODUCCIÓN

Huejotzingo, un tesoro cultural e histórico en el corazón del estado de Puebla, ha sido reconocido como uno de los Pueblos Mágicos más cautivadores de México, esto de acuerdo a la última actualización en el año 2023. La localidad se encuentra situada a pocos kilómetros al noroeste de la capital del estado, y es que este pintoresco pueblo virreinal encarna la riqueza y la diversidad de la herencia mexicana. Desde sus calles empedradas hasta sus impresionantes monumentos históricos. Huejotzingo ofrece a los visitantes una experiencia inigualable que fusiona la tradición con la modernidad.

El título de Pueblo Mágico, otorgado por el gobierno federal mexicano, ha elevado aún más el perfil de Huejotzingo como destino turístico imperdible en la región. Este reconocimiento no solo destaca la belleza natural y arquitectónica del pueblo, sino también su invaluable legado cultural y su contribución a la historia de México. Con una gran cantidad de actividades para explorar y descubrir, Huejotzingo invita a los visitantes a sumergirse en sus tradiciones ancestrales, a degustar su bebida insignia (sidra) y a maravillarse con sus tesoros arquitectónicos construidos desde épocas virreinales y otros prehispánicos.

En esta investigación, se explorará en detalle los encantos y atractivos que hacen de Huejotzingo un destino verdaderamente mágico. Desde su fascinante pasado prehispánico hasta su vibrante vida contemporánea, el estudio permitirá visualizar la esencia única de este pueblo emblemático en Puebla y descubrir por qué Huejotzingo es mucho más que un simple destino turístico: es un destino lleno de historia, cultura y magia que cautiva a quienes lo visitan.

Huejotzingo fue elegido para implementar en él un nuevo proyecto de índole turística debido a que presentan una invitación fascinante a sumergirse en la tradición, cultura y gastronomía de esta localidad mexicana. Huejotzingo es conocido por sus antiguas técnicas de producción de sidra, que se remontan a siglos de historia y tradición, es de aquí de donde parte la idea de generar una ruta agroturística de la sidra, como un proyecto nuevo e innovador para México que no solo genere ingresos económicos importantes para el municipio sino incluso un desarrollo local. A través de esta ruta, los turistas tienen la oportunidad de explorar los campos de manzanas, visitar las bodegas

familiares y participar en la elaboración artesanal de esta bebida.

En el caso particular de esta tesis, el análisis y creación de la ruta de la sidra en Huejotzingo, Puebla, una ruta turística-agrícola cuyo diseño, planificación y gestión busca incidir en el desarrollo regional y local del pueblo y comunidades indígenas de Huejotzingo, aunado a su promoción como un importante destino de turismo cultural y natural a través de la puesta en valor del patrimonio cultural y natural existente en dos regiones especiales que conforman la entidad: región La Sierra Nevada y faldas del Iztaccíhuatl., tiene como finalidad mostrar el proceso de producción de la sidra en el espacio turístico rural, como elemento que contribuye, además de revelar los efectos espaciales de la ocupación turística, en la organización territorial de ambas regiones con fines de posicionar a la ruta como un producto agroturístico, novedoso y con promoción en el mercado nacional e internacional.

Por otro lado, en el contexto del desarrollo local y la promoción del turismo cultural, la implementación de rutas temáticas se ha convertido en una estrategia efectiva para impulsar el crecimiento económico y la preservación de la identidad cultural en diversas regiones de acuerdo con autores como (Fernandez Fúster, 1991; Boullon, 2006 & Arévalo Romero, 2022). En este sentido, la creación de la Ruta de la Sidra en Huejotzingo, Puebla, emerge como una propuesta innovadora y prometedora. Esta ruta no solo busca resaltar la rica tradición sidrera de la región, sino que también pretende convertirse en una herramienta integral de desarrollo local, promoviendo la diversificación económica, la valorización del patrimonio cultural y el fomento del turismo sostenible. En esta investigación, se explorará el potencial de la Ruta de la Sidra en Huejotzingo como un instrumento para impulsar el desarrollo económico y social en la comunidad local, analizando su impacto en la economía, la cultura y el tejido social de la región. Además, se examinarán los desafíos y oportunidades que enfrenta la implementación de esta ruta, así como las estrategias necesarias para maximizar su efectividad como motor de desarrollo local en Huejotzingo, Puebla.

El reconocimiento de Huejotzingo como Pueblo Mágico se debe a su relevancia cultural, histórica y turística. El programa de Pueblos Mágicos de México busca promover el desarrollo de localidades con un gran valor cultural y atractivo turístico, preservando

así su identidad y fomentando el turismo sustentable. Adicionalmente, el nombramiento de Huejotzingo como Pueblo Mágico ha contribuido al aumento de su visibilidad y atraer más visitantes interesados en conocer su historia, arquitectura y tradiciones.

Planteamiento del problema y pregunta de investigación

El turismo rural es una sub-clasificación del turismo alternativo y por lo común también llamado turismo de naturaleza, este a su vez encarta una gran diversidad de formas de practicarlo entre las que se encuentran; los talleres de artesanías, conocimiento de etnias (etnoturismo) y turismo indígena, visitas a zonas arqueológicas (eco arqueología), vivencias místicas, aprendizaje de diversos dialectos, fotografía rural, talleres de cocina tradicional, preparación y práctica de la medicina ancestral y el agroturismo, este último comprende actividades como la crianza de animales, aprendizaje de cultivos variados, talleres de elaboración de panes, quesos, licores y variadas prácticas en el campo, tales como la recolección de uvas en viñedos y la visitas a bodegas productoras de vino, esto último es una actividad lúdica considerada como enoturismo la cual se práctica desde el siglo XIX (Induráin Pons & Dotres Pelaz, 2013), el turismo rural además incluye la observación de campos de agave y destilerías praxis conocida como agave turismo, un concepto de reciente creación para el turismo rural.

De lo anterior se desprenden actividades para realizar cada una de dichas acciones, entre estas se incluyen rutas turísticas de enfoque natural y cultural que forman parte del turismo alternativo¹, mencionado con anterioridad, mismas que promueven la actividad medio ambiental, económica y social en la ruralidad para así alcanzar el desarrollo sostenible y local. Estas rutas son una alternativa inteligente para la nueva generación de empleos, y la difusión y salvaguarda del patrimonio de la localidad (Grupo Intersectorial de Turismo de Naturaleza [SECTUR, SEMARNAT, FONATUR, UNAM, ICTUR, SUSTENTUR], Octubre, 2016).

Habría que decir también, que en México lo que corresponde a turismo rural, lo conforman en parte las diversas rutas turísticas, como actividades realizadas en él, que se observan y practican con la producción agrícola, como ejemplos de éstas existen: -la

¹ Este segmento se agrupan de acuerdo con el interés del turista en tres grandes modalidades: "Ecoturismo", "Turismo de Aventura" y "Turismo Rural" (SECTUR, 2016).

ruta del tequila, la ruta del mezcal, la ruta del vino, la ruta del café, la ruta del cacao, la ruta de la miel, ruta del pulque, y la ruta del tabaco-, como ejemplos, de productos consumidos por el turismo nacional, e internacional en el país. Sin embargo, a pesar de todas las rutas agrícolas turísticas existentes en la república mexicana, no existe aún una ruta de la sidra, cuyo producto se elabora en algunas partes del país, desde la época de la colonización (1535-1810), y es de hecho para muchos municipios del Estado de Puebla como es el caso de Cholula, Zacatlán y Huejotzingo una forma de activación económica primaria y secundaria.

A través de lo antecedido, fue necesario definir lo qué se considera como ruta turística, partiendo de conceptos académicos para comprender cómo poder ubicarla en el espacio tiempo y diseñarla de acuerdo con las necesidades socioeconómicas de la comunidad de Huejotzingo en Puebla. Esto durante el estudio evidenció que de acuerdo a la popularidad de las rutas turísticas realizadas en el turismo rural en la década de 1980 se generaron múltiples definiciones que han causado confusión a falta de consenso acerca de los principios que esta tipología.

La tabla 1.1 muestra el resultado del análisis de once definiciones académicas de lo que se considera una ruta turística, y permite identificar los principios propuestos en cada una de ellas, además de contribuir a la revisión de la literatura de la investigación.

Tabla 0.1 Principios de las rutas turísticas.

Principios	Número de menciones
Destacar por atractivos turísticos o interés turístico	8
Genera itinerarios para conducir a los visitantes	4
Poseen una temática	5
Promociona áreas con potencial turístico / calidad turística	3
Crean un intercambio cultural en el visitante	3
Es un circuito temático-geográfico	2
Existe un desarrollo económico y dinámico	2
Es un camino o recorrido por el que se circula	2
Brinda una visibilización de los recursos turísticos rurales	1

Nota. Los principios regulan lo que se concibe como ruta turística, de acuerdo a frases que son repetitivas en cada una de las definiciones. Elaboración propia a partir de (Chan, 1994; ICOMOS, 2008; López Guzmán & Jesus, 2011; Zuñiga Bravo, 2019; Real Académica Española, 2023).

Dichos principios representan conceptos ideales de autores de cómo debiera definirse una ruta turística, destacando en ellos los atractivos de las localidades, la generación de itinerarios que sirvan como guías de interés y el acercamiento al conocimiento de la cultura receptora, sin perder de vista la temática de la ruta, la cual puede girar en torno a un producto de origen agrícola.

De otro modo, en Huejotzingo, Puebla existe una vaga difusión turística de la sidra como producto emblema de la localidad, a pesar de ser esta la principal región en cultivo de manzana² para la elaboración del fermentado la cual se cosecha en la Sierra Nevada de la zona, y no sólo se lleva a cabo el cultivo de la manzana sino también el de frutos como la pera, ciruela, chabacano, capulín y durazno. Además de cereales y tubérculos como del trigo, maíz, frijol, cebada, habas, lentejas, diversas hortalizas y chiles.

Todos estos frutos se exportan al extranjero y se comercializa al interior del país, y tiene fama el fermentado de la manzana que se elabora en el municipio (sidra), por lo cual se le ha otorgado el nombramiento de la capital nacional de la sidra mexicana; por tanto es la sidra un producto aprovechable turísticamente para la realización de una ruta agroturística que promueva el trabajo de la comunidad en colectividad, y el desarrollo económico y local de la zona con la venta de las mismas así como senderos que evidencien su proceso de cultivo, cosecha y maduración de la manzana para la confección de la sidra.

Por todo lo anterior, es conveniente posicionar y dar información cualitativa y cuantitativa respecto a este inexistente tipo de producto turístico rural en México, debido a que en la actualidad no hay investigaciones suficientes que sustenten rutas turísticas de la sidra en México como alternativas de viaje o motivaciones de estos, todo lo contrario, pasa en Europa con países como España en especial con la zona de Asturias y con Normandía en Francia donde se piensa la bebida tiene su origen. Esto resultaría relevante para visibilizar esta actividad y analizar la estrategia para la creación y diseño de nuevos productos turísticos agrícolas en la región. Esto debido a que, por sus propias características históricas, naturales y culturales, Huejotzingo posee notables atractivos y

² Las manzanas para sidra son principalmente "*Malus Sylvestris*" de Europa, son frutos ácidos y ricos en taninos, cualidad que ayuda a controlar la fermentación alcohólica y aclaramiento del fermentado (McGee, 2013).

recursos turísticos como: entornos naturales, casas productoras de elaboración de sidra, un ex convento franciscano del siglo XVI, festividades patrimoniales y activos históricos, entre otros; sin embargo su ruralidad no ha sido aprovechada turísticamente en la actualidad para alcanzar el desarrollo local deseado.

Teniendo el marco de escenario mencionado con anterioridad surge la siguiente interrogante para la indagación del problema de investigación, el cual es insustituible para observar e identificar a los actores clave de la localidad que contribuyen a la actividad turística rural, considerando el entorno natural y cultural en el proceso evolutivo turístico, así como del mismo modo la idea del bienestar social que impacta en las comunidades del municipio, implicando el interés de apelar a formas innovadoras que permitan el desarrollo de la localidad rural.

De esta manera surge la siguiente pregunta de investigación, y es además situada en la línea de investigación dos de la Maestría en Gestión del Turismo, la cual es: procesos de gestión en el sistema turístico; a la cual se tratará de dar respuesta durante la elaboración de la tesis.

¿De qué manera el diseño de una ruta agroturística de la sidra puede ser una herramienta capaz de impulsar el desarrollo local de la comunidad rural, en el Pueblo Mágico de Huejotzingo, Puebla?

Objetivos

Se plantea como objetivo general de la investigación el diseñar una ruta agroturística de la sidra a través del aprovechamiento del cultivo de la manzana que permita suscitar el desarrollo local comunitario del Pueblo Mágico de Huejotzingo, Puebla.

Ante la necesidad de ubicar y reconocer las posibles repercusiones que la investigación tenga con sectores de la localidad, se plantean los siguientes tres objetivos específicos:

1. Revalorizar el territorio por medio de una matriz de potencial turístico, que permita medir las variables cualitativas y cuantitativas para el diseño de la ruta de la sidra bajo la perspectiva del desarrollo local.

2. Identificar los recursos culturales, naturales y agroalimentarios disponibles en la región, para que, a través de estos se realicen inventarios e itinerarios turísticos en beneficio de la ruta agroturística de la sidra.
3. Analizar estrategias de promoción y difusión turística, para atraer a un sector responsable de viajeros interesados en la historia y tradiciones locales relacionadas con la producción de la sidra.

Justificación

La investigación se erige como una exploración al turismo rural en Pueblo Mágico de Huejotzingo, y posee como propósito el planificar el territorio turístico rural identificando, analizando y observando los espacios rurales en la zona para así lograr plantear un desarrollo local endógeno que genere beneficios sociales para la comunidad estudiada. La conexión entre el turismo rural y el desarrollo de una localidad, parte de la identificación de los actores involucrados en el proceso, su realidad, su cultura, su colectividad y su comunalidad aunado a la puesta en marcha de productos turísticos y el repensar del valor de los atractivos en la localidad.

Para ello en 1962 se creó la política agrícola común (PAC) en la Unión Europea con el objeto de suprimir los mecanismos de intervención nacionales incompatibles con el mercado común y traspasarlos a escala comunitaria (Nègre, 2022). Esto ayuda significativamente al turismo rural, y permitió además su desarrollo otorgándole relevancia como un tipo de turismo, que se pensaba pasaría a tener grandes ingresos económicos y beneficiaría a poblaciones rurales.

Sin embargo, en México las zonas rurales no han presentado el avance económico deseado o merecido ya que los agronegocios y exportaciones de productos agrícolas no han disminuido el índice de pobreza en las regiones (Reveles, 2008). Ante esto sobresale la necesidad de atender las carencias de la ruralidad a través de modelos alternativos que produzcan un desarrollo local, es decir re-imaginar una nueva ruralidad, en la que la localidad “*per se*” sea la principal beneficiada, con tales estrategias.

En tal sentido, el municipio de Huejotzingo en Puebla y a partir del 26 de junio de 2023 considerado Pueblo Mágico ha sido parte de la exclusión, marginación y rezago social ocupando puestos muy bajos en la entidad, prueba de esto son los 65.527

habitantes que viven en situación de pobreza³ de los 90.794 habitantes totales de la localidad (INEGI, 2022). Es decir que el 72.17% de la población pertenece a este rezago económico. Por otro lado, las ocupaciones con mayor número de trabajadores en la localidad en el tercer trimestre del año 2022 fueron los empleados de actividades agrícolas (ENOE, 2022), indicando que el campo es la principal fuente de empleos en el municipio. Entonces si el trabajo en el campo es la principal fuente de ingresos económicos ¿Por qué existe un rezago económico? La respuesta a esa pregunta reside en la presente investigación y la cual se acotará para dar un mejor entendimiento del caso.

No obstante, Huejotzingo presenta una gran cantidad de atractivos naturales y culturales, que no han sido aprovechados de manera turística en beneficio de la comunidad, es por ello que la producción de este trabajo tiene como finalidad proponer el diseño de una ruta agrícola de la sidra, con el objetivo de acceder al mercado y preferencia de consumidores del agroturismo tanto nacionales como internacionales, beneficiando a la comunidad económicamente y mejorando la calidad de vida del municipio, para así alcanzar el tan deseado desarrollo local.

De esta forma, no se debe postergar la necesidad de buscar nuevas siluetas de desarrollo local y rural, es decir, que se debe re-pensar y planificar el turismo rural desde la mirada de la comunalidad y el empoderamiento de la comunidad, propuesta que se enmarca en los propósitos del turismo rural. Ante tal razón, es necesario realizar una propuesta de diseño y aplicación que constituya una herramienta que coadyuve a la difusión de los diversos atractivos de Huejotzingo. Puebla, considerando que el turismo evoluciona constantemente, por lo que implica mayores exigencias de los consumidores, competencia entre territorios turísticos y la necesidad de planificar el territorio de acuerdo con sus necesidades. En el estudio se realiza una propuesta de diseño para la ruta agroturística de la sidra, la cual se configurará con recursos locales particulares, para que con ello contribuir al incremento del flujo de visitantes en el municipio estudiado y su consolidación paulatina como destino turístico.

³ La población en situación de pobreza comprende la sumatoria de pobreza extrema más pobreza moderada

A partir de lo anterior, se podría decir que dicha propuesta permitirá contar con herramientas específicas para la generación de la ruta turística, en una forma de espacio y tiempo, así mismo, con contexto para desarrollar el potencial del municipio en la actividad turística y su gran existencia y variedad de atractivos rurales, con potencial para la práctica turística, que en primera instancia permiten vislumbrar la posibilidad de configurar una oferta con actividades agrícolas, por el segmento natural que posee la localidad.

Lo anterior facilita conjuntar diferentes tipos de productos y servicios turísticos, lo cual podría hacer atractiva la estancia de los visitantes y/o turistas, aunado al disfrute de su clima cálido y orográfico, así como sus actividades tradicionales y regionales como las ferias, festivales y el carnaval. La configuración de la ruta de la sidra es el medio para diversificar actividades naturales y conjuntar servicios, además de representar una posibilidad en la generación atemporal de derrama económica. En concreto, es una forma de diversificar un conjunto de atractivos preexistentes en la localidad, con la finalidad de propiciar la atracción de bienes regionales y el flujo de turistas, así como coadyuvar al bienestar económico y social de la localidad. En tal sentido, el diseño de dicha ruta ayudará en la construcción colectiva de decisiones en la población y se valorarán los beneficios que esta puedan generar para los mismos, desde la perspectiva del desarrollo local, permitiendo legitimar oportunidades para la comunidad rural estudiada.

Entre los recursos turísticos que muestra el municipio de Huejotzingo en terreno rural se encuentran sus increíbles entornos naturales, como la Sierra Nevada, el volcán activo Popocatepetl y las faldas del Iztaccíhuatl; paisajes ubicados entre montañas y limítrofes con el municipio que de acuerdo con la cosmovisión de las culturas precolombinas mexicanas estos dos volcanes era considerados humanos con un pasado heroico, sagrado y divino y donde en la actualidad por medio del Parque Nacional Iztapopo se pueden practicar actividades como el senderismo, el ciclismo de montaña, paseo en cuatrimotos, montaje de caballos y alpinismo. Además, forma parte de la red de áreas naturales protegidas declaradas por el gobierno de México, y en el año 2010 fue inscrito en la lista de Reservas de la Biosfera los Volcanes por el programa MaB (*Man and Biosphere*) y UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) bajo un polígono de 171,774 hectáreas (Conservación Estratégica (CSF), 2017).

Adicionalmente, otro motivo de visita al Pueblo Mágico es por su riqueza cultural religiosa con lugares como el Museo de la Evangelización, Ex Convento de San Miguel Arcángel que fue construido entre 1544 a 1570 por órdenes del fraile Juan de Alameda (INAH, 2022), para albergar a la congregación franciscana y que hoy en día pose la inscripción en la lista de UNESCO como Patrimonio Material de la Humanidad desde 1994 bajo el nombre de los primeros monasterios del siglo XVI en las laderas del Popocatepetl de acuerdo a la lista de patrimonios mundiales de la (UNESCO, s.f). Otros monasterios son la Iglesia de Nuestra Señora del Carmen de arquitectura neogótica tardía, cuya fiesta patronal se celebra el 16 de julio en honor a la virgen del Carmen (Rodríguez, 2023) y el Templo de San Diego de Alcalá.

Otro segmento atractivo para la promoción turística en Huejotzingo son sus, ferias, festivales y carnavales, como la feria de la manzana, el queso, el maíz y el tejocote como producto agrícola principal de la región, el festival gastronómico navideño y el carnaval de Huejotzingo que es Patrimonio Cultural del Estado de Puebla por el decreto del poder ejecutivo estatal desde el año 1997, y cuya fiesta está ligada con el calendario agrícola y la muestra de hechos simbólicos para la localidad (Secretaria de Cultura, 2015). Este evento es capaz de reunir a más de cien mil turistas nacionales que fueron los esperados en el año 2023.

El estudio de lo rural, el turismo y el agroturismo así como su relación con los actores claves que influyen en el sistema turístico se abordará desde la perspectiva multidisciplinar en donde se enlazarán visiones geográficas, sociales y antropológicas, todas enfocadas al desarrollo local, en donde los habitantes de la localidad son la pieza clave de dicha actividad turística rural, que incentive la económica regional y la relación entre anfitriones locatarios y viajeros.

Desde esta perspectiva, es de impronta analizar los estudios teóricos de lo que se considera rural y agroturismo en México, en el caso particular del municipio de Huejotzingo los cuales son singulares por la escasa documentación en el ámbito académico, lo que ha impedido el desarrollo de productos turísticos análogos.

Dicho estudio busca determinar e integrar elementos indispensables para incentivar el desarrollo local del municipio, bajo la participación de los pobladores de

Huejotzingo, alentado el diseño de una ruta agroturística que revalorice y dignifique los recursos naturales, culturales y sus habitantes de la comunidad rural y aún más importante permita la nueva generación de empleos y beneficio económico para la localidad, reduciendo el rezago social, la migración y conservando el equilibrio ambiental, mejorando incluso la calidad de vida. Siendo el tiempo y los recursos requeridos en el estudio y su documentación los que habrán dado frutos cuando se logren los objetivos planteados y se expongan instrumentos correctos que contribuyan a la revalorización, y fortalecimiento de los puntos anteriormente mencionados a la comunidad, todo en armonía con el medio natural y cultural que presenta la región.

Hipótesis de estudio

Examinando la problemática que envuelve a la comunidad rural del reciente Pueblo Mágico de Huejotzingo, se entiende que el agroturismo como actividad turística puede ser una estrategia de mejora para los actores turísticos y una alternativa que contribuya al desarrollo de la localidad, en especial a agricultores de manzana y pera y productores de la sidra, así como intermediarios en el proceso. En este contexto y con sustento en los objetivos previamente planteados y las aproximaciones teóricas al caso de estudio, esta investigación propone la presente hipótesis de trabajo:

“Si se aplica el diseño de una ruta agroturística de la sidra en el Pueblo Mágico de Huejotzingo, Puebla: esta podrá ser una herramienta capaz de impulsar el desarrollo local de la población”.

Sin perplejidad a comentar, existen otros factores que afectan el desarrollo local y otras actividades socioeconómicas, tal es el caso de la inseguridad percibida en la zona de Huejotzingo, que de acuerdo con el Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública (SESNSOP) en el año 2022 la demarcación reporto un incremento de 17.5% en incidencias delictivas, respecto a años anteriores, específicamente en 2022 se abrieron 1.270 carpetas de investigación delictiva, mientras que en 2021 la cifra fue de 1.080 casos reportados (Ventura, 2023).

Aunado a lo anterior, el director de turismo del municipio de Huejotzingo Edgar Aguilar Tessier, ha mencionado que la localidad es considerada por la Secretaría de Turismo del Estado de Puebla (SECTUR), como un destino con vocación turística y esto

aunado a su riqueza cultural han sido los eslabones para otorgarle el nombramiento del onceavo Pueblo Mágico del Estado, sin embargo la planta turística, la infraestructura y la garantía de la seguridad turística, es insuficiente para cumplir con algunos de los requisitos de obtención de dicho nombramiento (Ventura, 2023), además de la demanda que se tiene en un territorio tras el nombramiento.

Por su parte la población se ha visto interesada en el recibimiento de dicho nombramiento (PM) porque mejoraría los ingresos de las familias con microempresas, y que de manera puntual el caso de las casas productoras de sidra y agricultores de la manzana, alentaría a difundir su trabajo, eliminando la temporalidad de la bebida fermentada, y existiendo recorridos durante todo el año, lo cual beneficiaría a los productores económicamente.

Variables de estudio

Las variables del presente estudio permiten la medición y cuantificación de la intervención de la investigación por medio de herramientas como entrevistas, inventarios y matrices que ayuden a conocer la posibilidad de implementar una ruta agroturística en la localidad, esto representado por medio de variables independientes (causa) y dependientes (efecto), estas se describen a continuación como variables independientes y dependientes.

Variable independiente: ruta agroturística.

Definición conceptual: las rutas agroturísticas son caminos trazados que unen diversos puntos de interés a través de una temática en común entre estos, estos son compuestos de regiones, elementos y poblaciones que organizados pueden formar una red interés turístico. Por lo general, las rutas se crean con base a un tema en específico, de ahí es de donde se obtiene su nombre, lo que les genera identidad y ayuda a reconocer los elementos integrados en estas, mismos que servirán como atractivos o motivaciones de viaje para los turistas (Gambarota & Lorda, 2017). En palabras de Nélida Chan (1994) *“las rutas turísticas son un elemento promocional que, basado en un itinerario previo, facilita la orientación del pasajero en el destino no necesariamente turístico”*.

Definición operacional: El cómo operara la ruta agroturística de la sidra, parte de hacer un estudio de la zona de Huejotzingo, por medio de una matriz de valorización del territorio, que es capaz de evidenciar si la zona tiene cualidades turísticas y más importante aún si esta se encuentra lista para poder desarrollar el turismo en la misma. Esto ayudará a trazar el camino que seguirá la ruta y los lugares que esta abordará, al mismo tiempo que se nutre de atractivos locales inventariados y jerarquizados de acuerdo a su valor.

Tabla 0.2 Líneas de acción aplicadas a la variable independiente para el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

Objetivos	Variables	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores
Identificar los recursos patrimoniales, culturales, naturales y agroalimentarios disponibles en la región, para que, a través de estos se realicen inventarios e itinerarios turísticos para la ruta agroturística de la sidra	Ruta agroturística	Trayecto que valoriza la agricultura y el trabajo en el campo posicionándolo como un atractivo repleto de elementos materiales e inmateriales en un territorio turístico.	Diseño de inventarios	Atractivos turísticos culturales y naturales
				Recursos turísticos culturales y naturales
				Valorización de bienes patrimoniales
Analizar estrategias de promoción y difusión, para atraer a un sector responsable de turistas que estén interesado en la historia y tradiciones locales relacionadas con la producción de la sidra.	Ruta agroturística	Actividades desarrolladas en beneficio de la localidad rural y como un aprovechamiento socioeconómico secundario.	Imagen del diseño de la ruta de la sidra.	Mapeo del polígono de la ruta
			Jerarquización de recursos y atractivos turísticos.	Identificación de los bienes patrimoniales para su difusión.

Nota. Las acciones presentan los objetivos y los indicadores pertinentes para la realización de inventarios turísticos y la imagen de la ruta en sí. Elaboración propia a partir de la búsqueda de diversos autores.

Variable dependiente: desarrollo local.

Definición conceptual: El desarrollo local surge como una forma de encontrar un equilibrio entre el crecimiento económico que los países debería tener para poder

considerarse desarrollados, y la nueva óptica de los años 80's de mirar a los territorios como espacios llenos de recursos que pueden ser estudiados para poder cambiar los paradigmas; y así crear nuevas formas de desarrollo. Es entonces como surge el desarrollo local, desde una perspectiva Latinoamérica de acuerdo con Boisier. Estas nuevas formas creen en que el desarrollo no se puede llevar a cabo de manera igualitaria en todo el mundo, debido a su complejidad y las diversos modales de cada espacio en el. Por el contrario a lo anterior, el desarrollo local con el paso del tiempo ha tenido diversos significados de acuerdo a cada etapa en la que se encontró, lo que implica que sea difícil identificar un concepto acertado, dado a las muchas definiciones propuestas; sin embargo se podría definir como la satisfacción humana ante la presencia de recursos sociales, económicos, naturales, materiales, cooperativos y culturales en una sociedad rural, basados en un ideal sostenible, es decir a largo plazo.

Definición operacional: la metodología usada para percibir si existiese el desarrollo local en la ruralidad, es el uso de instrumentos cualitativos como entrevista semiestructuradas y observación no participante que evidencien la respuesta del tejido social para la implementación de la ruta de la sidra y la participación y capacidad de instituciones públicas, privadas y académicas que se encontraron interesados en el proyecto, para poder involucrarse, así como encuestas que funcionara como instrumentos cuantitativos, realizada a productores de la sidra donde cada respuesta que den serán tomadas en cuenta pensando en su única satisfacción humana ante la presencia de recursos sociales, económicos, naturales, materiales y culturales para así alcanzar el tan esperado desarrollo local.

Tabla 0.3 Líneas de acción aplicadas a la variable dependiente para el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

Objetivos	Variables	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores
Revalorizar el territorio por medio de la matriz de valoración de	Desarrollo local	Satisfacción humana presentada bajo los ejes de la sostenibilidad	Matriz de valoración	Tejido social involucrado

atractivos y recursos turísticos, para observar en cada uno de ellos la intervención que harán los actores involucrados en la ruta de la sidra y su papel en el desarrollo local.		(social, económico y medio ambiental) que permiten el desarrollo la comunidad y su territorio.		Actores clave
				Factor social, económico y ambiental.

Nota. La acción presenta el objetivo y los indicadores pertinentes para la realización de la ruta agroturística de la sidra y la metodología. Elaboración propia a partir de la búsqueda de diversos autores.

Metodología

La implementación metodológica permitió alcanzar los objetivos planteados previamente y verificar la hipótesis planteada. Como se detalla en el capítulo 4, esta propuesta se conformó de ocho fases las cuales fueron: 1) revisión de la literatura (bibliográfica). 2) intervención de las variables de estudio., 3) reconocimiento y ubicación de la población de interés para el estudio., 4) estudio de campo, entrevistas semiestructuradas y observación no participante., 5) Realización de matriz que valoración con potencial turístico de la región., 6) realización de inventarios turísticos., 7) Marco analítico para la ruta de la sidra como eje de desarrollo local., 8) Propuesta de sistema turístico.

La delimitación espacial del tema de tesis tuvo como estudio el Municipio de Huejotzingo en el Estado de Puebla, México que fue definido a partir de los límites territoriales de la localidad. La temporalidad del estudio se obtuvo durante enero 2022 a diciembre 2023, y la información relevante obtenida de la zona fue del cuatrienio municipal (2018-2021), y parte del cuatrienio (2022-2025), esta temporalidad fue concebida para el estudio debido a la accesibilidad de referencias existentes en este periodo de gobierno, y sobre todo a los sucesos actuales en el territorio.

El tejido básico de análisis es la zona rural del municipio de Huejotzingo, Puebla, y al interior del territorio se encontraron los actores clave de estudio que son todos

pertenecientes al tejido social, y principales beneficiados del producto turístico, tales como: instituciones públicas y privadas, microempresarios productores de la sidra, agricultores recolectores de la manzana y la percepción de visitantes y turistas nacionales o internacionales que ingresan al destino.

Alcances y limitaciones

Los alcances de esta investigación radican en tres ejes principales descritos a continuación:

1. **Alcance social:** dicho alcance tuvo como factor el entrevistar y cuestionar a un grupo de personas pequeño, como factor de interés, y es que al diseñar una ruta de la sidra solo fueron tomados como parte de la población de estudio los agricultores, los productores de la sidra (sidreros) y personas de índole gubernamental, como el Directo de Turismo del Municipio de Huejotzingo, dichos alcances permiten tener una idea clara de cómo diseñar la ruta agroturística obteniendo tras lo investigado el apoyo de la comunidad entrevistada, quienes serán los principales beneficiados.
2. **Alcance geográfico:** este límite permitió llevar la investigación en la zona de interés la cual fue Huejotzingo en el Estado de Puebla, sin embargo tras la investigación se unieron otras zonas de importancia para la realización de la ruta, sobre todo porque se reconoció que en estas nuevas áreas de estudio, crece la materia prima para la elaboración del fermentado (la manzana). Por ello, el alcance geográfico no fue solo la población de Huejotzingo sino municipios aledaños como San Andrés Calpan, Chiautzingo y San Nicolás de los Ranchos.
3. **Alcance temporal:** dicho efecto hace referencia al tiempo en que se realizó el estudio, y es que a pesar de que la investigación se comenzó desde hace dos años, el estudio metodológico en si tuvo una duración de seis meses, en los que se involucraron elementos como; la identificación del Municipio de Huejotzingo, reconocimiento de la población de estudio, observación no participante en temas de producción de la sidra y la realización de entrevistas a las personas de interés.

Por otro lado, las limitaciones del estudio tienen su aplicación en la metodología usada. Los instrumentos usados fueron capaces de recolectar información importante

valiosa y confiable, pero cabe aclarar que por cuestiones ajenas al estudio, como el poco interés de algunos actores claves, no fue posible el entrevistar de forma correcta a cada uno de los productores de la sidra, incluso hubo solo un productor que se negó a ser entrevistados a pesar de mencionar la importancia que tenía la investigación para él y la comunidad.

Descripción del contenido estudiado

La tesis se divide en cinco capítulos. En el capítulo 1 se contextualiza el factor legal del estudio. Dicho factor expresa la problemática estudiada y su abordaje desde planes de trabajo gubernamentales y leyes que rigen el turismo como lo son: la Ley de Desarrollo Rural Sustentable y la Ley General de Turismo, así mismo el apartado muestra en su etapa final el Plan Estatal de Desarrollo del Estado de Puebla y su alineación con el Plan Municipal de Desarrollo de Huejotzingo, este capítulo es de vital importancia debido a que ayuda a entender, como crear nuevos proyectos turísticos orientados a disposiciones gubernamentales.

En el capítulo 2 se presenta el sustento teórico del trabajo. La investigación se aborda desde una perspectiva interdisciplinar que integra conceptos como: el desarrollo, el territorio, desarrollo local, desarrollo rural, nueva ruralidad, el turismo, el turismo rural y agroturismo. Consolidando así al agroturismo y las rutas turísticas como herramientas capaces de impulsar el desarrollo local.

En el capítulo 3 se exponen los factores clave para la realización de la ruta agroturística de la sidra en el municipio estudiado. En él se abordan temas de interés para la realización de los inventarios como el conteo de los atractivos turísticos con los que cuenta la zona de estudio y los medios de accesibilidad a cada uno de ellos. El marco de análisis muestra como los atractivos son piezas importantes para la realización de la ruta de la sidra.

En el capítulo 4 se desarrolla la planificación metodológica implementada en el proceso de la investigación. Se presentan las siete fases que se usaron en el proceso de la investigación. Las herramientas e instrumentos sirvieron para recopilar información y evidencia fidedigna suficiente para así poder alcanzar los objetivos planteados, dar respuesta a la pregunta de investigación y comprobar la hipótesis de la tesis.

En el capítulo 5 se realiza un análisis de los resultados a partir de las evidencias recopiladas y los hallazgos encontrados en la tesis. El análisis permite identificar la situación actual de Huejotzingo ante poniendo el agroturismo como factor de desarrollo local, así mismo vislumbra el diseño de la ruta agroturística y el estudio de los turistas que tendrán el interés en visitar dicho proyecto.

Para finalizar, se redactan la conclusión del estudio y una reflexión final abre el espacio para líneas de investigación que podrían derivar en nuevos estudios a futuro; de igual forma se describen recomendaciones como directrices para mejorar el desarrollo turísticos de Huejotzingo y hacer que la ruta de la sidra no solo se lleve a cabo en el municipio, sino que por el contrario beneficie a otras localidades como Cholula y Zacatlán, los cuales también son productores de sidra.

CAPÍTULO 1. CONTEXTUALIZACIÓN LEGAL DE LA PROBLEMÁTICA ESTUDIADA

1. Introducción

El turismo rural en México posee sus orígenes en el conocido turismo de fin de semana o “*weekendismo*”, que era un término usado con anterioridad (Nunez, 1963), y en solo algunas comunidades rurales se acostumbraba el “día de campo” con fines de recreación, cultura, deporte y ocio, todo en contexto del tiempo libre. Mucho antes de aplicarse el concepto de turismo en México y del turismo de masas que se llevaba a cabo en los destinos de sol y playa, ya existían desplazamientos a territorios rurales, como visitas familiares o la supervisión de encomiendas que hacendados hacían a sus trabajadores, si bien con el paso del tiempo se consolidó el concepto de turismo rural; en la actualidad lo que se sustenta es su identificación con la implementación de leyes, normas y programas, que regulan el comportamiento turístico y resuelven problemáticas en las sociedades.

Por lo anteriormente comentado, la interposición de leyes, normas, programas, decretos y disposiciones legales hace que las formas de comportamiento individual sean respetadas, sin excepción alguna, permitiendo un mejor actuar social. El turismo rural por su parte presenta en carácter integral diversos instrumentos que regulan la actividad misma y presuponen mejorar la calidad de vida de quienes habitan en las áreas rurales por medio del trabajo en el campo, sin embargo, aún hay un rezago normativo en materia y población rural, y especialmente en actividades de agroturismo, con la falta de líneas de acción que benefician a la sociedad en todos los ejes de sostenibilidad (social, económico y medio ambiental), y permitan dar asistencia a las necesidades turísticas rurales y locales.

En este orden de ideas, el capítulo por sí mismo aborda las diversas conceptualizaciones legales sobre el turismo, turismo rural y agroturismo en ocho apartados: el primero, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, abordada desde el trabajo en el campo y el bienestar de la población local., el segundo, impulso del desarrollo rural desde la perspectiva del Plan Nacional de Desarrollo., el tercero, la Ley de Desarrollo Rural Sustentable y el fomento a la actividad económica en el campo; el cuarto, Ley General de Turismo bajo el esquema de ordenamiento turístico

y la regionalización turística en los territorios; el quinto, desde el enfoque de la agricultura como sector primario y los rezagos económicos en la población rural por medio del Plan Estatal de Desarrollo del Estado de Puebla 2019-2024; así como las políticas públicas y las líneas de acción para diversificar los productos turísticos del estado basado en el mismo plan estatal de desarrollo; sexto, Programa Sectorial de Turismo 2020-2024 con sentido en planes que coordinan y otorgan congruencia a las acciones y programas de desarrollo rural; el séptimo apartado, con el Plan Estatal de Desarrollo del Estado de Puebla y Plan Municipal de Desarrollo de Huejotzingo hablando del impulso al turismo en el municipio y las estrategias del cuatrienio (2022-2025) para su impulso; y por último las consideraciones finales del capítulo.

1.1 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

La Constitución Política de los Estados Mexicanos es una norma fundamentada en artículos que rigen el país, y la cual establece los límites y relaciones entre los tres poderes federativos (federal, estatal y municipal), pero sobre todo define y asienta el actuar de los ciudadanos, sus derechos y deberes como mexicanos, bajo la perspectiva de la educación, la igualdad social, la justicia, la garantía a los derechos individuales y sociales del hombre, la economía, y el desarrollo rural. A este propósito, el artículo 27 Fracción XX de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos indica que de acuerdo en conformidad y de observancia nacional la ley establece que:

El Estado promoverá las condiciones para el desarrollo rural integral, con el propósito de generar empleo y garantizar a la población campesina el bienestar y su participación e incorporación en el desarrollo nacional, y fomentará la actividad agropecuaria y forestal para el óptimo uso de la tierra. Asimismo, expedirá la legislación reglamentaria que es de interés público para planear, restaurar, organizar y preservar la producción agropecuaria, el equilibrio ecológico y el fomento de actividades económicas en el ámbito rural (Congreso Constituyente, 2022).

Ante dicho artículo, la población localizada en la ruralidad debería de gozar de un desarrollo local integral enfocado al bienestar económico y fomentando a la actividad agrícola, como principal generador de empleo, permitiendo que las personas de campo

sean las principales beneficiadas de este trabajo., sin embargo esto no pasa en muchos de los casos, un claro ejemplo de ello es la localidad de Huejotzingo cuya actividad agrícola forma parte de la principal fuente de empleo, pero por el contrario es la última en generar un beneficio económico para sus trabajadores.

Sin embargo, la carta magna mexicana no es la única en materia de aprovechamiento del campo y el beneficio que este puede generar para la nación, y es que ante la existencia del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2019-2024, es ahora posible vislumbrar programas que contruyen un país más justo y otorgan bienestar al campo.

1.2 Plan Nacional de Desarrollo

Ante lo anteriormente mencionado, el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2019-2024, incluye programas dirigidos a los sujetos agrarios para impulsar su participación efectiva en el desarrollo rural integral, cubriendo 19 estados de la República Mexicana⁴ en tres ejes 1) política y gobierno, 2) política social y 3) economía, siendo el segundo eje en su programa número 6 “sembrando vida” el que permite ayudar económicamente a actores claves en el campo rural que posean mínimo 25,000 m² de campos de cultivo y/o ganadería. La ayuda consiste en capacitación de personas que han laborado en el campo y el aprendizaje a la inversa de campesinos que poseen el conocimiento sobre el territorio.

Por lo anterior, es de consideración también mencionar que el programa incluye ayuda en especie para la producción agroforestal como lo es (flora, recursos agrícolas e instrumentos de campo), que incentiven a los sujetos agrarios a establecer sistemas productivos agroforestales, combinando la producción de los cultivos tradicionales en conjunto con árboles frutícolas y maderables y el agroecosistema de la milpa, esto contribuye a generar empleos e incentivar la autosuficiencia alimentaria para mejorar los ingresos de las y los poblados de los territorios rurales (Gobierno de México, 2019).

El (PND) 2019-2024, es una ventaja a nivel nacional para los 19 estados que cubre, y siendo Puebla uno de ellos permite que en todos sus municipios con índices de ruralidad baja tengan acceso a la ayuda descrita en él. Huejotzingo en el caso particular

⁴ Campeche, Chiapas, Chihuahua, Colima, Durango, Guerrero, Hidalgo, Michoacán, Morelos, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz y Yucatán.

podría ser un beneficiado de este con ayudas económicas de hasta 5 mil pesos mensuales para sus pobladores trabajadores del campo, permitiendo no solo su desarrollo económico sino su inclusión en sistemas productivos agrícolas regulados.

1.3 Ley de Desarrollo Rural Sustentable

Si bien, ante la puesta en práctica de diversos programas gubernamentales, ha existido la necesidad de poseer leyes que faciliten la buena planificación en las zonas agrícolas, leyes que permitan dar un trabajo digno al campo y además generar ingresos económicos para los campesinos cuyos muchos de estos son ingresos primarios.

Por consiguiente, esto no fuese posible sin la implementación de preceptos y regulaciones que contribuyan a la planificación del territorio como lo es la Ley de Desarrollo Rural Sustentable que indica en el capítulo I⁵, la identificación y el fomento a las actividades económicas agrícolas para la sociedad rural, además de determinar los beneficios que obtiene la sociedad de los recursos naturales, cuidando al medio ambiente y haciendo sustentables las actividades socioeconómicas en el campo, paralelamente al impulso de la cultura y la ilegitimidad en el medio rural (LDRS, 2021). También es importante considerar el artículo 4 de la Ley, que menciona:

Que para lograr el desarrollo rural sustentable en las zonas rurales del Estado, con la ayuda de diversos actores organizados, impulsará un proceso de transformación social y económica que reconozca y sea consiente a la vulnerabilidad del sector y conduzca a una mejora sostenible y sustentable de las condiciones de vida de la población rural, promoviendo la actividad productiva y de desarrollo social que se realiza en las zonas rurales a nivel regional, con el fin de aprovechar, proteger y mejorar de manera óptima los recursos naturales y enfocándose a la diversificación de la actividad productiva rurales en el campo, aumentando la productividad, la rentabilidad, la competitividad, el ingreso y el empleo de la población rural (LDRS, 2021).

Por tal motivo, es que como se ha mencionado con el artículo 4 de la ley es conveniente

⁵ De Planeación de Desarrollo Rural Sustentable.

impulsar la transformación del medio rural por medio de alternativas que mejoren la calidad de vida de sus pobladores, incorporando al turismo rural y sus actividades, así también, al turismo comunitario como diversificadores de la actividad económica en el medio rural.

Así que, la categoría de turismo en el área rural permitirá que el turista participe en actividades conaturales de las comunidades rurales, pueblos originarios y ejidos con fines educativos, recreativos, de ocio y culturales, permitiéndose conocer los valores, modales y formas de vida de la comunidad receptora, promoviendo con ello la generación de ingresos adicionales a la economía local y la conservación de los ecosistemas.

1.4 Ley General de Turismo

La Ley General de Turismo es la legislación que coloca al turismo como una de las prioridades de la Nación, ya que impulsa, planea, programa y organiza la actividad turística a nivel federal., todo bajo los criterios de sustentabilidad, competitividad económica, desarrollo equitativo y beneficio a la sociedad entre los tres poderes legislativos.

A su vez, la ley busca abatir aquellos rezagos de aislamiento y deficiencias que pueden existir en las comunidades rurales, otorgando mantenimiento a los caminos y rutas, incidiendo en las condiciones de bienestar de la población rural. En el caso particular para la creación de actividades turísticas, como lo es el agroturismo y las rutas que son estructuradas por común acuerdo a la función del producto, y con base a sus rasgos culturales o naturales que lo caracteriza y se les da su nombre. Tienen estos productos turísticos como interés primordial el desarrollo de la comunidad receptora; y es que, de acuerdo con la Ley General de Turismo en su título tercero⁶, cita que la Secretaría especificará las políticas, objetivos y prioridades que regirán a la actividad turística, procurando las características de la demanda y los atractivos turísticos naturales y culturales con que cuenta cada ruta o región (LGT, 2019).

Sin embargo, para que el turismo esté verdaderamente regulado, la vocación de la región debe basarse no solo en sus recursos o atractivos turísticos, sino también en su

⁶ De la Política y Planeación de la actividad turística.

difusión y promoción, sus modos de comunicación, transporte y su población, teniendo en cuenta el impacto de estos nuevos desarrollos, de ahí surgiría la regionalización turística del territorio destinado a esto, tomando en cuenta el diagnóstico de las características, la disponibilidad y la demanda de los recursos turísticos a los que está asociado. Esa además importante conocer, reconocer y proponer la zonificación en los planes de desarrollo territorial, así como el uso del suelo para conservar los recursos naturales y aprovechar los recursos turísticos culturales de forma ordenada y sostenible (LGT, 2019).

Conforme a lo mencionado con anterioridad, el ordenamiento del territorio que está destinado a su aprovechamiento turístico debe formular estrategias que eviten el deterioro del mismo, creando consideraciones y regulaciones que ayuden a la región y su salvaguarda patrimonial, un ejemplo claro se menciona en la siguiente tabla 4.

Tabla 1.1 Consideraciones y regulaciones que se deben tomar en cuenta para ordenar un territorio en función del turismo.

Consideraciones	Regulaciones
Naturaleza y características de los recursos turísticos.	Preservación y aprovechamiento ordenado
Conservación del patrimonio natural y cultural local.	
Impacto turístico de nuevos desarrollos turísticos	Regionalización turística
Vocación turística de cada región, con base en sus recursos.	
Capacidades de carga turística	
Desarrollo local, y sus condiciones ambientales.	Zonificación turística
Ordenamiento ecológico basado en la sustentabilidad.	

Nota. Las líneas de acción son puntos tomados en cuenta para crear un mayor aprovechamiento turístico en función al desarrollo local. Elaboración propia a partir de la Ley General de Turismo reformada en 2009.

Estas regulaciones son de vital importancia para aquellos destinos con vocación turística, que buscan promover el turismo en su localidad., de esta forma estarían creando un territorio planificado y ordenado turísticamente hablando, lo que permitiría que la comunidad, sea una de las principales beneficiadas de la actividad y no por el contrario solo las instituciones y empresas que se consoliden en el destino. Bajo estos lineamientos, Huejotzingo podría empezar a incluir productos turísticos que atraigan a nuevos segmentos del mercado y que además sean conscientes con la región y el

impacto que estos generan, lo que permitiría el posicionamiento del territorio como un referente turístico, no solo cultural como ya se difunde el destino sino también como natural.

1.5 Plan Estatal de Desarrollo del Estado de Puebla 2019-2024

En el estado de Puebla el poder ejecutivo es el responsable de la creación del plan de desarrollo del estado, y el cual establece los objetivos, metas, estrategias y líneas de acción que el gobierno deberá poner en práctica para un correcto ordenamiento territorial. El plan a su vez deberá estar alineado con el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2019-2024, para que de esta forma los recursos económicos bajen del poder federal al poder ejecutivo.

De acuerdo a lo anterior, el Plan Estatal de Desarrollo del Estado de Puebla 2019-2024 busca aliar cinco ejes del gobierno actual en el periodo de gestión, los cuales son:

1. Seguridad pública, justicia y estado de derecho.,
2. Recuperación del campo poblano.,
3. Desarrollo económico para todas y todos.,
4. Disminución de las desigualdades.,
5. Gobierno democrático, innovador y transparente.

Siendo el eje número dos del Plan Estatal de Desarrollo del Estado de Puebla 2019-2024, el que menciona que el sector primario de la agricultura contribuye con un 4.3% del Producto Interno Bruto (PIB) a nivel nacional; esto equivale a 23 mil 906 millones de pesos, sin embargo, solo un muy poco porcentaje se mantiene con la población rural que es activa económicamente. Este rezago económico ha obligado a tomar cartas en el asunto y crear acciones de transformación para el campo poblano, ya que es la fuente de alimentación de muchas de las familias en las periferias (Orden jurídico poblano, 2019). Por lo anterior, el desarrollo rural de la entidad es uno de los pilares del crecimiento y del bienestar de la sociedad poblana y es el principal aportante del sector primario en la economía.

Asimismo, dicho plan hace una fuerte crítica al atraso de visualizar al campo como un referente de importancia, ya que menciona que existe una falta de políticas públicas

que evitan que el medio rural posea un desarrollo, si existiera una reformulación de políticas públicas éstas permitirían que el medio rural destaque y aproveche el conocimiento de las personas que lo trabajan como campesinos y productores. Las políticas deben sistematizar un esquema organizado que permita la formulación de temas estratégicos para la generación de soluciones concretas a los requerimientos que tiene el campo y así el turismo sea una alternativa que contribuya a disminuir el rezago al que las poblaciones rurales se enfrentan.

1.6 Programa Sectorial de Turismo 2020-2024

De ahí que, a través de la política pública concebida como el Programa Sectorial de Turismo (PROSECTUR) 2020-2024, se formulan planes a corto, mediano y largo plazo que coordinan y otorgan congruencia a las acciones y programas institucionales de desarrollo rural; asegurando la inclusión en todos los sectores de la población y preservando el territorio de los pueblos originarios, no dejando a nadie atrás, y no dejando a nadie a fuera.

Si bien, el modelo de desarrollo turístico 2020-2024, tiene los principios rectores del (PND, 2020-2024) para consolidar al turismo como una actividad económica fundamental del país, esto se logra, mediante (PROSECTUR) 2020-2024 y sus cuatro objetivos, siendo el objetivo, número dos⁷ el que presenta modelos de regionalización turística con enfoques de visión a largo plazo, contemplando vínculos entre las entidades, localidades y personas por medio de productos ancla los cuales consisten en identificar y desarrollar un producto turístico único y diferenciado en el destino rural; esto como estrategia revitalizadora que fomentará la integración de circuitos y rutas especializadas que detonen la economía desde el ámbito local (PROSECTUR, 2020).

Por esta razón, la ruta de la sidra en la localidad estudiada sería un producto que identifique la zona como territorio turístico y permita desarrollar actividades en el marco del turismo rural, especialmente el turismo agrario, permitiendo el desplazamiento de turistas con mayor número de pernoctas y diversificando los recursos turísticos, haciendo que la sidra deje de ser solo un producto temporal y se convierta en atemporal por la

⁷ Promover el desarrollo equilibrado de los destinos turísticos de México.

compra del vino durante todo el año, permitiendo que la economía local aumente.

Por el contrario el Programa Sectorial de Turismo del Estado de Puebla 2020-2024, señala dos temáticas de acuerdo a la visión que presenta la administración actual (2019-2024) sobre el turismo. La temática 1⁸ muestra un especial interés en la promoción de recursos turísticos, como la gastronomía, la historia, las artesanías y las culturas que dan origen a los pueblos. Las tablas 5 y 6 evidencian como se han generado estrategias y líneas de acción que permiten dar asistencia a las necesidades impuestas por el turismo.

Tabla 1.2 Líneas de acción para el cumplimiento de la estrategia 1 del programa sectorial de turismo del estado de Puebla 2020-2024.

TÉMATICA	OBJETIVO	ESTRATEGIA	LÍNEAS DE ACCIÓN
Temática 1. Puebla, Patrimonio de México	Objetivo 1. Consolidar al Estado de Puebla como un destino turístico de clase mundial.	Estrategia 1. Generar mecanismos de gestión para los destinos turísticos del estado que incentiven el crecimiento turístico	Línea de acción 1. Establecer una política gastronómica como eje turístico. Línea de acción 2. Diversificar los productos turísticos por región en el estado de Puebla. Línea de acción 3. Generar rutas turísticas basadas en los recursos turísticos de las comunidades.

Nota. Las líneas de acción regulan el territorio turístico, para que genere productos turísticos y regulaciones de importancia a la sociedad. Elaboración propia a partir del Programa Sectorial de Turismo del Estado de Puebla 2020-2024.

⁸ Puebla, el patrimonio de México.

Tabla 1.3 Líneas de acción para el cumplimiento de la estrategia transversal de pueblos originarios del programa sectorial de turismo del estado de Puebla 2020-2024.

TÉMATICA	OBJETIVO	ESTRATEGIA	LÍNEAS DE ACCIÓN
Temática 1. Puebla, Patrimonio de México	Objetivo 1. Consolidar al Estado de Puebla como un destino turístico de clase mundial.	Estrategia Transversal de Pueblos Originarios. Apoyar a los Pueblos Originarios para conservar usos y costumbres como recurso turístico.	Línea de acción 1 Promover las tradiciones y recursos turísticos de pueblos originarios. Línea de acción 2 Establecer acciones de trabajo en las regiones de pueblos originarios. Línea de acción 3 Comercializar productos y servicios turísticos en las regiones de los pueblos originarios del estado. Línea de acción 4 Proponer modelos de desarrollo turístico en los pueblos originarios como medio de desarrollo turístico.

Nota. Las líneas de acción son la fase operativa para incentivar a los pueblos originarios a conservar sus costumbres y tradiciones; y de esa manera seguir desarrollando servicios turísticos. Elaboración propia a partir del Programa Sectorial de Turismo del Estado de Puebla 2020-2024.

A pesar de que las estrategias en un inicio se implementaron en el ámbito militar, en la actualidad estas forman parte del ámbito empresarial, siendo estas el objetivo de la actividad a realizar, y cuyas líneas de acción muestran el proceso operativo para desempeñarlo. El Programa Sectorial de Turismo del Estado de Puebla 2020-2024, las identifica y expone para poder crear un desarrollo turístico con duración de cuatro años.

1.7 Plan Estatal de Desarrollo del Estado de Puebla y Plan Municipal de Desarrollo de Huejotzingo

Por otro lado la existencia de planes municipales como el Plan Municipal de Desarrollo de Huejotzingo (PMD), es el documento rector del territorio en el que están plasmados los objetivos, estrategias, metas, programas y líneas de acción a implementar en el marco de la Constitución Política de México, la Constitución del Estado de Puebla y la ley orgánica municipal, y está facultado para poder ser partícipe en planes de

desarrollo regional y rural sabiendo que el sector primario del estado (la agricultura) tiene el segundo mayor porcentaje de ingresos económicos en la población de acuerdo con censos económicos llevados a cabo en el año 2019.

A su vez el PMD de Huejotzingo está alineado al Plan Estatal de Desarrollo del Estado de Puebla 2019-2024, y tienen ejes en común como la recuperación del campo poblano y el desarrollo económico, turístico y cultural de la entidad, de esta manera se impulsará el desarrollo económico del municipio mediante acciones que incentiven la industria y el comercio, mientras se promueve la cultura y fortalece el turismo.

Como parte del desarrollo económico, turístico y cultural, Huejotzingo ha creado programas que permiten la generación de mayor riqueza, el fortalecimiento de la cultura y el impulso al turismo; una forma de poder realizarlo es mediante el sector primario y es que de acuerdo con la ficha de información municipal de la Secretaría de Planeación y Finanzas del gobierno del estado de Puebla podría aprovechar su importante producción agrícola, en sembradíos de maíz, alfalfa verde y manzanas como recursos principales para la atracción turística.

El desarrollo del municipio se puede impulsar de igual forma mediante la ejecución de acciones que permitan fortalecer el turismo. Huejotzingo cuenta con sitios turísticos históricos como el Ex Convento de San Miguel, que fue uno de los primeros conventos que se construyeron en la nueva España. De igual forma se desarrollan festividades que convocan a miles de visitantes como el carnaval de Huejotzingo y la feria de la sidra, el queso y la mezclilla, actividades que se han visto gravemente afectadas por la pandemia del COVID – 19⁹, pero que es de vital importancia rescatar y promover para reactivar la economía (PMD, 2022).

El programa de acción 12 “Impulso al turismo”, del Plan Municipal de Desarrollo de Huejotzingo tiene como objetivo posicionar al municipio como un referente turístico en la región, para favorecer al desarrollo del territorio y de las personas dedicadas a la prestación de servicios en el sector del turismo; mediante estrategias de promoción de actividades turísticas que convoquen a personas de la región, así como a turistas de otras partes del Estado y de la República, a través de las siguientes línea de acción como lo

⁹ Es una enfermedad infecciosa provocada por el virus SARS-CoV-2

marca el Plan Municipal de Desarrollo de Huejotzingo (PMD, 2022):

- Conformar el Comité de Turismo Municipal.
- Desarrollar el plan de acción para lograr la nominación de Huejotzingo como Pueblo Mágico.
- Realizar, difundir y evaluar la feria de la sidra.
- Realizar, difundir y evaluar la feria del queso y la feria de la mezclilla en Santa Ana Xalmimilulco.
- Implementar el proyecto de *vídeo-maping*.
- Desarrollar e implementar el proyecto de medición y monitoreo de visitantes y turistas al municipio.

A todo esto, es importante que exista una línea de acción que incluya al desarrollo de comunidades rurales mediante el turismo rural y las actividades agroturísticas que en él se pudiesen realizar como la creación de una ruta de la sidra, cuya materia prima se encuentra, comercializa y se distribuye en la región, esto impulsaría el turismo rural en la zona y permitiría que las localidades rurales pudiesen tener un ingreso económico secundario, además de posicionar al municipio como un referente en agroturismo a nivel nacional, con una bebida que se realiza desde épocas coloniales y que aún no ha recibido la importancia merecida.

1.8 Consideraciones finales

En la actualidad, la política turística juega un papel importante en el desarrollo de nuevos productos turísticos con enfoque comunitario, es por ello que en este capítulo, se ha realizado una revisión exhaustiva del marco legal que rige la implementación y desarrollo de la Ruta de la Sidra en el Pueblo Mágico de Huejotzingo, Puebla. Al mismo tiempo, se ha destacado la importancia de comprender el entorno normativo en el cual se inserta esta iniciativa, así como los principales lineamientos legales que deben ser considerados para su adecuada ejecución y gestión.

Una de las principales conclusiones obtenidas es la necesidad de que la ruta de la sidra cumpla con los requisitos legales establecidos en materia de turismo, patrimonio cultural, medio ambiente, seguridad alimentaria y comercio, entre otros aspectos relevantes. Esto implica garantizar la conformidad con las leyes y regulaciones locales, estatales y federales, así como obtener los permisos y autorizaciones necesarios para el funcionamiento de la ruta y la comercialización de productos asociados.

Asimismo, se ha identificado la importancia de establecer mecanismos de coordinación y colaboración entre las autoridades municipales, estatales y federales, así como con los diversos actores involucrados en la ruta de la sidra, incluyendo productores, empresarios, prestadores de servicios y la comunidad en general. Esta colaboración es fundamental para garantizar el cumplimiento de la normativa vigente y promover un desarrollo turístico y económico sustentable en la región, siendo esto lo que se busca como primera instancia.

Por último, no se olvida el alinear los requerimientos que las instancias gubernamentales solicitan ante el nuevo desarrollo turístico, resaltando la relevancia de promover la educación y la capacitación en temas legales entre los actores involucrados en la ruta de la sidra, con el fin de garantizar el cumplimiento de la normativa y prevenir posibles conflictos legales en el futuro. Además, se ha subrayado la importancia de la transparencia y la alineación de las leyes y normativas municipales en la gestión de la ruta, así como la necesidad de establecer mecanismos efectivos de monitoreo y evaluación para asegurar su cumplimiento con la normativa legal y su contribución al desarrollo local.

CAPÍTULO 2. APROXIMACIONES TEÓRICAS AL DESARROLLO, EL TURISMO Y EL AGROTURISMO

2. Desarrollo

2.1 El desarrollo como un concepto de la posguerra

Si bien, lo mencionaba a finales del siglo XIX (Amartya Sen, 1998), escribiendo que el término “desarrollo” se había originado después de la segunda guerra mundial (1939-1945) y que tras la posguerra hubo acciones que se pensaban demostraban un desarrollo mundial, como el surgimiento de nuevos líderes económicos: el ejemplo de Alemania y Japón, o el crecimiento económico que vivía Estados Unidos y algunos países latinoamericanos., la iniciativa europea de crear un “estado de bienestar¹⁰” y la eliminación de la dependencia alimentaria que muchos de los países sub-desarrollados tenían., mientras tanto en otros continentes como fue el caso de África las hambrunas aumentaban al igual que el volumen de comercio internacional que tuvo lugar después de la guerra.

A pesar de ello, y previo al inicio de la segunda guerra mundial el término desarrollo ya era concebido por el primer autor economista neoclásico Joseph Alois Schumpeter, que escribió algo semejante al crecimiento, en 1911 tras la publicación de su libro titulado “*The theory of economic development*”, en donde consideraba al desarrollo como un crecimiento económico y a la economía como un engrane de auto regulación productiva, que no debía ser enajenada por actores sociales o gubernamentales (Ornelas, 2012).

Sin embargo, la teoría anterior solo marcaba un desarrollo fijado en el crecimiento económico o de distribución referido a la producción, mientras que las económicas clásicas sobre estimaban sus teorías en valores y la no intervención de los gobiernos en los procesos económicos de distribución. Por tal motivo, fue por ello necesario replantear el mismo aumento ahora mencionado desde ambas corrientes: la economía clásica y la economía neoclásica representada por diversos enfoques y autores como se mencionan en la tabla 4.

¹⁰ El “estado de bienestar” por Keynes es una aparato gubernamental encaminado a reducir las desigualdades sociales, y alejado de las teorías neoclásicas que observaban al desarrollo como solo crecimiento económico.

Tabla 2.1 Clasificación que el desarrollo tuvo en sus inicios de acuerdo a su enfoque.

Orígenes del desarrollo	Clasificación	Enfoque	Autores
	Economía clásica.	Desarrollo económico basado en la distribución y la no intervención del gobierno.	Smith, Ricardo, Sunkel, Paz, Marx, Lewis entre otros...
	Economía neoclásica.	Desarrollo económico basado en la producción empresarial.	Marshall, Walras, Pareto, Pigou, Schumpeter, entre otros...

Nota. Clasificación del desarrollo de acuerdo a las escuelas y el enfoque que tomaron posguerra, además de autores que hablaron de ello desde su perspectiva. Elaboración propia a partir del artículo Desarrollo (local): ¿de qué estamos hablando? De (Boisier Etcheverry, 2016).

Ante estos clásicos enfoques, se produjo la idea del desarrollo basado en un crecimiento económico y fijado en el mercado capitalista, lo que dio origen a una etapa llamada desarrollismo provocada por la aparición de teorías desarrollistas durante la década de los años 40's, mientras existía una disolución de la Sociedad de las Naciones Unidas para hacer una transición a la Organización de las Naciones Unidas, bajo el término “economía del desarrollo” usada en países de occidente, y “cambio estructural” usado en Latinoamérica.

Si bien, el desarrollismo promovía políticas económicas en países subdesarrollados, estas a su vez impulsarían la industria y así se podría alcanzar el desarrollo autónomo, dicho nuevo orden se sostenía bajo el esquema centro contra periferias, motivo por el cual había un deterioro en términos de comercio perjudicando particularmente a países subdesarrollados (periferias) y ayudando a países en vías de desarrollo o desarrollados (centros).

2.2 El desarrollo para la Organización de las Naciones Unidas

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) fundada en 1945 tras la segunda guerra mundial es una institución con validez en la comunidad mundial que preserva la paz y la seguridad en todo el planeta, siendo el medio para armonizar a las naciones y poder alcanzar sus objetivos particulares, fomentando siempre relaciones pacíficas globales y evitando una tercera guerra mundial. Es por ello importante en la toma de decisiones y la creación de conceptos que sean seguidos por los 193 Estados actuales

de la organización, siendo México uno de ellos desde su inscripción el 7 de noviembre de 1945, tres meses después de su fundación en San Francisco, Estados Unidos.

Dicho lo anterior, el concepto “desarrollo” creado por la (ONU) aparece por primera vez, en un documento público en la primera Declaración Interaliada o también llamada la declaración del Palacio de St. James, realizada el 12 de junio de 1941, cuando los representantes de catorce países aliados se reúnen en el Palacio de Saint James en Londres para firman esta declaración con la que se proponían "trabajar, juntos y con los demás pueblos libres, en la guerra y en la paz" y en la Carta del Atlántico del mismo año se mencionaba una serie de principios para la colaboración internacional con el objetivo de mantener la paz y la seguridad mundial. El documento, firmado durante la reunión mantenida a bordo del acorazado Prince of Wales, "en algún lugar en alta mar", se conoce con el nombre de la Carta del Atlántico (ONU, s/f). Para después ser reafirmado en la conferencia de San Francisco en 1945 que dio origen a la Organización de las Naciones Unidas (ONU, s/f).

Años después, en 1997 la Asamblea General de la ONU crea un programa de desarrollo basado en la económica neoclásica y definiendo el término como una empresa multidimensional la cual es capaz de cambiar el nivel de vida de los pueblos. A su vez el programa tiene como base pilares en aspectos económicos, sociales y medio ambientales creando de esta forma el concepto de desarrollo sostenible (Naciones Unidas, 1997), y mencionando que el crecimiento económico es importante para todos los países pero en especial para los países desarrollados, esto como se ha hecho mención líneas arriba representa la idea de las teorías desarrollistas enfocadas a políticas que establezcan entornos económicos internacionales y dinámicos, que propicien un comercial abierto.

En la actualidad la propia Organización de las Naciones Unidas se ha propuesto la idea del desarrollo como un concepto formado por cinco elementos¹¹:

- 1) La economía como motor de crecimiento.,
- 2) La paz como fundamento del desarrollo.,

¹¹ Aparece en un Informe Oficial de la Secretaría General de las Naciones Unidas, firmado por el entonces secretario Gali.

- 3) La justicia como pilar de la sociedad.,
- 4) El ambiente como una base para la sostenibilidad, y
- 5) La democracia como base para una buena gobernabilidad.

2.3 Descolonización del desarrollo

Por otro lado, en las ciencias económicas existen varias formulaciones que tratan de explicar el concepto, en dependencia del aspecto que cada teoría considera clave para lograr el “desarrollo”, además hay teorías basadas en las condiciones demográficas como las que propuso Malthus, y aquellas basadas en las condiciones geográficas y de dotación de recursos naturales como las de Landes y Sachs. Si bien en los años setentas se manifestó una fuerte crítica a la viabilidad de que el desarrollo significará solo “crecimiento económico” y que este además fuese el objeto que condicionaba a tal, dicha propuesta no tenía un respeto por el factor ambiental, social o de justicia, como si lo posee en la actualidad tras la asamblea general de la ONU en 1997. Esto marco un antes y un después que hizo que el desarrollo comenzará una descolonización economista, e iniciara a estudiarse como un proceso social.

Por consiguiente el desarrollo no es solo un término económico en la actualidad, basado en teorías desarrollistas si bien, está presente en reflexiones sobre economía empleadas por marxistas y neoliberales, la palabra también da título a actos de prestigio en el mundo actual como “globalización y problemas de desarrollo” o a propuestas hechas cuando el concepto ya no solo pertenecía a la economía, como “el índice de desarrollo humano”. En síntesis pareciera que es un sustantivo muy versátil y que cada autor lo interpreta y le da una intención, siendo así no se pretende minimizar el concepto, ni muchos menos el poder hacerlo etéreo, por lo contrario se busca primordialmente acotarlo en una dirección que sea medible, percibirle y visible sabiendo que el desarrollo tiene varias premisas como se hace mención en la siguiente tabla:

Tabla 2.2 Premisas de lo que se considera desarrollo.

Premisa 1	Premisa 2	Premisa 3	Premisa 4
Crecimiento no es igual a desarrollo.	Desarrollo no es un término medurable (no hay “desarrollo cero”, no hay “menos desarrollo”).	Desarrollo es un fenómeno social e histórico, tanto porque su contenido es exclusivamente social y propone formas y expresiones que se manifiestan en espacio y tiempo.	Desarrollo se refiere a niveles en el avance ascendente del individuo social, genéricamente considerado como ente humano, es decir, en sus relaciones sociales.

Nota. Las premisas de lo que es desarrollo. Elaboración propia de acuerdo a Lois, Francisco, Pino, & René, 2005.

Como se hizo mención líneas arriba, fue hasta finales del siglo XXI, cuando la expresión de desarrollo se confunde con los términos de un “crecimiento económico” y de “bienestar” basado en un indicador económico que permite medir los bienes y servicios producidos por los países, el conocido producto interno bruto (PIB), Este contador permite clasificar a los países de mayor a menor desarrollo según los resultados otorgados., por consiguiente, en un intento por crear una guía de nueva medición ahora medio ambiental se instituye el PIB verde, tomando en cuenta las consecuencias medio ambientales que generaba el crecimiento económico sin embargo, sigue siendo una forma economista y cuantitativa de aportación en los países para medir solo el nivel económico despreocupándose por factores sociales.

Años más tarde, a finales de los años 90’s se comienza a considerar que para tener una medición objetiva del desarrollo deben existir condiciones necesarias que garanticen la realización del potencial humano. Es en ese momento cuando se remplaza el término de solo desarrollo para dar paso al nuevo “desarrollo humano”. El cual fue el resultado de los esfuerzos del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Donde, se tenía una visión del crecimiento enfocado en las ampliaciones y las capacidades humanas, de esta manera nace una nueva forma de medición social el Índice de Desarrollo Humano.

Por añadidura, el concepto propio del desarrollo es muy complejo y más si este ha ido evolucionando y definiéndose de acuerdo a criterios muy particulares. Sin embargo, el desarrollo no es ajeno al modelo económico, pero el modelo económico actual es incompatible con un desarrollo que realmente beneficie a las personas y al medio

ambiente. Este concepto se comenzó a entender asumiendo que el crecimiento económico dependía de los "países desarrollados" y que estos eran quienes construían indicadores para mostrar los niveles de bienestar alcanzados; incluso desde la categoría colonial se decía que la cultura Occidental representaba al desarrollo y que el resto del mundo era subdesarrollado.

Desde esta perspectiva se debe mencionar la importancia de la descolonización del desarrollo para entenderlo desde nuestras sociedades a través de la construcción de nuestros propios indicadores y asimismo crear una teoría de transformación en donde se reconozca a los pueblos como sujetos dirigentes del cambio y usufructuarios de sus resultados, que permitan la construcción de una sociedad igualitaria, incluyente, fraterna, solidaria y democrática.

En resumen, el desarrollo es un concepto histórico, lo que quiere decir que no tiene una definición única, sino que ésta ha evolucionado de acuerdo al pensamiento y los valores dominantes en la sociedad (Dubois, 2002). Así, que el desarrollo actual resulta ser muy diferente de cómo se planteaba hace más de cincuenta años atrás. El concepto se ha enriquecido con el tiempo y permite ser analizado desde otras dimensiones, como la espacial, surgiendo así nuevos términos como el de desarrollo territorial, permitiendo evitar desequilibrios en áreas de menor tamaño a ésta, por tanto fue necesario analizar la idea de desarrollo y su evolución a una escala regional, para de esta forma profundizar en estudios particulares de zonas, territorios, regiones, localidades, demarcaciones, fronteras y municipios como lo es el caso de Huejotzingo en Puebla, cuyo territorio es el factor determinante del estudio.

2.4 Territorio

El territorio comúnmente es pensado solo como una ubicación geográfica, sin embargo, categorizarlo de tal forma en este apartado es limitarlo, e ignorar otras construcciones sociales internas, que permiten crear con él la identidad por medio de hábitos, tradiciones, costumbres, ritos y expresiones con los seres que lo habitan. Es de importancia, delimitar que el territorio en si es una expresión muy usada por autores latinoamericanos encontrada en diversos artículos científicos y como título de congresos

o ponencias de esta región. En cambio, en otras partes del mundo como sucede en Europa o incluso Asia el concepto de territorio cambia a la de espacio.

Si bien, se podría llegar a pensar que el territorio y el espacio tienen una estrecha relación o que incluso son solo sinónimos con un significado igual o similar esto es debido a que durante muchos años los estudiosos de los espacios eran solo los geógrafos, científicos que vislumbraban el espacio como algo natural y físico, sin interacciones humanas. Esto cambio hasta la llegada de 1970 con el concepto de “*nueva geografía*” que partía de la geografía humana donde se comienzan a concebir los espacios formados por personas que enlazan similitudes y relaciones entre si y creando identidades culturales y sociales (Chaval, 2001).

A partir de lo anterior, la geografía se inclina en el estudio de las sociedades y sus interacciones, siendo uno de los primeros en estudiarla Carl Sauer quien ubicase a la cultura como una realidad superior a las personas y marcando a los grupos de individuos como los agentes transformadores del espacio, esta nueva orientación fue catalogada por Chaval como etnogeografía, siendo la palabra que definiría como las comunidades ordenan, reordenan o desordenan el espacio. Más tarde, el turismo encontraría en la etnogeografía un nuevo significado para personas y sus redes que ordenaban el espacio de acuerdo a sus modales y formas de vida, llamándolo así, etnoturismo a un nuevo tipo de viajes que buscan el acercamiento y conocimiento de las sociedades sobre todo rurales con la finalidad de comprender sus hábitos, costumbres e ideologías y hacer con esto un turismo mucho más responsable y cuidadoso.

Si bien, son ciertas las diversas contradicciones que envuelven al espacio y al territorio teniendo esta última muchos significados, lo que hace difícil otorgar un concepto correcto, esta es además usada por otras disciplinas sobre todo de índole social como la sociología, la antropología, la psicología, la historia y la política dándole cada una un significado particular de acuerdo a sus intereses (Vargas Ulate, 2012).

Las instituciones como las Naciones Unidas (UN), la Comisión de Economía para América Latina y el Caribe (CEPAL), y el Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES), tienen también su propia definición de territorio, conceptualizándolo como: la construcción de un sentido de apropiación y

pertenencia que implica armonizar las expectativas y necesidades del individuo con las del colectivo humano y su espacio natural y social de realización (NU, CEPAL, ILPES, 2019). Esta definición deja en claro que territorio no es solo un espacio vacío y carete de interacciones sino por el contrario, involucra colectividades y apropiaciones humanas que buscan alcanzar un bien común.

2.4.1 La discusión entre espacio y territorio

Pensar en el espacio como un ente físico, representa que este sea vacío e inmóvil, y que todas las interacciones que este posea sean autónomas al mismo, dicho lugar solo por mencionar una definición del espacio, ha sido estudiado desde tiempos antiguos, siendo los griegos los primeros en definirlo; “como una distancia entre dos o más puntos”, para luego proponer que el verdadero espacio no es la distancia sino la zona que se encuentra dentro de estos puntos. Es entonces este una superficie con límites definidos en donde se encuentra un territorio.

Como fue mencionado con anterioridad, el territorio en si es una construcción colectiva de las llamadas “comunidades”, las cuales son un universo vinculado con lo social, lo histórico, lo económico y lo cultural, formado geográficamente entornos que permiten ser apropiados, sin embargo es de impronta el comprender que los espacios y los territorios son conceptos antagónicos (Saquet, 2005), pero que epistemológicamente no están aislados convirtiendo las conceptualizaciones literarias en complejas.

De este modo, es el mismo Saquet quien en 1996 publicará el libro “la naturaleza del espacio” en donde conceptualiza al territorio como un área material delimitada sea esta fronteriza o transfronteriza y en la cual no existen las relaciones sociales, mientras que el espacio es definido como un sistema inseparable de lo material y social. El espacio desde la perspectiva geográfica tiene un valor de uso, y es un elemento construido desde el territorio, el cual es mucho más vasto simbólicamente (Saquet, 2006).

Debido a ello, es que este se ha podido clasificar como espacio natural y espacio histórico; el primero es un contenedor geográfico que contiene elementos geológicos, climatológicos y áreas de vida, esto lo vuelve un contenedor homogéneo incapaz de modificarse, mientras que el espacio histórico se construye por medio de grupos humanos que lo habitan, y que crean en él un orden político, económico, social y cultural

(Álvarez García & Rendón Acevedo, 2010). De este modo fue posible categorizar al territorio en particularidades que permiten comprender la construcción emocional de los habitantes con el lugar habitado, a pesar de que este es mucho más amplio que el espacio físico porque combina al medio físico, al natural y aquel creado por el hombre que le otorga propiedad o permanencia. Aunque es cierto lo que comentaba Saquet y Vargas en su momento cuando hablan de que espacio y territorio son similares en su raíz epistemológica pero diversos en discusiones disciplinarias.

2.4.2 Territorios o espacios turísticos

El territorio es visto por geógrafos como aquellas relaciones establecidas por las personas (D'Aquino, 2002), mientras que a la mirada de antropólogos y sociólogos es visto como relaciones sociales que causan fenómenos culturales y personales esta última definición se parece mucho a la definición de turismo, dada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) que menciona:

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico” (ONU TURISMO, 2017).

El turismo es entonces aquella actividad generada en diversos espacios o territorios que permite conocer, fortalecer y aprender de las relaciones sociales y sus estructuras en cada desplazamiento fuera del lugar de residencia del viajero, permitiendo así no solo tener un espacio organizado sino dar muestra de las interrelaciones entre los locales, lo cual es un elemento que da identidad (Vargas Ulate, 2012).

Partiendo de dicha definición, los espacios turísticos son la consecuencia de un sistema turístico compuesto de cuatro elementos;

1. Planta turística (alojamientos en cualquiera de sus tipos, servicios de trasportación, servicios de alimentos y bebidas, centros de ocio y recreación, hospitales, bancos, casa de cambio de divisas, ayuda turística, tiendas de

conveniencia, servicios de limpieza, agencias de viajes).

2. Infraestructura (bienes y servicios que condicionan el desarrollo de un territorio para el turismo, entre los cuales se encuentran redes de transporte, terminales terrestres, redes de servicios básicos y redes de comunicaciones).
3. Superestructura (soporte institucional que desarrolla y fomenta el turismo, esta puede ser privada o pública, nacional o internacional).
4. Atractivos y recursos turísticos (aquellos elementos materiales o inmateriales con categorías naturales, culturales, históricas, folklore, contemporáneos o acontecimientos programados que son susceptibles a convertirse en productos turísticos).

Sin lo anterior, es difícil pensar en un espacio turístico ya que esto debería estar intrínseco para el desarrollo de tal territorio con fines turísticos. De tal forma, cuando se trabaja en la planificación de destinos o áreas turísticas se dibuja sobre un mapa el polígono que se quiere concretar como turístico, esto se logra ubicando a los atractivos de mayor proximidad creando una continuidad, sin embargo no pasa lo mismo en regiones muy grandes que por sus dimensiones tienden a tener sus atractivos muy dispersos entre sí, provocando que a esto se le denomine discontinuidad.

Por consiguiente, la planificación de los espacios turísticos solo se puede hacer en zonas delimitadas de la región, más no en toda la región *“per se”*, por consiguiente no puede existir una regionalización pues esta debería de abarcar toda la superficie del país o municipio, y querer hacerlo significaría el hacer turístico a zonas que no lo son creando un déficit de atractivos que visitar, por lo anterior el término regiones turísticas es inválido al no existir países completos que tengan tales fines (Bouillon, 2006).

En el caso concreto de Huejotzingo, Puebla se pretende diseñar un espacio turístico por medio de la ruta de la sidra, que englobe diversos atractivos turísticos de la región en primera instancia y es que cuando se tiene un producto turístico de nueva creación o este se encuentra en sus inicios, el mismo debe contener otros atractivos ajenos al producto principal que lo fortalezcan, y paulatinamente se debe ir integrando más elementos propios de la ruta esto de acuerdo con (Montecinos Torres, 2022), quien

también menciona que mínimo el producto turístico deberá tener 60% de servicios correspondientes a la oferta.

Si bien, es sabido que las rutas agroturísticas generan cada vez mayores ingresos para municipios que han desarrollado un tipo de turismo rural, lo cierto también es que la ruta no solo podrá ser ofertada a las personas externas de la localidad, sino también dentro del propio territorio siendo apreciada y consumida por los locales, debido a que diseñar un producto turístico sin pensar en la comunidad sería como dejarlos fuera de algo que les pertenece y se construye desde su historia. Aunado a inestabilidad que el turismo tiene y no depender de él con los riesgos que esto conlleva.

2.5 Desarrollo territorial

Hablar de desarrollo territorial, es adentrarse a diversas disciplinas tan diversas que buscan cada una de ellas perseguir sus propios intereses, pero al mismo tiempo tan unidas para un fin común. Es el desarrollo territorial entonces una red que involucra elementos tales como; la educación, la economía, la buena política, la salud, las oportunidades laborales y la sostenibilidad; buscando la mejora siempre en la calidad de vida de todas las personas de una región.

Esta perspectiva, se origina desde el pensar que no hay una correcta distribución de los elementos entre los pobladores de un país que involucran a tal desarrollo. En su caso todos los Estados de México presentan diferencias regionales diversas y en todos los casos muy dañados, a pesar de la dificultad de cada uno de ellos para poder llegar al desarrollo territorial es importante comprender los retos que cada territorio presenta y así poder crear oportunidades de mejora en cada uno de estos. Si bien, una mirada positiva del desarrollo territorial puede ayudar a reducir las brechas económicas, políticas y sociales contribuyendo a dar mejoras en la región evitando los desempleos, la no equidad salarial, las migraciones, gestiones gubernamentales cerradas, y la reducción en el índice de pobreza. Se trata, entonces, de usar una visión geográfica que analice las oportunidades y debilidades que presenta un país y de esta forma mejorar la calidad de vida de cada persona. Esta visión ayuda a priorizar acciones de acuerdo a la exigencia de cada área y coordina a los diversos sectores involucrados, los cuales no necesariamente deben ser instituciones públicas o privadas, sino también colectividades

sociales, tal como lo marca la definición de desarrollo territorial de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL):

El desarrollo territorial se entiende como un proceso de construcción social del entorno, impulsado por la interacción entre las características geofísicas, las iniciativas individuales y colectivas de distintos actores y la operación de las fuerzas económicas, tecnológicas, sociopolíticas, culturales y ambientales en el territorio (CEPAL, s.f).

Este proceso contiene una visión objetiva e inclusiva de los actores que han dado forma al territorio, tanto públicos, privados y sociales, buscando así la participación colectiva en las mejoras y el bien regional, creado por todos y para todos. Es entonces, el desarrollo territorial una serie de acciones consensuadas por los actores locales involucrados que buscan siempre el proceso de mejora, sin perder la idea de tener una construcción social equitativa por medio de acuerdos territoriales. Para llevar a cabo esto se necesita programas y estrategias públicas que inserten valor y den dirección a la acción de la colectividad (Alburquerque, 2020).

Está claro, entonces, que el territorio es más que solo un contenedor de recursos, estos son nuevos espacios con paradigmas que ayudan a entender realidades diversas desde lo local y contribuyen y enriquece el turismo de una buena manera. El caso de Huejotzingo es especial, no solo porque es el municipio eje de esta investigación sino también por los imaginarios colectivos que se vinculan a él, siendo un municipio con gran valor cultural que involucra la danza y el teatro en cada representación carnavalesca, y por el cual ha sido reconocido por el Estado de Puebla como Patrimonio, no solo eso tiene Huejotzingo sino además la producción de Sidra que se ha llevado a cabo en la región pocos años después de la colonización Española. La elaboración del fermentado es ahora una vía de desarrollo territorial en la localidad, proporcionando oportunidades de mejora económica y social cada poblador.

Con el diseño de un nuevo producto turístico no solo se verán beneficiados los productores locales como agricultores de los frutos, o las fábricas de elaboración de la sidra, sino que también de forma indirecta beneficiara aquellos locatarios que no están directamente involucrados con la sidra, debido a que nuevos atractivos turísticos como

las rutas agrícolas planeadas desde lo social benefician turísticamente a la población con la llegada de un mayor número de visitantes que consumen productos locales y se hospedan en alojamientos de la zona.

Es por ello, que la ruta de la sidra en Huejotzingo, Puebla no es solo otro producto turístico más que busca el factor económico como lo importante, sino también está pensada desde las oportunidades igualitarias para con todos, creando así mayores empleos, evitando la migración y tendiendo un mayor arraigo cultural.

2.6 Desarrollo local

Ya lo mencionaba (Boisier Etcheverry, 2016), cuando decía que un modelo alternativo que pueda visualizar el desarrollo desde el nivel local tendrá como finalidad comprender mejor la problemática de los procesos regionales y su vinculación con los actores sociales clave. Si bien, Boisier se refería a la construcción colectiva y participativa de cada persona en el territorio para modificar sus realidades a partir de lo edógeno, es decir; no seguir ejemplos de otras regiones sino pensar y actuar en que el territorio debe crear sus propios ideales a partir de sus propias realidades y contextos. El desarrollo local es entonces una forma de vincular los recursos internos del territorio a favor de la población, por medio de proyectos que tengan como prioridad el bienestar social.

2.6.1 Surgimiento del Desarrollo Local

Como se ha debatido líneas arriba sobre el desarrollo, ha quedado comprendido que no es una terminología fácil de conceptualizar, debido a su origen, su constante evolución y las diversas teorías propuestas que hablan sobre él. Si bien, el desarrollo en sus inicios fue propuesto como una teoría economista de crecimiento fundado en la medición de bienes; por otro lado existe un enfoque de diversidad que toma en cuenta a lo cultural y social (Myrdal, 1957; Vázquez, 2001; Boisier, 2016).

De esta manera, se originan nuevos modelos de desarrollo o mejor dicho nuevos estilos disyuntivos de desarrollo como es el caso del desarrollo local del cual de acuerdo con (Boisier, 2016) se reconocen tres orígenes. La primera es que el concepto surge en los años 80's., misma década en que países ubicados en América latina, como Argentina, Brasil y México se convierten en los más afectados y sufren una creciente crisis financiera

debido a que los países no tenían suficientes ingresos para poder liquidar o hacer frente a su deuda externa, estos debido a la adquisición de valores en países Norteamericanos y Europeos para planes de industrialización e infraestructura primordialmente, sin pensar que el compromiso adquirido aumentaría con los países acreedores y esto devaluaría su moneda. Por tal hecho, tras el surgimiento de dicha crisis fue necesario construir estrategias que no solos se basarán en el crecimiento económico sino también en el medio socio-político que se vivía en las sociedades latinoamericanas.

En segundo lugar, el enfoque centro / periferia, que involucra un modelo de desarrollo basado con un enfoque territorial en donde el espacio se observaría como contenido y no como contenedor, es decir, que no representaba los ideales pasados del crecimiento medido solo como un factor económico o incluso de “arriba hacia abajo”. Sino por el contrario, cambiaria esta inclinación y propondría ser mirado de “abajo hacia arriba”, comprendiendo que se desarrolla en un espacio con dimensiones sociales, políticas, económicas, sustentables, culturales, históricas, identitarias y con aprovechamiento de los recursos locales, todo esto para generar un proceso continuo y así lograr un desarrollo local endógeno en donde la comunidad sea capaz de generar cambios en su estructura.

En tercer lugar, el origen del desarrollo local es impulsado por los contrarios, global y local formando una dialéctica en constante tensión siendo la globalización una influencia en diversas localidades y de esta manera generando dominios sobre prácticas locales convirtiendo en híbridos a los espacios y culturas conquistadas por esta globalización.

2.6.2 La acepción de lo local

Si bien el concepto de desarrollo local desde la perspectiva de lo “local” hace referencia a territorios, este no podrá analizarse sin tener como referencia el espacio más acaparador en el que este se encuentra ya sea una zona fronteriza o trasfronteriza, esto debido a que lo local solo hace sentido si se mira “desde afuera y desde arriba” (Boisier, 2016). Lo anterior, solo funciona si se une a la idea de crear una sinergia como motor de desarrollo entre la solidaridad local, la cohesión social y la conciencia colectiva para la mejora en la calidad de vida de los habitantes del territorio.

Dicha correlación que existe entre lo local y social plantea una forma diferente de percibir el desarrollo local de acuerdo a las demandas de los territorios y sus capacidades como comunidades, es decir que lo “local” debe visualizarse de forma heterogénea sabiendo que los espacios no son iguales entre ellos y que muchísimo menos debería de tener similitudes; y que por el contrario deberían de velar por las prioridades que posea cada área, re-aprendiendo y no como una forma enseñada de los países occidentales sino más bien como una nueva construcción de saberes, como una “epistemología del sur” que critica modelos occidentales aplicados a realidades fuera de Europa. Por ello la planificación estratégica territorial local se ha convertido, en un instrumento de gran valor para la toma de decisiones y la gestión en las ciudades, municipios y regiones (Vázquez, 2001).

Por ende, las dimensiones para invertir los procesos propios de la localidad deben ser de carácter territorial, tomando en cuenta las particularidades del espacio y sus propias relaciones sociales, políticas, económicas, naturales y culturales, en cambio como se ha mencionado párrafos arriba el origen del desarrollo local está implícito con lo global, pues es el territorio susceptible a fuerzas externas, como los recursos económicos administrados por dependencias gubernamentales o administraciones privadas, así como como inversiones que generan beneficios para la localidad (Vázquez Barquero, 2001). Por tal motivo es incorrecto decir que el desarrollo local solo es llevado a cabo desde lo endógeno.

Por lo anterior, para generar un nuevo y verdadero cambio se debe acotar el desarrollo local, como un proceso continuo, el cual debe ser manejado y/o controlado por los actores locales de un área delimitada mediante iniciativas que permitan transformar el territorio en su propio beneficio, los cuales se mencionan en la siguiente tabla.

Tabla 2.3 Actores sociales que permiten transformar el territorio en beneficio de la localidad.

Actor social	Actuar del actor social	Calificativo	Procesos	
Individual	Personas locales que ocupan puestos distintivos en la sociedad y poseen bienes	Prestadores de servicios.	Psicosocial y cultural.	Todos los procesos deben colaborar en

	que les otorgan poder.			dimensión de integración local y global.
Corporativo	Individuos que representan a la localidad y que son elegidos mediante democracia ocupando puestos de poder.	Gobernantes. Instituciones públicas. Instituciones gubernamentales. Instituciones sociales.	Jurídico, político y administrativo.	
Colectivo	Agrupaciones de personas locales que buscan un interés en particular.	Organizaciones no gubernamentales. Diversas asociaciones.	Social.	

Nota. Actores sociales su actuar y calificativo común con el que se ubican en el territorio. Elaboración propia de acuerdo con (Boisier Etcheverry, 2016; & Cardenas, 2002).

En resumen, una de las acepciones del desarrollo local; se podría ahora inclinar como un; proceso social y local, en el que se mantiene la identidad de los individuos, y de sus territorios, dinamizando factores medio ambientales, económicos, culturales y sociales en pro de la comunidad, y facilitando procesos de asociativismo o asociacionismo, logrando una mayor intervención entre ellos y creando participación de los actores claves de la sociedad para generar crecimiento económico, equidad social y equilibrios territoriales con el objetivo de aumentar la calidad de vida y el bienestar de la sociedad local, desde procesos locales (endógenos) y globales (exógenos).

2.7 Desarrollo rural

Como ya fue mencionado con anterioridad, el desarrollo proviene de una idea economicista fundada en que a mayor ingreso de capital existirá entonces un mayor desarrollo. Sin embargo, cuando la idea de desarrollo no solo se centra en la idea de regionalización sino más bien en periferias rurales, que buscan mejorar su nivel de vida mediante la participación colectiva de la sociedad y de esta forma potencializar su propios recursos, es entonces cuando la denominación de desarrollo cambia y deja de ser regional, local o incluso territorial para convertirse en desarrollo rural.

De manera que, lo rural ha inspirado un nuevo concepto de desarrollo que ahora es estudiado desde diversas disciplinas, sobre todo sociales. Debido a que, la expresión rural proviene del término latín “*ruralis*” que significa “rusticidad” y a su vez del “*rus*” o “*ruris*”, que significan “campo”. Se entiende, que el campo y todos los labores relativos al mismo son entonces el objeto principal de desarrollo y que las personas y las condiciones de vida que estos poseen, deben cambiar su dinámica social hacia la modernidad para poder conseguir el anhelado desarrollo rural (Herrera Tapia, 2013).

A su vez, el desarrollo rural puede presentar otros enfoques mucho más puntuales que permiten conocer a profundidad diversas percepciones colectivas, sustentando otros puntos de vista; como es el caso del desarrollo rural integral y el territorial, cuyos enfoques basan sus esfuerzos en reconocer a la ruralidad como medio para el bienestar social de quien lo conforma.

2.7.1 Desarrollo rural integral

El desarrollo rural integral (DRI), era ya un factor de estudio desde los años ochenta, y era visto como un sector agrícola privilegiado siempre y cuando las acciones de productividad campesina estuvieran asociadas con la finalidad de acrecentar el bienestar común de la población rural. Dicho plan era marcado por tres partes: en primer lugar, el crecimiento del sector agrícola como la clave para llegar a un desarrollo rural integral; en segundo lugar, si el crecimiento del campo aumentaba entonces debido a esto los sectores secundarios y terciarios de producción se verían beneficiados y así se alcanzaría el desarrollo de manera simultánea; en tercer lugar, la sociedad como la fuerza importante en su propio desarrollo, esto debido a que si la población participaba en programas y políticas de cambio, harían realidad su proceso de transformación.

Si bien el lente con el que era mirado el DRI se acerca mucho a las definiciones actuales, procurando las distribuciones igualitarias sociales, ubicando al gobierno y a las empresas privadas en una nueva doctrina que sea capaz de re direccionar a líderes y cuadro políticos hacia un desarrollo humano en áreas rurales. Este cuerpo, que debe ser cread, a partir de la participación de la colectividad, debe reunirse para poder coordinar los recursos y esfuerzos de la población, para así canalizarlos en un plan operativo de trabajo que de mejoras visibles a la población y su producción agrícola.

2.7.2 Desarrollo rural territorial

Por el contrario el desarrollo rural territorial (DRT), nace del programa Relaciones entre Actividades de Desarrollo de la Economía Rural (LEADER, por su acrónimo en francés *Liaisons entre activités de développement de l'économie*), dichos programas LEADER I (1991-1994), LEADER II (1994-1991), y LEADER + (2000-2006), ayudan a reflexionar sobre el potencial que el territorio rural tiene desde una perspectiva longeva, sostenible, competitiva, y con colaboración institucional pública y privada, se habla entonces de hacer cambios en la idea de desarrollo rural desde la gobernanza (Herrera Tapia, 2013).

Es entonces, que a pesar de que el programa integra solo espacios de la Unión Europea, sirve de ejemplo para otras partes del mundo donde se busca reconocer los territorios de base comunitaria como variables que se fortalecen en ámbitos locales y productivos. El enfoque del desarrollo rural territorial también presupone la constante necesidad de planear participativamente, entre tres órdenes; los gubernamentales, creando gobernanza local, los institucionales, ubicando ayuda de sectores privados y la población como el verdadero agente de cambio sostenible.

Por lo anterior, es que el concepto de DRT, entiende que el territorio no es solo un espacio lleno de recursos, sino que por el contrario la verdadera relación entre la población y la auto gestión autónoma, es la herramienta para analizar los cambios que suceden en el espacio socioterritorial (Herrera Tapia, 2013).

2.8 El paradigma de la llamada nueva ruralidad

Cuando se reconoció que los agronegocios, las exportaciones y la tecnología desde el medio rural no habían mejorado las condiciones de vida de la población, para la cual habían sido diseñadas, se pensó entonces en término emergente que darían solución a los problemas que presentaba el medio rural, de esta manera es como se crea el concepto de *nueva ruralidad*. El concepto se concibe como: lo aquello que es rural nunca será igual en todas las partes del mundo.

Son cada vez más las personas que no trabajan en labores propios del campo, muchos de ellos incluso a pesar de vivir en el mismo, han comenzado a laborar en otros

sectores productivos como el terciario en especial en comercio y el de los servicios. Lo agrario ha perdido protagonismo, debido a que este ha sido superado por la pobreza en las zonas rurales, motivo por el cual las personas buscan nuevas formas de ingreso, que ya no tienen nada más que ver con el modelo occidental del desarrollo. Bajo este contexto es cómo surge el concepto de nueva ruralidad apoyado por la diversificación de actividades en el ámbito rural, con la finalidad de generar mayores índices de rentabilidad y alcanzar el desarrollo local.

De esta forma, se crean nuevas actividades económicas ubicadas en los espacios rurales, ejemplo de ellas son: las transformaciones de productos agrícolas y agrarios, productos ecológicos y orgánicos y el turismo rural: este último es parte del objeto de estudio, y se menciona como parte debido a que el turismo rural involucra una serie de diversas actividades enfocadas a mirar el campo con una óptica nueva, donde la agricultura es el principal motivo de desplazamiento de los turistas. Esto debido a que el turismo tradicional o también llamado turismo de sol y playa, ha ocasionado un deterioro de los lugares donde este es llevado a cabo, ocasionando desde ya hace algunos años saturación de turistas en busca del descanso.

Los pobladores de las zonas en playas o altamente turísticas son conscientes de las dificultades que atraviesan, incluso muchos de ellos con el motivo de evitar que la masificación llegue a índices incontrolables, en donde la gentrificación ya es una realidad; han propuesto un término conocido como turismo fobia, el cual antagonista a los turistas de los anfitriones, y que a pesar de que no es objeto del presente trabajo, resulta importante definir que la turismo fobia, en su definición tautológica se expresa como fobia al turismo y la aparición de actitudes de rechazo al mismo que van obligatoriamente unidas a acciones mediante las que ese rechazo se hace manifiesta públicamente (Huerte & Mantecón, 2018).

Por el contrario los pobladores de las zonas rurales son aún más conscientes de las dificultades que atraviesan, muchas de ellas económicamente, y han encontrado en el turismo rural una posibilidad de aprovechar el patrimonio cultural y natural como nuevos atractivos, que permitan impulsar el turismo en las localidades a través de la ayuda de gobiernos locales y actores claves de la localidad.

En este nuevo paradigma, la concepción del territorio y lo rural se sustenta en la valoración del espacio, sus recursos locales, la equidad laboral y la sostenibilidad, sosteniendo esto en mente se podrán articular estrategias que ayuden a que el turismo rural sea el otro turismo que toma a la localidad como la parte fundamental y no a los atractivos turísticos, como principales fuentes de ingresos.

La teoría ya está escrita, si bien ha falta que los gobiernos locales realicen ejercicios de gobernabilidad. De esta manera, se observa como con ya casi más de medio siglo han comenzado a aparecer diversos calificativos entono al desarrollo rural como: desarrollo rural integral o desarrollo rural territorial o incluso sostenible, así como conceptos de territorialidad, desde lo local y rural todo con enfoques endógenos, visto desde abajo hacia arriba y desde adentro.

Ah manera de resumen, la finalidad del enfoque “*nueva ruralidad*” no es el de desplazar un modelo agroexportador o de agronegocios, sino más bien es encontrar actividades complementarias para elevar los ingresos y mejorar el nivel de vida de todas las personas en las zonas rurales. En este sentido el turismo rural tiene una visión viable para poder impulsar el desarrollo del medio rural a través de actividades encaminadas al desarrollo local.

2.9 El Turismo

El turismo es un proceso complejo que constantemente evoluciona a la par de las trasformaciones sociales, institucionales y la modernización tecnológica, incluso al mismo tiempo que el crecimiento económico, esta definición era la que autores como: Mathieson y Wall, daban en 1986 o Fernandez Fúster en 1991. Pero en realidad el turismo es un proceso social, es más bien un sistema que involucra actores clave como “los anfitriones, receptores y los turistas, como emisores”.

Si bien, el turismo ha sido estudiado desde diversas pespectivas, muchas de ellas del ramo economico administrativo y algunas otras desde la pespectiva social, entonces el turismo es tan complejo que debe ser estudiado desde diversas aristas. Bajo estas premisas es posible distinguir al turismo desde dos escuelas evolutivas, cada una aportando a diversos aspectos involucrados con los viajes.

2.9.1 Aproximaciones conceptuales y evolutivas del turismo

¿Es el turismo, una actividad humana que implica un viaje con retorno? Como lo mencionaba el autor Luis Fernández Fúster en 1967. Si bien, lo cierto es que muy probablemente los viajes hayan dado lugar a la etimología de la palabra turismo, sin embargo la falta de consenso con respecto a su origen crea distorsión, por un lado se cree que comenzó como una expresión oral originada de la palabra inglesa “*turn*” misma que se a relacionado con los viajes desde la publicación del Libro de los Números en el siglo II d.C, y esta a su vez de “*tornare*” derivada del latín y del sufijo “*ismo*” cuyo significado es viaje circular (Fernández Fúster , 1967).

Sin embargo a pesar de la discusión sobre el significado de los término de turismo, no se puede dejar atrás la creciente evolución que la actividad social ha tenido y es que de acuerdo con la escuela histórico evolutiva apoyada de autores como Krapf & Hunziker en 1942, Turner & Ash en 1991 y Sergio Molina en 2006, el desplazamiento ah pasado por diversas etapas, las cuales se explican a continuación en la figura 3.4.

Tabla 2.4 Evolución del turismo de acuerdo con la escuela histórico evolutista.



Nota: las etapas del turismo no deben ser tomadas como únicas, debido a que la escuela eternista propone solo tres etapas de evolución “pre turismo, turismo, turismo social”. Elaborado por Ardila, 2015 de acuerdo con (Krapf & Hunziker, 1942., Turner & Ash, 1991 y Molina, 2006).

El aturismo es la etapa previa a los viajes, es decir cuando aún no existían actividades que involucrarán el desplazamiento humano con fines de ocio, el pre turismo es la época de formación del turismo, cuando aún no se formaba como tal el concepto pero ya había indicios de actividades (viajes), es importante escribir que esta acción comenzó de forma distinta en diversas partes del mundo debido a que los viajes incluso rudimentarios se documentaron en diversas épocas.

De acuerdo con varios autores el periodo comprendido como turismo se dividió en dos secciones el turismo aristocrático, el cual era realizado por jóvenes burgueses con la intención de poseer mayor cultura sobre los países que rodeaban a su nación, y el turismo de masas surgiendo en el siglo XX posterior a la Segunda Guerra Mundial asociándolo a

un fenómeno socioeconómico contrario a la época anterior. El posturismo, etapa en la que nos encontramos de acuerdo con Sergio Molina se ubicada por los avances tecnológicos que han permitido nuevas percepciones del territorio en donde se practica el turismo.

Como se ha hecho mención, el turismo puede tener diferentes orígenes evolutivos, incluso se ha pensado que el tiempo libre, la recreación y el ocio son el origen de esta actividad humana. Por el contrario, en la búsqueda de un concepto ideal que defina el turismo se han localizado diversas percepciones sobre este, en particular la propuesta por el comité de expertos en estadística en 1937, la cual menciona que el turismo son las “actividades de desplazamiento y estancia en lugares distintos al de su entorno cotidiano, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a 1 año con diversos fines y cuyos viajes no está relacionado con el ejercicio de una actividad remuneración económicamente en el lugar visitado”. Esta definición se aplica tanto para turismo interno como externo e incluye a los turistas (viajeros que pernoctan en el destino) y excursionistas (viajeros de paso en el destino) (ONU TURISMO, 2000).

Años más tarde, en 1965 en México se celebraría el Congreso Internacional de Sociología, donde se definió al turismo como “el conjunto de interacciones humanas temporales o transeuntes, que incluye servicios de transportes, hospedaje, diversión, y/o educación, con fines tan diversos como los deseos humanos” (Cárdenas Cutiño, 2002). Otra definición fue publicada en 1967 por la Unión internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT) quien definió al turismo como “la suma de las relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales” (De la Torre Padilla, 1980) , sin embargo esta definición no toma en cuenta elementos tales como los desplazamientos temporales o voluntarios ni sus motivos de viaje: recreación, ocio, descanso, cultura o salud ni las relaciones interculturales que el turismo pueda generar.

Posteriormente, durante la conferencia de la Organización Mundial de Turismo (OMT) celebrada en París en 1985, se cuestionó el antiguo concepto de turismo propuesto por los expertos en estadística en 1937 y se propuso su extensión para incluir todo desplazamiento de individuos sin tomar en cuenta sus motivaciones. Más adelante,

en junio de 1991, la misma organización, durante su Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes, revisó y actualizó sus conceptos estableciendo la actual definición: “el turismo comprende las actividades de personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su ambiente usual durante no más de un año consecutivo con fines de gozar de tiempo libre, negocios u otros” (ONU TURISMO, 2000).

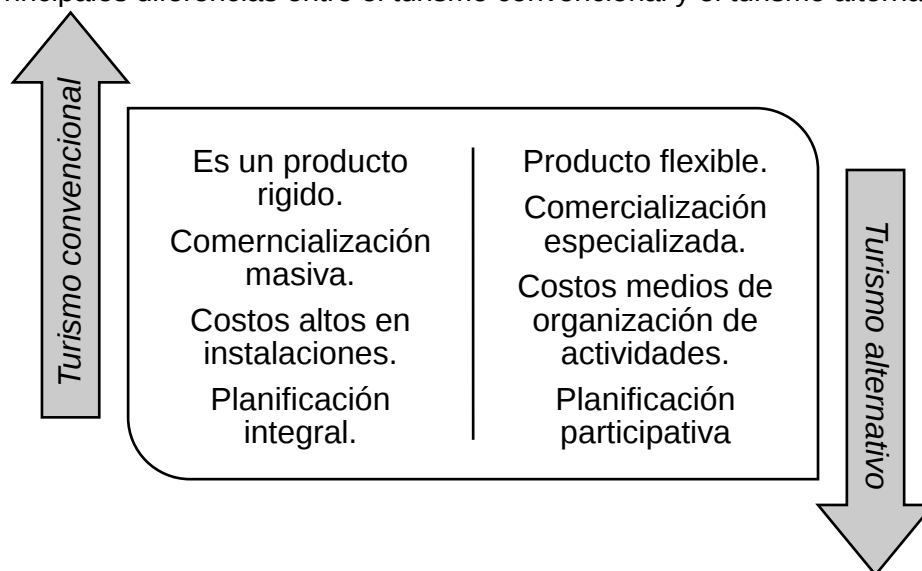
En resumen, el turismo es aquella actividad humana que involucra industrias (empresas) y personas capaces de suministrar experiencias en los viajes, con fines de recreación y ocio permitiendo el desplazamiento fuera del lugar habitacional del viajero y la interculturalidad con la comunidad receptora. El turista es entonces aquella persona que practica esta actividad social y pernocta en el territorio como parte de su viaje, mientras que el excursionista por el contrario no lo hace.

El turismo tiene tantas formas de poder ser realizado que ha permitido que cada vez exista mayor población con deseos de desplazarse hacia otros lugares. Si bien los destinos más visitados son los de sol y playa, a partir de los años 50's una nueva forma de hacer turismo responsable cambio el panorama turístico, y motivo el desplazamiento de viajeros a localidades rurales con virtuosos atractivos naturales y culturales, este turismo se conoció como turismo de naturaleza o alternativo ya que fue una opción inteligente para desmasificar los destinos de mar, e involucrarse con la cultura de las comunidades.

2.9.2 Turismo alternativo y su concepto

El concepto de turismo alternativo, o también llamado turismo de naturaleza surge como una disyuntiva al turismo de masas, donde se buscaba principalmente desmasificar los territorios que son asediados por turistas con fines recreativos y/o de ocio. Las playas son los lugares más afectados por este tipo de actividad debido al crecimiento de turistas que debilitan el territorio. Este tipo de turismo (de naturaleza) se conformó como una respuesta a la diversidad de los destinos turísticos, y a dejar de ver solo a los destinos como un disfrute de sol y playa como únicos espacios de tiempo libre. El siguiente cuadro es una representación gráfica de las diferencias entre el turismo convencional o tradicional y el turismo alternativo o también llamado turismo de naturaleza.

Tabla 2.5 Principales diferencias entre el turismo convencional y el turismo alternativo.



Nota. El gráfico menciona como se formaron los dos tipos de turismo estudiados y el cómo son vistos en la actualidad por teorías del turismo. Elaboración propia a partir de diversos autores.

Por consiguiente, esta tipología de turismo alternativo se entiende como aquellos viajes que han representado como particularidad, el excursionar o pernoctar en áreas alejadas de la urbanización y de las masificaciones, y en donde se permite incursionar en actividades teniendo contacto con la naturaleza, el respeto a la cultura y el folklore de la localidad receptora, respetando la conservación de los recursos naturales, culturales y la formación de la identidad de la comunidad.

El turismo de naturaleza puede a su vez ser un tipo de turismo minimalista o integral según sea el caso y su forma de desarrollo; es decir, el turismo minimalista es aquel que fomenta oportunidades de aprendizaje comunitario de una manera superficial, concentrándose en el estudio o entendimiento de determinadas comunidades o zonas naturales que se consideran como iconos del destino, este tipo de turismo no busca transformar los valores o el comportamiento de los turistas involucrados, sino más bien está orientado a mantener el estado original en que se encuentre el territorio, sin llegar a alterarlo y sin busca mejorar la situación del destino turístico concentrándose principalmente en un aspecto de folklorización¹², dejando a un lado los elementos que

¹² Ésta fue la que reemplazó a la noción de “idolatría” en el sistema de representaciones de nuestras poblaciones y se dio a partir de un giro táctico producido para el continuum de la dominación colonial. Así, de un proceso de extirpación explícito se ha transitado hacia otro, encubierto, que ha servido para anular los procesos y prácticas rituales ancestrales.

son auténticos para la comunidad.

Por lo contrario, el turismo de naturaleza integral; maneja una perspectiva holística. Este tipo de turismo integra y percibe los elementos de una manera mucho más aguda con respecto a la comunidad, las costumbres y lo que se considera tradicional e identitario para la localidad., además fomenta el profundo entendimiento de la comunidad donde se lleva a cabo, buscando cambiar las actitudes y comportamientos de los participantes (turistas y visitantes). Este se inclina por un cambio positivo de tipo global, y tiene como objetivo el mejorar la situación actual del destino, sin cambiar a la población, la tradición o las costumbres heredadas y se presenta en un contexto donde se incluye a las comunidades locales como algo valioso y preservativo.

Ante todo lo anterior, la minoría de visitantes que siempre ha representado el turismo alternativo se está convirtiendo ahora en una mayoría de personas que buscan desplazarse cada vez más a destinos naturales, buscando espacios llenos de naturaleza y teniendo contacto con comunidades que anteriormente no eran consideradas turísticas, esto puede tener pros y contras debido a que las comunidades en su mayoría son beneficiadas económicamente con la llegada de visitantes o turistas, pero por el contrario pueden sufrir grandes cambios de urbanización temporal que afecten al territorio y su desarrollo, además de cambios significativos en tradiciones que deben ser desarrolladas ahora como una forma de entretenimiento y no como algo auténtico, la llamada –folklorización–.

2.9.3 Sub clasificaciones de turismo alternativo y sus formas de práctica

Si bien, dentro de este contexto, el turismo alternativo cuenta con una subdivisión de turismo especializado en diversas actividades que se desarrollan en diversos espacios naturales, y que promueve una forma de realizar desplazamientos con la finalidad de poseer mayor conocimiento sobre las comunidades y formas de vida, la realización de actividades deportivas de alto riesgo y la observación y cuidado de la diversidad biológica en la zona. Estos subtipos de turismo son (el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural), los cuales se abordan con mayor profundidad a continuación.

2.9.3.1 Ecoturismo

El ecoturismo es un tipo de actividad turística en donde el visitante observa, aprende, descubre, experimenta y aprecia la diversidad biológica mundial, con una actitud responsable y de sensibilización para la conservación de la biodiversidad, ayudando a minimizar el impacto negativo del ecosistema y así proteger su integridad y fomentando el bienestar de la comunidad local, para el uso de dichos recursos (ONU TURISMO, 2017).

Es en el ecoturismo donde se llevan a cabo actividades relacionadas con el respeto al medio ambiente y su conservación como las mencionadas a continuación: observación, cuidado y rescate de flora y fauna, observación de ecosistemas, observación geológica, observación del patrimonio natural, observación de fósiles, observación sideral (cosmos), safari fotográfico, senderismo interpretativo, talleres de educación ambiental, investigación biológica.

2.9.3.2 Turismo de aventura

El turismo de aventura es un tipo de turismo que tiene lugar en destinos con características geográficas y entornos específicos y tiende a asociarse con una actividad recreativa física-deportiva, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo para el turista (ONU TURISMO, 2017).

En el turismo de aventura se llevan a cabo actividades en tres elementos naturales (tierra, aire y agua) dando una posibilidad increíble de atractivos enfocados al turismo deportivo. Algunas de las actividades que se pueden realizar son las siguientes:

Tabla 2.6 Principales actividades desarrolladas en el turismo de aventura.

Actividades en agua	Actividades en aire	Actividades en tierra
Buceo autónomo Buceo libre Espeleobuceo Descenso de ríos Kayakismo Pesca recreativa	Vuelo en globo Vuelo en ala delta Vuelo en parapente Vuelo ultra ligero Paracaidismo	Montañismo Rappel Cañonismo Cabalgatas Escalada Espeleísmo Cabalgata Ciclismo de montaña Senderismo o caminatas

Nota. Cada actividad corresponde al elemento en que se aborda, de forma que el turismo de aventura es el tipo de actividad que propone un nuevo tipo de turismo conocido como deportivo. Elaboración propia de acuerdo con (SECTUR , 2002).

2.9.3.3 Turismo rural

En una primera acepción, y esto debido a que existe el tema en particular de “turismo rural” en esta investigación, en donde se abordará más adelante el concepto de este tipo de turismo con mayor énfasis. Se pueden mencionar que de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo por sus siglas en inglés UNWTO, son los tipos de viaje que se llevan a cabo para brindar experiencia al visitante y estos están relacionados con un amplio espectro de productos turísticos vinculados por lo general con las actividades desarrolladas en comunidades como: la agricultura, las formas de vida de la localidad y las culturas de las periferias (ONU TURISMO, 2017).

Recapitulando, se sabe entonces que el turismo de naturaleza es una estrategia mundial para posicionar a nuevos territorios turísticos, como referentes en la práctica de cambiar el turismo tradicional que se llevaba a cabo desde épocas antiguas, a una modificación de concientización de nuevos espacios turísticos y dignificación de comunidades, permitiendo que las localidades que presentan condiciones propicias para desarrollar este tipo de turismo sean las principales beneficiadas obteniendo así, un ingreso secundario y que además puedan ofertar actividades significativas para el desarrollo de la actividad.

Esto a su vez, permite al turista comprender las lógicas locales visualizando el turismo de una forma mucho más holística, y estableciendo un respeto por el medio ambiente y los habitantes de cada región en donde se lleva a cabo el turismo de naturaleza. Es sin duda un tipo de turismo que ayuda a tanto a viajeros en su desarrollo de aprendizaje como a la comunidad involucrada con el movimiento.

2.10 El concepto de lo rural

A través del tiempo el concepto de *lo rural* se ha diversificado, y es que gran parte de las aportaciones hechas señalan que esta tiene una representación agrícola, además, rememoran un sentido rústico y una falta de sofisticación de quienes lo habitan o llevan

a cabo, de igual forma se ha considerado desde finales del siglo XX que lo rural, agrario, espacio abierto, sociedad campesina y el campo son sinónimos.

A pesar de los esfuerzos de diversos autores por definir lo rural, aún no hay un concepto claro en contraposición con el ya desarrollado para lo urbano, y esto hace que existan contraposiciones al momento de definirlo. Por un lado., se establece a lo rural como aquel espacio donde se lleva a cabo la agricultura y la ganadería como principales actividades económicas; también., en algunas definiciones se orienta a puntos de vista demográficos y formas en las que se distribuye del espacio poblacional, es decir que si se trata de una población dispersa, o si se habita en áreas de menor tamaño poblacional a las urbanas estas conformaran el espacio rural, y por su parte en geografía se enfatizan los caracteres territoriales y poblacionales que diferencian a lo urbano de lo rural indicando incluso en México, el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), que lo rural es aquel espacio con no más de 2.500 habitantes¹³ (OECD, 2020).

Sin embargo, a pesar de los criterios demográficos establecidos por el (INEGI) este a su vez considera los siguientes: El político-administrativo, que asigna la cualidad de lo rural o urbano de acuerdo a la localidad y su nombramiento como cabecera municipal¹⁴, o cuenta con determinada categoría política (ciudad). Por otro lado., el factor económico es determinante puesto que el perfil industrial o comercial de la localidad puede clasificarla como urbana y/o rural. La infraestructura en nivel de servicios como: hospitales, escuelas, transporte, electricidad, caminos y carreteras que brinden accesibilidad, y servicios básicos como (agua, electricidad y telefonía) son factores a considerarse para determinar si un área es urbana o rural. Por último, geográficamente y el uso de criterios de centralización como: las distancias de la localidad a centros urbanos o su accesibilidad a estas, distinguen también las áreas rurales (INEGI, 2005).

¹³ En México, se considera una “localidad rural” como aquella con menos de 2,500 habitantes, mientras que la población rural de entre 2,500 a 4,999 habitantes se le considera como “localidad rural ampliada” y las “áreas no urbanas” deben poseer más de 5,000 habitantes en la zona para poder ser llamadas así (INEGI, 2005). Esto respeta una lógica del país puesto que en otros países sobre todo Europeos la zona rural se configura dentro de los 10,000 habitantes.

¹⁴ La cabecera municipal es la localidad que sirve como un tipo de capital para el territorio, siendo además donde se ejecuta la acción administrativa de un ayuntamiento, y el lugar en donde se ubica el poder público municipal.

La literatura académica ha tratado de definir *lo rural* basándose en múltiples disciplinas, como la antropología, la economía, la geografía y la sociología con autores como (Thünen, 1820; Zimmerman & Sorokin, 1929; Christaller, 1933), mismos autores que en sus teorías han escrito que la densidad de población rural y sus diferencias con la urbanización no son criterios suficientes para dar un concepto comprobable de lo que es el área rural, por ello usando la técnica de Max Weber creada en 1904 “tipos ideales” se podrá hacer un análisis claro de lo rural contra lo urbano, ejemplificado en la siguiente tabla.

Tabla 2.7 Principales diferencias entre los rural y lo urbano.

Particularidad	Lo rural	Lo urbano
Ocupación / empleo	Agricultura y ganadería principalmente y personas que no se incluyen en este tipo, pero ellas no componen el objeto de lo rural.	Predominio del ejercicio económico-industrial y actividades profesionalizantes sin actividades agrícolas.
Sectores económicos	Sector primario, el campo como principal fuente de ingresos.	Sector secundario y terciario, la manufactura, el comercio y los servicios como principales fuentes de ingresos.
Entorno	Relación directa con la naturaleza y menor interacción con las obras humanas.	Aislamiento de la naturaleza y mayor interacción con el medio edificado como obra del hombre.
Densidad	De acuerdo con (INEGI, 2005) está debería ser de menor tamaño poblacional que la urbana.	Mayor tamaño poblacional en comparación con la rural superando los 5,000 habitantes.
Diferenciación	Espacio heterogéneo	Espacio homogéneo
Migración y movilidad	Movilidad territorial de la población baja, con mayor alza a la migración campo-ciudad.	Movilidad territorial de la población alta, con menores índices de migración ciudad-campo.
Interacción	Predominio de las relaciones personales relativamente duraderas, y el hombre interactuando como una persona.	Predominio de las relaciones causales y poco duraderas, y el hombre interactuado como una dirección y un número.
Vivienda	Tipo horizontal (casas de no más de 2 niveles).	Tipo vertical (casas de más de 2 niveles) y multifamiliares con edificios con muchas viviendas.
Longevidad	Depende del país pero en el caso de México y de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud	Esperanza de vida mayor que en el campo de acuerdo con la

	(OMS), la esperanza de vida es menor que en la ciudad.	(OMS) y en caso exclusivo de México.
--	--	--------------------------------------

Nota: la diferenciación se realizó por el modelo “tipos ideales” propuesto por Weber en 1904, y el cual permite dar una visión resumida y genérica de ambos conceptos. Elaboración propia de acuerdo con (Zimmerman & Sorokin, 1929).

La teoría académica, también ha destacado mediante estudios rurales realizados a nivel mundial que puede existir una propuesta en la que se clasifiquen las diversas conceptualizaciones de lo rural, un ejemplo de esta es la aportada por el profesor de geografía de la Universidad de Exeter en Reino Unido, Paul Cloke quien en el año 2006 publicó el libro “*Handbook of Rural Studies*”. El mismo autor en el segundo capítulo escribe sobre la conceptualización de la ruralidad, la cual es posible identificar mediante tres enfoques: 1) el *funcional*, en donde es posible reconocer los elementos del área, como los asentamientos humano pequeños y la identidad del lugar creada por el entorno natural., 2) el *económico-político*, la cual es una conexión entre la macroeconomía nacional e internacional y el área rural, entendiendo que lo que ocurre en el interior de la ruralidad construye factores que operan fuera del mismo, y por último., 3) la *construcción social*, en la cual el autor menciona que el espacio y la sociedad rural como entidades que forman valores, culturas y modales en conjunto.

Si bien, la idea de la ruralidad parece estar firmemente arraigada en los discursos populares sobre el espacio, el lugar y la sociedad en el mundo occidental, no debería ser vista de la misma forma en las “*epistemologías del sur*”. Aunque la nomenclatura precisa dedicada a la idea a menudo es específica del contexto (observa las diferencias a veces sutiles pero siempre importantes en términos como rural, campo, endógeno, agrícola, entre otros), el concepto de ruralidad sigue vivo en la cultura popular, los imaginarios y las prácticas cotidianas del mundo moderno. Por lo tanto, lo rural se erige tanto como un espacio imaginativo, significativo, y con conexión con todo tipo de significados culturales que van desde lo idílico hasta lo opresivo, y como un objeto material del deseo de estilo de vida para algunas personas, por ende lo rural es un lugar para mudarse, comenzar a cultivar, visitado solo para unas personas en vacaciones o el encontrar diferentes formas creadas por la naturaleza, en general funciona como una práctica de alternativas contrarias a de las ciudades (Cloke, 2006).

Ahora bien, el sentido de lo que se considera rural para la población que habita el espacio, es totalmente diferente aquella otorgada por individuos que han estudiado desde fuera y desde arriba a la ruralidad, puesto que para autores la población local, es decir lo rural., “es el espacio (pueblo) rodeado de formaciones geológicas, edafológicas, topográficas e hidrológicas, con una baja densidad poblacional en comparación con la urbe”, estas características describen la zona de estudio, y muestran lo complejo que puede ser lo rural.

En el caso de Huejotzingo, lo socioterritorial entre lo urbano y lo rural esta complementado incluso pareciendo que la zona rural es ahora objeto de consumo del área urbana, esto debido a la creación de nuevos espacios que han favorecido la edificación de viviendas en las zonas laterales a la comunidad, y la construcción de infraestructura que permite reducir distancias entre la Ciudad de Puebla y Huejotzingo con solo 35 minutos de distancia entre una y otra. Frente a esta diversificación se apuesta por iniciativas que benefician a la localidad privilegiando su potencial endógeno.

Dicho potencial obedece a dos factores; El primero, los pobladores urbanos con motivación para desplazarse a espacios alejados de la urbe para poseer tranquilidad, y los medios naturales como parte de su aprovechamiento recreativo; El segundo, el reconocimiento de la cultura como un modal y/o valor local que muchas personas desean morar. En este contexto el turismo y sobre todo el de naturaleza se muestran como factores determinantes para la revalorización y dignificación de los recursos naturales y culturales que pueden ser detonados en la zona de Huejotzingo, procurando también la integración de la sociedad rural como principales beneficiados de esta práctica redefiniendo el medio rural como una nueva forma que responda a cambios políticos, económicos y sociales. A esta nueva dimensión se le conoce como turismo rural.

2.11 Turismo rural

El turismo rural se define de acuerdo a la Secretaria de Turismo (Grupo Intersectorial de Turismo de Naturaleza) como aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma (SECTUR, SEMARNAT, FONATUR, UNAM, ICTUR, SUSTENTUR, 2016). El propósito es

experimentar el encuentro con las diferentes formas de vivir de las comunidades que habitan en un ambiente rural y además sensibilizar sobre el respeto y valor de su identidad cultural.

En este se pueden llevar a cabo diversas actividades que funcionan como motivadores de viaje y además como factores que proporcionan recursos económicos secundarios a la sociedad rural, siempre y cuando sea ella quien los desarrolle. Tales ejemplos lo son: los talleres artesanales, el etnoturismo y el turismo indígena, lo eco-arqueológico, las vivencias místicas, el aprendizaje de dialectos, la toma de fotografía rural, los talleres de cocina tradicional, la preparación y el uso de la medicina ancestral y el agroturismo. La siguiente tabla conceptualiza cada una de las actividades anteriormente mencionadas y su valor en las localidades rurales.

Tabla 2.8 Conceptualización de cada una de las actividades desarrolladas en el turismo rural.

Actividades desarrolladas en turismo rural	Conceptualización
Talleres artesanales	Son representaciones prácticas de los oficios que los artesanos desarrollan en cada localidad, y estos a su vez tienen como finalidad demostrar el valor del arte y el conocimiento que generaciones atrás que manipulaban materiales como la madera, los textiles, los tejidos, los papeles, las palmas, el uso del barro entre otros.
Etnoturismo	Aquellas actividades que puede realizar el turista, teniendo como medio el encuentro con pueblos indígenas (Morales González, 2008), muchas de las actividades en esta tabla también forman parte del etnoturismo
Turismo indígena	Participación de los pueblos originarios en la oferta de servicios turísticos, buscando su interacción con los turistas de forma responsable y solidaria con la identidad cultural y el respeto con la naturaleza (Morales González, 2008).
Eco-arqueología	Visita a zonas arqueológicas que son protegidas con fines de conservación. El objetivo de esto es dar veracidad a la relación de civilizaciones antiguas con el entorno natural y social.
Vivencias místicas	Experiencia en la que se pretende alcanzar el grado máximo de unión entre el ser espiritual (alma) y el ser material (cuerpo). Mediante una conexión sagrada en lo terrenal.

Aprendizaje de dialectos	Motivación a conocer la lengua nativa del lugar de visita, a través de sus costumbres, organización gramática y sus expresiones lingüísticas.
Fotografía rural	Captura de imágenes que muestren las manifestaciones naturales, sociales y culturales del entorno rural.
Talleres de cocina tradicional	Es la transferencia de conocimientos culinarios, que muestran la diversidad cultural, histórica y económica que existe en cada localidad rural, esto a través de insumos, preparaciones y enseres de cada individuo.
Preparación y el uso de la medicina ancestral	Saberes ancestrales basados en creencias, idolatrías y experiencias de culturas, comprobables o no que son usadas para mantener la salud y al prevención de patologías.
Agroturismo	Actividades desarrolladas en su mayoría en el campo rural, como la agricultura cuya presencia contribuye como factor económico de supervivencia para muchas sociedades y la interacción de la ruralidad con la urbanidad.

Nota: Actividades turísticas que pueden ser desarrolladas en entornos rurales, como parte de su oferta turística. Elaboración propia de acuerdo con varios autores.

Es entonces, el turismo rural aquellos viajes que forman una vinculación respetuosa con la naturaleza y la cultura permitiendo el desarrollo de actividades turísticas en favor de la comunidad rural, tomando en cuenta tres factores importantes para su implementación: 1) la *política ambiental*, la cual deberá enfocarse en el aprovechamiento y no la explotación de los recursos naturales de cada localidad con fines turísticos., 2) el *uso de los ecosistemas*, es de importancia considerar el uso del suelo y del entorno natural para el desarrollo de actividades turísticas que no dañen el paisaje., 3) el *ordenamiento ecológico*, tomando en cuenta planes de acotación de espacios para el desarrollo turístico y la correcta disposición de desechos, de manera que la imagen turística percibida y la comunidad local no se vean afectadas por la contaminación.

Con lo anterior, y con lo citado por la Conferencia de Rio, “la cumbre de la tierra” por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) celebrada en 1992, se consolida la forma de ver al turismo rural como un impulsor de las sociedades, que promueve el desarrollo regional y local al mismo tiempo que minimiza el deterioro medio ambiental, esto debido a que los recursos naturales no han sido dañados por la masificación de turistas (Martínez Tarrago, 1999). Eso claro es lo que pensaba a finales del siglo XX,

cuando la masificación estaba solo relacionada con destinos de sol y playa, en la actualidad sería conveniente replantearnos si el turismo llevado a cabo en el medio rural frena el deterioro de los ecosistemas.

2.11.1 Antecedentes del turismo rural

Los orígenes del turismo rural se ubican en Europa, ya que a finales de la década de los años 30's era común la visita a lugares cercanos a montañas, montes y peñas, estos lugares tenían la finalidad de hacer que los visitantes de las zonas urbanas se desahogaran en medios naturales de aquel estrés provocado en las urbanidades., con el paso del tiempo se prefirieron otros lugares con prioridad por el aire fresco y el agua con cualidades curativas.

Sin embargo, el antecedente más notable sobre la aparición de este tipo de turismo fue en los años 50's después de la segunda guerra mundial (1939-1945), cuando surge el turismo rural como una estrategia que complementada por los gobiernos europeos tenía la finalidad de recuperación a las zonas afectadas tras los bombardeos de la guerra con el objetivo de alentar el desarrollo local y rural de las zonas (Dachary, 2005). Esto permitió que diversos países de occidente desarrollaran estrategias que alentarán la atracción de turistas como las marcaba Adriano Ciani en el 2003 en los siguientes puntos:

- **Austria**, comienzan a pernoctar personas en las haciendas del país, y se fija un número de huéspedes para ocuparlas y donde además el personal perteneciente al predio se ve beneficiado con la derrama económica.
- **Alemania**, las vacaciones se realizaban en haciendas agrícolas siendo una alternativa para aquellas familias ante las dificultades en la agricultura.
- **Bélgica**, Formación de paquetes turísticos que incluían hospedaje en predios rurales, comidas y recorridos de agro-camping.
- **Dinamarca**, los habitantes del país comienzan alquilar sus casas o habitaciones de estas para los turistas, ofreciendo la posibilidad de que el visitante pueda cocinarse a sí mismo, y disfrute de todas las comodidades de su hogar pero en un alojamiento ruralidad, desarrollando otras actividades como paseos en bicicleta, nado y pescas. Esto es sin duda alguna el antecesor de los Aibnb "*Air bed and breakfast*" actuales.

- **España**, el principal motivo de viaje es la visita a bodegas productoras de vino, consolidándose en el territorio el enoturismo.
- **Francia**, el gobierno ayuda a pequeñas casas de campo agrícolas otorgándoles un rédito complementario para el desarrollo de actividades turísticas.
- **Holanda**, las zonas rurales basaban el turismo rural en actividades de agroturismo.
- **Portugal**, el turismo era organizado por el agricultor, realizando actividades de agroturismo y la caza de animales.

Para México, el turismo rural tiene su auge a partir de los años 70's, es decir veinte años después del aumento de turistas en los destinos de sol y playa, y el inicio de la actividad turística en el medio rural se inicia en el estado de Nayarit tomando como referente la construcción de hoteles en zonas ejidales, además de la integración de fideicomisos para que las zonas comunales se integraran a proyectos relacionados con el turismo, en donde los pobladores tenían un papel fundamental en la toma de decisiones y manejo de estos complejos turísticos.

Si bien, como se ha hecho mención con anterioridad el turismo rural es mucho más antiguo, sin embargo la construcción de planta turística es un parteaguas para tomar como referencia a esta actividad y su desarrollo, además se tiene noción de instituciones que años después apoyarían también el crecimiento de turistas en la localidad, como lo fue el Fondo Nacional de Apoyo a Empresas Sociales (FONAES) a quien se le considera como el pionero real del turismo rural en México y que durante la década de los años 90's apoyó en forma directa a once estados de la república, la mayoría de ellos con altos índices de población indígena y pobreza rural.

Como se ha hecho mención, el turismo rural surge en la década de los años setentas en México como parte del entorno social y económico que se desarrollaba en esa época, y que ayudado por la intervención del gobierno mexicano, observaba el deterioro de las actividades agrícolas en las comunidades rurales. Es por esto, que en la misma década en que el turismo rural se concebía también aparecía otros conceptos como el del ejido turístico, el cual fue legitimado a partir de la ley agraria que a la letra dice en su artículo 144 menciona:

La explotación industrial y comercial de los recursos no agrícolas, ni pastales, ni forestales de los ejidos de las comunidades, especialmente aquellos que puedan aprovecharse para el turismo, la pesca o la minería, sólo podrá efectuarse por la administración del ejido en beneficio de sus miembros, directamente o en asociación en participación con terceros, mediante contratos sujetos por esta Ley y a las autorizaciones que acuerde la Asamblea General de ejidatarios y la Secretaría de la Reforma Agraria (Ley Agraria, 1992).

En observación, con lo anterior y el deterioro que los campos vivían a nivel mundial fue necesario desarrollar actividades turísticas que pudieran recuperar los territorios agrícolas y beneficiar a las familiar y ejidatarios, por ello el desarrollo de estrategias vinculas al campo en donde el turista pudiese adentrarse al mismo, por medio de actividades relacionadas con la elaboración de conservas, derivados de lácteos, cultivo varios entre otras. A esta actividad ahora turística se le conoce como agroturismo.

2.11.2 Agroturismo

El agroturismo o también llamado “turismo agrícola”, *agritourism*” o “turismo de granja” comprende actividades desarrolladas en su mayoría en el campo rural., teniendo a la agricultura como principal ejercicio, y cuya presencia contribuye como factor económico secundario para muchas sociedades. Cuando el turista práctica el trabajo en el campo le permite interactuar y reconoce sus formas de vida, haciendo un vínculo entre la tierra (campos de cultivo) y el conocimiento de la población.

Aun cuando, el turismo se ha convertido en uno de los movimientos más importantes en los último años; permitiéndole generar considerables ingresos propios del alojamiento, oferta de actividades realizadas por los viajeros y por supuesto por su alimentación. Es esta última la que es capaz de generar hasta un porcentaje considerable al gasto turístico, por ende es de importancia vincular la agricultura con el turismo sobre todo en zonas en las que la actividad turística se pueda potencializar. De manera específica, en la ruralidad o las periferias cuyas características presentan limitantes en infraestructura, despoblación por procesos de migración y el parcial abandono de la agricultura como actividad primaria.

A principios del siglo XXI surgió un ejemplar de desarrollo rural, concebido como desarrollo “neo-endógeno” el cual se conceptualiza como el cambio interno hecho por las comunidades, para poner en valor sus recursos locales, permitiendo el desarrollo de actividades dentro del agroturismo, como las mencionadas a continuación:

Tabla 2.9 Conceptualización de cada una de las actividades desarrolladas en el agroturismo.

Agroturismo	Tipo de actividades	Características
	Agave turismo	Actividades relacionadas con la visita a campos de Agave, donde se puede observar el crecimiento de las especies “ <i>Agavaceae</i> ” en zonas áridas y la práctica para la obtención de los destilados por medio de maestros destiladores y campesinos.
	Enoturismo	Visita a campos productores de “ <i>vid</i> ” con la finalidad de vivenciar los procesos de recolección, fermentación y guarda del vino previo a su venta, permitiéndole al turista integrarse en el campo “viñedos”
	Crianza de animales	Es la práctica rural que permite crear un vínculo de respecto con los animales, por medio de la alimentación y el cuidado de los mismos.
	Cultivos varios	Actividades encaminadas a impulsar los territorios de siembra en comunidades rurales con la finalidad de reconocer a la agricultura como el segmento primario de la alimentación.
	Ferias y festivales rurales	Son eventos marcados por la celebración de fechas determinadas, que sobre todo corresponden a celebraciones patronales o solo la venta y exposición de artículos propios de la comunidad “ <i>per se</i> ”.
	Talleres de elaboración de pan	Son cursos en los que se instruye al turista sobre la

		elaboración de panificación artesanal o propia de las zonas rurales, siendo el producto un símbolo de tradición e ideologías marcadas.
	Talleres de elaboración de quesos	Ayuda al viajero a comprender el papel de los fermentos lácticos y su importancia en la ruralidad, como productos de las cocinas regionales.
	Talleres de cocina	Entornos dedicados al aprendizaje de cocina tradicional de las zonas con la intención de reconocer a la cocina no solo como un espacio sino como conjunto de simbolismos y hábitos presentes en la historia humana.
	Rutas agrícolas	Caminos trazados que marcan el sendero de campesinos hacia su trabajo primario en el campo. La agricultura permite instruir al turista en el trabajo de campo permitiéndole recolectar y conocer las bondades de este.

Nota: Actividades turísticas que pueden ser desarrolladas en algunos entornos rurales, como parte de su oferta turística. Elaboración propia.

El agroturismo es entonces una modalidad turística que se lleva a cabo en las periferias de la urbanidad (granjas o plantaciones de cultivos), donde los habitantes obtienen un ingreso secundario facilitando alojamiento, alimentación y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios como formas de turismo rural (González, Espeitx Bernat, & Serrano Barquín, 2015). De esta sub clasificación de turismo se crean rutas que permiten reconocer el patrimonio de las comunidades y el trabajo en el campo, y las cuales son el principal motivo de esta investigación.

2.11.3 Rutas Agroturísticas

Las rutas agroturística surgen como actividades desarrolladas dentro del turismo rural siendo formas de ayuda socioeconómica para las comunidades y asumen el término del agroturismo desde la perspectiva donde incluye el accionar del medio rural, lo agrario

y lo agrícola. Dichas rutas tiene como objeto el potencializar por medio del senderismo los atractivos turísticos de una región o incluso el poder reconocerlos.

La importancia de las rutas agroturísticas radica en que estas deben ser planeadas desde lo local, es decir pensando siempre en la comunidad como principal beneficiario, pero de igual forma en lo medio ambiental sobre todo porque como se ha comentado líneas arriba, no debe existir un turismo voraz que cree gentrificación o acabe con los recursos naturales.

De esta manera, la nueva ideología de crear rutas agroturísticas permite a los turistas, el no solo conocer o visitar un sitio emblemático sino varios de ellos a través de una camino planificado, por ello las rutas son un ejemplo de productos turísticos innovadores que son buscados por turistas motivados por la naturaleza e incluso el intercambio cultural con la ruralidad.

Se debe tener en claro, que la realización de una ruta agroturística no solo debe ser creada desde el beneficio económico sino también desde la sostenibilidad y su durabilidad en el tiempo como producto de una región, por ello es que antes de mapear una ruta es necesario verificar a todos los beneficiarios y el impacto que traerá para la comunidad y el medio ambiente.

2.12 Consideraciones finales

En este capítulo, se ha realizado un análisis detallado de las aproximaciones teóricas relacionadas con el desarrollo local, el turismo y el agroturismo, con el objetivo de proporcionar un marco conceptual sólido para comprender la problemática estudiada en torno a la ruta de la sidra en el Pueblo Mágico de Huejotzingo en Puebla.

Una de las conclusiones más relevantes es la importancia del turismo como motor de desarrollo económico y social en las comunidades locales. El turismo, especialmente cuando se enfoca en el turismo cultural y gastronómico como en el caso de la ruta de la sidra, puede generar ingresos adicionales, crear empleo y promover la conservación del patrimonio cultural y natural de la región.

Además, se ha destacado el potencial del agroturismo como una forma de diversificar la oferta turística y promover la participación de los pequeños productores agrícolas en la economía local. La ruta de la sidra no solo ofrece la oportunidad de dar a conocer la producción de sidra local, sino que también puede involucrar a los agricultores en actividades complementarias, como la visita a huertos de manzanas, la participación en la elaboración de la sidra y la degustación de productos locales.

Por otro lado, se ha subrayado la importancia de adoptar un enfoque integral y sostenible en el desarrollo turístico, que tenga en cuenta no solo los aspectos económicos, sino también los sociales, culturales y medioambientales. Esto implica promover prácticas de turismo responsable que respeten la identidad y los valores de las comunidades locales, así como la conservación del entorno natural y cultural.

En resumen, este capítulo ha proporcionado un marco teórico sólido para comprender la importancia del desarrollo local, el turismo y el agroturismo en el contexto de la ruta de la sidra en Huejotzingo, Puebla. Se ha destacado la necesidad de adoptar un enfoque integral y sostenible en el desarrollo de la ruta, que promueva el crecimiento económico, la inclusión social y la conservación del patrimonio cultural y natural de la región.

CAPÍTULO 3. FACTORES DE DESARROLLO CLAVE EN LA REALIZACIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA DE LA SIDRA EN HUEJOTZINGO

3. Los atractivos turísticos como herramientas de desarrollo local

Los recursos y atractivos turísticos de una región no son solo patrimonio de la comunidad, sino también, una alternativa para el desarrollo de nuevos productos turísticos en dicha región, es por ello que estos tienen un valor muy grande cuando se planean estrategias para fortalecer el turismo en la zona.

En casos particulares, las rutas turísticas son una opción de integración y desarrollo local de las poblaciones que en ellas participan, o así lo expresaba el Consejo Ejecutivo de la (OMT) Organización Mundial del Turismo, en 2014 mientras se llevaba a cabo la 98va reunión de la Organización en España (ONU Turismo, 2014). Pensar en que una ruta puede integrar a la comunidad para una mejora a través de sus atractivos es ahora ya una realidad en muchas partes del mundo, con rutas tan variadas como la cantidad de turistas de diversos países que asisten a ellas con fines culturales, gastronómicos, religiosos o históricos. Es por ello, que cuando se piensa en rutas turísticas con enfoques integradores, también se debería de pensar en cuidados y respeto al patrimonio de otras comunidades.

En un principio, entre los siglos XV y XVI los reyes eran quienes poseían diversas obras de arte y elementos patrimoniales de países que previamente habían estado en batalla o disputa, con el tiempo en el siglo XIX nacen diversas instituciones que contribuyeron a la salvaguarda del patrimonio a pesar de que el concepto “*patrimonio*” aun no era aceptado, ellos protegían a los futuros atractivos turísticos aun sin saberlo. Fue en ese mismo siglo que diversos movimientos le dieron el respeto al arte que había sido robado en guerras posteriores a través de la construcción de los primeros museos y el cuidado de edificaciones emblemáticas para los países.

Sin embargo, no fue sino hasta el año 1964 con la publicación de la Carta de Venecia que se toma en cuenta al patrimonio como un factor importante en el desarrollo de la humanidad, redactando en su primer y segundo párrafo:

Que las obras monumentales están cargadas de un mensaje espiritual del pasado, las obras de los pueblos continúan siendo en la vida presente el

testimonio vivo de sus tradiciones seculares. La humanidad, que cada día toma conciencia de la unidad de los valores humanos, los considera como un patrimonio común, y de cara a las generaciones futuras, se reconoce solidariamente responsable de su salvaguarda. Debe transmitirlos en toda la riqueza de su autenticidad. Por lo tanto, es esencial que los principios que deben presidir la conservación y la restauración de los monumentos sean establecidos de común y formulados en un plan internacional dejando que cada nación cuide de asegurar su aplicación en el marco de su propia cultura y de sus tradiciones (ICOMOS, 1965).

La salvaguarda temprana de las obras monumentales trajo consigo la consolidación de los atractivos turísticos que ahora son factores importantes para alcanzar el desarrollo de las localidades a través de las nuevas oportunidades de empleo, debido a que el turismo puede crear oportunidades de empleo en una varios de sectores, como la hotelería, la restauración, el transporte, la artesanía local y las actividades recreativas. Esto puede ayudar a reducir la tasa de desempleo y a mejorar los ingresos de la población local. A la par, que estimula el crecimiento económico debido a que los atractivos turísticos a través del turismo pueden impulsar la economía local al atraer visitantes que invierten ingresos económicos en planta turística y atracciones locales. Este gasto puede tener efectos multiplicadores, beneficiando a otros negocios y sectores en la economía local.

Otro elemento integrados, es la infraestructura, que satisfacer las necesidades de los turistas, esto debido a que es necesario invertir en infraestructura turística para poder brindar un mejor servicio, pero al mismo tiempo estas inversiones no solo benefician a los viajeros, sino también a la comunidad local al mejorar la calidad de vida y facilitar el acceso a servicios básicos.

La conservación del patrimonio ayuda a proporcionar incentivos económicos internacionales y nacionales para la conservar y protección de los recursos naturales y culturales de una región. Los sitios históricos, las reservas naturales y otras atracciones turísticas son valorados tanto por los turistas como por la comunidad local, lo que puede promover su preservación a largo plazo.

A sí mismo, la promoción de la identidad local, a través de la promoción de la cultura, las tradiciones y los patrimonios únicos de la comunidad, lo que puede fortalecer el sentido de identidad local y fomentar el orgullo comunitario, evitando la migración de los pobladores locales.

En resumen, los recursos turísticos pueden ser herramientas efectivas para el desarrollo local al impulsar la economía, generar empleo, mejorar la infraestructura, conservar el patrimonio y promover la identidad local. Sin embargo, es importante gestionar el turismo de manera responsable para minimizar los impactos negativos en el medio ambiente y en la comunidad local. Huejotzingo es un claro ejemplo de todos estos factores, que unidos podrían crear no solo estabilidad local, sino incluso llegar a un desarrollo social, dicho desarrollo solo sería posible con la creación de nuevos productos turísticos que aviven el querer visitar y pernoctar en el Municipio, y es que, la región cuenta con atractivos únicos en el Estado de Puebla que lo dotan de color, tradición e historia volviéndolo un destino potencialmente turístico a través de sus atractivos.

3.1 Atractivos turísticos culturales en Huejotzingo

El municipio de Huejotzingo en Puebla, se destaca por su importante infraestructura la cual fue edificada en diversas etapas históricas, comenzando con la pirámide de Coyotzingo construida por la cultura tolteca entre los periodos clásicos y post clásicos prehispánicos. Esta pirámide oculta por árboles y vegetación es ahora el monumento a la bandera declarado así por la comunidad de San Luis Coyotzingo desde los años 50's, es además importante por el vestigio precolombino "*Chac Mool*"¹⁵ encontrado en 1973, y que ahora es resguardado en el Ex Convento Franciscano, y es que a pesar de los esfuerzos por dismantelar el basamento piramidal por órdenes religiosas Franciscanas, estas solo fueron capaces de despojar de su lugar las piedras de adobe que recubrían el revestimiento original para así construir la iglesia de San Luis Obispo. Es ahora la pirámide olvidada un recurso turístico que permite crear imaginarios sobre las culturas antiguas que habitaron Huejotzingo.

¹⁵ Escultura perteneciente a la cultura Maya y Tolteca, la cual representa una figura humana recostada, que podría haber sujetado en su vientre un tipo de vasija, es además propia de culturas en Estados como Hidalgo, Puebla y Yucatán.

Figura 1. Pirámide de Coyotzingo, San Luis Coyotzingo, Puebla, México.



Nota: Imágenes de la pirámide de Coyotzingo en Huejotzingo, Puebla [Fotografía], por México Desconocido, 2014 <https://escapadas.mexicodesconocido.com.mx/atractivos/piramide-de-coyotzingo/> CC BY-SA 4.0.

Tras la llegada de los primeros frailes a la Nueva España, la evangelización fue una de las prioridades de estas órdenes, de manera específica es posible ver en las edificaciones antiguas de Huejotzingo el paso de las ordenes Franciscanas, con la construcción de la Iglesia y Convento alzado en honor a San Miguel Arcángel, hoy en día declarado como uno de los primeros monasterios del siglo XVI a las laderas del Popocatepetl, eh inscrito en la lista de Patrimonios de UNESCO como Patrimonio Material de la Humanidad desde 1994, de acuerdo a la lista de patrimonios mundiales. Dicha edificación perteneció a la corona española hasta el levantamiento en armas del pueblo mexicano en 1810, para declarar su independencia. Con el pasar de los años y el descuido por el que pasaba el Convento, fue puesto en resguardo por el INAH (Instituto Nacional de Antropología e Historia) y tras una larga restructuración fue abierto al público en junio de 1985 como Museo Local de la Evangelización, Ex Convento de Huejotzingo.

Figura 2. Museo de la Evangelización, Ex Convento de Huejotzingo.



Nota: Imágenes del patio del Ex Convento [Fotografía]. Acervo personal del autor, 2023.

El ya ahora museo tiene como objetivo acercar al visitante en el proceso de evangelización que Puebla vivió entre los años 1544 y 1800, mostrando frescos con las figuras de los primeros doce frailes franciscanos que llegaron a la Nueva España en 1524 (INAH, s.f), así como pilas bautismales, retablos de los siglos XV y XVI, refectorios, objetos de cocina y algunas osamentas de monjes que son exhibidas.

Figura 3. Museo de la Evangelización, Ex Convento de Huejotzingo.



Nota: Imágenes de frescos del Ex Convento. Imagen izquierda fraile franciscano en su llegada a Huejotzingo y los comienzos de la evangelización. Imagen derecha fresco de los doce frailes franciscanos que llegaron a la Nueva España en 1524 [Fotografías]. Acervo personal del autor, 2023.

Figura 4. Museo de la Evangelización, Ex Convento de Huejotzingo.



Nota: Imágenes del reclinatorio del Ex Convento. Imagen izquierda reclinatorio de los frailes. Imagen derecha cocina y antigua panadería del Convento [Fotografías]. Acervo personal del autor, 2023.

Además de las órdenes franciscanas, en Huejotzingo también habitaron los frailes jesuitas que llegaron a la Nueva España en 1572 y que eran encomendados para evangelizar y educar a los indígenas, prueba de su llegada a Puebla es la Ex Hacienda San José Munive en Huejotzingo, edificación jesuita que data del siglo XVIII y que hoy es hoy museo de arte contemporáneo. Es este también un atractivo del municipio que no es reconocido por el turista, al igual que algunos otros olvidados como lo es el caso del acueducto, construcción religiosa de donde se aprovechaba el agua del volcán Popocatepetl.

Figura 5. Ex Hacienda San José Munive.



Nota: Imágenes de la Hacienda Munive en Huejotzingo, hoy museo de arte contemporáneo [Fotografías], por Héctor Velasco Facio, 2015. <https://www.admagazine.com/editors-pick/galeria-esteban-chapital-puebla-mexico>.

Estas construcciones fueron realizadas por indígenas bajo las órdenes religiosas quienes tuvieron mucho que hacer en la construcción de la antigua “*Huexotlztintlico*”¹⁶, dichas construcciones realizadas bajo las órdenes eclesiásticas dieron paso a la creación de acueductos que datan del siglo XVI cuya función era el transportar agua desde el río Xopanac la cual era contenida en el antiguo “*Jagüel*” una vez que esta se deshíela del volcán Popocatepetl, y que era el punto de partida del acueducto hacia el convento, donde era usada no solo por los frailes franciscanos sino también repartida en cada una de las cuatro esquinas del monasterio para poder abastecer a los bebederos de los cuatro barrios. Sin embargo, lo que alguna vez fue el camino del agua hacia la ciudad ahora solo queda poco más del quince por ciento de este, debido a que la población se ha apropiado de los arcos para construir la fachada de algunas de sus viviendas, provocando que el acueducto no sea de interés turístico a pesar de los amplios rescates de este por parte del gobierno actual.

Figura 6. Acueducto de Huejotzingo.



Nota: Imágenes del 20% restante del acueducto de Huejotzingo [Fotografías], por Cecilia Espinoza Galindo y Jorge Morales Álvarez, 2015.

Otro atractivo imperdible, es el Templo de San Diego de Alcalá con una arquitectura de tipo virreinal. Ubicado en el centro del municipio y construido entre 1598 y 1600, fue primero una capilla construida alrededor de un pozo el cual se cree favoreció en su construcción, y es que aunque en la actualidad la excavación está tapada, se cree por feligreses que el líquido en él sirve como remedio para personas enfermas, además

¹⁶ Palabra etimológica del náhuatl “*Huexotl*” que significa “sauce” y “*tzintli*” que significa “pequeño” y “*co*” que significa “lugar”, Huejotzingo en sí quiere decir lugar de los pequeños sauces.

el templo cuenta con una sacristía la cual tiene un techo labrado en madera de forma artesanal. Una Iglesia más que significa una parada obligatoria es la Iglesia de Nuestra Señora del Carmen considera como la más bella de todo el Estado, fue edificada en 1952 con un estilo Neogótico tardío, con fachada de color blanca que contrasta con su interior recubierto de oro y retablos y vitrales de estilo europeo.

Figura 7. Templo de San Diego de Alcalá en Huejotzingo.



Nota: Imágenes de los templos católicos más importantes en Huejotzingo, imagen izquierda templo de San Diego de Alcalá [Fotografía] por Amy Bello <https://neorestauro.com>, imagen derecha Iglesia de Nuestra Señora del Carmen [Fotografía] por Wikimedia commons <https://www.eluniversalpuebla.com.mx>.

Por otra parte, los atractivos de la ciudad no son solo edificaciones precolombinas o coloniales, sino también tradiciones que dan identidad a Huejotzingo de Nieva como lo es el Carnaval; que es Patrimonio Cultural del Estado de Puebla por el decreto del poder ejecutivo estatal desde el año 1997, y cuya fiesta está ligada con el calendario agrícola y la muestra de hechos simbólicos para la localidad (Secretaría de Cultura, 2015). El carnaval fue instaurado en 1868 por los pobladores como una tradición colorida que recuerda diversas etapas de Estado de Puebla y en especial del Municipio, como lo son:

1. La batalla del cinco de mayo de 1862 en los fuertes de Loreto y Guadalupe, este escenario marca la derrota del ejército francés ante los indios serranos y los zacapoaxtlas.

2. El rapto de la hija del corregidor de la Ciudad de Huejotzingo, por manos del bandido Agustín Lorenzo, quien fuera un personaje del siglo XIX que tras subir por su amada al primer piso del Palacio Municipal por medio de unas escaleras hechas de cuerda la roba vestida de blanco, para después iniciar la huida y ser perseguidos.
3. El matrimonio indígena, el cual simboliza la primera unión católica hecha en el Ex convento de San Miguel Arcángel y oficiada por Fray Toribio de Benavente, de acuerdo con el cronista de la ciudad Luis Salazar.

Es por todo lo anterior, que para representar el carnaval se forman cinco batallones, nombrados como: los zacapoaxtlas, los indios, los zapadores, los zuavos y los turcos (García, 2023). Que son los encargados de dar vida por medio de vestimentas cargadas de color, máscaras que representan a los españoles, y sombreros muy grandes con tejidos en hilos dorados, sin olvidar que si algo caracteriza al carnaval de Huejotzingo es la pirotecnia, la cual es vista como la culpable de que cada año existan decesos en la Ciudad, algo que se considera desfavorable si se pretende hacer que el municipio reciba cada vez más turistas.

Figura 8. Carnaval de Huejotzingo.



Nota: Imágenes del Carnaval de Huejotzingo, batallones de los diversos barrios y trajes típicos [Fotografías] por Hilda Ríos para Los Angeles Times, 2020. <https://www.latimes.com>.

Como parte de la riqueza de la localidad, Huejotzingo es también conocido por su producción de carnitas, donde además se cuenta que como parte de esta tradición está el que el conquistador Hernán Cortes estableciera la primera granja porcina en todo

México en 1526, y que ahora se reconoce mucho más por la feria de las carnitas celebrada cada año en el plaza frente al Palacio Municipal, mismo lugar en donde a finales de año en el mes de diciembre se lleva a cabo la Feria de Sidra en donde los diversos productores y vendedores de este fermentado por poco más de un mes ofrecen sus productos previo a la época decembrinas.

3.2 Accesibilidad hacia los atractivos turísticos de Huejotzingo.

Para diseñar una ruta turística es necesario estimar la accesibilidad de los atractivos turísticos, así también como sus condiciones de ingreso. Para este trabajo se consideró la accesibilidad interna, es decir, la distancia en minutos del centro de la región estudiada hacia los poblados o barrios donde se localizan los atractivos turísticos en Huejotzingo.

La distancia fue medida en función del tiempo de recorrido en automóvil, esto debido a que será el principal medio de trasportación en la ruta de la sidra; además haciendo memoria sobre que esta investigación está enfocada en la creación de proyectos turísticos de índole alternativa, se ha estimado la sinuosidad de los caminos como una ventaja, debido a que permite la observación del entorno rural (De Luna Fiallo, 2012).

De la misma forma, la metodología fue aplicada, para estimar el tiempo entre las principales fábricas de sidra de la región y el campo de cultivo de la manzana, presentados a continuación:

Tabla 3.1 Tiempo en minutos del centro de Municipio de Huejotzingo hacia los atractivos base de la ruta de la sidra.

Atractivos turísticos base de la ruta de la sidra	Tiempo estimado
Sierra Nevada, Municipio de Chiautzingo	21 minutos
Sierra Nevada, Municipio de San Nicolás de los ranchos	32 minutos
Sierra Nevada, Municipio de San Andrés Calpan	23 minutos
Sidrería San Francisco	3 minutos
Sidrería San Gabriel	1 minuto
Sidrería Soamy	2 minutos
Sidrería Doranna	1 minuto
Sidrería Rossina	1 minuto
Sidrería Maipú y Mai Frut	3 minutos

Nota: La distancia corresponde a un tiempo aproximado en automóvil, debido a que este será el medio de transporte en por lo menos la mitad de la ruta. Fuente: Elaboración propia.

3.3 Factores de desarrollo clave en la realización de la ruta de la sidra

La ruta turística de la sidra se plantea desde el reciente nombramiento del Municipio como Pueblo Mágico, declaratoria entregada el 26 de junio de 2023. Dicha declaratoria involucra consigo el que el municipio cree nuevos productos turísticos que permitan reconocer los atractivos de las localidades a través de los símbolos, la cultura, las tradiciones, el folclore, la gastronomía y su naturaleza.

Es por ello, que la ruta de la sidra implica una serie de factores clave que contribuyen al éxito y disfrute de la experiencia. Aquí hay algunos factores importantes a considerar:

Ubicación geográfica: debido a que la ruta de la sidra estará ubicada en una región con una tradición histórica de producción de sidra, desde épocas coloniales. Algunas de las regiones más conocidas en Puebla incluyen a Huejotzingo, Cholula y Zacatlán.

La Accesibilidad: Es importante debido a que la ruta debe ser fácilmente accesible para los visitantes a ella, ya sea en automóvil, transporte público o incluso a pie, en el caso concreto de Huejotzingo, las fabricas sidreras se localizan desplegadas en los cuatro barrios y muy cerca del centro del Municipio, esta corta disposición geográfica de las sidrerías y los huertos de manzanas, hace mucho más efectiva la realización de la ruta.

Las diversas variedades de sidrerías: La ruta incluye diversas sidrerías que ofrecen distintos estilos de sidra, desde la tradicional sidra natural hasta la sidra espumosa o la sidra dulce y gourmet. Esto permite a los viajeros experimentar la diversidad de la cultura sidrera de la región.

Otro factor importante es el acompañamiento a los campos de manzanas en la Sierra Nevada. La ruta de la sidra en Huejotzingo ofrece la oportunidad de visitar huertos de manzanas donde se cultivan las frutas utilizadas en la producción de la sidra. Esto permite a los turistas comprender mejor el proceso de producción desde el cultivo hasta el producto final. A la par de las degustaciones y maridajes que se llevan a cabo en las fábricas del fermentado además las sidrerías a lo largo de la ruta ofrecen degustaciones de diferentes tipos de sidra, acompañadas de explicaciones sobre el proceso de elaboración y maridajes con alimentos locales como conservas, quesos y platos tradicionales de la región.

Los eventos y festivales son otra forma de incentivar el turismo, estos eventos especiales y ferias estacionales a lo largo de la ruta puede atraer a más visitantes y agregar una experiencia cultural adicional. En estas se puede incluir la feria de la sidra y de la manzana lleva a cabo en el mes de diciembre.

La promoción y la mercadotecnia son herramientas de apoyo para la ruta debido a que debe ser promocionada activamente a través de diversos canales, incluyendo medios de comunicación locales, sitios web turísticos, redes sociales y colaboraciones con diversas agencias de viajes. En resumen, la ruta de la sidra en Huejotzingo es una forma correcta de ofrecer una experiencia completa que combine la historia, la cultura, la gastronomía y la naturaleza de la región, todo ello mientras se promueven prácticas turísticas locales.

3.4 La ruta de la sidra: como herramienta de desarrollo local

Por lo anterior, es de importancia recalcar el valor de la sidra en el municipio, no solo por ser el primero en el Estado de Puebla que la elaboró la bebida con ayuda y conocimiento de los españoles sino además por ser uno de los lugares con mayor producción de ésta, cubriendo el 85% de su elaboración a nivel país y es que geográficamente su cercanía con la Sierra Nevada en donde se cultiva productos como el maíz, el tejocote y la manzana que lo han posicionado como el líder a nivel nacional con la producción de la sidra.

Sin embargo, a pesar de las vastas tiendas de sidra que existen en el municipio y los muchos productores que día a día se abren pasó frente a competidores de otros municipios como Zacatlán o Cholula e incluso de otros países como España con la sidra Asturiana no es posible ver un crecimiento social, económico y local con la producción de la sidra. Esto debido a varios factores enlistados a continuación:

1. La sidra es mirada como un producto temporal (diciembre) es el mes de mayor venta del fermentado.
2. El gobierno ha tratado de impulsar y dar a conocer el producto sin embargo antes de ser Pueblo Mágico el producto solo era reconocido por locales y algunos turistas que viajaban a Huejotzingo por su carnaval o ferias no necesariamente de la sidra.
3. La planta turística, específicamente los restaurantes no ven la venta de sidra en

sus comercios como un factor de importancia, demeritándola o pensando que esta no tendrá la misma popularidad que las cervezas o vinos.

4. No existe una cultura sidrera en México que permita consumirla todo el año, y se piensa que por tradición solo se permite ser tomada a finales año.
5. Falta de reconocimiento, a veces los productores locales no reciben la atención o reconocimiento merecido, esto puede deberse a una falta de mercadotecnia o solo la falta de promoción local y nacional.
6. Existen pocos productos turísticos que engloben a la sidra como bebida de importancia para la región, uno de ellos es la feria de la sidra y el otro es la ruta de la sidra hecha por la Sidrería San Francisco, en el segunda no se toma en cuenta a todos los productores de la bebida.
7. Estigmas o percepciones negativas sobre los productos locales que los relegan a un mercado limitado. Esto podría deberse a ideas preconcebidas sobre la calidad, la seguridad alimentaria o solo la falta de interés por parte de los consumidores al preferir otras bebidas.

Es importante destacar que estas son consideraciones puntuales que se aplican específicamente a la sidra de Huejotzingo y que cuyas realidades son diversas de otros municipios productores de la sidra. Teniendo esto es cuenta es posible ahora planificar un producto turístico que provea a la población productora de la sidra de un desarrollo local por medio de una ruta turística de la sidra que permee un cambio significativo, principalmente en agricultores de la manzana, productores de la sidra y comerciantes de la misma. Este nuevo producto será inclusivo con cada una de las partes involucradas en la bebida de forma directa o indirectamente y ayudará a consolidar no solo el producto como un emblema de la localidad sino además atraer a compradores hacia los elaboradores principales, otorgándoles ganancias significativas y mejoras en sus condiciones de vida.

El proyecto solo ayuda a incrementar la demanda turística en el municipio trayendo consigo beneficios económicos no solo para productores y agricultores, sino también para elementos secundarios de la ruta como; hoteleros, restauranteros y comerciantes del municipio, además de fomentar las oportunidades de crecimiento económico de trabajadores informales.

El desarrollo local es algo alcanzable, ejemplo de otras comunidades y sectores turísticos, en Huejotzingo el desarrollo local también se dará por medio de la construcción de infraestructura propia de la ruta como caminos, hacia la sierra nevada, beneficiando así a los pobladores, así también el proyecto desde su inicio se ha consolidado como “comunitario” haciendo participe a la población en la toma de decisiones propias de la ruta agroturística, en especial a productores y beneficiados secundarios.

3.5 Consideraciones finales

Es por ello que en este apartado, se ha llevado a cabo un análisis exhaustivo de los factores clave que influyen en la realización exitosa de la ruta turística de la sidra en Huejotzingo, Puebla, donde se han identificado una serie de elementos que son fundamentales para el desarrollo y la gestión efectiva de esta ruta, los cuales son determinantes para su viabilidad y éxito a largo plazo.

Uno de los factores más destacados es la infraestructura turística, que incluye la adecuación de las instalaciones para recibir a los visitantes, así como la mejora de las vías de acceso y los servicios básicos en la región. Una infraestructura turística bien desarrollada es esencial para garantizar una experiencia satisfactoria para los turistas y facilitar el desarrollo de actividades relacionadas con la ruta. Ha esto se le suman los atractivos propios de la comunidad mencionados con anterioridad que servirán como puntos de referencia para la ruta agroturística.

Además, se ha resaltado la importancia de la colaboración y coordinación entre los diferentes actores involucrados en la ruta, incluyendo a las autoridades municipales, los productores de sidra, los prestadores de servicios turísticos y la comunidad local en general. La participación activa y el trabajo conjunto de todos los sectores son fundamentales para garantizar el éxito y la sostenibilidad de la ruta a lo largo del tiempo.

Por último, se ha subrayado la necesidad de considerar aspectos socioeconómicos y culturales en el desarrollo de la ruta, como la equidad en la distribución de beneficios, la preservación de la identidad cultural y el respeto por el medio ambiente. Es importante que la Ruta de la Sidra contribuya de manera positiva al desarrollo integral de la comunidad local, promoviendo la inclusión social y el bienestar de todos sus habitantes.

En conclusión, la realización exitosa de la Ruta Turística de la Sidra en Huejotzingo depende de una combinación de factores clave, que van desde la infraestructura turística hasta los atractivos, la colaboración entre actores y la consideración de aspectos socioeconómicos y culturales. Solo mediante un enfoque integral y coordinado se podrá asegurar el desarrollo local deseado y el éxito a largo plazo de esta iniciativa turística en la región.

CAPÍTULO 4. PLANIFICACIÓN METODOLÓGICA PARA EL DESARROLLO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

4. Introducción

Las estrategias que se presentan en el siguiente capítulo se han relacionado con las técnicas y procedimientos que permitieron medir el alcance de la investigación, usando aproximaciones teóricas y su subsiguiente análisis. En este sentido, se consintió el acercamiento a la localidad para reconocer los principales factores enlazados al turismo rural desde la perspectiva agroturística y su evaluación para conseguir el desarrollo local del área estudiada.

Las delimitaciones del caso se dividen en tres: 1) delimitaciones temporales., 2) delimitaciones espaciales y; 3) delimitaciones poblacionales. La delimitación temporal se sustenta en el rango de tiempo en que se realizó la obra. La temporalidad del estudio se obtuvo durante enero 2022 a diciembre 2023 y específicamente seis meses para la investigación de campo, la información relevante obtenida de la zona fue del cuatrienio municipal (2018-2021), y parte del cuatrienio (2022-2025), esta temporalidad fue concebida para el estudio debido a la accesibilidad de referencias existentes en este periodo de gobierno, y sobre todo a los sucesos actuales en el territorio.

Por otro lado, la delimitación espacial del tema y por consiguiente del estudio en el campo, se centralizo en la zona urbana y rural de Huejotzingo, Puebla la cual fue definida a partir de las periferias del centro de la metrópolis del municipio, en áreas plenamente identificadas como: al norte Santa Ana Xalmimilulco al noreste San Luis Coyotzingo, al este Santa María Nepopualco y Santa María Atexcac. Es de impronta destacar que las zonas rurales tienen características en común para el estudio; ejemplo de ellas, es la agricultura como principal actividad económica, y el cultivo de la manzana perón con la que se elabora la sidra. Mientras que la zona urbana es donde se lleva a cabo la fabricación y venta del fermentado.

Por último la delimitación poblacional ayudo a ubicar a los actores claves que forman parte del interés de la investigación, localizándose 11 productores de la sidra y 3 agricultores de la materia prima de un total de 90.794 habitantes en la localidad (INEGI,

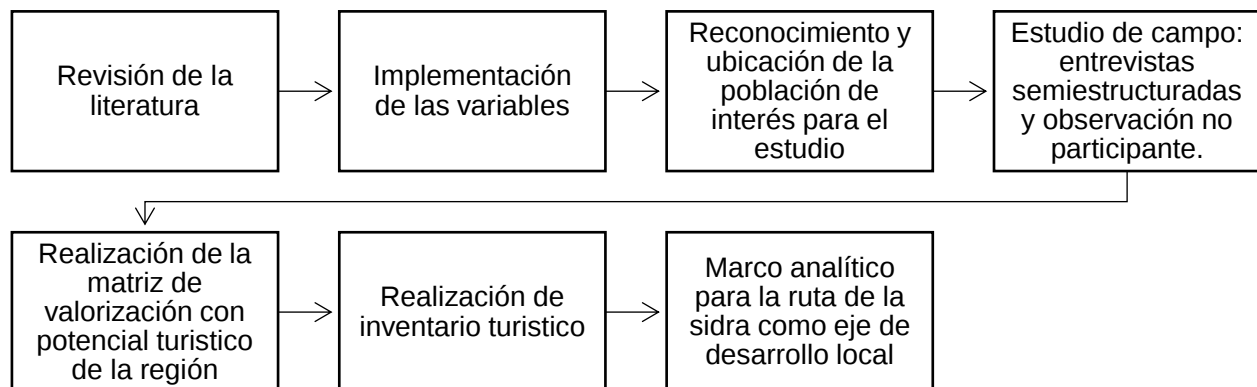
2022). Algunos productores también fungen como agricultores, por consiguiente, solo fueron contabilizados una vez en el rubro.

En otro orden, la planificación metódica usada en el proceso de desarrollo de la investigación fue primordial para lograr los objetivos antes propuestos y dar réplica a la pregunta de investigación planteada, así como para constatar la hipótesis de trabajo desde el inicio establecida. La combinación de varios instrumentos metodológicos como las entrevistas a productores de la sidra, así como a personalidades importantes del gobierno de Huejotzingo, además de la observación no participante ayudaron a comprender la realidad del territorio estudiado (Ragin & Amoroso, 2010).

4.1 Planificación metódica

La propuesta metódica se conformó de siete fases: 1) revisión de la literatura (bibliográfica). 2) implementación de las variables de estudio., 3) reconocimiento y ubicación de la población de interés para el estudio., 4) estudio de campo: aplicación de cuestionario semiestructurado, entrevista, observación etnográfica no participante de la labor en el campo y de los atractivos., 5) realización de inventarios de recursos turísticos., 6) elaboración del marco analítico de la ruta de la sidra como eje del desarrollo local, 7) propuesta de sistema turístico.

Tabla 4.1 Etapas de la planificación metódica de la investigación.



Nota: Cada paso forma la metodología de la investigación, es importante indicar que la metodología fue implementada tras la revisión bibliográfica de diversos autores. Fuente: elaboración propia.

4.1.1 Revisión de la literatura

Las primeras aproximaciones a la solución de la problemática planteada surgió con las aproximaciones teóricas (revisión de la literatura) sobre tópicos como el desarrollo y sus formas en lo local y territorial, así también fue necesario comprender lo rural para poder construir el concepto del turismo en este sector y las diversas actividades que en él se desarrollan. Sin todo lo anterior no hubiese sido posible contextualizar a la ruta agroturística de la sidra como proceso de desarrollo rural y local para el municipio de Huejotzingo, Puebla.

Por otro lado, esta revisión permitió la aproximación del conocimiento a la actividad turística, que se ha llevado a cabo en el municipio, permitiendo identificar a los actores clave en el proceso turístico, y la dinámica del medio rural para el incremento de turistas que estén interesados en actividades de campo y que considere el turismo rural como una alternativa de apoyo a las comunidades en sus viajes.

Otras fuentes de consulta fueron localizadas en portales oficiales gubernamentales y de asociaciones internacionales no gubernamentales, tales como: la Organización de las Naciones Unidas (ONU) la Organización Mundial del Turismo (OMT), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), “*The Organization for Economic Cooperation and Development*” (OECD), la Secretaría de Turismo (SECTUR), la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), el Fondo Nacional de Turismo (FONATUR), el Instituto de Competitividad Turística (ICTUR), el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo de Huejotzingo (ENOE), el Consejo Municipal de Turismo de Huejotzingo (CMT). En materia legal las fuentes fueron de lo general a lo particular: la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2019-2024, y algunas de las leyes más importantes en el ámbito rural como la Ley General de Turismo y la Ley Agraria, sin dejar afuera la perspectiva académica de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y la de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP). Dicha revisión tuvo como finalidad garantizar la información oficial y permitir el dar confiabilidad y

cumplimiento al primer objetivo planteado en la investigación y así originar información sobre la actividad turística en el área rural del municipio de Huejotzingo.

4.1.2 Puesta en marcha de las variables de estudio

La revisión de la literatura favoreció el funcionamiento de las variables propuestas del estudio, cumpliendo con el propósito de transmutar el concepto analizado “*per se*” y hacerlo susceptible de medición a partir de la aplicación de instrumentos metodológicos diseñados bajo las primicias de los objetivos, la hipótesis y las variables causa (inventario turístico) y efecto (promoción turística y desarrollo local).

Por tal motivo, parte de la estructura definida que fue toma en cuenta en la metodología, partió de los objetivos específicos de la investigación, de donde surgieron las variables de estudio independiente (causa), dependiente (efecto), dicha variables fueron conceptualizadas para su mejor comprensión pero sobre todo para su posterior operacionalización, dando como resultado el tipo de instrumento a usar para medir las dimensiones estudiadas y sus indicadores los cuales sirven como mecanismos de evaluación para reconocer hasta qué punto los objetivos se han cumplido. Tal como se aprecia en los cuadros siguientes:

Tabla 4.2 Líneas de acción para el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

Objetivos	Variables	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores
Revalorizar el territorio por medio de la matriz de valoración de atractivos y recursos turísticos, para observar en cada uno de ellos la intervención que harán los actores involucrados en la ruta de la sidra y su papel en el desarrollo local.	Desarrollo local	Satisfacción humana presentada bajo los ejes de la sostenibilidad (social, económico y medio ambiental) que permiten el desarrollo la comunidad y su territorio.	Matriz de valoración	Tejido social involucrado
				Actores clave
				Factor social, económico y ambiental.

Nota. Las acciones presentan los objetivos y los indicadores pertinentes para la realización de inventarios turísticos. Elaboración propia.

Tabla 4.3 Líneas de acción para el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

Objetivos	Variables	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores
Identificar los recursos patrimoniales, culturales, naturales y agroalimentarios disponibles en la región, para que, a través de estos se realicen inventarios e itinerarios turísticos para la ruta agroturística de la sidra	Ruta agroturística	Trayecto que valoriza la agricultura y el trabajo en el campo posicionándolo como un atractivo repleto de elementos materiales e inmateriales en un territorio turístico.	Diseño de inventarios	Atractivos turísticos culturales y naturales
				Recursos turísticos culturales y naturales
				Valorización de bienes patrimoniales
Analizar estrategias de promoción y difusión, para atraer a un sector responsable de turistas que estén interesado en la historia y tradiciones locales relacionadas con la producción de la sidra.	Ruta agroturística	Actividades desarrolladas en beneficio de la localidad rural y como un aprovechamiento socioeconómico secundario.	Imagen del diseño de la ruta de la sidra.	Mapeo del polígono de la ruta
			Jerarquización de recursos y atractivos turísticos.	Identificación de los bienes patrimoniales para su difusión.

Nota. Las acciones presentan los objetivos y los indicadores pertinentes para la realización de una ruta agroturística y la metodología. Elaboración propia.

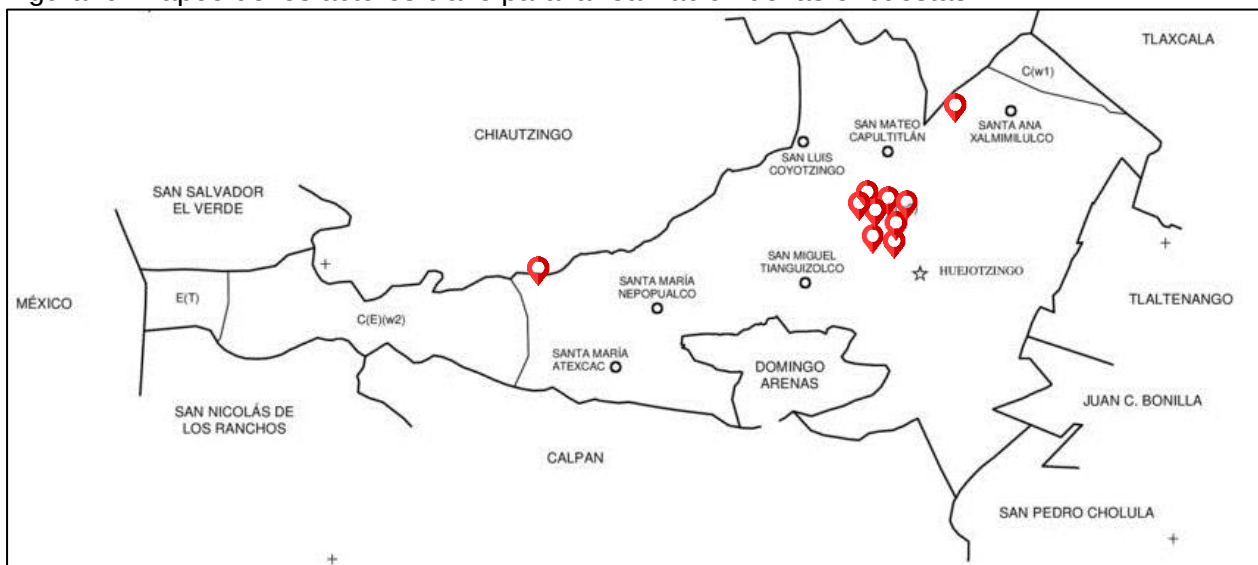
4.1.3 Reconocimiento y ubicación de la población de interés para el estudio

El estudio de campo fue llevado a cabo en un tiempo comprendido del 04 de marzo al 22 de agosto del año 2023 en el municipio de Huejotzingo en Puebla, y tuvo como finalidad principal la recopilación de información por medio de actores clave en el proceso turístico del municipio por medio de censos a productores de la sidra y de actores gubernamentales del municipio, así como la observación etnográfica no participativa del autor para la creación de los inventarios turísticos, desde la lógica del mismo “desde afuera”. Fue en esta cuarta fase del estudio, que mediante el uso de la investigación etnográfica y la observación no participante fue posible recabar información sin tener que

intervenir en el grupo social estudiado, volviéndola estructurada, individualista y de campo (Díaz Sanjuan, 2011).

Los actores claves para la realización de la ruta de la sidra fueron principalmente productores del fermentado y agricultores de la manzana. Algunas de las referencias fueron otorgadas por el Director de Turismo, Cultura y Educación de Municipio de Huejotzingo, quien funge como el encargado de la gestión turística de la comunidad., dichos actores hicieron posible dar una visión clara de su opinión respecto al nuevo producto agroturístico que se plantea diseñar, y para el cual fueron ubicados principalmente por medio de un mapa de localización (mapeo) en la zona.

Figura 9. Mapeo de los actores clave para la realización de las encuestas.



Nota: El mapa es el conjunto de datos geográficos del municipio de Huejotzingo en donde es posible observar a los productores y agricultores principales de la sidra. Fuente (INEGI, 2005).

Al mapear y establecer la ubicación de cada uno de los actores involucrados, se permitió implementar técnicas que permitirán la construcción de la base de datos que mostrarán sus realidades, lógicas culturales, y percepciones sobre los recursos naturales y culturales así como el desarrollo local percibido por la comunidad, y sus intereses con la implementación de un producto turístico agrícola que busca el beneficio de la zona.

4.1.4 Estudio de campo

El estudio de campo como se ha hecho mención líneas arriba permitió crear instrumentos de recolección de datos como los censos y entrevistas semiestructuradas,

además de obtener información por medio de la observación no participante para la realización de inventarios turísticos. Estas herramientas permitieron establecer comunicación con los individuos considerados conductores clave del turismo en la zona, y responsables de su transformación, que a través, de los testimonios recolectados y evidencias para su posterior interpretando se logró percibir la forma en que dichos actores visualizan el problema de estudio y su el interés que poseen por la puesta en marcha del producto turístico que beneficiará a algunos productores y agricultores de la localidad.

a) Censo

Los censos se estriban en un agrupado de interrogantes respecto a una o muchas más variables susceptibles de medición (Hernández Sampieri et al., 1991). Este mismo, es una técnica aplicada en las investigaciones, debido a que permite alcanzar datos de interés de una forma eficiente y rápida (Casas, Repullo, & Donado, 2003). A través de la elaboración del método desarrollado en 1932 por el psicólogo Rensis Likert, mejor conocido como *escala Likert*, se pudo obtener información sobre tres temas de interés para la investigación a) recursos naturales, culturales e históricos., b) desarrollo local y c) desarrollo turístico del municipio, del mismo modo la escala comprende la evaluación por parte del entrevistado por medio de cinco elementos: 1) totalmente en desacuerdo., 2) en desacuerdo., 3) me es indiferente., 4) de acuerdo., y 5) totalmente de acuerdo. Dicha escala permitió obtener observaciones sobre los actores que componen la población de estudio y así poder realizar un muestreo aleatorio estratificado que a su vez permitiera tener una afijación simple.

Lo mencionado con anterioridad permitió visualizar como el actor entrevistado percibe al municipio en cuestiones locales., tocando puntos de interés., tales como los recursos turísticos, el desarrollo local que Huejotzingo posee en la actualidad y el potencial de la localidad para fines turísticos., el censo además mostro la posición de los productores y agricultores de la sidra y la manzana respectivamente ante la implementación de proyectos turísticos, que valoren su producto como el eje principal de la ruta. Dicha recopilación de información sirvió para la construcción del marco de referencia que sustenta la estructura de la investigación.

Las preguntas fueron realizadas a productores clave, es decir, solo aquellos actores locales de interés para la investigación y que además poseen información relevante y suficiente sobre la actividad turística del municipio, siendo a su vez de interés para el diseño de la ruta agroturística de la sidra. Para ello, se aplicó el método no probabilístico, el cual parte de la premisa de que no toda la población de estudio tiene la oportunidad de participar. Dicho método también llamado muestreo de bola de nieve permite que cada individuo censado pueda direccionar a otro cuya actividad laboral sea de acuerdo al estudio de interés común y de ayuda para el autor.

Para dicho método, se realizaron las interrogantes a once productores del fermentado, mismo que fungen como comerciantes de su propio producto. La tabla muestra el nombre de las personas interrogadas, así como su cargo y el tiempo de vida que la empresa tiene en el municipio:

Tabla 4.4 Descripción de actores clave encuestados.

Nombre del encuestado	Cargo	Nombre de la empresa	Tiempo de vida de la empresa	Tipología del actor
Leopoldo Guerrero Velázquez	Gerente general	Sidra Rossina	90 años	Productor
Jaime Damián de Olarte	Fundador y Propietario	La nacional	4 años	Productor
David Damián de Olarte	Fundador y Propietario	Racho las águilas	10 años	Productor
Andrea Martínez Castillo	Fundadora y Propietaria	Sidra San Francisco	15 años	Productora
Gabriel Guerrero Olarte	Fundador y propietario	Sidra Azteca y Nuria	96 años	Productor
Berenice Morales Guerrero	Propietaria	Sidra Maipú y Mai-frut	55 años	Productora
Ana María Musalem Flores	Propietaria	Sidra Samaria	25 años	Productora
Israel Guerrero Oliver	Propietario	Sidra du pommier	96 años	Productor
José Manuel Fernández Parra	Propietario	Sidra doranna	30 años	Productor
Carlos Fernández Segura	Propietario	Sidra soamy	12 años	Productor
Guadalupe Karina García Guerrero	Gerente general	Sidra San Gabriel	25 años	Productor

Nota: La tabla muestra el cargo, tiempo de vida de la empresa y la tipología de cada actor local encuestado. Fuente: elaboración propia a partir de la realización del cuestionario.

Para la aplicación de dichos cuestionarios, no fue necesario el realizarlos bajo un método en específico, es decir, solo se aprovechó la observación del campo estudiado en la localidad para que estos fueran interrogados., todo lo contrario ocurrido durante la entrevista semiestructurada la cual fue realizada bajo una previa cita donde es estipulo lugar de encuentro, fecha y hora de realización.

b) Entrevista semiestructurada

Otra forma, de recabar información es con el uso del método cualitativo, usando la entrevista semiestructurada como instrumento de recopilación de datos. La forma en cómo se formularon las preguntas responden a los intereses de la investigación las cuales están estructuras de la siguiente forma: 1) conocimiento previo del entrevistado; 2) acciones y dificultades encontradas en el turismo actual de municipio; 3) recursos culturales, naturales e históricos; y 4) desarrollo turístico local. Dicho instrumento permitió obtener información de la persona entrevistada la cual es el Director General de Educación, Cultura y Turismo del municipio de Huejotzingo: Edgar Aguilar Tessier, tal entrevista tiene como base un guion de preguntas diseñadas conscientemente al problema de estudio, e incluyéndose después de la entrevista nuevas interrogantes al tema.

c) Observación no participativa

La observación no participante fue un método cualitativo usado en la investigación de campo, que ayudo a ver lo que la población de estudio contesta en los cuestionarios con escala Likert versus lo que el sujeto “*per se*” lleva a la práctica. De manera, concreta la observación de la población se realizó desde el trabajo de campo, para comprender sus realidades, y su postura frente a un nuevo producto turístico rural. Es decir, que dicha observación arrego referencias sin participar activamente en el día a día del sujeto investigado, y en este caso los actores claves locales. Esta técnica permite mantener contacto con los actores involucrados en el proceso turístico, y además sustenta la respuesta recolectada en la entrevista y cuestionarios, creando así un proceso social que permite obtener información precisa del campo de estudio.

La observación del campo, la ruralidad del municipio de Huejotzingo y la zona urbana del mismo, hizo posible la recolección de información y el registro fotográfico que

evidenciaron los recursos naturales, culturales e históricos de interés para la investigación. Además coadyuvó a la plena identificación y descripción de los territorios rurales, los recursos turísticos y lo endógeno local: es decir, el estudio de la población y su perspectiva del desarrollo local, así como la opinión sobre el crecimiento de turistas tras la creación de un nuevo producto turístico como la ruta de la sidra.

Los sitios de interés en donde se realizó el levantamiento de la investigación fueron fáciles de ubicar debido a un mapeo previo realizado que permitió ubicar a los productores de la sidra en el primer cuadro del municipio, el cual también es el área urbana, fue en el zócalo de Huejotzingo en donde en gran mayoría se localizan los puntos de venta de productores.

Huejotzingo se divide urbanamente en cuatro barrios los cuales son una subdivisión del municipio y las sidrerías están localizadas en los siguientes barrios: en el primer barrio hay sidrerías en la avenida Carlos B. Zetina, el callejón San Francisco, la calle Principal 96 y la avenida los Arcos, cabe destacar que en el primer barrio se ubica el zócalo de la localidad es por ello que el mayor número de sidrerías se encuentran en calles, callejones y avenidas aledañas a él., en el segundo barrio solo se localizaron sidrerías en la calle Miguel Hidalgo, en el tercer barrio, solo en la avenida Ignacio Zaragoza, mientras que en el cuarto barrio solo en la avenida Miguel Jerónimo Martínez.

4.1.5 Realización de inventarios turísticos

El inventario turístico es un registro de forma ordenada y detallada del estado actual de los recursos turísticos de alguna localidad, y que por sus cualidades culturales, históricas o naturales pudiesen ser un atractivo para el viajero y su motivo de viaje. Por tal razón el inventariar representa una valiosa herramienta para la planificación y el ordenamiento turístico. Del mismo modo funciona como un medio de evaluación para medir el desarrollo turístico de alguna zona.

Dichos instrumentos no deben ser tomados solo como un conglomerado de datos, sino como instrumentos de gestión que permitan ayudar a la mejora constante del quehacer turístico. La elaboración de los inventarios turísticos se hace en dos pasos, primero registrando la información pertinente del atractivo y en segundo lugar evaluando los atractivos (CICATUR, s.f).

La metodología empleada para la elaboración de los inventarios fue la generación de una ficha propia del inventario de acuerdo a bibliografía revisada del Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR) y clasificando a cada uno de los recursos turísticos en 4 jerarquías basado en la atraktividad de dichos recursos y sus capacidades para generar el desplazamiento de personas a otros lugares fuera de su lugar de residencia. Tal como lo muestra la tabla siguiente:

Tabla 4.5 Muestra de diversas jerarquías de los recursos o atractivos turísticos de un destino.

<i>Jerarquía</i>	<i>Atributos</i>
Nivel 3	Atractivo singular capaz de ser el motivo principal del desplazamiento del viaje y atraer una vasta corriente de viajeros internos o externos al destino.
Nivel 2	Atractivo con rasgos singulares es también capaz de ser el motivo de viaje de muchos turistas y/o excursionistas aunque en menor escala, logra atraer a viajeros externos al territorio.
Nivel 1	Atractivo con solo algunos rasgos llamativos, capaces de atraer a solo un mercado específico, en su mayoría este atractivo es de interés para el turismo interno, aunque puede ser de una motivación de visita para turistas extranjeros que llegaron al destino por otras motivaciones.
Nivel 0	Atractivos sin méritos suficientes para motivar el desplazamiento de viajeros, pero que de igual forma fungen como elementos que completan a otros.

Nota: la tabla es una representación gráfica de los niveles que componen a un destino turístico y sus motivaciones de viaje para el turismo. Elaboración propia de acuerdo a (CICATUR, s.f).

A demás de jerarquizar los atractivos de un destino, el inventario cuenta con una serie de puntos a tomar en cuenta para la evaluación de dicho patrimonio cultural e inmaterial.

4.1.6 Marco analítico para la ruta de la sidra como eje de desarrollo local

La penúltima etapa de la planeación metodológica fue la construcción de un marco que permitirá el análisis entre las aproximaciones teóricas relevantes al tema de estudio, y la evidencia presentada en los instrumentos de trabajo, esto para poder dar veracidad de que la actividad turística rural y principalmente el diseño e implementación de una ruta agroturística en la localidad puede ser una herramienta de desarrollo local. Los ideales analizados fueron: ruta agroturística, agroturismo, desarrollo local y rural, así también como turismo y lo turístico. Por añadidura se estudió también el proceso turístico rural reciente que el municipio de Huejotzingo ha tenido de la mano de: actores claves locales,

recursos naturales, culturales e históricos, capacidades de carga, gestión de actores en el proceso turístico y recursos financieros para la formación de la ruta de la sidra. La información funciona para comprobar la hipótesis del estudio.

4.2 Métodos para la aplicación de instrumentos y la base de datos

Después de la revisión de la literatura, la operacionalización de las variables y la aplicación de instrumentos recopilatorios de información como lo fueron los cuestionarios, la entrevista y los inventarios realizados durante la investigación de campo, si bien, seguiría la etapa de la construcción de base de datos.

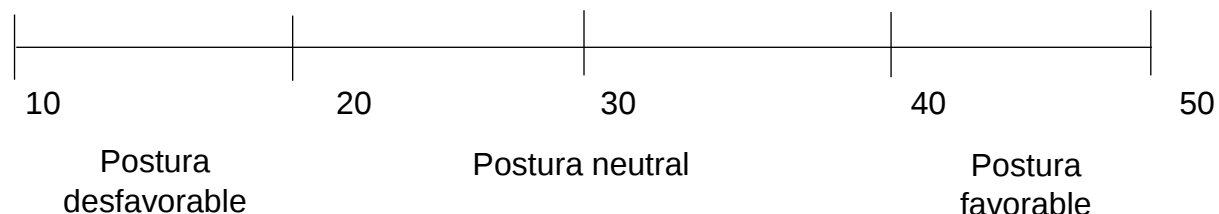
Además, se registró la información de acuerdo a los objetivos planteados con anterioridad, estructurando las referencias compiladas de acuerdo al tipo de actor local (productor, agricultor, gubernamental) y su labor en el proceso turístico de la zona. De la misma forma, se registraron fotografías tomadas durante la observación de la zona estudiada que fueron clasificada en función del recurso turístico (culturales, naturales e históricos) para con ello enriquecer el acervo del estudio y su posterior indagación y valoración de la localidad rural.

4.2.1 Escala aditiva de Likert

En cuanto a, la construcción de la base de datos de los cuestionarios realizados a productores y agricultores de la sidra y la manzana, estos fueron llevados a cabo de dos formas., la primera se hizo de acuerdo a las puntuaciones otorgadas en la escala Likert, sumando los elementos obtenidos de cada cuestionamiento. A esto se le llama “*escala aditiva*” y permite observar su reacción de acuerdo a su grado de aprobación o desaprobación del interrogante.

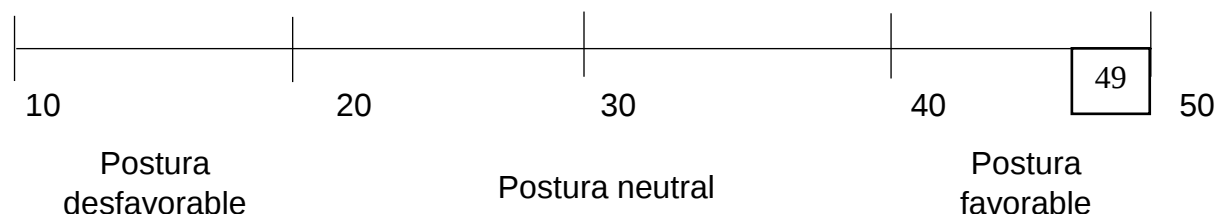
La forma de poder elaborar dicho análisis es multiplicando el número de reactivos con la ponderación más alta de cada elemento para obtener la postura favorable del estudio, y por el contrario para conseguir la menor ponderación de cada elemento se multiplica el número de reactivos por la menor ponderación de cada elemento para así conseguir la postura desfavorable del análisis, mientras que en el centro se localiza la posición neutral de los cuestionamientos realizados. Para poder localizar la postura de

cada encuestado es necesario sumar el valor que cada individuo otorgó en cada una de las preguntas realizadas y ubicarlo en la escala aditiva, tal como se ve en el gráfico.



4.3 Validez y confiabilidad del instrumento aplicado

La verificación de la validez y la confiabilidad del instrumento diseñado otorgan a la investigación una visión clara del acuerdo con el proyecto, de esta manera se realizó la verificación de las encuestas, por medio de las aportaciones de los cuestionados. Por ejemplo, el primer cuestionado en el estudio de campo fue Don Leopoldo Guerrero Velázquez, productor de sidra, y sus reactivos de acuerdo a la escala Likert fueron los siguientes (4+5+5+5+5+5+5+5+5+5), datos que fueron obtenidos asignándole un valor a cada respuesta de la siguiente manera: 1. Totalmente en desacuerdo; 2. En desacuerdo; 3. Me es indiferente; 4. De acuerdo; 5. Totalmente de acuerdo. Por consiguiente, la suma de cada ponderación numérica por reactivo en un total de los 10 realizados es de 49, por consiguiente si ubicamos ese número en la escala concluiremos que Don Leopoldo se encuentra ante una postura favorable respecto a los cuestionamientos hechos para la creación de una ruta de la sidra.



4.4 Análisis e Interpretación de resultados

Los actores clave de la localidad que ha permitido ser cuestionados sobre la posible creación de un productor turístico rural en el municipio, han indicado las ventajas

y desventajas que posee la zona para el diseño de una “*ruta agroturística de la sidra*”, implementado en primer lugar la faena¹⁷ en el campo durante el tiempo de cosecha de la manzana, para posteriormente apañar¹⁸ las manzanas y después prensarlas en máquinas artesanales hechas de madera en su mayoría, extrayendo todo el jugo del perón, y fermentando el mosto hasta obtener la sidra, como principal producto turístico de atracción para los visitantes. Esto ha mostrado un interés por conocer el proceso de elaboración y tiempo de cosecha de dichos frutos. Pero sobre todo de visitantes que buscan desplazarse a localidades rurales para aprender de la comunidad las costumbres, historias, culturas y lógicas de la misma.

El involucramiento de la población y de los actores clave turísticos en lo local ha permitido una relación estrecha con el turismo cultural, sin embargo en menor medida, las actividades relacionadas con el turismo rural, no han sido de gran interés para la población y para las administraciones gubernamentales, permitiendo que no exista una apropiación del campo con los actores clave del turismo y la población. Son contadas las actividades turísticas que tiene un enfoque rural, como las ferias hechas en la localidad de productos agrícola, tales como la manzana, las “*berries*”, el maíz y el tejocote, sin embargo a pesar de la existencia de dichas ferias no hay proyectos que involucren al viajero con el campo o con la comunidad.

Es por lo anterior, que el aprovechamiento de los conocimientos locales creará condiciones propicias que permitan realizar proyectos enfocados en su desarrollo local. Si bien la información compilada ha demostrado los vínculos entre las partes interesadas anteriormente descritas, estas relaciones se han articulado de manera correcta y también armoniosa, originando la implementación de la ruta agroturística de la sidra como factor para lograr el desarrollo local en la zona rural de Huejotzingo. A continuación, se analiza la postura del Director General de Educación, Cultura y Turismo del Municipio de Huejotzingo: Edgar Aguilar Tessier., el cual realiza las siguientes funciones bajo el puesto de director.

¹⁷ Trabajo realizado en el campo en su mayoría de veces, el cual requiere un esfuerzo corporal considerable.

¹⁸ Expresión asturiana para indicar que la manzana debe ser arranca del árbol para su posterior prensado y fermentación.

Yo precisamente lo que hago es vincular [...] Asuntos entre la cultura y el turismo, porque bueno sabemos que Huejotzingo al no ser un atractivo como una playa o algo por el estilo, básicamente sus atractivos turísticos son culturales, entonces en caso de Huejotzingo es indispensable tanto la cultura como el turismo se encuentren y tengan porque muchas veces las visiones de ambas chocan ¿no? Es decir no es lo mismo lo que busca un fomento cultural que lo que puede buscar el fomento turístico, entonces mi trabajo es conciliar, el resguardar lo cultural y obviamente ofrecerlo como un producto turístico que choque y ahora es complementándose (Aguilar Tessier, 2023).

La presidencia municipal también posee interés en materia turística dentro de la localidad, creando políticas públicas de interés turístico, comenta el director de educación, cultura y turismo.

Pues como te decía, en realidad empezamos por tener verdadera visión, porque a veces eso es como lo primero. En un municipio pequeño como el nuestro insisto ¿no? tiene esa vocación turística de facto, es crear políticas públicas que permitan que la gente empiece a ver a sus atractivos culturales y a sus tradiciones como atractivos turísticos, y la segunda parte es después de eso después de convencer a la población es difundir las tradiciones, porque todos sabemos cómo el caso del carnaval son este año tuvimos cerca de 7.000 danzantes, el ayuntamiento ni los viste ni les paga nada [...] Es la tradición de los portadores de las tradiciones de los danzantes y lo único que puede hacer el ayuntamiento es publicitarlo, no es llevar a diferentes rincones del país y del estado la información de nuestro carnaval y la invitación para que asistan a él (Aguilar Tessier, 2023).

A pesar de las opiniones, antes mencionadas, el titular de turismo del municipio se refirió, con mayor detalle a algunas estrategias o acciones que la dirección de turismo ha llevado a cabo en el periodo de estudio 2021-2024 con la finalidad de fomentar el desarrollo turístico en la localidad de Huejotzingo.

[...] Lo primero es promocionar los atractivos turísticos o culturales que tenemos y la segunda parte es que hemos implementado también la creación de nuevos productos turísticos, como son estas ferias, hemos creado la feria del chile, la feria de las “*berries*”, al feria del tejocote, la feria de las carnitas y las hemos situado en momentos en donde no hay actividad tradicional y que bueno en el caso de nosotros coincide con que sea en el verano que si hay una buena movilidad turística, entonces estas ferias cubren esos espacios en donde coincide que si hay movilidad turística o necesidad de viajar con la ausencia de actividades culturales en el municipio. Entonces hemos creado estas ferias para mantener al turismo y agente interesada en Huejotzingo todo el año o tratamos de cubrirlo (Aguilar Tessier, 2023).

De igual manera, el director menciona algunas de las dificultades que ha tenido al implementar dichas acciones en el municipio.

La verdad es que creo que se ha podido hacer un buen trabajo, hemos tenido una buena forma de hacerlo que es decir, primero es con el consenso de la población y a través del consenso de la población generamos ya estos productos turísticos porque a veces también es mucho un error que tienen no solo las administraciones, incluso la iniciativa privada de imponer [...] y creo que tiene que ir al revés primero como nosotros comenzamos, primero hacer un análisis para ver las necesidades para que entonces la población lo vea como una necesidad, no como que le estás haciendo un favor sino como que le estas ayudando, entonces hay una gran diferencia [...] entonces es al revés qué necesidad hay para llenarla y enriquecerla. En caso de tanto un servidor como la presidenta municipal los dos somos comunicólogos [...] y creo que el comunicólogo y el publicista lo pueden hacer mejor en esta primera parte porque es la creación del producto turístico, y el turistólogo lo puede hacer mejor cuando ya está hecho el producto y entonces él sabe dar un mejor servicio, un servicio de mejor calidad [...] un producto turístico tiene que cubrir una necesidad de la

población y no una idea de un administrador publico [...] (Aguilar Tessier, 2023).

En este sentido, y tras tomar en cuenta a la población para la realización de productos turísticos que permitan crear un beneficio para la comunidad. La población y el director destacan a la zona rural de Huejotzingo con recursos naturales, culturales e históricos para el aprovechamiento de la actividad turística.

No solo lo creo, estoy seguro, en realidad Huejotzingo es un municipio muy rico en historia, en cultura, tenemos ocho siglos de existencia. Huejotzingo se funda en el “*ce técpatl*” o que en español sería uno pedernal, y que es por ahí del mil doscientos sesenta y cacho en el año romano. Entonces Huejotzingo es ese badajee esos 800 años de tradiciones de cultura y por eso puedes encontrar en sus tradiciones simbolismos uno sobre otro, el carnaval de Huejotzingo aparentemente podrías ver que no solo es de la batalla del cinco de mayo, sino que es una festividad del año agrícola [...] Huejotzingo es la cabecera de ocho juntas auxiliares, las cuales seis de ella se encuentran a las faldas de Popocatepetl y el Iztaccíhuatl y son zonas rurales dedicadas normalmente al campo y obviamente tiene recursos tanto de la montaña para hacer senderismo sobre todo hacia el Iztaccíhuatl [...] y además de todos estos productos pues agroindustriales, agrícolas mejor dicho que tenemos en la zona (Aguilar Tessier, 2023).

Ante este mismo cuestionamiento, la población cuestionada indico en la escala aditiva Likert un promedio de 45 ante este mismo cuestionamiento teniendo una postura favorable de la población ante los recursos naturales, culturales e históricos para su aprovechamiento turístico. Tras esta pregunta se cuestionó a la población y sobre si el uso de los recursos naturales, culturales, de la zona rural del municipio ayudaría al desarrollo local de la comunidad, obtenido de igual forma un promedio de 45 sobre 50 y una postura favorable sobre el uso de bienes turísticos para la obtención del factor. Ante esto Don Leopoldo Guerrero Velázquez, propietario de sidrería Rossina, expreso:

Huejotzingo, tiene un gran potencial turístico, es un municipio con mucha historia, ya sabes con la realización del carnaval cada año que es tan nuestro, y la feria de la sidra que se lleva a cabo cada año, claro que creo que el municipio tiene un gran potencial para el turista venga, y más ahora que buscamos ser Pueblo Mágico, creo que eso podría hacer que más viajeros llegaran, [...] y que con esto haya una mayor venta de sidra (Guerrero Velázquez, 2023).

Otra de las preguntas realizadas al director de turismo fue si desde su perspectiva cree que el turismo se ha consolidado en el municipio de Huejotzingo, a lo que se comentó lo siguiente: Como tal consolidado no, yo creo que seguimos todavía en posicionarlo, seguimos trabajando en poder generar realmente toda esta industria turística en Huejotzingo, [...] pero no me gustaría decir que ya lo hemos consolidado (Aguilar Tessier, 2023).

Dada la no consolidación percibida por el director se preguntó cuáles han sido los factores que inhiben el impulso al desarrollo turístico en Huejotzingo:

En realidad tiene que ver que empezamos desde cero y desde hace muy poquito, es decir por desgracia no muchas administraciones o incluso la población en general no veía el potencial turístico en Huejotzingo, entonces aquí fue principalmente empezar desde cero, entonces creo que en estos cuatro años de administración pues eh hecho mucho pero eso no se puede consolidar porque es una misma administración, al final esperemos que podamos hacer suficientemente bien el trabajo para que esto pueda ser tras administración, es decir que la siguiente administración ya lo vea como una necesidad imperiosa y de primer nivel como no se había visto antes, entonces también ser los primeros te hace comenzar desde cero entonces no puedes consolidar algo cuando tú lo comenzaste, estaría padrísimo pero no nos ha dado el tiempo. Es por eso que nosotros hemos hecho que todo esto vaya de la mano con la población [...] (Aguilar Tessier, 2023).

Pese a las dificultades, que ha significado la materia turística para el municipio de Huejotzingo, la representación del Consejo Municipal Turístico conformado el 12 de octubre de 2012 a nivel local y refrendado el 24 de noviembre de 2022 por la presidenta municipal de Huejotzingo en turno: Angélica Alvarado Juárez y el cual funge como organismo consultor y asesor en los procesos de desarrollo local y planificación turística. Ante dicho consejo y otras dependencias de gobierno y organismos no gubernamentales cuyo objetivo es el impulso turístico de Huejotzingo el director comenta:

Este año se fundó el Comité Municipal de Turismo que precisamente acoge a varios gremios, desde restauranteros, sidreros, el director del aeropuerto, el cual es fundamental porque Huejotzingo tiene el Aeropuerto Internacional de Puebla [...] y también con las diferentes comisiones, los comités de carnaval, acercar como te decía yo a todos estos a la oferta cultural que tiene el municipio, acércala a que ellos mismos también se empiecen a ver como un producto turístico (Aguilar Tessier, 2023)

A la par, se han realizado acuerdos de cooperación entre el gobierno, organismos no gubernamentales, empresarios, asociaciones, pobladores locales y otros actores para la realización de proyectos de interés turístico en Huejotzingo que permeen en la necesidad de la población, tomando en cuenta la tradición “*sui géneris*”, difundiéndola o revistiéndola para ser un producto turístico, sin embargo las dependencias gubernamentales no las crea, más bien localizan los productos o las necesidades de la comunidad y ayudan a su difusión dándole un orden, así lo comenta el Director de Turismo del Municipio:

Todos nuestros proyecto de interés turístico, no son ideados por nosotros sino que creemos que para que puedan ser más efectivos deben seguir la necesidad de la población o como tal; ya existe la tradición o centro cultural y nosotros lo que hacemos es difundirlo o revestirlo para que pueda ser un producto turístico, pero en realidad básicamente esta administración no los crea, más bien encontramos el producto o la necesidad y la difundimos, dándole un nuevo orden o lo que requiera para que tome la forma de producto turístico, pero hasta este momento no hemos creado ninguno bajo

ninguna ocurrencia, todos han sido ya creados con anterioridad o difundimos esta tradición o lo creamos mediante una necesidad de la población (Aguilar Tessier, 2023).

Ante la constante sobre la creación de productor turístico el director comento:

No, en el caso de este año, vamos a retomar los que se hicieron el año pasado, todas esas ferias que en algunos lugares son su segunda edición en otros serán su tercera o cuarta, pero sabemos que el asunto de la pandemia tuvo ediciones [...] pero lo que queremos es fortalecer los productos a pesar de que existe la idea de generar un nuevo producto turístico en la cabecera municipal pero solo está ahí como idea y como proyecto pero como tal, la idea en realidad es fortalecer las que ya tenemos (Aguilar Tessier, 2023).

Si bien son cierto, las ideas nuevas son parte importante del desarrollo local de cualquier espacio, es de vital importancia el crear productos turísticos nuevos que ayuden no solo a la atracción de un mayor número de turistas responsables sino que además y como pieza fundamental velen por el apoyo a la comunidad, desde un aspecto económico y creando en ellos identidad, para evitar un mayor número de migraciones; esto es algo que busca el producto turístico “la ruta de la sidra”, crear en la comunidad un apego por su cultura, y tradiciones que eviten el cambio de residencia de sus pobladores, como paso en la mayoría de las poblaciones rurales en busca de “nuevas y mejores oportunidades de vida”.

4.5 Consideraciones finales

La puesta en marcha de toda la estrategia metodológica permitido recopilar instrumentos veraces y tato información como fue posible, de esta manera los datos recabados sirvieron pata hacer un análisis apropiado del estudio y además permitieron sustentar la investigación.

Debido a la poca información de las sidrerías y a que en algunos casos fue complicado poder realizar entrevistas o censos por motivos de desconfianza o temas referentes a gobierno, se tuvo que buscar un método de recolección de información más

rápida, llamado bola de nieve el cual consistió en que al final de cada entrevista el entrevistador, daba información de contacto sobre otro productor de la sidra, de esta manera fue mucho más eficiente el entrar en contacto con nuevo productores, por medio de recomendaciones.

Sin embargo, cada una de las etapas de la metodología de la investigación muestra la clara argumentación de cada miembro de la población entrevistado, explicando el objeto de estudio; y el esfuerzo individual acumulado anticipa el aporte particular que el proyecto aporta al turismo en la región.

La información tiene el propósito de sentar las bases para la construcción del siguiente capítulo: factores de desarrollo clave en la realización de la ruta turística de la sidra en Huejotzingo. De la misma calidad de la información obtenida dependerá el éxito y validez del producto turístico, los cuales brindan un aporte importante al campo de estudio y en general a las disciplinas turísticas.

CAPITULO 5. DISEÑO DE LA RUTA AGROTURÍSTICA DE LA SIDRA EN HUEJOTZINGO, PUEBLA

5.1 Huejotzingo como Pueblo Mágico

Desde que se concibió el Programa Pueblos Mágicos en el año 2001, se consolidado como una nueva estrategia gubernamental para el desarrollo turístico de la nación, orientada a diversificar la oferta y la demanda en las diferentes regiones del país, basada fundamentalmente en los atributos históricos y culturales de las localidades (SECTUR, 2020). Desde la creación de dicho programa los pueblos dejaron de verse como destinos secundarios, para convertirse en los nuevos espacios de esparcimiento y recreación turística.

Esta labor crearía en ellos, territorios culturales, con identidades marcas, y atractivos alternativos que serían a partir del inicio del nuevo milenio, la nueva forma de hacer turismo en México, sobre todo un turismo responsable y consiste del entorno rural. Que busca en todo momento el desarrollo local de las comunidades más empobrecidas de la sociedad.

El programa en su teoría poseía una óptica de respeto y ayuda, a pesar de que el turismo en zonas periféricas a las urbanas ya se llevaba a cabo en años posteriores, era una buena forma de hacer que la demanda acrecentará en zonas rural, cuyos beneficios turísticos nunca fueron comparables con las zonas de turismo tradicional.

El caso de Puebla como Estado es particular, debido a que es uno de los tres Estados de la República Mexicana que posee el mayor número de nombramientos de Pueblos Mágicos, siendo 12 actualmente; el primer nombramiento se le dio a Cuetzalan seis meses después de nombrar a Huasca de Ocampo como el primer Pueblo Mágico un 5 de octubre de 2001, después de esto tuvieron que pasar nueve años para que el Estado recibiera su segundo nombramiento, siendo Zacatlán el nuevo en ser elegido en el año 2011; y a él le siguieron 5 localidades más en el año 2012, Pahuatlán Chignahuapan, Cholula, Tlatlauquitepec y Xicotepec respectivamente, más tarde en 2015 dos nuevos nombramientos son otorgados al Estado de Puebla, siendo Atlixco y Huauchinango, los nuevos en la lista. Para el 2020 Tetela de Ocampo fue nombrado el décimo Pueblo

Mágico, y tres años después los últimos dos hasta la fecha; Teziutlán y Huejotzingo en 2023.

A pesar, de que el nombramiento de Huejotzingo es reciente se buscaba ya desde hace mucho tiempo atrás, o por lo menos así lo comenta el Director de Turismo del Municipio Edgar Aguilar Tessier:

En realidad lo único que nos detiene en este momento es que este tipo de nombramientos evidentemente es federal y que la federación no ha sacado todavía convocatoria, entonces nosotros tenemos ya armado el expediente con base a las convocatorias anteriores; estamos precisamente esperando a que salga la convocatoria, y ver que sí y que no y adecuar lo necesario porque evidentemente no va hacer exactamente igual, pero tampoco va a ver tanta diferencia entonces es pulirlo e ingresarlo y bueno esperar a ver [...] Pero ya como tal, lo tenemos insisto si fuera el anterior esta ya al cien por ciento (Aguilar Tessier, 2023).

En realidad Huejotzingo desde años pasados ha intentado ser Pueblo Mágico.

Sí, es algo que queremos hacer y hemos estado trabajando para poder serlo, en realidad el expediente está hecho y solo estamos esperando para que solo nos habrán la ventanilla para meter nuestros documentos, pero no quisimos que sea al revés, no, primero veo que se pide y luego se planea; y como se detuvo por los cambios turísticos que hubo a nivel federal con los nuevos nombramientos. Pues en realidad ya solo nosotros estamos esperando a que se reabran, incluso se cree que se puede cambiar ciertas asignaciones y las nuevas formas de operación. Entonces solo estamos esperando que se habrá la convocatoria (Aguilar Tessier, 2023).

Ante este discurso, se le expreso para con fines de la investigación y su enfoque local, si la población también está de acuerdo con el nombramiento de Pueblo Mágico, a lo que respondió.

Si, fíjate que incluso es interesante y es algo como que ustedes como estudiantes y como profesionales del turismo deben tomar como mucho en cuenta, es precisamente lo que platicábamos hace un rato ¿Cómo se lo

arraigo a las personas?, porque hay veces en Pueblos como Huejotzingo que no parecieran ser tan turísticos, dijo no somos Acapulco no tenemos playa y ustedes lo saben hasta hace muy poco el turismo se limitaba solo a pesar en playa, yo para que voy hacer turismo sino tengo playa como puedo ser turístico. Eso ha ido cambiando en el consiste de las personas pero en poblaciones pequeñas sin esa vocación turística de origen es importante trabajar con la población [...] Por eso se debe ir con el consenso de las personas pero también involucrándolos, es también desde por ejemplo de las propias reglas de operación y formas del Consejo Municipal Turístico, es entonces el acercarte a quienes se dedican a cuestiones del turismo pero también a quienes ellos no se ven o no se conciben como estas personas turísticas (Aguilar Tessier, 2023).

El Director durante la entrevista además menciona que es de impronta que la comunidad quiera dar a conocer su tradición y que el turista sea respetuoso con la misma, de otra forma no podría existir un turismo responsable, que es lo que se busca con el diseño de esta ruta de la sidra.

Como se mencionaba con anterioridad, partir del año 2023, mismo en que en Huejotzingo recibe el nombramiento de Pueblo Mágico, se comienza a trabajar por medio de instancias gubernamentales y población local, en la realización de nuevos proyectos turísticos que principalmente tengan un beneficio social y económico para con la comunidad, a la par de crear identidad con las tradiciones vivas de la región. Por ello es que plantea la realización de una ruta de sidra como producto turístico integrador comunitario.

5.2 Elaboración de la Ruta Agroturística de la Sidra

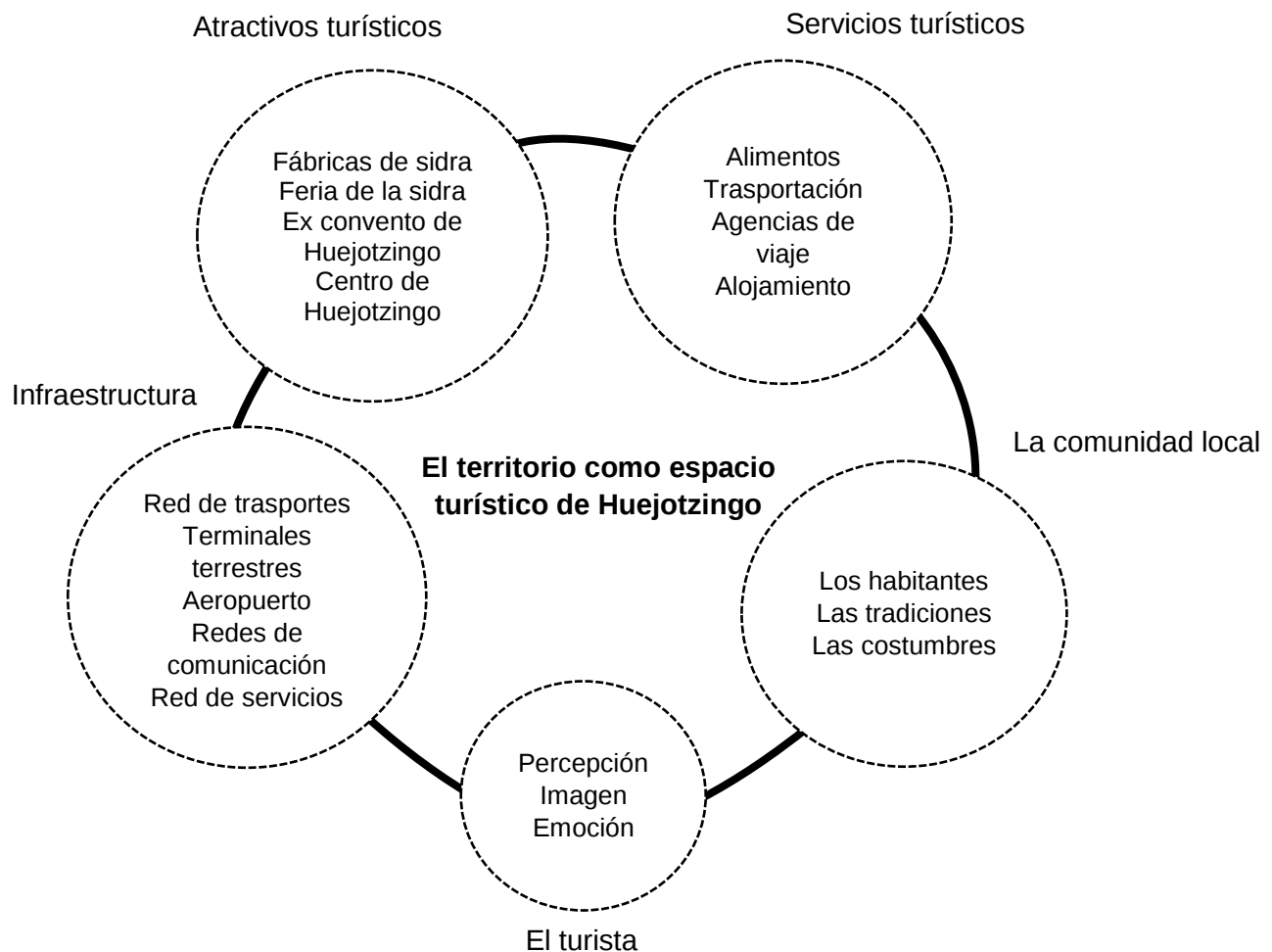
Para el diseño de la ruta de la sidra, se siguieron diversas metodologías a partir de diversos autores e instituciones que han contribuido con el tema en el sector turístico; tales como (Boullon, 2006; CICATUR, s.f; Cárdenas Tabares, 2006; y Montecinos Torres, 2022). Es decir, que la ruta propuesta no es una metodología concreta de un solo autor sino más bien una nueva metodología del autor de la obra basado en otros autores.

Tomando en cuenta lo anterior, entonces se procede a explicar paso a paso del diseño de la misma:

5.2.1 Elementos de la ruta

Los elementos de una ruta turística son fundamentales para el desarrollo de la misma, es por ello que elementos tales como los servicios, los atractivos o la infraestructura ayudarán hacer que la percepción por parte de la comunidad así como de los visitantes sea favorable, de esa forma, es que se diseñó un mapa que puntualiza los aspectos más importantes de la ruta de la sidra.

Figura 10. Mapa de los elementos de la ruta agroturística de la sidra



Nota: El mapa muestra de forma clara los cinco elementos más importantes a tomar en cuenta para el diseño de la ruta agroturística de la sidra. Fuente: Elaboración propia.

Una vez identificados los elementos que componen a la ruta agroturística de la sidra, fue de importancia el caracterizar a cada atractivo por medio de inventarios turístico, que permitieran reconocer su aspecto actual, ubicación y condiciones de acceso con las que cuenta, otro factor importante a ser tomado en cuenta es conocer las fabricas productoras de sidra contaban con los espacios o capacitaciones para poder para poder brindar un servicio de forma correcta.

5.2.2 Inventarios turísticos

El mismo inventario turístico funciona como una herramienta utilizada en la planificación y gestión del turismo que consiste en recopilar, organizar y analizar información detallada sobre los recursos turísticos disponibles en un destino específico. Este inventario proporciona una visión completa de los activos turísticos de una región, lo que permite que la planificación, se lleva a cabo con autoridades locales y profesionales del turismo para de esta manera comprender mejor el potencial turístico de un área y tomar decisiones informadas sobre su desarrollo y promoción. Algunos de los elementos que se suelen incluir en un inventario turístico son:

Tabla 5.1 Elementos de un inventario turístico.

Elementos de un inventario turístico	Ejemplos
Atracciones turísticas	Monumentos históricos, sitios culturales, áreas naturales protegidas, parques temáticos, museos, festivales y eventos, entre otros.
Infraestructura	Alojamiento, servicios de alimentación, centros de visitantes, servicios de transporte, instalaciones recreativas y de entretenimiento.
Recursos naturales	Playas, montañas, ríos, lagos, reservas naturales, áreas de conservación, senderos para caminatas, observación de aves y actividades de aventura.
Recursos culturales	Patrimonio arquitectónico, artesanías locales, tradiciones culturales, gastronomía regional, eventos culturales y festivales.
Servicios de apoyo	Información turística, guías turísticos, servicios de emergencia, servicios de salud, servicios financieros, etc.

Datos demográficos y de demanda	Perfil de los visitantes, tendencias de viaje, comportamiento del mercado y estadísticas de visitantes.
---------------------------------	---

Nota: Los elementos forman parte importante de la caracterización de los inventarios turísticos y su formación. Fuente: Elaboración propia.

De esta forma, el objetivo principal de un inventario turístico es proporcionar una base de datos detallados y actualizados que sirva como punto de partida para la planificación estratégica del turismo, la toma de decisiones sobre políticas, la identificación de oportunidades de desarrollo y la promoción efectiva del destino ante los visitantes potenciales. Además, permite identificar áreas de mejora y posibles nichos de mercado que pueden ser aprovechados para diversificar la oferta turística y mejorar la competitividad del destino.

Los inventarios turísticos que se usaron para la obtención de la información están compuestos por 15 fases de obtención de información de forma ordenada indicando 1) nombre del recursos turístico; 2) ubicación del recurso; 3) categoría; 4) descripción del recurso; 5) particularidades que lo diferencian de otros; 6) estado actual; 7) tipo de visitante actual; 8) acceso; 9) tipo de ingreso; 10) época propicia para su visita; 11) horarios de visita; 12) actividades que se desarrollan en el recurso; 13) servicios actuales básicos dentro del atractivo; 14) servicios básicos actuales fuera del recurso; 15) datos complementarios.

Tras la obtención de la información se permitió reconocer los atractivos principales con los que contará la ruta agroturística de la sidra en Huejotzingo, Puebla, y como se ha leído con anterioridad esto permite su trazabilidad y diseño, pero sobre todo y de manera inicial la creación del itinerario; como se presenta a continuación:

- a) La ruta comienza al amanecer, esto debido a que el entorno natural visual en la Sierra Nevada es favorable para la toma de fotografías.
- b) La visita a la Sierra Nevada; esta se compone de diversas comunidades sin embargo la producción y crecimiento de la manzana óptima para la elaboración de la sidra es la manzana perón, la cual crece en los municipios de: Chiautzingo, San Nicolás de los Ranchos y San Andrés Calpan, todos los municipios son cercanos a Huejotzingo, durante el recorrido por cualquiera de los municipios el visitate

podrá no solo identificar la manzana usada en la elaboración de la sidra, sino también su punto de maduración y cosecha así como practicar la recolección, solo es los meses de (septiembre a diciembre).

- c) Lo más importante para la ruta es la cercanía con las comunidades en el entorno rural, por ellos se plantea la idea que después de la recolección de la manzana, el visitante obtenga un desayuno típico en la zona de mano de cocineras tradicionales de la misma.
- d) Después de su visita a la Sierra Nevada se dirigirá a la primera fábrica de sidra de Huejotzingo “Sidrería Azteca”, en donde a su llegada el visitante conocerá en primera persona la producción de la sidra de forma industrial.
- e) Para después contrastar la elaboración industrial con la artesanal, por ellos se dirigirá a una de las sidrerías más jóvenes en el municipio “Sidrería San Francisco”, que a pesar de ello elabora la sidra de manera artesanal, usando una maquinaria clásica, misma en donde hará una cata de 3 sidras (tradicional, de pera y gourmet).
- f) La siguiente parada es la sidrería Maipú y Mai frut, en donde el visitante podrá elaborar su propia sidra, eligiendo la variedad de manzana para la creación de la misma, seguido de la prueba del fermentado que guardara, el mismo en la botella, y como parte final la creación su propia etiqueta de sidra.
- g) En conjunto las sidrerías de los hermanos Damián de Olarte, las cuales son la nacional y rancho las águilas realizarán una cata de sidras propias de su fábrica, donde por medio de un Sommelier local serán guiados en aromas y sabores propios del fermentado.
- h) Para finalizar los visitantes conocerán una de las muchas tiendas de venta de sidra, artesanías y conservas de la región llamada sidrería rossina, en donde su última parada involucrara la compra de artículos elaborados en Huejotzingo, Puebla.

La ruta en todo momento es pensada desde la perspectiva social y cumpliendo su objetivo de buscar el desarrollo local, Ahora se sabe que la ruta es una gran fuente de ingresos económicos no solo para los propios productores de la sidra en Huejotzingo, sino también para las comunidades aledañas productoras de la manzana.

El trabajo en conjunto de todas las comunidades hará posible la realización de la ruta, como medio de crecimiento económico, sin embargo, aunado a esto también podrán existir otros festivales representativos de la bebida, y es que de acuerdo a la investigación realizada, después de la recolección de la manzana en los meses de septiembre a diciembre, al manzana se le extrae el jugo y se le deja fermentando, ya sea en tanques de acero inoxidable o en barricas de roble, este proceso puede durar solo unos días o incluso meses, por lo cual semanas previas al inicio de la semana santa, y con ayuda del sector gubernamental se podría desarrollar un festival de la primera sidra de cada año; esto evitar que la sidra solo se comprará en temporadas específicas y el turista además tenga una mayor frecuencia de visita con el Municipio.

5.2.3 Propuesta de diseño de la ruta agroturística de la sidra en el Municipio de Huejotzingo

Para el diseño de la ruta agroturística de la sidra en Huejotzingo, Puebla y Municipios aledaños se empleó como soporte el programa de información y geolocalización *google maps*, además de la validación de la misma por parte del Gobierno del Estado de Puebla a través de la Ley de Turismo del Estado de acuerdo a su artículo 28, que menciona; La Secretaría al especificar en el programa las políticas, objetivos y prioridades que regirán a la actividad turística, investigará las características de la demanda y los atractivos turísticos naturales y culturales con que cuenta cada ruta o región (Gobierno del Estado de Puebla, 2023).

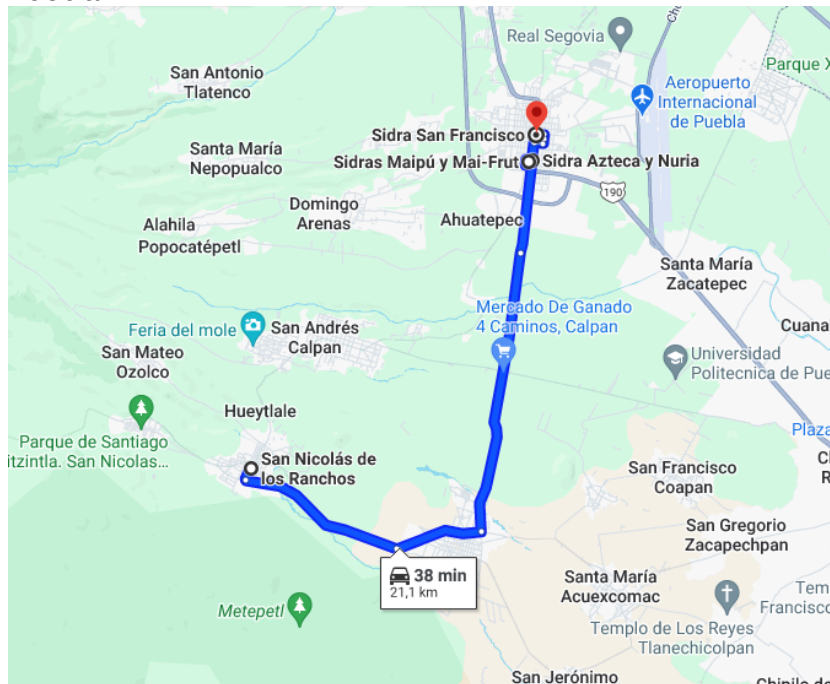
Con esto se contribuye al desarrollo local de la región de Huejotzingo, a través de la difusión de sus atractivos turísticos, y cuyo nombre de identificación es: Ruta Agroturística de la Sidra.

[illegible]

Nota: Los municipios son Huejotzingo, Chiautzingo, San Andrés Calpan y San Nicolás de los Ranchos. Fuente: Elaboración propia tomada de <https://www.google.com.mx/maps/>

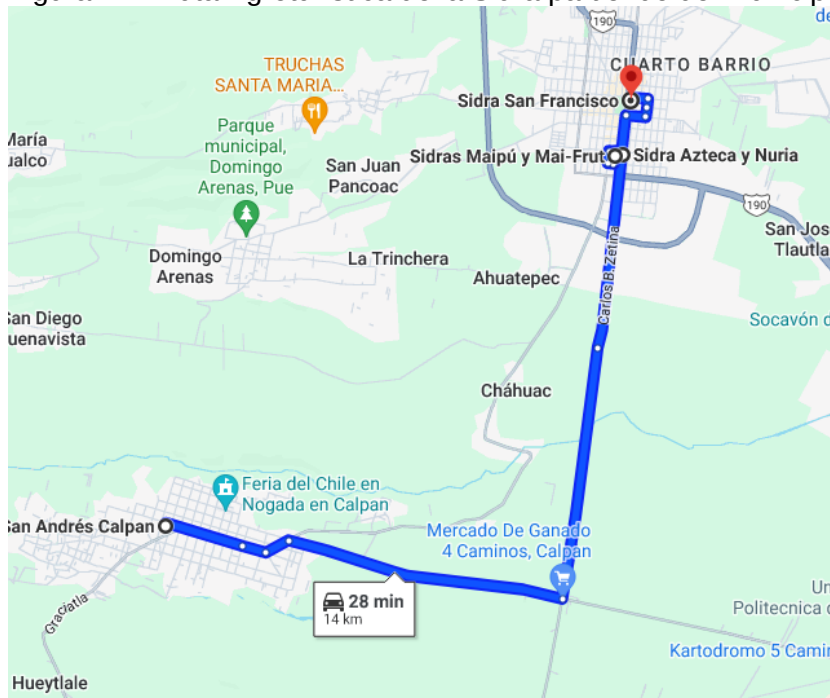
Nota: Propuesta de ruta partiendo del municipio de, Chiautzingo hacia las casas sidreras. Fuente: Elaboración propia tomada de <https://www.google.com.mx/maps/>

Figura 13. Ruta Agroturística de la Sidra partiendo del Municipio de San Nicolás de los Ranchos, Puebla.



Nota: Propuesta de ruta partiendo del municipio de, San Nicolás de los Ranchos hacia las casas sidreras. Fuente: Elaboración propia tomada de <https://www.google.com.mx/maps/>

Figura 14. Ruta Agroturística de la Sidra partiendo del Municipio de San Andrés Calpan, Puebla



Nota: Propuesta de ruta partiendo del municipio de, San Andrés Calpan hacia las casas sidreras. Fuente: Elaboración propia tomada de <https://www.google.com.mx/maps/>

Nota: Propuesta de ruta de la sidra en su perspectiva general. Fuente: Elaboración propia tomada de <https://www.google.com.mx/maps/>

La ruta comprende entonces las principales casas sidreras de Huejotzingo como parte de los principales atractivos de la misma, eso como una forma de aproximación al turismo alternativo en el sector rural. De manera específica, la ruta busca difundir la riqueza sidrera de la región siendo el agroturismo una herramienta de acceso a ella, y es que de acuerdo con (Riveros & Blanco, 2003) el turismo agrícola es ahora un tipo de actividad que atrae a un mayor número de viajeros debido a un continuo compromiso con el medio ambiente, aumento de poblaciones rurales con fines turísticos, mejoramiento en la infraestructura de las zonas, la diversidad de actividades recreativas en el campo y las nuevas formas de colocar al turista como el eje central, protagonista de las experiencias y no solo como un admirador de las mismas.

El diseño consiste inclusive en la identificación de servicios básicos, los diversos tipos de movilización y el tiempo entre cada uno de los puntos, además de las conexiones entre ellos y servicios de alojamientos y de alimentación. Por otro lado, la experiencia del turista es de vital importancia en la ruta debido a esto se realizaron estudios de acuerdo a la promoción y difusión de la ruta así como el tipo de turista que sentiría atraído por experimentarla.

5.3 Los turistas y sus motivaciones de viaje

El turista es de acuerdo el autor (Serra, 2011) como aquel individuo que pernocta en el destino de viaje, diferenciándolo con el excursionista que no pasa la noche en el territorio o incluso con el viajero al cual no le gusta definirse con ninguna de las dos categorías anteriores. De la misma forma, la (ONU Turismo) Organización de las Naciones Unidas para el Turismo define al turista como;

Turista o visitante que pernocta es un visitante interno, receptor o emisor que se clasifica como turista o visitante que pernocta, si su viaje incluye una pernoctación o como visitante del día o excursionista en caso contrario. Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados (ONU Turismo, 2010).

Por el contrario para Cooper (2007) los turistas son individuos heterogéneos con diversas personalidades, presentan diversas características, demográficas, motivaciones de viaje complejas y buscan satisfacer sus necesidades por medio de experiencias.

Reconocer y estudiar al turista forma parte de la creación de cualquier producto turístico, sobre todo cuando este será el protagonista de dichos productos, por ello el estudio de turistas, viajeros o excursionistas es de importancia en la metodología de la ruta agroturística de la sidra. Estudiarlos ayudaría gradualmente a comprender sus necesidades y sus motivaciones de viaje. Para ello, se investigó la demanda turística que Huejotzingo recibe y sus temporadas altas.

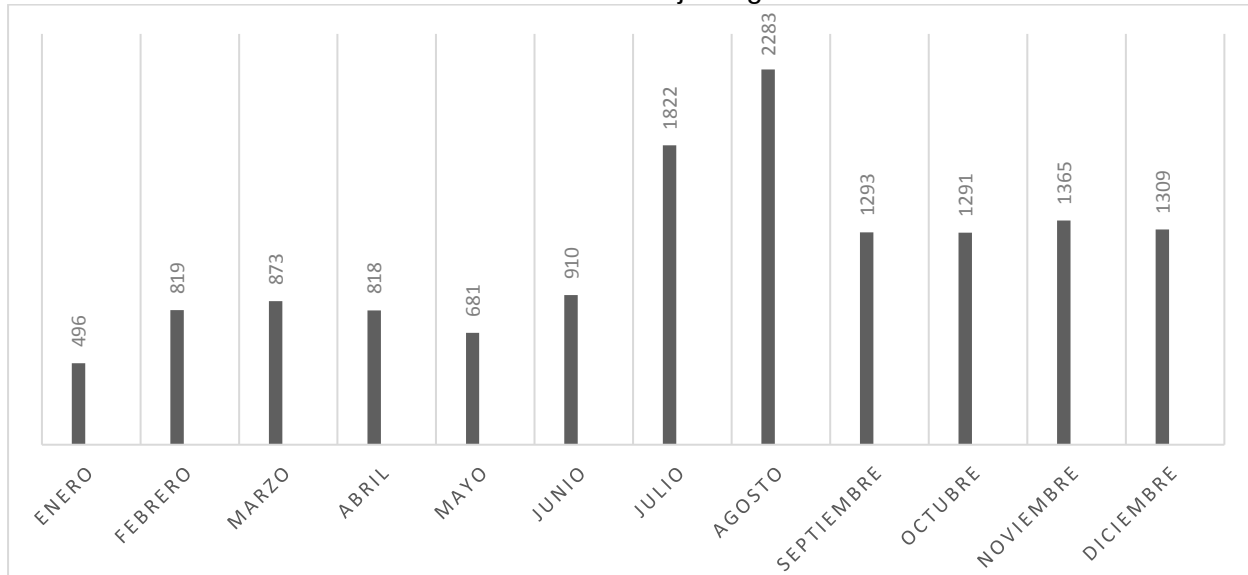
Tabla 5.2 Demanda de visitantes de Huejotzingo.

Festividad	Temporada	Promedio de turistas
Carnaval de Huejotzingo	Semanas previas a la semana santa	300.000 turistas
Altas monumentales	Semana santa	818 turistas
Feria de la Sidra	Diciembre	1.309 turistas

Nota: Los datos presentados como el promedio de turistas son solo un aproximado, debido a que el Municipio no se cuenta con datos estadísticos sobre la llegada y pernocta de turistas. Fuente: Elaboración propia a partir del (INAH, 2023).

Tras la obtención de datos es posible observar que es el carnaval de Pueblo Mágico lo que mayormente atrae turistas, esto motivo a la realización de un estudio completo sobre la llegada de turistas al municipio en el año 2023, dando los siguientes resultados.

Tabla 5.3 Gráfico de demanda de visitantes de Huejotzingo en el año 2023.



Nota: los factores muestran la llegada de visitantes al Municipio de acuerdo a datos tomados por él (INAH, 2023).

Con estos datos se entiende que, la mayor demanda turística actual es entre los meses de julio y agosto, la cual coincide con los meses posteriores a la cosecha de la manzana cuyos datos ocupan el segundo lugar en visitas durante el año entre los meses de septiembre a diciembre. Por otro lado, la identificación del turista es de vital importancia para la atracción de estos a la ruta por ellos se realizaron estudios sobre los tipos de turista interesados en la ruta a través de varios factores y autores.

5.3.1 Teorías sobre las motivaciones de viaje del turista y su aplicación a la Ruta Agroturística de la Sidra

De acuerdo con el psiquiatra las características corporales y psíquicas del individuo, son factores importantes a tomar en cuenta en el estudio de los turistas, debido a que de acuerdo con su morfología estos incentivarían sus viajes, aunque no sean exactas porque pueden existir tendencias o combinaciones de tipos. Kretschmer clasifica al individuo en cuatro tipos

- a) **Leptosómico/Ectomorfo**: una persona de constitución delgada, ausente de tejido adiposo o muscular, predominando lo cerebral, poco sociable con tendencia introvertida, nervioso controlado, realización de actividades turísticas independientes, culturales y creativas, observador, dando lugar a la reflexión y la decisión a partir de una información detallada;
- b) **Atlético/Mesomorfo**: fuerte musculatura y estructura ósea, duro, agresivo, tenaz, tranquilo, constante, trabajador, directo, realización de actividades turísticas de riesgo, novedad;
- c) **Pínico/Endomorfo**: fuerte expansión del cráneo, tórax y abdomen, tendencia a la acumulación de grasa sobre el tronco, se deja llevar, actividades turísticas de tipo sedentario, recreativo y gastronómico;
- d) **Displástico**: apartado de la fisiología media habitual, puede combinar los tres fundamentales.

De acuerdo a la teoría del autor el tipo de turista propio de la ruta de la sidra, sería aquel que presenta un tipo de cuerpo Pínico/Endomorfo, por su gusto por el senderismo, lo recreativo y el turismo gastronómico, sin embargo esta no es la única teórica quien categoriza al turista ya que por su lado Stanley C. Plog menciona en su teoría que existen dos tipos diferentes de personas, aquellos que se saltan estas normas y valores, a los que Plog llamó alocéntricos; y aquellos que siguen de forma estricta este conjunto a los cuales denominó psicocéntricos. Pero no existen extremos, no hay una persona totalmente alocéntrica ni totalmente psicocéntrica, también están los intermedios a los que Plog llamo mediocéntricos (Montaner Montejano, 1996).

Tabla 5.4 Tipos de turistas de acuerdo con la teoría de Stanley C. Plog.

Psicocéntricos	Alocéntricos
Prefieren destinos que sean familiares.	Prefieren las zonas no turísticas.
Prefieren las actividades conocidas.	Aprecian el sentido del descubrimiento y se deleitan con experiencias nuevas.
Prefieren lugares con sol y diversión (relajación).	Prefieren destinos nuevos y diferentes.
Nivel de actividad bajo.	Nivel de actividad alto.

Prefieren los destinos a los que pueden ir en automóvil.	Prefieren ir a los destinos en avión.
Prefieren acomodaciones turísticas formales, como hoteles con estructuras bien desarrolladas, restaurantes familiares y tiendas turísticas.	Las acomodaciones deben incluir hoteles y alimentos de adecuados a buenos, no necesariamente hoteles modernos o de cadena.
Paquetes de viaje completos, con actividades programadas.	Los preparativos del viaje deben incluir lo básico (transporte, hotel) y permitir libertad y flexibilidad considerables.
Prefieren una atmósfera que les sea familiar (puestos de hamburguesas, entretenimiento tipo familiar, ausencia de atmósfera extranjera).	Les gusta conocer personas de culturas diferentes o extranjeras y se relacionan con ellas.

Nota: Elaboración propia a partir de la teoría de Plog.

De acuerdo con el autor el tipo de visitante para la ruta de la sidra sería el mediocéntrico con tendencia psicocéntrica, ya que son las personas llamadas turistas convencionales, que coincide con el típico turista de masas cuyo motivo del viaje es el descanso, la relajación y la satisfacción que ofrecen los contactos familiares y amistades, y en donde la salud es un elemento importante para este turista. Concibe el turismo como huida del lugar de residencia, mezclando un conjunto de actividades, en contacto con la naturaleza, con el sol, el mar, la tranquilidad del espacio rural, la satisfacción corporal, las compras, la diversión, los elementos culturales tópicos, museos, monumentos, parques temáticos, casco histórico...Y contactos con las personas del lugar de destino (Montaner Montejano, 1996).

Por su parte, el sociólogo E. Cohen, propone dos categorizaciones de turistas, los “*sightseer*” y los “*vacationer*”, diferenciando el primero, que busca nuevas experiencias y realizar actividades de diversa índole en diferentes itinerancias, es decir, un turismo activo, mientras que el segundo busca el descanso en un entorno diferente al habitual, un turismo más pasivo:

- a) **El turista sedentario:** búsqueda del descanso, familiar, estereotipado.
- b) **El turista sedentario-móvil:** además del anterior, busca descubrir cosas nuevas, deportista e interés por lo cultural.
- c) **El turista itinerante:** relacionado con el turismo cultural ya sea en viajes

organizados o independientes, búsqueda de lo exótico.

- d) **El nómada: aventurero**, le gusta la novedad, viajes individuales, alto nivel cultural, contacto imitación de las sociedades autóctonas, especialmente gente joven.
- e) **El turista de masas organizado**: usuario de tour-operadores sin salir de los servicios contratados.
- f) **El turista de masas individual**: se acoge a un viaje organizado pero realiza un itinerario propio con principal interés en los recursos turísticos típicos.
- g) **El explorador**: preparación del viaje propia, diseña el itinerario que quiere realizar, motivado con lugares alejados de las masas con interés antropológico.

La segunda clasificación se basa en la motivación según la experiencia turística deseada del individuo:

- a) **Tipo recreativo**: principalmente búsqueda de la diversión;
- b) **Tipo derivativo**: escapar de la rutina mediante el turismo como instrumento de diversión;
- c) **Tipo de experiencia**: significación del desarrollo de la actividad turística en sí;
- d) **Tipo experimental**: búsqueda nuevas vivencias;
- e) **Tipo existencial**: contexto espiritual, la búsqueda de uno mismo (Montaner Montejano, 1996).

Bajo este contexto es claro que de acuerdo a esta última teoría el tipo de turista apropiado para la ruta es explorador, y es que de acuerdo con todas las teorías previamente vista podemos deducir que el turista ideal para la ruta de la sidra, no existe, y que en cambio puede ser la combinación de muchas tipologías lo que lo hagan tener un motivo de viaje a lugares buscando el descanso en el medio rural, o por la búsqueda de nuevos productos turísticos que le sean de interés cultural.

5.4 Difusión turística de la Ruta de la Sidra en Huejotzingo Puebla

La difusión turística al igual que la promoción turística, buscan resaltar a un territorio o destino turístico por medio de contenidos publicitarios, esto hace que los atractivos de una región, así como los negocios que se ven beneficiados por la llegada de turistas tomen vigencia en diversos planos y mercados nacionales e internacionales,

de esta forma la actividad económica turística se vuelve dinámica con el paso del tiempo, sin embargo, la promoción es algo que un destino debe siempre tener presente para mantenerse en la mente del consumidor, es por ello que la innovación es también un gran estrategia para estar imperante.

El caso de la ruta de la sidra en el Pueblo Mágico de Huejotzingo en Puebla, es ya un proyecto innovador en México como país, y es que a pesar de que en otras partes del mundo como ocurre con Asturias España la ruta de la sidra es ya un proyecto establecido y de reconocimiento mundial. México aún no vislumbra el poseer una ruta propia con esta bebida, a pesar de como se ha mencionado líneas arriba es una bebida de origen español que llegó al país durante el periodo de la conquista.

Por tal motivo, es que la nueva ruta de la sidra no solo ofrece un escaparate para la realización de una nueva idea turística, sino también una promoción única e innovadora ante tal trazado de campos de manzana y fábricas de fermentación en Huejotzingo, Puebla. A todo esto, se suma la demanda que el producto turístico tendrá y su vigencia con el paso del tiempo.

5.4.1 Medios de promoción de la ruta de la sidra

Al ser Huejotzingo Pueblo Mágico desde el año 2023, este ha tenido que desarrollar diversas estrategias de promoción para que sea cada vez más la demanda de visitantes que conozcan al municipio. Esto se ha logrado por medio, de diversas estrategias que conjuntan a la población como medio importante de difusión y al gobierno de la zona. Al ser Pueblo Mágico ha recibido mayor notoriedad, y es que ahora el municipio participa de forma activa en ferias especiales y tianguis turísticos. Sin embargo, por ahora es solo eso lo que le da a Huejotzingo visibilidad como Pueblo Mágico, anudando claro está a la promoción que hace con las ferias y festivales propios de la localidad y que tiene anualmente.

La promoción de la ruta de la sidra, la primera en todo México se apoya de organismos gubernamentales estatales y municipales, así como de forma de promoción turística digital. Si bien, la publicidad que da una feria es aprobable, se busca por el contrario avivar mayormente la demanda de dicha ruta y hacerla de conocimiento no solo estatal sino inclusive federal, por medio de estrategias, provocando que la comunidad

sea la principal beneficiada al tener mayor derrama económica al ser hoteles, restaurantes, comerciantes de sidra y agricultores los principales beneficiados, pero sobre todo estableciendo a la sidra como un producto atemporal.

De esta manera, la promoción de la ruta de la sidra se realizará por medio de estas estrategias propuestas:

1. Realización del festival anual “La primera sidra” celebrado en meses de febrero y/o marzo”, esto debido a que después de los proceso de fermentación las primeras botellas de sidra se embotellan a finales de enero y principios de febrero. Esto dará promoción nacional y estatal y su difusión se realizara por medio de páginas oficiales, redes sociales del gobierno municipal y casa de sidra en Huejotzingo.
2. Participación activa en todos los festivales de Pueblos Mágicos, estos la ser realizados de forma estatal darán visibilidad a la ruta provocando que exista un turismo interno.
3. Participación activa en los eventos anuales del Tianguis Turístico. Dicho evento tiene la finalidad de promocionar y vender paquetes turísticos a agentes de viajes a nivel mundial, esta es la plataforma turística de mayor reconocimiento internacional que tiene México.
4. La ruta como parte de Secretaria de Turismo del estado de Puebla, la Secretaria de Agricultura y desarrollo rural del estado de Puebla y el recién creado Observatorio Turístico estatal, son también plataforma de visibilidad y apoyo a proyectos turísticos o de índole agrícola.
5. Realización de videos promocionales del municipio, en donde la ruta de la sidra se promueva como un imperdible de la zona y con riqueza cultural.
6. Promoción dentro de la feria de manzana, realizada no solo en Huejotzingo sino también en Zacatlán, la ruta no solo busca unificar a los productores del fermentado sino también hacerlos partícipes de la misma, esto por medio de la promoción de cada casa sidrera incluida dentro de la ruta que además deberá tener su propio stand dentro de la feria.

Con estas estrategias se busca posicionar la ruta de la sidra como un referente a nivel nacional e internacional, posicionándolo a la par de otras rutas a nivel nacional como las ya establecidas, ruta del vino y el queso en Querétaro, ruta del pulque en Tlaxcala, ruta del café en Tabasco, Veracruz y Puebla o la ruta del mezcal en Oaxaca y Puebla.

5.5 Consideraciones finales

En este capítulo, se ha abordado el diseño de la Ruta Agroturística de la Sidra en Huejotzingo, Puebla, como un elemento fundamental para el desarrollo y la promoción de esta iniciativa turística. Se han considerado diversos aspectos relacionados con la planificación y la organización de la ruta, con el objetivo de ofrecer una experiencia enriquecedora y atractiva para los visitantes, al tiempo que se impulsa el desarrollo económico y social de la región.

Uno de los aspectos clave en el diseño de la ruta es la selección de los puntos de interés y las actividades a incluir en el recorrido. Se han identificado lugares emblemáticos relacionados con la producción de sidra, como campos de crecimiento de manzanas en localidades aledañas a Huejotzingo, almacenes de fermentación y bodegas de producción, así como actividades complementarias, como degustaciones de sidra, talleres de elaboración y venta de productos locales.

Además, se ha prestado especial atención a la señalización y la infraestructura necesaria para guiar a los visitantes a lo largo de la ruta y facilitar su experiencia. Se han propuesto medidas para mejorar las vías de acceso, la señalización de los puntos de interés y la instalación de servicios básicos en áreas estratégicas a lo largo del recorrido.

Otro aspecto fundamental es la capacitación y el involucramiento de los actores locales en la operación y promoción de la ruta. Se han propuesto programas de capacitación para productores de sidra, guías turísticos y prestadores de servicios, con el fin de garantizar un servicio de calidad y promover la participación activa de la comunidad en el desarrollo de la ruta.

Por último, se ha destacado la importancia de la promoción y difusión de la ruta a nivel local, nacional e internacional, mediante la utilización de diferentes herramientas de marketing y comunicación. Se han propuesto estrategias para promover la ruta en medios digitales, ferias turísticas, eventos gastronómicos y otros canales de difusión, con el fin

de atraer a un público diverso de turistas interesados en la cultura y tradición de la sidra en Huejotzingo.

En conclusión, el diseño de la Ruta Agroturística de la Sidra en Huejotzingo requiere de una cuidadosa planificación y organización, así como del involucramiento activo de la comunidad local y de los diferentes actores involucrados en su operación y promoción. Solo mediante un enfoque integral y colaborativo se podrá garantizar el éxito del desarrollo local de esta iniciativa turística en la región.

CONCLUSIÓN

La investigación sobre la Ruta de la Sidra en Huejotzingo, Puebla, como herramienta de desarrollo local ha revelado la importancia y el potencial significativo de esta iniciativa para impulsar el progreso económico, social y cultural en la región. A lo largo de este estudio, se ha evidenciado cómo la promoción de la sidra como producto emblemático de la localidad, junto con la creación de una ruta turística que destaque su producción, historia y tradición, puede tener un impacto positivo en diversos aspectos de la vida comunitaria.

En primer lugar, se ha demostrado que la Ruta de la Sidra tiene el poder de diversificar la economía local al generar nuevas oportunidades de empleo y emprendimiento, especialmente en el sector agrícola y turístico. La promoción de la sidra y la atracción de visitantes interesados en conocer su proceso de elaboración y degustar sus sabores auténticos pueden impulsar la demanda de productos locales y servicios turísticos, beneficiando así a productores, comerciantes y prestadores de servicios en la zona.

Además, la Ruta de la Sidra contribuye a la preservación y promoción de la identidad cultural de Huejotzingo, al destacar una tradición arraigada en la comunidad y transmitirla a generaciones futuras. Al fomentar el orgullo por la producción local y el patrimonio cultural, esta iniciativa fortalece el sentido de pertenencia y cohesión social entre los habitantes de la región.

Sin embargo, es importante reconocer que la implementación exitosa de la Ruta de la Sidra también enfrenta desafíos significativos, como la necesidad de inversión en infraestructura turística, la capacitación de actores locales y la promoción efectiva del destino. Por lo tanto, es fundamental que las autoridades locales, los empresarios y la comunidad trabajen de manera coordinada y estratégica para superar estos obstáculos y aprovechar al máximo el potencial de esta ruta como herramienta de desarrollo local sostenible.

En resumen, la Ruta de la Sidra en Huejotzingo, Puebla, representa mucho más que una simple ruta turística; es un símbolo de la capacidad de las comunidades locales para aprovechar sus recursos naturales y culturales en beneficio propio. A través de un

enfoque integral y colaborativo, esta iniciativa tiene el poder de transformar positivamente la realidad económica y social de la región, consolidando a Huejotzingo como un destino turístico único y próspero en el panorama nacional e internacional.

REFERENCIAS

- Aguilar Tessier, E. (6 de mayo de 2023). Diseño de una ruta agroturística de sidra en el municipio de Huejotzingo, Puebla: factor de desarrollo local. (J. A. Chávez Negrete, Entrevistador)
- Alburquerque, F. (2020). Reflexiones ante el coronavirus desde los territorios: Lineamientos para la discusión de una agenda de reconstrucción económica, social, ambiental e institucional. *Desarrollo y Territorio*.
- Álvarez García, R., & Rendón Acevedo, J. (2010). El territorio como factor de desarrollo. *Semestre Económico vol. 13 núm 27*, 39-62.
- Ardila, A. (2015). Turismo, los orígenes y significados. *Turismo y Sociedad*, 143-153.
- Arévalo Romero, A. (2022). *Tesis de Rutas Temáticas Alternativas*. Barcelona : UNIBA y Universidad de Barcelona.
- Boisier Etcheverry, S. (2016). Desarrollo (local), ¿de qué estamos hablando? En J. Noguera Tur, *La visión territorial y sostenible del desarrollo local, una perspectiva multidisciplinar* (Vol. 1, págs. 23-46). Valencia, España: Universidad de Valencia. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=657644>
- Boullon, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. Ciudad de México: Trillas.
- Cárdenas Cutiño, G. (2002). *Diccionario de Ciencias Económico-Administrativas*. Guadalajara: Centro Universitario de Ciencias Económicas – Administrativas, Universidad de Guadalajara.
- Cárdenas Tabares, F. (2006). *Proyectos turísticos: localización e intervención*. Ciudad de México: TRILLAS.
- Cardenas, N. (2002). El desarrollo local, su conceptualización y procesos . *Provincia*, 53-76.
- Casas, A. J., Repullo, L. J., & Donado, C. J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *ELSEVIER*, 527-538.

- Chan, N. (1994). *Circuitos Turísticos: programación y cotización*. Buenos Aires, Argentina : Librerías Turísticas .
- Chaval, P. (2001). The geographical study of Myths. *Norwegian Journal of Geography* , 138-151.
- Christaller, W. (1933). *Teoría sobre la distribución y jerarquización de los lugares centrales en un espacio isotrópico*. Alemania .
- Ciani, A. (2003). Turismo rural y agroturismo: oportunidades y desafío. En A. Dachary, S. Arnaiz, & Thomas, *Turismo rural y economía local* (págs. 11-56). México: Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa y Universidad Nacional del Litoral.
- CICATUR. (s.f). *Metodología de Inventario Turístico*. Mexico, D.F: OEA.
- Cloke, P. (2006). Conceptualizing rurality. En P. Cloke, T. Marsden , & P. Mooney, *Handbook of Rural Studies* (págs. 18-28). Londres: SAGE Publications.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (s.f). *Naciones Unidas*.
Obtenido de <https://www.cepal.org/es/subtemas/desarrollo-territorial#>
- Congreso Constituyente. (2022). *Constitución Política de los Estado Unidos Mexicanos* . Ciudad de México: Camara de diputados. Obtenido de CPEUM:
www.diputados.gob.mx.:
<chromeextension://efaidnbmninnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/C>
- Consejo Mexicano de Promoción Turística. (2013). *Acerca de CPTM*. Ciudad de México.: Gobierno de México.
- Conservación Estratégica (CSF). (2017). *Valoración de servicios ambientales del Parque Nacional Iztaccíhuatl Popocatepetl*. Ciudad de México: CONANP.
- Cooper, C. (2007). Una introducción al turismo. En C. Cooper, J. Fletcher, A. Fyall, D. Gilbert, & S. Wanhill (Eds.). *El Turismo. Teoría y práctica*, 39-60.

- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 297-334.
- D'Aquino, P. (2002). Le territoire entre espace et pouvoirs pour une planification territoriale ascendante. . *L'Espace Geographique*, n 1, 3-23.
- Dachary, A. (2005). Retos del turismo rural en América Latina. En A. Dachary, J. Orozco Alvarado, & S. Arnaiz Burne, *Desarrollo rural y turismo* (págs. 9-22). Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara y Centro Universitario de la Costa.
- De la Torre Padilla, O. (1980). Turismo, fenómeno social. *Fondo de Cultura Económica*, 15-19.
- De Luna Fiallo, J. A. (2012). *Turismo rural en el Municipio de Tecate: factor de desarrollo local Tesis de Maestro en Desarrollo Regional*. Tecate: El Colegio de la Frontera Norte, A.C.
- DENUE. (2020). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. Obtenido de INEGI: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- Díaz Sanjuan, L. (2011). *La observación*. Ciudad de México: Universidad Nacional Autonoma de México UNAM.
- Díaz, B. (03 de noviembre de 2022). Tejocote, motor económico del municipio de Huejotzingo. *El Sol de Puebla*, págs. <https://www.elsoldepuebla.com.mx/local/tejocote-motor-economico-del-municipio-de-huejotzingo-9133542.html>.
- Dubois, A. (2002). Un concepto de desarrollo para el siglo XXI. *Revista Asuntos económicos y administrativos*, 8, 1-11. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/<https://www.institutodeestudiosglobales.org/resources/Un%20concepto%20de%20desarrollo%20para%20el%20siglo%2021..pdf>
- ENOE. (2022). *Encuesta Nacional de Ocupacion y Empleo den Huejotzingo, Puebla*. Huejotzingo, Puebla: INEGI.

- Fernández Fúster , L. (1967). *Teoría y técnica del turismo* . Madrid: Editorial Nacional .
- Fernandez Fúster, L. (1991). *Historia general del turismo de masas*. Madrid: Alianza.
- Gambarota, D., & Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, vol. 58, núm. 2, 346-359.
- García, A. (25 de Julio de 2023). Qué hacer en Huejotzingo, el nuevo Pueblo Mágico de Puebla. *Telediario*.
- Gobierno de México. (2019). *Plan Nacional de Desarrollo*. Ciudad de México.
- Gobierno del Estado de Puebla. (2023). *Ley de Turismo del Estado de Puebla*. Puebla: Secretaria de Gobernación .
- González, R. O., Espeitx Bernat, E., & Serrano Barquín, R. (2015). Patrimonialización del queso añejo y turismo rural en Zacazonapan, Estado de México. *Turydes Revista Turismo y Desarrollo*. número 19 ISSN 1988-5261.
- Grupo Intersectorial de Turismo de Naturaleza [SECTUR, SEMARNAT, FONATUR, UNAM, ICTUR, SUSTENTUR]. (Octubre, 2016). *Diagnóstico del Turismo de Naturaleza en México [primer borrador]*. Ciudad de México: Diario Oficial de la Federación.
- Guerrero Velazquez , L. (07 de abril de 2023). Entrevista a productores de la sidra. (J. Chávez Negrete, Entrevistador)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1991). *Metodología de la investigación* . México, D.F: McGraw-Hill.
- Herrera Tapia, F. (2013). Enfoques y políticas de desarrollo rural en México. *Gestión y política pública*, 131-159.
- Huerte, R., & Mantecón, A. (2018). El auge de la turismofobia ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico? *PASOS, Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 16 N.o 1, 9-19.
- ICOMOS. (1965). Carta Internacional sobre la Conservación y la Reaturación de Monumentos y sitios (Carta de Venecia 1964). *II Congreso Internacional de*

Arquitectos y Técnicos de Monumentos Históricos, Venecia 1964. (págs. 1-4).
Venecia: ICOMOS.

ICOMOS. (2008). *Carta de Itinerios culturales, Comité científico internacional de itinerarios culturales* . Québec : CIIC.

INAH. (05 de octubre de 2022). *Mediateca INAH*. Obtenido de Museo de la evangelización, ex convento de San Miguel Arcángel en Huejotzingo:
https://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/museo:1420

INAH. (2023). *Sistema Institucional de estadística de visitantes*. Huejotzingo.

INAH. (s.f). *Mediateca INAH*. Obtenido de Museo de la Evangelización, Ex convento de San Miguel Arcangel en Huejotzingo: mediateca.inah.gob.mx

Induráin Pons, J., & Dotres Pelaz, C. (2013). *El mundo del vino*. Barcelona: Larousse.

INEGI. (2005). *Cuaderno Estadístico Municipal de Huejotzingo, Puebla*. Puebla: División Geoestadística Municipal.

INEGI. (2022). *Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social* . Huejotzingo, Puebla: Unidad de Planeación y Evaluación de Programas para el Desarrollo.

Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática (INEGI). (2005). *Población rural y rural ampliada en México*. Ciudad de México: INEGI .

Krapf , K., & Hunziker, W. (1942). *Allgemeine Fremdenverkehrslehre*. Berlin .

LDRS. (03 de junio de 2021). Obtenido de www.diputados.gob.mx.: chrome-extension://efaidnbmninnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/235_030621.pdf

Ley Agraria. (1992). *Ley Federal de Reforma Agraria*. Ciudad de México: SEGOB, Secretaria de Gobernación.

LGT. (31 de julio de 2019). Obtenido de www.diputados.gob.mx: chrome-extension://efaidnbmninnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGT_310719.pdf

- López Guzmán, T., & Jesus, M. M. (2011). Turismo, cultura y gastronomía una aproximación a las rutas culinarias . *Tourism & Management Studies*, vol. 1, 2011,, 922-929.
- Martínez Tarrago, T. (1999). *Panorama actual del turismo rural en México y su evaluación* . Ciudad de México: CESTUR.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1986). *Turismo: Repercusiones económicas, físicas y sociales*. Ciudad de México: Trillas.
- McGee, H. (2013). *La cocina y los alimentos, enciclopedia de la ciencia y la cultura de la comida*. Barberá de Vallés (Barcelona): DEBATE .
- Molina, S. (2006). *El posturismo "turismo y posmodernidad"*. Ciudad de México: TRILLAS.
- Montaner Montejano, J. (1996). *Psicosociología del turismo* . Madrid: Editorial Síntesis.
- Montecinos Torres, A. (2022). *Manual de Negocios, Productos Gastronómicos y Turísticos: Competitividad, Gestión, Servicio e Indicadores*. Colombia : CEGAHO.
- Morales González, M. (2008). ¿Etnoturismo o turismo indígena? *Teoría y praxis*, 123-136.
- Myrdal , G. (1957). *Economic Theory and Underdeveloped Regions*. México, Fondo de Cultura Economica : Duckworth.
- Naciones Unidad (NU), Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES). (2019). *Planificación para el desarrollo territorial sostenible en América Latina y el Caribe*. Santiago: CEPAL.
- Naciones Unidas. (1997). *Asamblea General, Programa de Desarrollo*. Nueva York: Organización de las Naciones Unidas.
- Nègre, F. (2022). *La política agrícola común (PAC) y el Tratado*. París : Parlamento Europeo.

Nunez, T. A. (1963). Tourism, Tradition, and Acculturation: Weekendismo in a Mexican Village. *Ethnology*. Vol. 2, No. 3, 347-352 (6 páginas).

OEDC. (2020). *Rural Well-being: Geography of opportunities*. Ciudad de México: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

ONU. (s/f). *Organización de las naciones unidas* . Obtenido de Hitos en la historia de la ONU 1941-1950: <https://www.un.org/es/about-us/history-of-the-un/1941-1950>

ONU Turismo. (2010). “*Entender el turismo: Glosario Básico*” y “*Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*”. Madrid / Nueva York: Naciones Unidad.

ONU Turismo. (9 de junio de 2014). *Consejo Ejecutivo de la OMT: Las rutas turísticas, clave para la integración y el desarrollo de las regiones*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2014-06-09/consejo-ejecutivo-de-la-omt-las-rutas-turisticas-clave-para-la-integracion->

ONU TURISMO. (2017). *UNWTO Tourism Definitions*. Chengdu: World Tourism Organization.

Orden juridico poblano. (2019). *Plan Estatal d e Desarrollo, 2019-2024*. Puebla: Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado de Puebla (COPLADEP).

Ornelas Delgado, J. (2012). Descolonizando el desarrollo. En A. P. Sánchez, & C. Hernández Cortés, *Desarrollo y Territorio, abordajes teoricos-metodologicos y expreciones socioterritoriales* (págs. 1-23). San Pablo Apetatitlán Tlaxcala: CIISDER.

PED. (2019). *Plan Estatal de Desarrollo del Estado de Puebla 2019-2024*. Puebla.: COPLADEP.

PMD. (2022). *Plan Municipal de Desarrollo de Huejotzingo* . Huejotzingo, Puebla.: Cabildo del Honorable Ayuntamiento del Municipio de Huejotzingo.

PMD. (12 de octubre de 2022). *www.planeader.puebla.gob.mx*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgglefindmkaj/https://planeader.puebla.gob.mx/pdf/Municipales2021/Huejotzingo_PMD_2021-2024.pdf

PROSECTUR. (3 de julio de 2020). *www.dof.gob.mx*. Obtenido de https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5596145&fecha=03/07/2020

Ragin, C., & Amoroso, L. (2010). *Constructing Social Research: The Unity and Diversity of Method*. Londres: Pine Forge Press.

Real Académica Española. (23 de julio de 2023). *RAE*. Obtenido de https://dle.rae.es/ruta?m=form

Reveles, I. L. (16 de Agosto de 2008). El enfoque de la nueva ruralidad como eje de las políticas públicas. ¿Qué podemos esperar? *Revista Electrónica Zacatecana sobre Población y Sociedad*, 8(32), 1-21.

Rivera, I. (18 de noviembre de 2021). *VIA.TR3S Balance informativo*. Obtenido de Sidrería San Francisco, herencia de cuatro generaciones en Huejotzingo: https://www.viatres.com.mx/sociales/2021/11/18/sidreria-san-francisco-herencia-de-cuatro-generaciones-en-huejotzingo-95.html

Riveros, H., & Blanco, M. (2003). *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local: documento técnico*. Lima, Perú: PRODAR.

Rodríguez, E. (12 de febrero de 2023). Obtenido de Iglesia de Nuestra Señora del Carmen, toda una belleza arquitectónica en Huejotzingo: https://www.eluniversalpuebla.com.mx/estado/iglesia-de-nuestra-senora-del-carmen-toda-una-belleza-arquitectonica-en-huejotzingo

Saquet, M. (2005). Entender a produção do espaço geográfico para compreender o território. . *E. Sposito (Org.). Produção do espaço e redefinições regionais: a construção de uma temática*, 35-51.

Saquet, M. (2006). Proposições para estudos territoriais. *Geographia*, 71-85.

Secretaria de Cultura. (2015). *Exposición Fotográfica: El Carnaval de Huejotzingo*.

Obtenido de <https://www.cultura.gob.mx>

Secretaria de Gobernación. (2019). *PLAN ESTATAL DE DESARROLLO, 2019 2024*.

Puebla: Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado de Puebla (COPLADEP).

SECTUR . (2002). *Turismo Alternativo "una nueva forma de hacer turismo"*. Ciudad de México: CEDOC.

SECTUR. (5 de octubre de 2020). *Se instituye al 5 de octubre como el "Día Nacional de los Pueblos Mágicos"*. Obtenido de <https://www.gob.mx/sectur/prensa/se-instituye-al-5-de-octubre-como-el-dia-nacional-de-los-pueblos-magicos-254063#:~:text=Record%C3%B3%20que%20el%20programa%20fue,y%20culturales%20de%20las%20localidades>.

Sen, A. (1998). Las teorías del desarrollo a principios del siglo XXI. *Cuadernos de Economía*, 74-92.

Serra, A. (2011). *Marketing turístico* . Madrid: Ediciones Pirámide.

Thünen, J. H. (1820). *El estado aislado*. Alemania: Teoría.

Turner, L., & Ash, J. (1991). *La horda dorada*. Madrid: Endymion.

UNESCO. (s.f). *UNESCO World Heritage Convention*. Obtenido de Lista del Patrimonio Mundial:

https://whc.unesco.org/es/list/?action=list&search=MEXICO&searchSites=&search_by_country=®ion=&type=&criteria_restriction=&description=&order=

UNWTO Organización Mundial del Turismo. (2000). *Recomendaciones sobre estadísticas del turismo*. Nueva York: Naciones Unidas.

Vargas Ulate, G. (2012). Espacio y territorio en el análisis geográfico. *Reflexiones*, Vol. 91, núm. 1, 313-326.

Vázquez Barquero, A. (2001). La Política de desarrollo económico local. En G. Aghón, *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: Análisis comparativo* (págs. 21-45). Santiago de Chile: CEPAL/GTZ.

Ventura, V. (29 de enero de 2023). Huejotzingo y Amozoc buscan ser Pueblos Mágicos, pero inseguridad les da mala fama. *El Sol de Puebla*, págs. 13-16.

Zimmerman, C. C., & Sorokin, P. (1929). *Principles of rural-urban sociology*. California: H. Holt.

Zuñiga Bravo, F. (2019). Espacio turístico y turismo cultural a través de la ruta Don Vasco en Michoacán, México. *Revista Geográfica de América Central*, vol. 2, núm. 63, 75-100.

ACRÓNIMOS Y SIGLAS

BUAP: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

CICATUR: Centro de Investigación y Capacitación Turística

CMT: Consejo Municipal Turístico

CST: *“Conservation Strategy Fund”*.

DRI: Desarrollo Rural Integral.

DRT: Desarrollo Rural Territorial.

ENOE: Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo.

FONATUR: Fondo Nacional de Turismo.

FONAES: Fondo Nacional de Apoyo para Empresas de Solidaridad.

ICOMOS: Consejo Internacional de Monumentos y Sitios.

ICTUR: Instituto de Competitividad Turística.

ILPES: Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social.

INAH: Instituto Nacional de Antropología e Historia.

INEGI: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

LEADER: *“Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale”*.

LDRS: Ley de Desarrollo Rural Sustentable.

LGT: Ley General de Turismo.

MaB: *“Man and the Biosphere Programme”*.

OEDC: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos

OMT: Organización Mundial de Turismo.

OMS: Organización Mundial de la Salud.

ONU: Organización de las Naciones Unidas.

PAC: Política Agrícola Común

PIB: Producto Interno Bruto

PM: Pueblos Mágicos.

PNUD: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

PND: Plan Nacional de Desarrollo.

PROSECTUR: Programa Sectorial de Turismo.

SECTUR: Secretaría de Turismo.

SEMARNAT: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

SESNSOP: Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública.

SUSTENTUR: Programa de Sustentabilidad Turística.

UIOOT: Unión Internacional de Organismos Oficiales.

UN: *“United Nations”*.

ONU: Organización de las Naciones Unidas.

UNAM: Universidad Nacional Autónoma de México.

UNESCO: *“United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization”*.

UNWTO: *“World Tourism Organization”*.

ANEXOS

Guion de encuesta para director de turismo



INFORMACIÓN GENERAL DEL ENTREVISTADO

Fecha de elaboración de la encuesta:

Hora de inicio de encuesta:

Nombre del encuestado:

Cargo que desempeña:

Tiempo de ocupación:

ACCIONES Y DIFICULTADES ENCONTRADAS EN EL TURISMO ACTUAL DE MUNICIPIO

- 1.- ¿Cuál es su principal función como director de turismo de Huejotzingo?
- 2.- ¿Qué hace la presidencia municipal en materia turística?
- 3.- ¿Podría decirnos cuales son algunas de las estrategias o acciones que la dirección de turismo ha llevado a cabo en el periodo 2021-2024 con la finalidad de fomentar el desarrollo turístico en la localidad de Huejotzingo?
- 4.- ¿Qué dificultades ha tenido al implementar estas acciones? ¿Por qué?

RECURSOS NATURALES, HISTÓRICOS Y CULTURALES DEL MUNICIPIO

- 5.- ¿Considera usted que la zona rural del municipio de Huejotzingo cuanta con recursos naturales, culturales o históricos que puedan ser aprovechados para la actividad turística?
- 6.- ¿Cree usted que el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales de la zona rural del municipio de Huejotzingo ayudaría al desarrollo local de la comunidad?

DESARROLLO LOCAL

- 7.- ¿Cree usted que el turismo se ha consolidado en Huejotzingo?
- 8.- ¿Cuáles considera usted que son o han sido los principales factores que han inhibido el impulso o desarrollo turístico en Huejotzingo? ¿Por qué?

OTROS ACTORES DEL PROCESO TURISTICO LOCAL

- 9.- ¿Conoce si existen otras dependencias de gobierno, organismos no gubernamentales o asociaciones que tengan como objetivo impulsar el turismo en Huejotzingo?
 - 10.- ¿Se han realizado acuerdo de cooperación entre el gobierno, organismos, no gubernamentales, empresarios, asociaciones, población local u otros actores para sacar a delante proyectos de interés turísticos en Huejotzingo?
- En caso de la que la respuesta sea afirmativa preguntar ¿con que actores?
- En caso de que la respuesta es negativa preguntar ¿Por qué no ha sucedido?
- 11.- ¿El municipio a través de la dirección de turismo ha implementado barómetros para medir la llegada de turistas a Huejotzingo?

Le gustaría agregar algo más a la entrevista planteada.

GRACIAS POR SU TIEMPO, Y POR RESPONDER A LOS CUESTIONAMIENTOS

Hora de finalización de la entrevista.

Guion de encuesta para productores y agricultores

1. Fecha de elaboración de la encuesta:
2. Hora de inicio de encuesta:
3. Nombre del encuestado:
4. Nombre de la microempresa o establecimiento en la que se desempeña:
5. Cargo que desempeña:



Tiempo de vida que la empresa o establecimiento posee

Art.	Pregunta estructurada	Composición de elementos de la encuesta				
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	¿Considera usted que la zona rural del municipio de Huejotzingo cuenta con recursos naturales, culturales o históricos que pueden ser aprovechados para la actividad turística?					
2	¿Cree usted que el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales de la zona rural del municipio de Huejotzingo ayudaría al desarrollo local de la localidad?					
3	¿Considera que Huejotzingo debería poseer una mayor oferta de productos culturales, naturales e históricos que permitan la pernocta del turista por más tiempo?					
4	¿Considera que Huejotzingo posee potencial para desarrollarse turísticamente y ser un referente en turismo de naturaleza?					
5	¿Usted considera que el diseño de una ruta agroturística de la sidra contribuirá al desarrollo de la localidad?					
6	¿Cree oportuno que el aforo de turistas aumente en la localidad, tras la creación de una ruta agroturística (de la sidra)?					
7	¿Considera que a mayor número de turistas en la localidad, se podrían tener mayores ingresos económicos como vendedores o productores de la sidra?					
8	¿Considera que el turismo rural aún no se ha consolidado en Huejotzingo?					
9	¿Considera que Huejotzingo como territorio turístico cubre o supera las expectativas del turismo, en cuanto a la oferta turística ofertada?					
10	¿Piensa usted que existen factores que han inhibido el impulso o desarrollo del turismo en Huejotzingo?					

¿Podría proporcionarme el nombre de personas que me ayudarían a obtener más información sobre este tema de estudio?

¿Le gustaría agregar algo más de lo planteado en la encuesta?

GRACIAS POR SU TIEMPO, Y POR RESPONDER LA ENCUESTA.

Hora de finalización de la encuesta:

CADENA DE VALOR DE HUEJOTZINGO, PUEBLA COMO DESTINO TURÍSTICO

1. Elección del valor turístico	Planificación	La planeación turística en la actualidad debe ser una acción participativa, más que una acción centralizada, en donde las localidades obtengan el beneficio del desarrollo turístico, para esto existen planes y programas que ayudan a las comunidades a poseer un beneficio directo con el turismo, por ejemplo: Plan Estatal de Desarrollo del Estado de Puebla 2019-2024. 1. Recuperación y desarrollo económico del Estado bajo el marco del turismo. 2. Desarrollo turístico y cultural de la entidad. 3. Consolidación del turismo a nivel estatal (PED, 2019). Programa Sectorial de Turismo del Estado de Puebla 2020-2024. 1. Generación de mecanismos de gestión para los destinos turísticos que incentiven la demanda y oferta turística. 2. Diversificación de los productos turísticos de cada región en el estado. 3. Ayuda a los pueblos originarios en la conservación de usos y costumbres como fuentes de turismo. 4.- Implementación de modelos de desarrollo turístico como medio de desarrollo local (Programa Sectorial, 2021). Plan Municipal de Desarrollo 2021-2024. 1. Acciones impulsadas al turismo y su fortalecimiento en Huejotzingo. 2. Impulso al turismo: posicionando al destino como un referente de la región para favorecer el desarrollo del territorio y de los prestadores de servicios. 3. Conformación del Comité de Turismo Municipal. 4. Plan de acción para Huejotzingo como Pueblo Mágico. 5. Difusión de ferias locales. 6. Proyectos de medición y monitoreo de visitantes a la localidad (PMD, 2022).
---------------------------------	---------------	--

		El municipio aún no cuenta con un plan sectorial de turismo, el cual ayudaría mucho en el ordenamiento turístico y la percepción del turismo planificado en la zona.
	Organización producto destino	El producto turístico es el conjunto de componentes materiales e inmateriales que existen para que el turista o visitante desarrolle experiencias en los destinos turísticos (UNWTO, 2023), si bien la organización de estos productos dependerá de la organización (jerarquización) que estos posean. Algunos atractivos de Huejotzingo se presentan a continuación: Atractivos localizados en la región que forman parte de los productos turísticos del destino. 1. Feria de la manzana, como producto agrícola principal en la comunidad. 2. Feria del queso y sus talleres como una actividad realizada dentro del agroturismo. 3. Feria del maíz y el tejocote. 4. Feria de la mezclilla en la junta auxiliar Santa Ana Xalmimilulco. 5. Implementación de videomapping con la historia de la localidad. 6. Museo de la evangelización, ex convento. 7. Ex convento de San Miguel Arcángel. 8. Talleres de sidra de la región. 9. Centro de Huejotzingo. 10. Carnaval de Huejotzingo Puebla. 11. Iglesia de Nuestra Señora del Carmen. 12. Parroquia de San Miguel Arcángel. 13. Acueducto (inhabilitado). 14. Museo casa de Don Mauro Oliver. 15. Templo de San Diego. 16. Festival Gastronómico Navideño
2. Comercialización del valor del destino	Comunicación	La correcta comunicación en los territorios turísticos ayuda al turista a localizar las atracciones, estimulando su presencia durante su pernocta (Martínez & Rodríguez Herráez, 2011). Huejotzingo cuenta

		con una comunicación identitaria que permite resaltar sus atractivos y logros., algunos de los cuales se mencionan a continuación: 1. Ex Convento Franciscano de Huejotzingo, considerado Patrimonio Material de la Humanidad desde 1994 por la UNESCO (CONACULTA, 2010). 2. Carnaval de Huejotzingo, considerado Patrimonio Estatal Inmaterial. El Carnaval de Huejotzingo es además un emblema tanto que ha sido nominado como mejor carnaval a nivel nacional con mayor tradición y color en 2023. 3. Marca turística de Huejotzingo con proyección a nivel nacional, creando un destino competente, y posicionándolo como destino con vocación turística por la Secretaria de Turismo Estatal (SECTUR). 4. Huejotzingo como destino es considerado capital de la sidra nacional, por su gran riqueza en este producto y sus muchas sidrerías, una de las más famosas es, sidrería San Francisco fundada en 1920 y es además la comercializadora del 80% del fermentado en el país (Rivera, 2021) 5. Altares monumentales de cuaresma, como atractivo para el turismo religioso. 6. Fue una localidad galardonada con el premio a ciudades de aprendizaje 2021. 7. Posicionamiento en la venta de conservas y además en el año 2022 el gobierno del municipio y la dirección de turismo planeaba la realización de un libro de recetas hecho con el tejocote como ingrediente principal, cabe recalcar que Huejotzingo y Calpan son productores del 90% del fruto a nivel nacional (Díaz, 2022). Dirección de Turismo de Huejotzingo localizada en el Palacio Municipal., en la cual se brinda información los seis días de la semana sobre cada uno de sus atractivos.
	Distribución	Huejotzingo cuenta con una distribución en información digital y presencial, ejemplo de esto es la página oficial de la localidad: 1. Presencia en página oficial como: http://huejotzingo.gob.mx/

		2. Presencia en redes sociales con paginas como: https://www.facebook.com/huejotzingo2021.2024/ https://twitter.com/i/flow/single_sign_on Además Huejotzingo posee presencia en ferias nacionales como la Feria de Puebla con productores de la sidra y artesanos de la localidad y la venta de sus productos. Esto aunado a que se tiene una feria propia en la región que da comienzo la segunda quincena de septiembre y termina la primera semana de octubre.
3. Creación del valor turístico	Accesibilidad	La accesibilidad es de suma importancia para el ingreso al destino turístico, además de esta dependerá su desarrollo como tal. En el caso específico de la región de Huejotzingo la accesibilidad es positiva y se puede ingresar por vía terrestre y aérea, aquí algunos ejemplos: 1. Vía terrestre: • Punto de partida de Centro de Puebla capital por: Carretera federal México-Puebla 150D, distancia 29 km y tiempo aproximado 46 minutos. • Punto de partida de Puebla capital por: Carretera federal México-Puebla 150D en autobús tiempo aproximado 2 horas y 25 minutos. • Punto de partida de Centro Histórico de la Ciudad de México por: Carretera federal México-Puebla 150D, distancia 133 km tiempo aproximado 1 hora 45 minutos. • Punto de partida de Centro Histórico de la Ciudad de México por: Calzada Ignacio Zaragoza, distancia 133 km y tiempo aproximado 1 hora 49 minutos. • Punto de partida de la Ciudad de México por eje 1 norte rayón- República Argentina en autobús, tiempo aproximado 6 horas y 4 minutos.

		Otras vías de transporte en el municipio son las siguientes: • Ruta de viaje del Aeropuerto Internacional Hermanos Serdán a Centro de Huejotzingo, por medio de transporte particular (auto, taxi, aplicación) tiempo aproximado de 7 minutos, con 3.5 km de distancia, a pie 41 minutos, por medio de transporte público (se desconocen las rutas) 41 minutos, y en otro tipo de transporte (bicicleta) 10 minutos. 2. Vía aérea: Las llegadas por vía aérea son por el Aeropuerto Internacional Hermanos Serdán con rutas y destinos en: 1. Guadalajara. 2. Monterrey. 3. Cancún. 4. Tijuana. 5. Houston Texas (RED ASA, 2023). Por otro lado no existe un consenso del número de llegada de turistas y/o visitantes a la localidad, ya que tras una búsqueda en diversas plataformas de información así como en instituciones geográficas como INEGI, no hay un dato preciso del número de turistas nacionales o internacionales, lo que sí existe de acuerdo con periódicos locales es un crecimiento turístico cada vez que se celebra el carnaval, o alguna feria de la zona.
	Consumo producto destino	La planta turística del municipio está conformada de acuerdo a datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) con: Hoteles (10 establecimientos). Pensiones, casas de huéspedes, departamentos (0 establecimientos). Restaurantes (415 establecimientos). Servicios de esparcimiento culturales y deportivos (40 establecimientos).

		Museos (1 establecimiento). Hospitales y sanatorios (13 establecimientos). Agencias de viaje (0 establecimientos) (DENUE, 2020). A pesar de los datos obtenidos por DENUE, en la localidad se ubican establecimiento que no están registrados formalmente, es por ello que los datos pueden en un punto de comparación no resultar similares.
	Post consumo	Las opiniones reflejan la evaluación del destino turístico <i>per se</i> después de la observación de visitantes y su experiencia en el destino, estas además ayudan a generar competitividad en el lugar, y dan una mirada crítica a nuevos turistas que en un futuro pernoctaran en la localidad. Sin embargo el municipio de Huejotzingo aún no ha desarrollado estrategias que permitan la evaluación del destino por medio de los visitantes, lo que hoy dificulta medir la apreciación del post turismo (etapa posterior al desarrollo del turismo), y lo que hoy se encuentra son evaluaciones clasificadas por atractivos mediante plataformas como TripAdvisor.

