

# Impacto económico del turismo cultural en espacios rurales de México. Un estudio de caso

## Economic impact of cultural tourism in rural areas of Mexico. A case study

José-Pedro Juárez<sup>1</sup> ; Benito Ramírez-Valverde<sup>2</sup>  y Luceli Méndez-Serrano<sup>3</sup> 

### RESUMEN

El turismo es uno de los principales motores del desarrollo económico en varios países y México no es la excepción. En los espacios rurales es una estrategia de desarrollo ante la crisis agrícola. La investigación analizó el impacto económico del turismo desde la percepción de los comerciantes o prestadores de servicios turísticos en comunidades rurales de México. Fue un estudio de caso y se definió el número (54) de entrevistados mediante muestreo no probabilístico “bola de nieve” a personas que poseen establecimientos cerca de los atractivos turísticos. Se encontró que los entrevistados son adultos jóvenes. Los negocios son pequeñas empresas familiares que comercializan principalmente artesanías y comidas. Más del sesenta por ciento de los establecimientos rentan un espacio para trabajar. Se generaron pocos empleos y en su mayoría son ocupados por personas de la comunidad. El no tener registrados sus establecimientos repercutió en una baja recaudación de ingresos fiscales y casi la mitad pagó una cuota a una organización de comerciantes para que los dejaran laborar. Se concluye que las actividades económicas proporcionan un buen ingreso a los entrevistados, comparado con otras opciones laborales.

**Palabras clave:** Arqueología, Peregrinación, Ingresos, Impuestos, Desarrollo local.

### ABSTRACT

Tourism is one of the principal boosters in economic development in some countries and Mexico is no exception. in rural places in a development strategy in the face of agricultural crisis. This research analyzed the economic impact of tourism from the perspective of the merchant and the tourism service providers in rural communities. It was a case study and defined 54 people to be interviewed through non-probability snowball sampling near touristic places. It was found that most of the interviewed people were young adults. Businesses are small familiar companies that mostly commercialize handcraft and food. more than 60% of business pay rent to work. Very few jobs were generated and most of them were occupied by people within the community. By not having their business registered, little fiscal income was collected and almost half paid a fee to a merchant organization to be able to work. It is concluded that economic activities provide a good income to the interviewed compared to other laboral options.

**Keyword:** Archeology, pilgrimage, income, taxes, local development.

<sup>1</sup> Institución: Colegio de Postgraduados Campus Puebla. Correo electrónico: pjuarez@colpos.mx

<sup>2</sup> Institución: Colegio de Postgraduados Campus Puebla. Correo electrónico: bramirez@colpos.mx

<sup>3</sup> Institución: Estudiante PROEDAR Colegio de Postgraduados Campus Puebla. Correo electrónico: lucelimendezs@gmail.com

## Impacto económico del turismo cultural en espacios rurales de México

En la actualidad se asiste a una constante transformación de los territorios rurales, debido parcialmente a los avances tecnológicos que suscitan una constante incorporación de innovaciones a los productos que a su vez afectan los procesos de fabricación, los tipos de organización, las relaciones de producción y los factores de localización industrial (Caravaca, 1998). También influye la nueva modalidad turística que se centra en la oferta y en la diversificación de su mercado. Estos acontecimientos más las recomendaciones económicas realizadas por parte de los organismos multinacionales fueron determinantes para que en las últimas décadas de la pasada centuria México transformará su estructura económica, sociolaboral e institucional para instituir nuevas formas de articulación territorial bajo una visión neoliberal.

Este tipo de reformas afectaron al sector agropecuario al disminuir sus apoyos, que en 1986 representaban el 6% del Producto Interno Bruto (PIB) (secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación-SAGARPA, 2007) y para 2019 decrecieron al 1,4% (Centro de Estudios de las Finanzas Públicas-CEFP, 2019). Lo que repercutió en el crecimiento del PIB agrícola, de 1959 a 1981 fue de casi 7% y para 2019 disminuyó al 2% (Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria-CEDRSSA, 2019), impactando negativamente la economía y calidad de vida de la población rural en un país, donde el 65% de sus habitantes son pobres y de estos, el 23% están en pobreza extrema (CEDRSSA, 2020).

En México, el sector turístico es una actividad económica primordial, ocupó el sexto destino turístico más visitado del mundo en el 2019. con el arribo de 45 millones de turistas (World Tourism Organization-UNWTO, 2020), participó con el 8,7% del PIB y generó 22.526 millones de dólares por ingreso por divisas, constituyéndose en la segunda fuente de divisas (Secretaría de Turismo-SECTUR, 2018a). En ese mismo año, esta actividad empleó a 4.438.496 personas (Instituto Nacional de Estadística y Geografía-INEGI: 2019) y recaudó aproximadamente 278 millones y 128,6 millones de dólares por impuestos por derechos de no residentes y al hospedaje, respectivamente (SECTUR, 2017).

Se puede afirmar que la crisis del sector agrícola, así como la diversificación de las actividades turísticas coadyuvaron para que emergieran actividades no agrícolas de acuerdo con la vocación productiva de los territorios rurales. Es así como nacen los espacios multifuncionales y la valoración de las actividades de ocio y recreación. En este contexto los espacios rurales con potencial turístico buscan aprovechar que los destinos de sol y playa y cultural, están inmersos en brindar servicios extrahoteleros, representando para el turista un complemento primordial en el disfrute de la experiencia de estos lugares turísticos (Diéguez et al., 2018).

Se debe señalar que la política turística en el país ha favorecido a los centros integralmente planeados de sol y playa y al turismo cultural. También se impulsan programas dirigidos a las antiguas haciendas cuyos dueños tienen un importante capital económico, se les apoya con grandes presupuestos destinados a su remodelación, es el caso de las haciendas henequeneras en Yucatán y del programa haciendas y casas rurales de Jalisco (Amaya, 2005). Además, se les asiste con fondos económicos marginales en la incubación de empresas, en ese sentido se apoyó a 159 con recursos y garantías mediante instituciones de crédito intermediarias con más de 82 millones de

dólares en 2017 y 2018 (SECTUR, 2018b). Es por lo que se puede decir que el turismo rural ha sido marginado, ya que a su programa insignia -Pueblos Mágicos- se le asigna un bajo presupuesto con respecto al total ejercido por el sector.

En la diversificación turística y específicamente en el turismo cultural el estado de Tlaxcala en el 2016 fue visitado por 331.892 personas del país y 17.160 extranjeras. De este total, el 87,5% visitó la zona arqueológica de Cacaxtla y Xochitecatl (Instituto Nacional de Antropología e Historia- INAH, 2017). En el aspecto religioso cuenta con el Santuario de San Miguel del Milagro con más de 200 mil peregrinos anuales (Juárez et al., 2012).

El objetivo de la investigación fue analizar la percepción del impacto económico que genera el turismo cultural de las personas que participan directamente en la prestación de un producto o servicio turístico en el municipio de Nativitas, Tlaxcala. Como objetivos específicos se plantearon: analizar la generación de empleos; analizar los ingresos que perciben los comerciantes y analizar la generación ingresos derivados de los impuestos que induce la actividad turística. Esta investigación buscó fundamentar teóricamente que la actividad turística en los espacios rurales genera escasas oportunidades económicas para sus habitantes y los resultados pueden auxiliar a la toma de decisiones por las autoridades locales. La investigación inició con una reflexión sobre la crisis del sector agropecuario y la importancia del turismo en el desarrollo rural. Posteriormente, se discutió teóricamente el impacto del turismo cultural en los espacios rurales, en otros apartados se planteó la metodología, los resultados encontrados, así como su discusión. Por último, se presentaron las conclusiones desprendidas de la investigación.

## *Impacto económico del turismo cultural en espacios rurales*

El espacio es resultado de la acción del hombre sobre la superficie terrestre y se considera que es una construcción social asociada con el tiempo, que permite estudiar un fenómeno social, objeto o acción que se produzca en este (Pérez, 2001). Además, en él se estudian los ámbitos que ponen en práctica su saber y su organización (González et al., 1998). En este sentido, los espacios rurales bajo el paradigma de la modernización fueron orientados a producir alimentos y materias primas primando la especialización agrícola. Actualmente, se promueve un modelo que se caracteriza por impulsar actividades rurales no agrícolas (Alvarado et al., 2011).

En América Latina, la reestructuración de los territorios rurales se explica a través del Desarrollo Territorial Rural (DTR) como respuesta a la crisis que enfrentan, destacando los sociales (migración), ambientales (deterioro de los recursos naturales) (Martín et al., 2017) y económicos (pobreza). Aquí, el territorio tiene diversas funciones que se formalizan en un plan con iniciativas informales que surgen en diferentes niveles de gobierno, con distintas fuentes de financiamiento y participación de los sectores sociales y productivos (Sili et al., 2019). Partiendo del supuesto de que dispone de recursos económicos, sociales, tecnológicos, institucionales, de infraestructura, medioambientales y culturales constituyendo su potencial de desarrollo (Hernando, 2007).

El DTR es una estrategia de desarrollo basada en el impulso de actividades no agrícolas para contribuir a reducir la pobreza y marginación del medio rural. Este enfoque no excluye lo sectorial, sino que se incorpora de modo estructurado y complementario en el diseño e implementación de las políticas públicas (Fernández et al., 2019). Se adopta la multifuncionalidad, en donde

la sociedad busca la forma de explotar los beneficios sociales, ambientales y de la ruralidad en general con el fin de obtener mayores ingresos. Así, el paisaje, la naturaleza, el patrimonio o la cultura son convertidos en mercancías (Guinjoan et al., 2016). Aquí, la mercantilización de lo rural se plasma en el turismo al convertirse en una estrategia económica que se apropia de los recursos naturales y culturales para impulsar la generación de ingresos (Palafox & Bolan, 2019).

Entonces, el turismo rural se erige en una alternativa para mejorar las condiciones de vida de la población y coadyuvar a disminuir los desequilibrios regionales y puede contribuir al desarrollo económico y calidad de vida de sus residentes. Sin embargo, es importante tener en cuenta que es embrionario en la mayoría de los países con menor desarrollo, ya que se encuentra en la fase turística denominada artesanal o prefordista, en donde participan pequeñas empresas como bares, restaurantes, tiendas de *souvenirs* cuyos propietarios y trabajadores son generalmente miembros de la familia, prevaleciendo un número de empleados y niveles tecnológicos bajos, con una pequeña inversión financiera (Santana, 2003).

Generalmente las empresas turísticas rurales ubicadas en espacios pobres y marginados, no contribuyen significativamente en la creación de empleos, los dueños de las microempresas familiares mayoritariamente son personas externas a la agricultura y los sujetos que laboran en ellas poseen bajos niveles de escolaridad, la mayoría de sus trabajadores no tienen contrato, ni prestaciones laborales, asimismo, su ingreso y el número de empleos que genera dependen de la temporada alta de esta actividad (Pérez et al., 2010). Lo cierto es que estamos frente a una industria turística incipiente

Las características que prevalecen en este tipo de empresas turísticas obedecen a que existe una escasa afluencia de visitantes de fines de semana y ante ello, la oferta responde con la improvisación y con la inversión de capitales modestos de origen familiar. Al respecto Butler (1980) menciona que los destinos turísticos tienen un ciclo de vida tomando en cuenta la variación del flujo de llegadas. Es por lo que se puede argumentar que el turismo rural en el espacio de estudio está en la fase de exploración e involucramiento. En la primera los visitantes son muy escasos al igual que la oferta turística y en la segunda los residentes comienzan a vislumbrar que es una posibilidad de desarrollo y empiezan a apostar levemente en él.

Se considera que la política turística ha influido en el desarrollo turístico, en el modelo fordista promovieron fundamentalmente espacios de sol y playa a través de la producción en masa de destinos turísticos estandarizados a bajo precio y con una notable rigidez de la oferta (Enríquez, et al., 2012). En el modelo económico neoliberal y específicamente en la nueva era del turismo (NET), se experimentan cambios importantes poniendo énfasis en la oferta con el objetivo de aumentar la competitividad turística (Fayós-Solá, 2004). En ambos modelos se apoyó de manera marginal al turismo rural y ello explica su escaso crecimiento. Pero también es importante destacar que en la NET se asiste a un proceso de revalorización del territorio y del patrimonio como objeto de la política pública y privada.

Así surge un territorio especializado producto de las actividades turísticas, el espacio ya no se organiza solo para la producción o transformación de los recursos (Vera & Baños, 2004) y en es-

pecial los agrícolas. Ahora se plantea que la actividad turística es fuente de riqueza económica y empleo. Es por ello que se considera que el turismo alternativo contribuye a reactivar la economía de los espacios con patrimonio cultural (López & Guzmán, 2008). Además, crea vínculos intersectoriales en la economía que contribuyen a su diversificación y generar beneficios económicos.

Así, el turismo es un factor que puede contribuir al crecimiento económico en las áreas rurales, al brindar a los habitantes locales beneficios directos, como el crecimiento del empleo y del ingreso, repercutiendo en la revitalización de las economías rurales (No Kim, 2018). También se le atribuye el impulso de la economía local al inducir al aumento de los ingresos de las unidades de producción agrícolas mediante el incremento de la venta de sus productos (Jung et al., 2017). Es decir, qué a través de los pequeños negocios de familias locales y su interacción con las unidades de producción agrícolas pueden revitalizar su economía mediante la compra de bienes, servicios empresariales y generación empleo (Vujko et al., 2018). De manera indirecta coadyuva a mejorar la calidad de vida de la población local y dueña de los recursos turísticos mediante el mejoramiento de la infraestructura urbana.

Pero el turismo rural no solo genera ingresos y empleos, también es una fuente de recaudación de recursos para las instancias gubernamentales destacando las de índole local. Por la amplia gama de actividades económicas que comprende, de ella, se derivan diversos impuestos como el que se aplica a las sociedades, el impuesto sobre la renta, sobre bienes inmuebles; sobre el valor añadido (IVA), de ocupación hotelera, del pasajero aéreo/impuestos de salida, principalmente (European Union, 2017). Los más significativos en el mundo son los que se aplican al transporte aéreo y carretera, a los alimentos y bebidas, a los hoteles y alojamiento y a la recreación (Ihalanayake, 2007). Esta es una causa por la que existe interés en investigar los ingreso producto de los impuestos que genera el turismo rural, ya que se parte del supuesto de que se recaudan y se utilizan para prestar servicios públicos o invertirlos en la construcción de infraestructura.

En los espacios rurales sobresale el impuesto hotelero, al alojamiento, impuesto sobre el IVA y sobre bienes y servicios. Se puede decir que la actividad turística es aprovechada para recaudar impuestos a los turistas y a empresas prestadoras de servicios turísticos. De esta actividad se esperaría que la mayoría de los impuestos recaudados tengan un impacto en algún elemento del sector de la economía y de la población a través de la prestación de un bien o servicio.

En este contexto adquiere relevancia el concepto de percepción, el cual es entendido como un estado subjetivo, a través del cual se realiza una abstracción del mundo exterior (Oviedo, 2004), y ello lleva a planear que sirve para describir como vemos al mundo (Noë, 2006). Pero se tiene que tomar en cuenta que, al analizar la calidad de las experiencias perceptivas, se considera que está condicionada a la calidad del procesamiento y a las especificaciones del sistema perceptivo es por lo que su objetividad es imposible. Es una de las razones por las que diferentes personas tienen diferentes percepciones (Carbon, 2014), por eso se plantea que las formas perceptivas dependen del sujeto, de modo que en la manera en que se percibe se presenta el sujeto que percibe. Se percibe antes que nada totalidades y no elementos aislados, en donde cada elemento está dentro de un sistema y ejerce una influencia sobre los otros, así como los otros ejercen influencia sobre este (Carrillo, 2015).

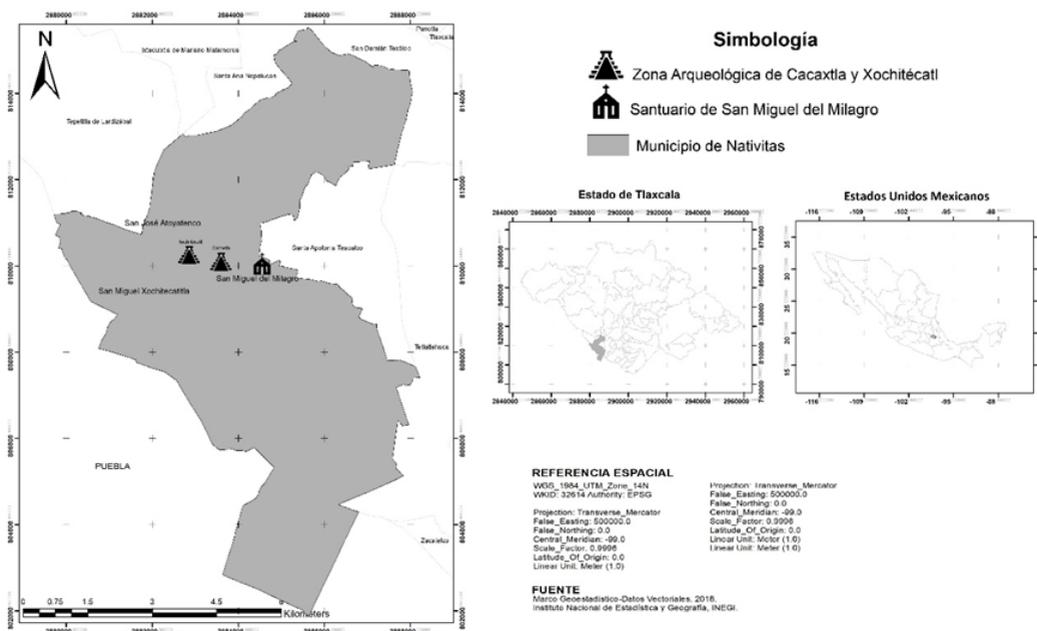
## Material y Métodos

El patrimonio tangible como las zonas arqueológicas e iglesias católicas intentan su popularización y comercialización por varios medios y canales. Sancho et al. (2007) analizar la percepción de los pobladores de una comunidad en relación con el beneficio que el turismo proporciona, sobre la valoración que hacen del entorno económico del territorio en el que se desarrolla. En este sentido, se plantea la hipótesis que el turismo cultural rural es embrionario y que genera escasos ingresos, empleos y recaudación de impuestos desde la percepción de los comerciantes de las comunidades rurales de San Miguel Xochitecatitla, San José Atoyatenco y San Miguel del Milagro pertenecientes al municipio de Nativitas, Tlaxcala. Es importante mencionar que, a pesar de los reducidos ingresos y pocos empleos generados, la actividad turística es importante para los que se dedican a esta actividad, debido a que las familias son de escasos recursos.

La población objeto de estudio fueron los dueños o representantes de tiendas o tendajones, servicio de comida, hospedaje/hoteles, tiendas de artesanías entre otros comerciantes, ubicados cerca al complejo arqueológico y al Santuario de San Miguel del Milagro, cuya actividad principal es ofrecer servicios al turismo. La investigación se realizó en el municipio de Nativitas ubicado al sur del estado de Tlaxcala, y comprendió las comunidades de San Miguel del Milagro (Turismo religioso), San Miguel Xochitecatitla y San José Atoyatenco (Turismo arqueológico) estas albergan las Zonas arqueológicas de Cacaxtla y Xochitecatl y son los atractivos más visitados en el Estado.

**Figura 1.**

Ubicación espacial del municipio de Nativitas y sitios turísticos



Fuente: Marco Geoestadístico-datos vectoriales, 2018. INEGI

El municipio tenía una población de 25.053 personas y existían 5.918 viviendas en el 2015. El 87,9% de la población mayor a 15 años sabía leer y escribir y su Población Económicamente

Activa ascendía a 9.346 personas, de estas, el 31,6% labora en el sector servicios, el 26,4% en el primario, el 25,8% en el secundario y 14,7% en el comercio. En las actividades agrícolas cultivan principalmente maíz, frijol, amaranto y verduras, entre otros. En el sector servicios en el municipio se ubican tres hoteles de dos y una estrella, en conjunto tiene 16 cuartos y ocho restaurantes (INEGI, 2017).

El complejo arqueológico originalmente fue habitado por el grupo indígena Olmeca-Xicallanca. Actualmente Cacaxtla es visitada por los murales del Templo de Venus, el Templo Rojo, del Hombre Pájaro, Hombre Jaguar y el mural de la Batalla. En Xochitecatl se encuentran los edificios del Espiral, el Basamento de los Volcanes, Pirámide de las Flores y el edificio de la Serpiente. El templo católico de San Miguel del Milagro, es concurrido debido a la devoción a San Miguel y al poder curativo que se atribuye al agua del pozo que se encuentran en ese lugar. El alcance de turismo religioso es regional y el arqueológico es nacional e internacional, el tipo de visitantes son totalmente distintos tanto en aspectos sociales como económicos y por lo tanto tienen diferentes gustos y preferencias turísticas.

La investigación analizó la percepción que tienen los comerciantes sobre las actividades económicas derivadas de las actividades turísticas, para ello se realizó un estudio transversal. Se empleó el método deductivo, para establecer un vínculo de unión entre teoría y observación, y deducir a partir de la teoría y los fenómenos objeto de observación (Dávila, 2006). Por el tipo de turismo que existe la investigación fue de corte comparativo entre: 1) turismo religioso; y 2) turismo arqueológico lo que permitió realizar un análisis cualitativo y cuantitativo (Montero & León, 2002).

Se usó un muestreo no probabilístico denominado "bola de nieve". La razón para usarlo es que no se tiene información sobre el marco de muestreo y ante esto se buscaron unidades de muestreo mediante la ubicación de alguien con la característica deseada fundamentalmente establecimientos dedicado a realizar actividades turística como fondas, restaurantes, hospedaje, comerciantes de artesanías o un tendajón que estuvieran cerca de los espacios turísticos y solicitar información sobre otras personas con estas particularidades y así continuar detectando las unidades que serían muestreadas. El muestreo concluyó cuando la información obtenida, ya no presentó cambios importantes. Se entrevistaron a 54 personas, de ellas, 24 fueron a comerciantes originarios de San Miguel del Milagro, 20 de la comunidad de San Miguel Xochitecatitla y 10 de la comunidad de San José Atoyatenco. Se considera que fue un tamaño suficiente, ya que, aunque no se tiene el conocimiento exacto de los establecimientos comerciales en el área de estudio, esta muestra constituye una importante proporción de las existentes en el municipio.

Una vez ubicadas las unidades de muestreo la técnica seguido para obtener información fue mediante un cuestionario semi estructurado y la observación directa, el cuestionario se estructuró en tres partes: i) Características generales de los entrevistados (edad, sexo, escolaridad, comunidad donde viven y tipo de actividades laborales, entre otras); ii) Características de las pequeñas empresas como tipo de actividades turísticas en la que trabajan, empleos generados, ingresos y financiamiento; y iii) Pago de impuestos en los diversos niveles de gobierno. Las preguntas realizadas fueron fundamentalmente cerradas (1.- Si 2.- No), en algunos casos se emplearon preguntas con escala de Likert (1.- Muchísimo 2.- Mucho 3.- Regular 4.- Poco 5.- Nada) y preguntas de opción múltiple (1.- Obras de agua potable, 2.- Alcantarillado, 3.- Alumbrado, 4.- Embellecimiento de las calles, 5.- Beneficio de quien cobra, 6.- Limpieza de calles, 6.- Escuelas y 7.- Otros). Respecto a la

temporalidad, la encuesta inicio en septiembre de 2017 y se siguió el procedimiento hasta que se estabilizaron las respuestas dando por concluido la obtención de la información en octubre del mismo año.

Para el análisis de la información se recurrió a la aplicación de la prueba estadística no paramétricas de Chi-cuadrado ( $\chi^2$ ) y entre las pruebas estadísticas paramétricas destacó la prueba de t de Student, ambas utilizadas para comparar los dos tipos de turismo. Para comparar el impacto de la actividad turística en las tres comunidades que comprenden la región de estudio, se realizó un análisis de correspondencia, que permite observar de manera gráfica la relación de esta variable con las comunidades. También se utilizó la regresión logística debido a que estos modelos contemplan datos obtenidos en estudios observacionales (Pregibon, 1981), cuando se tiene una variable respuesta de tipo binomial. Es el caso de la información que se maneja en esta investigación. El modelo de regresión logística, es un modelo de regresión que es utilizado cuando la variable respuesta es discreta (Hosmer, Lemeshow, y Sturdivant, 2013). En esta investigación se quiere conocer las variables relacionadas con el pago de impuestos por parte de las personas entrevistadas. Entonces, se tiene una variable respuesta binomial y se requiere conocer con que variables se asocian. La regresión logística es buena opción y el modelo sería:

$$\ln(\pi / 1 - \pi) = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \dots + \beta_p x_p$$

Donde la variable respuesta estará en función de  $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_p$  son parámetros, desconocidos y  $X_1, X_2, \dots, X_p$  son variables explicatorias. Para la selección de variables se utilizó el método de selección por pasos hacia adelante (Wald). Éste método para elegir las variables que participan en el modelo se utilizó debido a que es uno de los métodos más usados y los resultados que proporciona son similares a los de otros métodos.

## Resultados

### *Análisis del impacto económico del turismo cultural*

Es de destacar que actualmente se mercantiliza el patrimonio tangible de las zonas arqueológicas e iglesias católicas de aspectos singulares. Esta situación hace que el turismo cultural que en los espacios rurales despierte interés, especialmente por los impactos económicos que le atribuye el DTR. En este contexto es trascendente conocer las características del capital humano, ya que influye en la prestación de los servicios que se demandan. Al respecto se encontró que son personas adultas jóvenes, tanto los que laboran en el turismo religioso (42,5 años) como en el arqueológico (42,0 años). En promedio estudiaron el primer año de educación media superior (10,1 años) y estadísticamente ( $t = -1,242$ ;  $p = 0,220$ ) su nivel de estudios es similar al promedio nacional (9,2 años) (Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación-INEE, 2017). De acuerdo con los resultados, se considera que las personas que se dedican a la actividad turística en este estudio son personas pobres y con bajos ingresos. Observe Tabla 1.

**Tabla 1.**  
Características de los entrevistados que participan en turismo.

Tipo de turismo	Número de entrevistados	Edad	Escolaridad	Número de empleos	Ingreso mensual
		Años	Años		Dólares
Promedio					
Arqueológico	30	42,0	9,9	3,0	500,0
Religioso	24	42,5	10,4	1,8	355,8
Total	54	42,2	10,1	2,5	435,9

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

Las empresas se caracterizan por ser pequeñas y están adaptadas a sus necesidades comerciales. Los servicios turísticos que prestan, establecido o ambulante, son de baja calidad, destacando el comercio de artesanías locales u otro tipo de productos. También venden comida rápida de bajo costo, brindan hospedaje básico y servicios complementarios predominando los estacionamientos de autos o alquiler de servicios sanitarios. En el espacio con turismo religioso, el 83,3% labora en el comercio -atienden una tienda, venden productos de amaranto, ropa, sombreros, esculturas en barro, entre otros-, y el porcentaje restante brinda algún tipo de servicio turístico -venta de alimentos, hospedaje, estacionamiento de autos y alquiler de servicios sanitarios-. En el arqueológico, poco más de la mitad (53,3%) ofreció algún tipo de servicio turístico -venta de comida- y el 46,7% comercializó artesanías. Se puede decir que en un espacio se dedican al comercio y en otro a la prestación de servicios turísticos y comercialización de productos de manera ambulante.

La idea de emprender su negocio se vio influido principalmente por la constante llegada de turista. Es importante señalar que la mayoría lo inició con sus ahorros, sin encontrar diferencia estadística significativa ( $\chi^2= 5,096$ ;  $p < ,078$ ) en este aspecto entre ambos grupos. En el turismo arqueológico comenzaron con sus ahorros (63,3%) y en menor proporción recibieron apoyo institucional (23,3%) o de sus familiares (13,4%). En el religioso, el 87,5% inició con sus ahorros y el 12,5% recibió apoyos de alguna institución. Ello se explica a que la mayoría trabaja en la informalidad y por lo tanto no son sujetos de financiamiento. Por lo que respecta a la generación de puestos laborales, en el DTR sus teóricos propugnan que este se logra mediante el impulso de los empleos que genera a los habitantes de las comunidades en donde se ubican los recursos turísticos. En este sentido, el 74,1% de los emprendedores son oriundos de la comunidad, siendo menos notorio en el turismo religioso (54,2%) que en el arqueológico (96,7%). Las personas que no son de la comunidad provienen de lugares circunvecinas de los estados de Tlaxcala, Puebla e Hidalgo. Es importante la participación de las mujeres, en el turismo religioso ya que empleó al 54,2% y en el arqueológico al 46,7%.

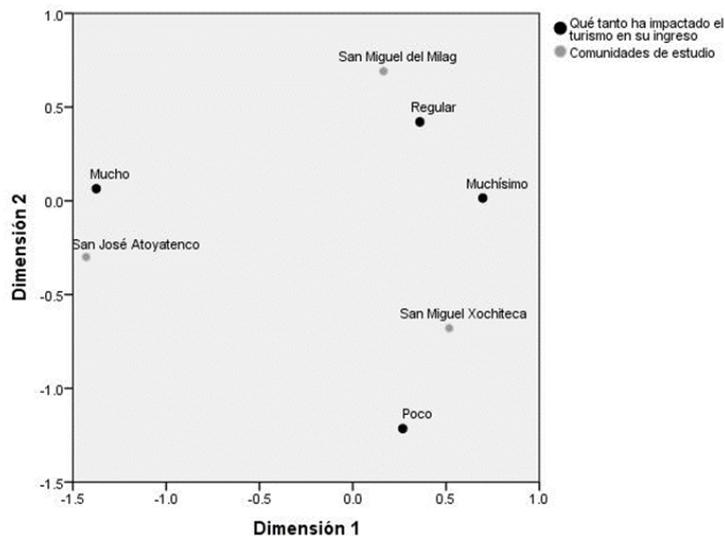
Por lo que respecta a la cantidad de empleos generados, casi la totalidad (98,1%) contrató por lo menos a una persona y un poco más de la mitad (60%) del personal contratado es familiar del empleador. El turismo arqueológico generó en promedio más empleos (3) que el religioso (1,8), se observó que el tamaño de las empresas repercutió en la formalidad (37%) de los empleos generados y a su vez incidió a que la mayoría de trabajadores no tenga prestaciones laborales, como acceso a la salud, las de carácter económico, aportaciones al retiro y vivienda.

Por lo que atañe a los ingresos, el 76% los consideró entre insuficientes a aceptables y el porcentaje restante opinó que han sido cuantiosos o muy cuantiosos. Existe una mejor opinión del impacto del ingreso en el turismo arqueológico en comparación con el religioso ( $\chi^2 = 8,824$ ;  $p < 0,032$ ). Ello se explica a que en el primero perciben un sueldo mensual promedio mayor (500,00 dólares) que en el religioso (355,80 dólares). Pero estos no son constantes, ya que existe una alta estacionalidad del turismo, el mes con mayores utilidades en el espacio con turismo religioso fue septiembre y octubre y en el arqueológico los mayores beneficios fueron percibidos fundamentalmente en abril y de septiembre a diciembre. Se puede decir que es un espacio incipiente (escaso número de empleos e ingresos, así como nivel tecnológico y las empresas son familiares), sin una oferta turística complementaria que logre atraer y haga que el turista permanezca más tiempo en estos espacios.

Los entrevistados mencionaron que a partir de la afluencia turística mejoraron sus ingresos. En este sentido, se realizó un análisis de correspondencia para conocer por comunidad la percepción del impacto del turismo en sus ingresos. El resultado del análisis mostró que existe relación estadísticamente significativa entre las dos variables ( $\chi^2 = 21,563$ ;  $p = 0,006$ ). El resultado gráfico del análisis de correspondencia se muestra en la Figura 2.

**Figura 2.**

Percepción del impacto del turismo en el ingreso por comunidad.



Fuente: Elaboración propia con información de trabajo de campo

La figura indica que existe relación entre comunidades y la percepción de los ingresos. Se observan tres grupos: 1) Donde se muestra que los entrevistados de la comunidad de San José Atoyatenco (turismo arqueológico) opinaron que el turismo ha mejorado mucho sus ingresos; 2) En San Miguel del Milagro (turismo religioso) son regulares; y finalmente, 3) Los entrevistados de Miguel Xochitecatl (turismo arqueológico) son los de menor ingreso. Lo anterior indica que los ingresos están en función al tipo de turismo que se practica y al giro de su actividad económica.

En cuanto a la contribución del turismo al desarrollo a través del cobro de impuestos, se encontró que la mayoría de los establecimientos no están regulados y solo el 51,9% están dados de alta ante el sistema recaudatorio. Este fenómeno (formalidad) se observó más en el turismo religioso (79,2%) que en el arqueológico (30%) y fueron dados de alta, ante las autoridades comunitarias (64,3%) y en menor proporción ante instancias municipales (21,4%) y federales (14,3%). Se considera que al no tener registrada su actividad comercial repercute indiscutiblemente en la baja recaudación de ingresos fiscales. Este fue el caso de la mayoría de los entrevistados (85,2%) que señaló que no pagaron impuestos. En el turismo religioso, el 66,7% pagó impuestos municipales y el arqueológico (60%) a la federación, fundamentalmente. Significa que el turismo no está contribuyendo a la generación de ingresos fiscales y por lo tanto es mínima su contribución al desarrollo de las comunidades.

Para percatarse de los aspectos relacionados con el pago de impuestos por parte de los entrevistados, se analizaron diversas variables para conocer cuál de ellas incidió. En función al modelo de regresión logística aplicado a un grupo de variables sociales, económicas y culturales que se preguntaron en el cuestionario y mediante, un procedimiento de selección de modelos se procedió a incluir y desechar variables, hasta obtener el modelo adecuado. Finalmente, se encontró que la variable respuesta paga o no impuestos se relaciona con las variables: a) personas que pagaron algún tipo de cuota a una organización para que los dejaran trabajar; y b) el tipo de actividad en la que laboran, manifestaron su asociación. Es decir, que el tener una actividad formal o informal (Tabla 2) se asocia con el pago o no de impuestos (variable respuesta).

**Tabla 2.**

Estimadores del modelo de regresión logística con el método de selección por pasos hacia adelante (Wald).

<b>Variables</b>	<b>B</b>	<b>E.T.</b>	<b>Wald</b>	<b>P</b>	<b>Exp(B)</b>
Pagan cuota/organización	3,065	0,826	13,757	0,000	21,429
Tipo de actividad	1,161	0,475	5,959	0,015	3,192
Constante	7,065	1,946	13,187	0,000	0,001

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de encuesta, 2017.

Estos resultados se explican por las características de algunos negocios, ya que, se les permite que no paguen impuestos, situación que es aprovechada por organizaciones locales para cobrar una especie de contribución.

Se tiene que hacer mención que el espacio de estudio por los bajos niveles de tecnología empleados, por su pequeña inversión en capital, por la cantidad y calidad de empleos generados y por ser empresas familiares se encuentra en la fase artesanal del turismo, y ello, repercute a que muy pocos negocios paguen impuestos. Es por lo que casi la mitad (48,1%) de entrevistados pagaron una cuota para que los dejaran laborar. Siendo más palpable en el turismo religioso (87,5%) que en el arqueológico. De la recaudación quién se beneficia es quien cobra, otros argumentaron que lo invierten en alumbrado público. Sería importante que las autoridades regulen estas actividades para poder cobrar los impuestos correspondientes.

## Discusión

Se puede decir que en el espacio de estudio existen pequeñas empresas familiares turísticas en donde trabajan personas jóvenes, con una participación destacada de las mujeres. Estos resultados son similares a otros espacios rurales con actividades turísticas, es el caso de Bahías de Huatulco, México, aquí las mujeres tienen entre 30 a 49 años y laboran en actividades turísticas rurales de baja calidad (Fernández et al., 2010).

Otro elemento que influyó en la prestación del tipo de servicios turísticos fue la escolaridad, ya que se considera que el nivel educativo incrementa las posibilidades de consolidarse como emprendedor (Caldera et al., 2010); o simplemente tener más probabilidades de ser empleado en puestos laborales con mayor remuneración. Es por ello que brindan servicios turísticos básicos, propios de un turismo artesanal, que se encuentra en la fase de implicación en la que el sector privado del destino reacciona ante la llegada de turista y empiezan a desarrollar una incipiente infraestructura turística (Sánchez et al., 2017). También, se explica a qué se incorporaron a esta actividad, porque fue su única oportunidad de emplearse debido a que el sector agrícola está en crisis y debido a los problemas de desempleo y precariedad laboral que enfrenta el país.

Los emprendimientos turísticos del espacio de estudio fueron impulsados fundamentalmente con recursos financieros propios y una gran parte de ellos no contó con servicios o apoyos institucionales. Estos son aspectos propios de los micronegocios como es la escasa asistencia o apoyos, ya sean técnicos, administrativos, de capacitación gerencial y de recursos humanos, así como de financiamiento (De la Rosa, 2011). Además, el trabajar en la informalidad representa un obstáculo en el financiamiento de proyectos productivos turísticos. Es por lo que los entrevistados recibieron muy poco apoyo institucional para emprender y mantener su negocio.

El empleo generado, es ocupado por tres cuartas partes de los entrevistados que son oriundos de las comunidades de estudio. En ese sentido, se argumenta que la generación de empleos que impulsa el turismo beneficia a la mayoría de los habitantes de las localidades de estudio. Significa que en este espacio aún no penetran de manera considerable los inversionistas de lugares externos y que el turismo está contribuyendo de manera trascendental en la creación de oportunidades de empleo en las familias de los habitantes locales (An & Alarcón 2020). Prueba de ello es que la mayoría de entrevistados contrató a los miembros de su familia en sus pequeños negocios para prestar servicios turísticos básicos y en muchas ocasiones el trabajo es ambulante. Esta característica y el que sean pequeñas empresas, hacen que la práctica turística del espacio de estudio esté en la fase artesanal y que se desarrolle bajo condiciones de precariedad laboral. Se puede mencionar que este último aspecto es similar al turismo convencional, ya que algunas empresas pagan a sus empleados de baja cualificación salarios bajos, como consecuencia de un proceso de descualificación laboral y la mayoría carece de contratos y de garantías de trabajo (Contreras et al., 2018).

Con respeto a los empleos que se generaron fueron escasos y se debe a que son microempresas familiares con un escaso desarrollo, ya que persiste una política turística que favorece fundamentalmente el turismo de sol y playa o el turismo cultural de las principales ciudades del país. Pero se consideran altos los ingresos que obtienen los entrevistados, en comparación con el salario mensual promedio nacional (276 dólares) que percibe una persona con estudios de bachillerato (Instituto Mexicano para la Competitividad A.C- IMCO, 2019).

Esto manifiesta que el trabajar como comerciante o prestador de servicios turísticos, es una opción aceptable que contribuye a mejorar sus ingresos y que es superior a lo que ganarían en otro tipo de trabajo con la escolaridad que tienen. Se considera que el ingreso puede ser mejor, pero no es así, debido a que persiste un alto grado de estacionalidad turística, la cual es una condición no deseable. Martín et al. (2017) mencionan que es un fenómeno común en varios sectores económicos y que afecta en mayor medida al turismo. Ante ello, es necesario impulsar una política turística que estimule la creación de una oferta complementaria a la existente con el objetivo de promover el flujo constante de turistas y posicionar al turismo rural como una alternativa de desarrollo.

También se encontró que poco más de la mitad dio de alta su negocio, principalmente ante las autoridades locales y obedece al tipo de actividad económica que realizan. Esta situación se considera que tiene importantes repercusiones. Según Henríquez (2015) el trabajar en la informalidad como empresa, se refleja en la baja productividad, mercados restringidos, limitado acceso al financiamiento y escasas posibilidades de desarrollar el capital humano. Su situación es una clara respuesta a su giro económico y el trabajar en la informalidad como empresa afecta la parte recaudatoria. Ya que existen diferentes autoridades recaudatorias en los diferentes niveles de gobierno que cobran impuestos para poder financiar el gasto público (Lichtle et al., 2015).

Se puede expresar que el no pago de impuestos, se debe a que una de las principales actividades que se desarrollan es el comercio informal y a que la mayoría pagó cuotas económicas a la organización que los representa. Significa que no existe un aparato fiscalizador eficiente en los espacios rurales-locales, debido a que algunos negocios se les permite no pagar impuestos. Situación que es aprovechada por organizaciones no gubernamentales para cobrar una especie de impuesto. Lichtle et al. (2015) mencionan que, en la recaudación de impuestos en América Latina, México fue el país con menor recaudación tributaria en el período 1990-2010 y en 2017. Por su parte el estado de Tlaxcala con respecto a otros estados, se caracterizó por tener una de las recaudaciones más modestas en el impuesto sobre hospedaje. En parte se explica a la infraestructura hotelera que poseen los municipios del Estado.

Su cobro es relevante al representar una fuente de ingresos propios para los gobiernos estatales (SECTUR, 2017), ya que los ingresos que recauden por este concepto son distribuidos en mayor porcentaje a los municipios donde fue cobrado y son destinados a la promoción y difusión turística, así como para mejorar la infraestructura turística (SECTUR, 2017). De aquí su relevancia en el desarrollo territorial. Se tiene que hacer mención que el espacio de estudio se encuentra en la fase artesanal del turismo y ello trasciende a que muy pocos negocios paguen impuestos y repercute en que la actividad económica derivada del turismo cultural en espacios rurales, casi no genere ingresos producto de la recaudación de impuestos. Si bien es importante tener registrados a los comercios, también es fundamental recaudar impuestos. Por lo que contribuye de manera escasa al bienestar de la población mediante la prestación de servicios o través de la obra pública.

Se puede concluir que la llegada de turistas está contribuyendo a mejorar la calidad de vida de los entrevistados, pero se considera que hace falta desarrollar este tipo de actividades económicas y hacerlas competitivas. No Kim (2018) menciona que en la actualidad el turismo rural no es competitivo con respecto a los beneficios económicos esperados debido a que las comunidades rurales a menudo carecen de la experiencia necesaria para atraer y satisfacer a los turistas con

éxito a través de sus productos turísticos, como servicios, atracciones, espectáculos, festivales, aventuras y especialidades.

## Conclusión

En el espacio de estudio se considera que el turismo que se practica es embrionario, se caracteriza por ser artesanal, emplea fundamentalmente a los habitantes de la comunidad, pero estos servicios son escasos y de baja calidad, predominando el comercio ambulante. Se considera que contribuye a impulsar el bienestar de la población, al generar ingresos que se consideran buenos comparados con otros empleos en la región o los que obtendrían en otros sectores económicos con estudios similares. Los ingresos pueden ser mayores, pero no es así, y se debe a que los productos turísticos que tienen no son capaces de retener por más tiempo a los visitantes como en otros sitios turísticos.

En el aspecto recaudatorio no se está contribuyendo a fomentar el desarrollo debido a que los sistemas tributarios son ineficientes y se debe a la falta de regulación de las actividades comerciales por parte de las autoridades gubernamentales. Situación que aprovechan las organizaciones no gubernamentales para cobrar cuotas económicas que no se aplican al desarrollo de la comunidad. Se debe promover su formalización fiscal y hacer eficiente el sistema recaudatorio.

Se concluye que se practica un turismo embrionario, genera escaso empleos e ingresos, significa, que el tener productos turísticos no garantiza la afluencia o retención de turistas. Es por lo que se debe aplicar una política turística que rompa con su estacionalidad, que logre atraer a los turistas durante todo el año y haga que permanezcan más tiempo. Además, se deben proporcionar apoyos institucionales como créditos a bajo costo, ya que estos son casi inexistentes. Una línea de investigación sería hacer estudios de mercado para desarrollar productos que tengan como objetivo ampliar el tiempo de estancias de los turistas y visitantes. Así como investigar cómo crear una marca turística para promover la oferta de los productos turísticos. Una limitante de la investigación fue el no incluir en el estudio a las diversas autoridades gubernamentales.

## Referencias bibliográficas

ALVARADO, M. C., JUÁREZ, J. P., RAMÍREZ, B. & RAMÍREZ, J. Empleo rural no agrícola en la comunidad de san Mateo Ayecac, estado de Tlaxcala, México. Papeles de Geografía, 2011, N° 53-54, p. 21-33.

AMAYA, C. M. Desafíos y oportunidades del turismo rural en México. En: Desarrollo rural y turismo. Editores: CESAR, A., OROZCO, J. y ARNAIZ, S. M. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa y Universidad Nacional del Litoral, 2005.

AN, W. & ALARCÓN, S. How Can Rural Tourism Be Sustainable? A Systematic Review. Sustainability, 2020, Vol. 212, N° 18, p. 1-23.

BUTLER, R. W. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 1980, Vol. 24, N° 1, p. 5-12.

CALDERA, D. C., CARRILLO, S. A. & ESCAMILLA, S. E. La influencia de la edad, el género y la escolaridad en el emprendimiento. Análisis para su des-mitificación. XV Congreso Internacional de Contaduría y Administración e Informática, celebrado el 29 de marzo, Ciudad Universitaria de la UNAM. 2010, p. 1-25.

CARAVACA, I. Los nuevos espacios emergentes. *Estudios Regionales*, 1998, N° 50, p. 39-80.

CARBON, C. C. Understanding human perception by human-made illusions. *Frontiers in Human Neuroscience*, 2014, Vol. 8.

CARRILLO, R. La percepción como fundamento de la identidad personal (reflexiones desde la fenomenología). Tesis Doctoral en Filosofía: historia, estética y antropología, Universidad de Barcelona, España. 2015. Disponible en internet: [https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/298468/RCP\\_TESIS.pdf](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/298468/RCP_TESIS.pdf)

CEDRSSA. La agricultura y su relación con la pobreza en México. *Estudios e investigaciones*, Cámara de Diputados, Ciudad de México. 2020.

CEDRSSA. El comportamiento del sector agropecuario primario durante 2019. 2019. Disponible en internet: [http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/9/88El%20Comportamiento%20del %20Sector%20Agropecuario%20durante%202019.pdf](http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/9/88El%20Comportamiento%20del%20Sector%20Agropecuario%20durante%202019.pdf)

CEFP. Recursos Federales para el Campo PPEF 2020 vs PEF 2019, Cámara de Diputados, 2019, p. 12. Disponible en internet: <https://www.cefp.gob.mx/publicaciones/nota/2019/notacefp0562019.pdf>

CONTRERAS, M. J., JUÁREZ, J. P. & RAMÍREZ, B. Evaluación de las competencias en el plan de estudios de tres licenciaturas en turismo en Puebla, México: Percepciones de los estudiantes. *Iberoamericana para la Educación y el Desarrollo Educativo*, 2018, Vol. 9, N° 17.

DÁVILA, G. El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. *Laurus Revista de Educación*, 2006, N° 12 (especial), p. 180-205.

DE LA ROSA, A. La micro, pequeña y mediana empresa y sus mitos: caracterización y consecuencias. Congreso Internacional de contaduría y administración e informática, Ciudad Universitaria, UNAM, del 5 al 7 de octubre. 2011.

DIÉGUEZ, E. GÓMEZ, O. RODRÍGUEZ, Y. & RUIZ, C. Determinación del atractivo de los servicios complementarios extrahoteleros en destinos turísticos. *Ingeniería Industrial*, 2018. Vol. 24, N° 2, p. 215-224.

ENRÍQUEZ, M. A., OSORIO, M., CASTILLO, M. & ARELLANO, A. Hacia una caracterización de la Política Turística. *Turismo y Patrimonio Cultural*, 2012, Vol. 10, N° 3, p. 417-428.

EUROPEAN UNION. The Impact of Taxes on the Competitiveness of European Tourism. Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. 2017.

FAYÓS-SOLÁ, E. Política turística en la era de la globalización. *Mediterráneo Económico*, 2004. N° 5, p. 215-232.

FERNÁNDEZ, J. FERNÁNDEZ, M. I. & SOLOAGA, I. Enfoque territorial y análisis dinámico de la ruralidad: alcances y límites para el diseño de políticas de desarrollo rural innovadoras en América Latina y el Caribe. Documentos de Proyectos, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Ciudad de México, 2019.

FERNÁNDEZ, M. J. & MARTÍNEZ, L. A. Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de Bahías de Huatulco, México. ¿Hacia un cambio en el rol de género? *Cuadernos de Turismo*, 2010, N° 26, p. 129-151

GONZÁLEZ, M. J., RAMOS, R., GÓMEZ, M. V. DOLÇ, C., CORTÉS, L. & SARAVIA, M. El malestar urbano en la gran ciudad. Madrid. TALASA Ediciones S.L. 1998.

GUINJOAN, E., BADIA, A. & TULLA, A. F. El nuevo paradigma de desarrollo rural. Reflexión teórica y reconceptualización a partir de la Rural Web. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 2016, N° 71, p. 179-204.

HERNANDO, M. El desenvolupament local. Barcelona, España. Editorial UOC. 2007.

HENRÍQUEZ, L. Marco conceptual. En: DEELEN, L. Políticas para la formalización de las micro y pequeñas empresas en América Latina. Experiencias, avances y desafíos, 2015. p. 23-52. Organización Internacional del Trabajo.

IHALANAYAKE, R. Economics of tourism taxation: a study of tourism taxes in Australia. (Thesis Doctor of Philosophy), School of Applied Economics, Faculty of Business and Law, Victoria University. 2007.

HOSMER, D. W. Jr.; LEMESHOW, S. & STURDIVANT R. X. Applied Logistic Regression. John Wiley & Sons. 2013.

IMCO. Compara carreras Una herramienta sobre las consecuencias económicas de escoger una carrera. Instituto Mexicano para la Competitividad A.C. 2019.

INAH. Sistema de información Cultural. Mediateca INAH, Zonas arqueológicas. 2017.

INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. México. 2019.

INEGI. Anuario estadístico y geográfico de Tlaxcala 2017. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. México. 2017.

INEE. Panorama educativo de México. Indicadores del Sistema Educativo Nacional 2017 Educación básica y media superior. Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación. 2017.

JUÁREZ, J. P., RAMÍREZ, B., MOTA, J. A., CÉSAR, F. & RAMÍREZ, G. Peregrinación y turismo religioso en los Santuarios de México. *Geográfica de Valparaíso*, 2012, N° 46, p. 41 – 53.

JUNG, H., NO KIM, H. & YOUNG, J. Measuring the Economic Impact of Rural Tourism Membership on Local Economy: A Korean Case Study. *Sustainability*, 2017, Vol. 9, N° 639, p. 1-13.

LICHTLE, P. M., SÁNCHEZ, J. C. & GUZMÁN, M. A. Esfuerzo fiscal municipal en destinos turísticos. *SECTUR, Documento de Investigación Estadística y Económica*. 2015, N° 2015-4.

LÓPEZ, T., & GUZMÁN, S. M. La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *PA-SOS*, 2008, Vol. 6, N° 2, p. 159-171.

MARTÍN, J. M., SALINAS, J. A., RODRÍGUEZ, J. A. & JIMÉNEZ, J. D. Assessment of the Tourism's Potential as a Sustainable Development Instrument in Terms of Annual Stability: Application to Spanish Rural Destinations in Process of Consolidation. *Sustainability*, 2017, Vol. 9, N° 10, p. 1-20.

MONTERO, I. & LEÓN, O. G. Clasificación y descripción de las metodologías de investigación en Psicología. *Revista Internacional de Psicología Clínica y de la Salud*, 2002, Vol. 2, N° 3, p. 503-508.

NO KIM, H. The economic valuation of change in the quality of rural tourism resources: Choice experiment approaches. *Sustainability*. 2018, Vol. 10, N° 959, p. 1-17.

NOË, A. *Acción in perception*. MIT Press, London. 2006.

OVIEDO, G. L. La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt. *Estudios Sociales*, 2004, N° 18, p. 89-96.

PALAFIX, A. & BOLAN, S. Turismo y mercantilización de la naturaleza: Holbox, Quintana Roo, México. *Rosa dos Ventos-Turismo e Hospitalidade*, 2019, Vol. 11, N° 2, p. 372-385.

PÉREZ, A. M., JUÁREZ, J. P., RAMÍREZ, B. & CESAR, F. Turismo rural y empleo rural no agrícola en la Sierra Nororiente del estado de Puebla: caso red de Turismo Alternativo Totaltikpak, A.C. *Investigaciones Geográficas*, 2010, N° 71, p. 57-71.

PÉREZ, E. Hacia una nueva visión de lo rural. En: GIARRACCA, N. *¿Una nueva ruralidad en América Latina?* Buenos Aires: Colección Grupos de Trabajo de CLACSO, 2001, pp. 17-29.

PREGIBON, D. Logistic Regression Diagnostics. *The Annals of Statistics*, 1981, Vol. 9, N°. 4, p. 705-724. [https://projecteuclid.org/download/pdf\\_1/euclid.aos/1176345513](https://projecteuclid.org/download/pdf_1/euclid.aos/1176345513)

SAGARPA. Análisis integral del gasto público agropecuario en México. Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural y Organización de las Naciones Unidas de la Alimentación y la Agricultura, Ciudad de México. 2007.

SÁNCHEZ, A. VARGAS, E. E. & CASTILLO, M. Origen, concepción y tratamiento del ciclo de vida de los destinos turísticos: una reflexión en torno al modelo de Butler. *Compendium*, 2017, Vol. 20, N° 38.

SANCHO, A. GARCÍA, G. & ROZO, E. Comparativa de indicadores de sostenibilidad para destinos desarrollados en desarrollo y con poblaciones vulnerables. *Annals de Tourism research*, 2007, Vol. 9, N° 1, p. 150-177.

SANTANA, M. Á. Formas de desarrollo turístico, redes y situación de empleo. El caso de Maspalomas (Gran Canaria). (Tesis Doctoral). Departament de Sociologia Universitat Autònoma de Barcelona. 2003.

SECTUR. Compendio estadístico del turismo en México 2018. Secretaría de Turismo. 2018a.

SECTUR. Nuestro Turismo, el gran motor de la economía nacional. Secretaría de Turismo. 2018b.

SECTUR. Recaudación y administración de recursos para los destinos turísticos. Foro sobre gobernanza para un turismo sustentable. 2017, pp. 14.

SILI, M., ÁVILA, C & SOTELO, N. Modelos de acción y desarrollo territorial, un ensayo de clasificación en el Paraguay. *Cuadernos Geográficos*, 2019, Vol. 58, N° 1, p. 205-228

VERA, J. F. & BAÑOS, C. J. Turismo, territorio y medio ambiente: la necesaria sostenibilidad. *Papeles de Economía*, 2004, N° 102, p. 271-286.

VUJKO, A., MIRJANA, P. & GAJIĆ, T. The condition of the rural hospitality enterprises in rural tourism. The case of Serbia. *Revista de la Facultad de Agronomía, La Plata*, 2018, Vol. 117, N° 1, p. 53-60.

UNWTO. World Tourism Barometer. UNWTO, 2020, Vol. 18, N° 3, p. 1.

Conflicto de intereses: "Los autores declaran que no tienen conflicto de interés".