

Estrategias de innovación turística mediante clústeres para impulsar el desarrollo local en Guanajuato, México

Tourism innovation strategies through clusters to promote local development in Guanajuato, Mexico

Mónica Elena Ortíz Liñán

Doctora en Geografía. Escuela Nacional de Estudios Superiores, Unidad León. Universidad Nacional Autónoma de México. Boulevard UNAM #2011, Col. Predio El Saucillo y El Potrero, (37689) San Antonio de los Tepetates, León, Guanajuato, México, mortizl@enes.unam.mx / monicaortizlinan@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-4766-4790>

Susana Suárez Paniagua

Doctora en Ciencias Políticas y Sociales. Escuela Nacional de Estudios Superiores, Unidad León. Universidad Nacional Autónoma de México. Boulevard UNAM #2011, Col. Predio El Saucillo y El Potrero, (37689) San Antonio de los Tepetates, León, Guanajuato, México, ssuarez@enes.unam.mx / suzanne.pani@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0003-1379-1801>

Recibido: 5 de septiembre 2023 || Aprobado: 6 de diciembre 2023

DOI: <https://doi.org/10.37838/unicen/est.34-163>

Resumen

El estado de Guanajuato evidencia poco aprovechamiento turístico; la difusión, encaminada hacia espacios consolidados, histórico-culturales y comerciales, dejan de lado emplazamientos con elevado potencial, gracias a la enorme diversidad que posee la entidad. La presente investigación realiza una propuesta de innovación turística con el objetivo de complementar la gestión actual, a través del impulso del turismo alternativo, con base en nuevos productos y atractivos que se ubican en las zonas más desfavorecidas, encaminadas al desarrollo local. La metodología incluye un análisis digital con apoyo de NVIVO v.12.0; se identificaron pequeños productores, haciendas mezcaleras, pulqueros y cocineros tradicionales en clústeres de cinco a 25 km., atractivos alternos, partiendo de los sitios más visitados. Los resultados obtenidos permiten incorporar, dentro de la gestión actual, métodos innovadores para diversificar la oferta y retener los beneficios económicos localmente, encaminados al desarrollo regional.

Palabras clave: Innovación turística; Turismo alternativo; Gestión turística; Desarrollo local

Abstract

The state of Guanajuato shows little evidence of tourism development; dissemination, aimed at consolidated, historical-cultural and commercial spaces, leaves aside sites with high potential, thanks to the enormous diversity that the state possesses. The present research makes a proposal for tourism innovation with the objective of complementing the current management, through the promotion of alternative tourism, based on new products and attractions located



in the most disadvantaged areas, aimed at local development. The methodology includes a digital analysis with the support of NVIVO v.12.0; small producers, mezcal haciendas, pulque producers and traditional cooks were identified in clusters of five to 25 km, alternative attractions, starting from the most visited sites. The results obtained allow the incorporation, within the current management, of innovative methods to diversify the offer and retain the economic benefits locally, aimed at regional development.

Key words: Tourism Innovation; Alternative Tourism; Tourism Management; Local Development

Introducción

En los últimos periodos de gobierno, y de manera particular en el más reciente (2018-2024), la política sectorial federal tiene el objetivo de posicionar a México como una potencia turística competitiva, innovadora y de vanguardia. Más allá de ser el tercer país con mayor número de visitas y el 13° en captación de divisas en el año 2020, según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020), es de gran interés incentivar la diversificación de opciones turísticas en el territorio del país. Se han privilegiado determinadas zonas, omitiendo la riqueza en biodiversidad y cultura que lo distingue, de tal modo que a los sitios tradicionales de playa en la fachada del Golfo de México y, sobre todo del Mar Caribe y el Océano Pacífico, se suma la visita a los arqueológicos en espacios prehispánicos, los culturales asociados a la época colonial, además de los naturales. Todo esto con el fin de contribuir con el desarrollo territorial local, con una economía justa y un equilibrio social entre comunidades rurales y urbanas, considerando el cuidado ambiental para asegurar la permanencia de los mismos.

En razón de lo anterior, el estado de Guanajuato no es la excepción, especialmente si se considera que la política pública estatal se ha inclinado hacia la proyección del turismo cultural, que descansa en un abundante y diverso bagaje patrimonial declarado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en 2008, como San Miguel de Allende, en la arquitectura de diversas épocas, en los pueblos mágicos y las zonas arqueológicas, en una entidad que apuesta por la innovación y competitividad.

No obstante, resulta escasa la incorporación, dentro de los procesos de gestión turística, del complemento de la oferta a través de atractivos naturales, pequeños productores o incluso de tradiciones culturales entre las que destacan la generación de pulque, mezcal o gastronomía tradicional para ofrecer oportunidades de crecimiento económico y social donde los ingresos se re-tingan en la localidad.

En razón de lo anterior, y pese a que existen múltiples investigaciones referidas al turismo desde distintos abordajes científicos, son aún insuficientes las que se enfocan en valorar la gestión en binomio con el desarrollo local, a través de métodos de innovación, en el que incorporen nuevos productos, métodos y

servicios, con apoyo tecnológico y que impulsen la toma de decisiones institucionales, bajo un marco normativo y legal; procesos que involucren cambios en las formas tradicionales de aplicar sus metodologías, en la estructura organizacional y en las funciones administrativas.

En este contexto, la presente investigación realiza una propuesta de innovación turística para incrementar el desarrollo local de las comunidades más desfavorecidas, a través de la incorporación, en la política de gestión, de nuevos productos dentro de clústeres de cinco a veinticinco kilómetros que impulsen el turismo alternativo en las localidades de Guanajuato, con base en los atractivos ya consolidados.

Revisión teórica sobre la innovación turística y la generación de clústeres para el desarrollo local

La presente investigación analiza las posiciones teóricas y metodológicas que refieren a la innovación turística, los clústeres turísticos como método de integración de atractivos y la relación que existe entre los procesos de gestión turística con el desarrollo local.

Turismo alternativo

Hablar de desarrollo local en materia turística implica satisfacer las necesidades actuales de la comunidad, a través de esta actividad en términos sociales, económicos y ambientales de forma equilibrada; poner atención en actividades innovadoras para lograr mejoras en la calidad de vida, y, que las futuras generaciones también lo puedan disfrutar y trabajar. En este contexto, el turismo es tan dinámico que puede combinar el ocio y disfrute de los atractivos turísticos con los sectores productivos al incentivar el contacto con la naturaleza, la historia y la cultura, como alternativa para diversificar la economía y mejorar las condiciones socioeconómicas de la población (Muñoz, 2010).

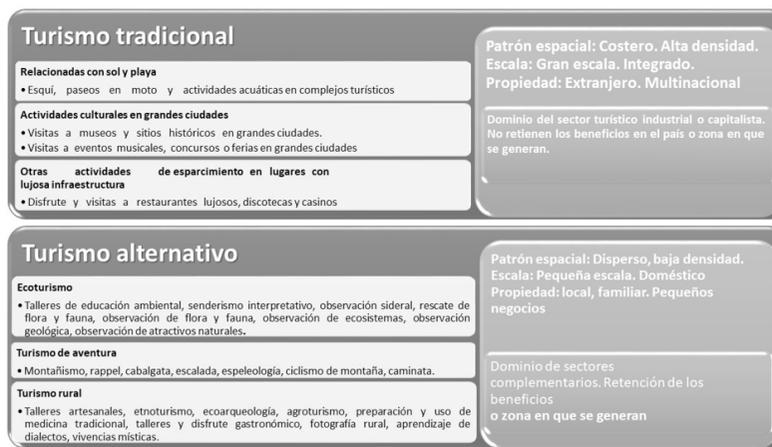
El turismo sustentable es una oportunidad que implica distintos desafíos, entre los que destaca la implementación de prácticas con distintas modalidades a las habituales –con la incorporación de productos y servicios–, frente a un modelo económico internacional que privilegia la extracción de los recursos naturales, dejando de lado la cultura tradicional y su permanencia, así como el ambiente y los servicios ecosistémicos que proporciona, además de la enorme desigualdad que esto ocasiona, fundamento de los problemas que la sociedad experimenta, en conjunto con el poco interés que existe en el cuidado de los recursos que generan oportunidades de crecimiento para la comunidad (Martínez, 2013).

En razón de lo anterior, una opción que contribuye con la solución a estos problemas, con base en una práctica sustentable, es el turismo alternativo que surge gracias a los constantes cambios en los intereses de los turistas y por la interacción de los visitantes en las plataformas tecnológicas. Este turismo busca el contacto con la naturaleza, la economía y cultura local, la interacción con la comunidad, sus tradiciones, además de impulsar el respeto por el patri-

monio del territorio (Secretaría de Turismo [SECTUR], 2002; OMT, 2008; Ibáñez y Rodríguez Villalobos, 2012; Martínez, 2013).

En este contexto, el turismo alternativo, al considerar el binomio naturaleza-cultura, es una actividad de proximidad y corto alcance; se divide en tres tipos: ecoturismo (actividades de contacto y aprendizaje del medio natural), turismo de aventura (movimientos que requieren un esfuerzo físico) y turismo rural (cercanía con la población. Consideran el contacto con la comunidad local, sus costumbres, tradiciones y formas de vida(Figura 1) (Bringas y Ojeda, 2000; Ibáñez y Rodríguez Villalobos, 2012).

Figura 1. Actividades turísticas explicadas por categoría y modalidad de práctica



Fuente: elaboración personal sobre la base de Ibáñez y Rodríguez Villalobos (2012); SECTUR (2004); Casillas *et al.* (1995) y Mowforth, (1993)

Del mismo modo, el turismo alternativo resalta la riqueza natural y cultural y los procesos y forma de vida de la población –identidad-. La experiencia que vive el visitante permite conocer aspectos de la cultura local, prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios y forestales, entre otros; además de las artesanías propias del territorio y el desarrollo de productos que innoven la oferta actual (Osorio González *et al.*, 2015; Riveros y Blanco, 2003).

Innovación turística

La práctica turística al interior de las entidades origina desarrollo local y social, a través de la oferta de distintos productos y servicios, con el objetivo de generar beneficios económicos en la comunidad. De manera particular, el estado de Guanajuato es un espacio carente de sol y playa, que descansa en un abundante y diverso bagaje patrimonial declarado por la UNESCO como San Miguel de Allende, en la arquitectura de diversas épocas de Guanajuato, en los pueblos mágicos o en las opciones comerciales de León o Moroleón. Posee abundantes atractivos turísticos naturales y de riqueza tradicional, que complementan los exitosos atractivos de la entidad, aprovechando la posición geográfica peculiar de la zona centro-occidente, además de una variada in-

fraestructura carretera y accesibilidad, aptos para el aprovechamiento y realización de actividades de bajo impacto.

En razón de lo anterior, la riqueza natural, cultural, los procesos locales de la comunidad y el valor que esta le da a su territorio, representan un alto atractivo potencial para la práctica de turismo rural. Se incentiva la diversificación de actividades productivas en los espacios con mayor incidencia de pobreza para impulsar el desarrollo económico con base en la motivación de mostrar su organización, resaltar su patrimonio, identidad y capacidad para promover nuevos productos. En este contexto, se evidencia la necesidad de adaptarse a las actuales circunstancias sociales y económicas, derivadas de la pandemia SARS-COV2 y a otros problemas políticos para generar estrategias innovadoras que permitan incentivar productos que complementen la oferta turística actual (Pulido Fernández, 2005; Fuentes, 2006; Grande, 2008; Fernández *et al.*, 2010; Arboleda Jaramillo *et al.*, 2020).

Son distintos los autores que han abordado el término de innovación en relación con el turismo, entre los que destaca Davenport (1993), que indicó que se da en las instituciones con base en el impulso de los clientes, los competidores, las finanzas, la gestión y la introducción de nuevas tecnologías, por mencionar algunos elementos. La implementación se da por departamento dentro y fuera de las organizaciones para generar beneficios a mediano y largo plazo. Establece una estrategia con cinco pasos: 1) identificar los procesos a innovar; 2) posibilidades de cambio; 3) preparación de la propuesta; 4) comprensión del modelo existente y; 5) diseño y elaboración de las nuevas propuestas. Destaca la importancia del sentido de desarrollo económico en el momento de aplicar la logística para considerar: reducción en costos, tiempo de procesos, mejoras en la calidad, flexibilidad y nivel de servicio, entre otros.

En este contexto, el concepto de Hjalager (2001) está dirigido a incrementar los valores existentes con el apoyo de la tecnología y de la reingeniería. Por otra parte, de concepto de Bessant (2003) busca la modificación radical de los procesos. En el Manual de Oslo (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE], 2005) se plantea una mejora significativa en los métodos y/o la incorporación de nuevos elementos, y en la difusión, distribución y prestación de servicios, lo que implica cambios significativos en los programas y técnicas actuales.

Adicionalmente, Moulaert *et al.* (2005) infirieron la relación del desarrollo del territorio con la dimensión social y sus interacciones dentro de los procesos de innovación, y destacaron la importancia de motivar esta interacción a través del fortalecimiento de la identidad territorial de la comunidad.

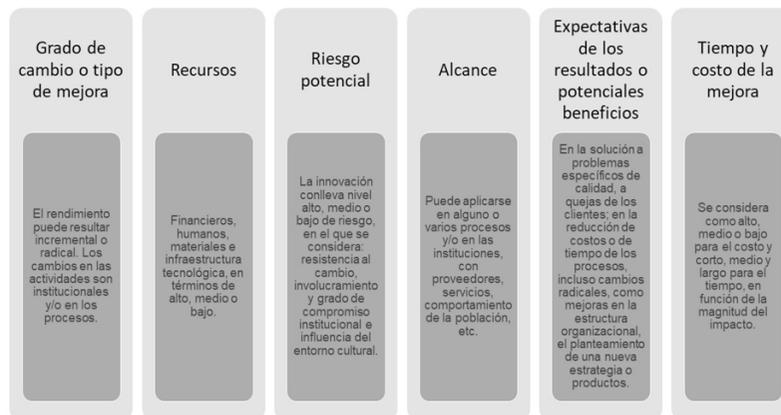
Por su parte, Hellriegel *et al.* (2009), tienen un planteamiento de innovación orientado al progreso económico con base en tres áreas: tecnológicas (nuevos productos, métodos y servicios), institucionales (marco normativo y legal) y administrativas (cambios en los procesos tradicionales, en la estructura organizacional y en las funciones). En razón de esto, crear una manera nueva de producir, vender y/o distribuir un bien o servicio existente.

Harrington (1991) y Suárez-Barraza y Smith (2012), destacan la importancia de la gestión institucional para reconsiderar los procesos metodológicos para un mejor funcionamiento de la actividad económica. Por otra parte, Sen (1999), Max-Neef (1993) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2011), concurren que ,para que la innovación exista, es necesario involucrar en la toma de decisiones a las comunidades, ya que al ser su territorio y conocer las necesidades de este, pueden encontrar soluciones participativas, equitativas y en torno a la sustentabilidad.

El turismo a escala local, es una actividad que destaca las tradiciones, el patrimonio natural y cultural y el comportamiento de la comunidad que impulsa el capital territorial. En este sentido, diversos autores destacan los factores que impactan en la innovación de los procesos al interior (Figura 2), entre los que predomina el grado de cambio o tipo de mejora, los recursos que intervienen, el riesgo, alcance, las expectativas y el tiempo que todo el proceso llevará (Harrington, 1991; Davenport, 1993; Galgano, 1993; Childe *et al.*, 1994; Macdonald, 1995; McKay y Radnor, 1998; Jackson y Sloane, 2003; Pérez *et al.*, 2020).

Bajo este contexto, la innovación se reconoce como el proceso que permite el crecimiento y fortalecimiento económico en regiones y países que están en constante cambio; predomina la creación de nuevos productos, métodos y servicios que distingan una ventaja competitiva (Grossman y Helpman, 1994). Se define, según Dossi *et al.* (1988) a razón de la búsqueda, adopción y experimentación de nuevas técnicas, productos y cambios en los aspectos organizacionales.

Figura 2. Factores de impacto en los procesos de innovación



Fuente: elaboración personal sobre la base de Harrington (1991); Davenport (1993); Galgano (1993); Childe *et al.* (1994); Macdonald (1995); McKay y Radnor (1998); Jackson y Sloane (2003)

En este sentido, para que estos procesos de innovación turística se concreten, es trascendental contar con la interacción de distintos agentes formales e informales y el conocimiento de la comunidad y científicos. Esto permitirá potenciar las cualidades y la solución de problemas originados en el mercado por medio de la creación de un modelo turístico innovador, a través de

estrategias adecuadas de gestión que consideren la proximidad, los atributos locales, la capacidad ya existente y la desigual proporción de los espacios territoriales para generar innovaciones.

Se puede involucrar o no a la tecnología actual para crear, implementar, eficientar métodos productivos, capacitar a la población en función de la reducción de los índices de pobreza y así alcanzar el desarrollo local (Decelle, 2004; Hidalgo Nuchera *et al.*, 2008; Rodríguez Torres, 2009; Sánchez *et al.*, 2015). El desarrollo local se expresa a través de aglomeraciones económicas de distintos tipos, resultado de factores como la gestión institucional, la localización que busca potenciar los atributos de las comunidades que las involucran para promover grupos, clústeres e influencias entre las actividades productivas de la región (Stimson *et al.*, 2006).

Clústeres productivos

A partir de la década de 1990, las investigaciones referentes a la aglomeración, concentración, localización y clústeres desde diferentes enfoques, como la teoría económica regional, la economía de la innovación y la nueva teoría del crecimiento económico, han permitido explicar los vínculos productivos del territorio donde el capital humano y la tecnología contribuyen con las economías regionales (Romer, 1986; Lucas, 1988; Jiménez, 2012; Martínez Sidón y Corrales Corrales, 2017; Walle Flores *et al.*, 2022).

Un clúster es una agrupación de empresas, negocios o instituciones del mismo segmento económico, concentradas geográficamente, que complementan sus productos para generar cadenas productivas que signifiquen una ventaja competitiva, es una estrategia de los gobiernos locales, estatales o nacionales para fomentar encadenamientos rentables en la región (Porter, 1990; 1998; Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial [ONUDI], 2004; Villamil y Hernández, 2016).

En razón de lo anterior, los clústeres favorecen la innovación al confluir la localización de las actividades productivas que lo integran, los vínculos y las instituciones que intervienen a través del impulso de nuevos productos especializados en aspectos técnicos, administrativos y financieros, tanto horizontales como verticales y benefician las economías externas e internas (Porter, 2000; 2003).

Asimismo, los clústeres están íntimamente ligados a las cadenas de valor, los vínculos productivos y sistemas regionales de innovación. Estos son evidencia de la dimensión geográfica, que implica necesariamente concentración de actividades económicas y la cooperación entre los productores en un mismo espacio, donde se incrementen las capacidades individuales, en conjunto con la tecnología, para formar una ventaja competitiva, a través de la innovación de procesos productivos. Estas relaciones crean sinergias en las cadenas que integran todo clúster (Pyke, 1994; Anderson, 1994; Pietrobelli y Rabellotti, 2011).

En razón de lo anterior, es posible apoyar esta interacción mediante mapas de actividades productivas existentes en la región; lo que permitirá identificar

nuevas aglomeraciones con base en la economía local e incorporarlas dentro de los eslabones consolidados y generar un valor agregado (Martínez Sidón y Corrales Corrales, 2017).

Un clúster turístico es un espacio geográfico que tiene los atractivos necesarios para perfeccionar un producto, en conjunto con actividades productivas que complementan la oferta y resaltan la riqueza natural y cultural de la región en el mismo territorio y tiempo. Se encuentran unidos a través de la conectividad y accesibilidad para ofrecer un grupo de productos a menor precio que si se visitaran en distintos periodos, lo que supone una ventaja competitiva. El funcionamiento del clúster depende de la organización de los actores, quienes generarán una estrategia operativa de forma se complementen y se posicionen en el mercado, por medio de proyectos innovadores para incentivar el desarrollo local (Panesso, 2003).

En este contexto, el desarrollo local sustentable se debe impulsar justo a través de la implementación del mencionado agrupamiento de actividades productivas, lo que implica el conocimiento del territorio y los atractivos que se pueden desencadenar, derivadas de la riqueza natural y cultural (Martínez Sidón y Corrales, 2017).

Aproximación a la gestión turística y al desarrollo local

El desarrollo local es el conjunto de actividades inclinadas a proporcionar elementos que beneficien a la población en la disminución de la pobreza, a través de sinergias, que impulsen emprendimientos sustentables en distintos niveles, que contribuyan con el crecimiento económico de la comunidad y mejoras en la calidad de vida. Se fundamenta en la organización y participación conjunta de los actores, en destacar el capital social e identidad territorial. Implica también modificar la estructura de la localidad, la infraestructura, transformar el comportamiento y visión de la sociedad para, en el corto o mediano plazo, generar ventajas competitivas que fortalecen el núcleo comunitario (Solari 2003; Mtapuri y Giampiccoli, 2013).

En razón de lo anterior, es necesario encausar las acciones, en el caso del turismo, existen destinos consolidados que no han formado parte de una planeación, no se consideró a la comunidad residente y la capacidad de carga. Los beneficios resultaron tan inmediatos que dejaron de lado los impactos ambientales, los problemas sociales y económicos en la población, los procesos de gentrificación, insuficiencia de servicios públicos y degradación del paisaje que esa actividad económica genera. En consecuencia, el desarrollo local varía de acuerdo con el país y los cambios que se realicen en las comunidades, con base en la experiencia, la reflexión y evaluación de la implementación de sus modelos de impulso y crecimiento económico (Beer *et al.*, 2003; Torres Cadena *et al.*, 2019).

Actualmente, incorporar procesos de innovación, de gestión en donde se involucre a la tecnología y cambios en las formas de actuar, con un enfoque distinto al que regularmente desempeñan las comunidades, genera oportunidades a los

territorios de lograr desarrollo local. Esta iniciativa involucra aspectos económicos, sociales y ambientales para ofrecer oportunidades equitativas, responsables y adaptables, con base en la tradición, historia, riqueza natural, cultural, labores agrícolas, en las que el turismo resulta ser una alternativa para lograrlo (Pike *et al.*, 2006; Tsiaras *et al.*, 2016; Butler y Rogerson, 2016).

La gestión turística en México está a cargo de la Secretaría de Turismo Federal, quien considera temas como la particular y compleja geografía del país para conducir numerosos territorios con habilidades turísticas, existentes o potenciales, Con el fin de descentralizar funciones a nivel regional y estatal, existen las secretarías de turismo en cada una de las entidades, responsabilidad del gobierno del estado para controlar, difundir y gestionar problemas particulares en el plano local, en función del aprovechamiento sustentable de los sitios.

La gestión del turismo estatal implica la unión de los actores involucrados –población residente, instituciones, Organismos No Gubernamentales (ONGs) y la academia- para, de forma consensuada, tomar decisiones y acciones en torno al aprovechamiento sustentable de recursos y contribuir en los aspectos sociales y económicos que se dan en el entorno local. La generación de políticas públicas constituye uno de los factores que amalgama las voluntades de acción programadas para la ejecución, además de normas que requieren actualización constante, trabajo colaborativo, análisis de logros, de la realidad municipal y de las oportunidades para el crecimiento de la entidad (Sánchez, 2002; Muñoz, 2010; Aguilar Villanueva, 2017).

En razón de lo anterior, la gestión turística y el desarrollo local son un binomio (Figura 3) que requiere seguir apoyando los atractivos ya consolidados e impulsar nuevos productos que permita incentivar la economía y complementar la oferta, aprovechando los recursos naturales y culturales de forma sustentable mediante políticas públicas de conservación y crecimiento regional, la preservación del patrimonio cultural e histórico de la entidad. Asimismo, robustecer a las instituciones, pequeños propietarios y representantes de los núcleos agrarios y ANP con actividad recreativa, capacitación y profesionalización del sector, así como la creación de un Consejo Turístico que involucre a los distintos actores, además de plataformas innovadoras que permiten tener un control y seguimiento adecuado de los atractivos turísticos –SIG, app móviles- para lograr el desarrollo integral de la entidad (Sánchez, 2002; Muñoz, 2010; Aguilar Villanueva, 2017; SECTUR, 2003).

La intención de los gobiernos estatales por llevar a cabo una gestión integral es ideal, no obstante, la problemática que vive la entidad radica en la falta de continuidad en los planes y programas de gobierno, la persistencia depende del partido político que esté en el poder, por lo que regularmente cada periodo se implementan nuevos proyectos en las estrategias de desarrollo nacional y estatal, de tal manera, el posicionamiento del estado, el beneficio a la comunidad y a la economía local está limitado por esta condición (Sánchez, 2002; Aguilar Villanueva, 2017; Muñoz, 2010).

Figura 3. Relación del turismo con el desarrollo local



Fuente: elaboración personal sobre la base de SECTUR (2003), Sánchez (2002), Muñoz (2010), Aguilar Villanueva (2017)

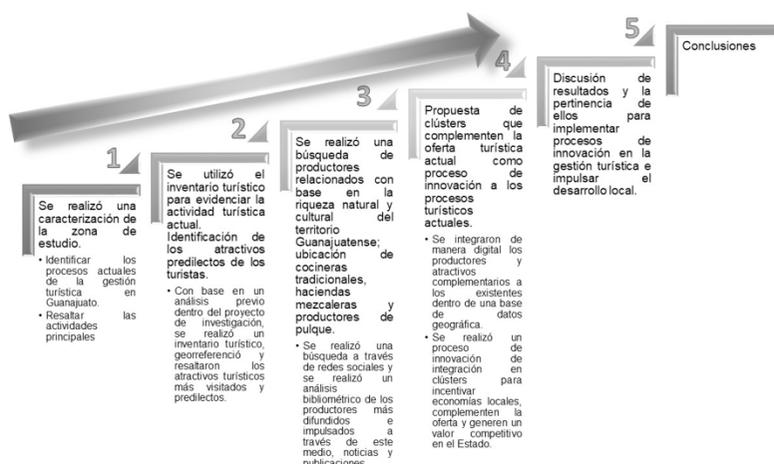
Metodología

La presente investigación plantea la identificación de las regiones del estado de Guanajuato en donde se pueden definir clústeres turísticos como método innovador para impulsar atractivos emergentes y pequeños productores que complementen la oferta actual y contribuyan con el desarrollo local. Esto es de gran relevancia en una entidad con notables individualidades geográficas, contrastes territoriales y dinámicas ambientales, económicas y sociales complejas; que cuenta con notable auge turístico a nivel nacional.

El turismo de proximidad o de corto alcance, como el alternativo, incluye actividades de acercamiento al conocimiento de la naturaleza, a través del ecoturismo, senderos interpretativos, de educación ambiental, observación de estrellas, entre otras. Involucra también labores deportivas dentro del disfrute de la naturaleza como el senderismo, rapel, tirolesa, caminata o ciclismo de montaña, por mencionar algunas. Finalmente, en el entorno rural que complementan las anteriores, encierra la cultura que tiene esta riqueza natural y genera acciones de contacto con la comunidad: el agroturismo, la gastronomía tradicional, el etnoturismo o los talleres artesanales. Estas actividades son pertinentes de realizar en el estado de Guanajuato, al ser un turismo de corto alcance, de pequeña escala, generalmente de propietarios que son familias concentrando beneficios locales.

La propuesta metodológica busca destacar justo el valor que tiene el estado de Guanajuato, especialmente competitivo en materia turística, pero con atractivos muy centralizados, con poco desarrollo local en medio de la riqueza cultural y natural que posee, a través de los procesos mencionados en la Figura 4.

Figura 4. Metodología para implementar procesos de innovación turística



Fuente: elaboración personal

En función de lo antes mencionado, se identificarán los productos que incentiven la economía local para impulsarlo a través del turismo, en complemento con los atractivos maduros o consolidados.

Caracterización del estado de Guanajuato

El estado de Guanajuato tiene una superficie de 30.471,06 km², siendo el vigésimo segundo lugar de las entidades del país, respecto a extensión territorial. Colinda con los estados de Zacatecas, San Luis Potosí, Michoacán, Querétaro y Jalisco. Cuenta con 126.014.024 habitantes, según el Censo General de Población y Vivienda 2020, de los cuales la mayoría se encuentran en el rango de edad entre los 5 y 45 años, es decir población joven y económicamente activa (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2020).

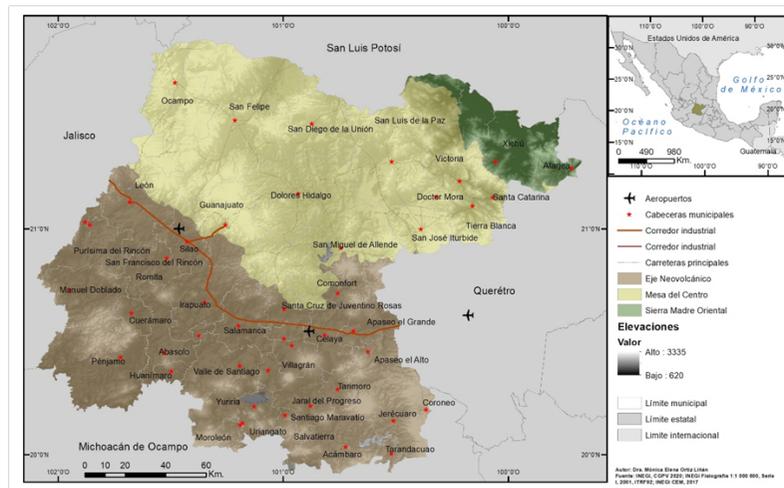
La actividad agropecuaria es la principal, particularmente en la zona Bajío, que une los suelos óptimos, gran llanura fértil gracias a la presencia del río Lerma, una amplia red de pozos y sistemas de irrigación, lo que la ha favorecido la región (INEGI, 2015). Adicionalmente, la ganadería, la minería y la rama de servicios son, a la par de la agricultura, las economías primordiales del estado. Respecto a sus recursos geológicos, han sido de gran importancia por ser uno de los principales productores de plata a nivel internacional, situación que ha resultado muy redituable y que actualmente se mantiene.

El paisaje muestra el enorme contraste que refleja la entidad, desde serranías escarpadas de la Sierra Madre Oriental, con pocos habitantes, escasa accesibilidad y comunicación, hasta poblaciones de gran importancia industrial y de servicios como León e Irapuato, con excelente acceso y bien comunicadas, emplazadas en el Bajío, las que se han convertido en una de las zonas importantes para el país (Figura 5).

En el estado, la elevación que predomina es de 2.000 m s.n.m., lo que genera un paralelo térmico que modifica el clima y lo equipara con la zona del Mediterráneo, el área de mayor altitud que se ubica en la Sierra de Guanajuato, con

más de 2.500 m s.n.m. (Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal [INAFED], 2010).

Figura 5. Mapa de caracterización del estado de Guanajuato



Fuente: INEGI, CGPV 2020; INEGI Fisiografía 1:1 000 000, Serie I, 2001, ITRF92; INEGI CEM, 2017

Caracterización del turismo en el estado de Guanajuato

En el estado de Guanajuato, al igual que en el contexto nacional, la política pública estatal ha privilegiado un modelo económico de manera permanente hacia la proyección del turismo cultural, como se describe en los apartados anteriores. En mayo de 2022 los destinos que registraron mayor afluencia fueron: León, Guanajuato capital y San Miguel de Allende. Con base de datos publicados por el Observatorio Turístico (OTEG) de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, se recibieron más de un millón de visitantes de manera particular en el periodo de semana mayor, posterior a la crisis económica y de salud provocada por el COVID-19 (Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato [OTEG], 2020).

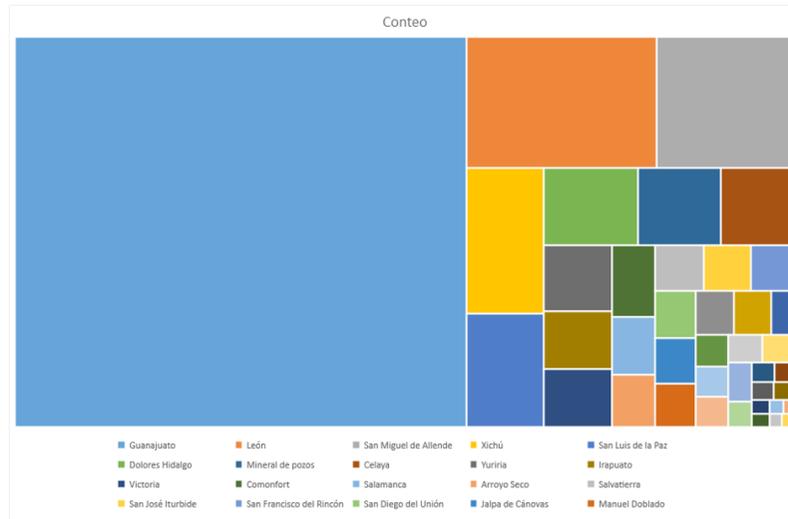
La entidad tiene una alta cantidad de atractivos y festividades culturales, por lo que los sitios de mayor afluencia en este periodo vacacional fueron León, las Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Guanajuato capital y San Miguel de Allende. Adicionalmente, en considerable menor proporción, por las fiestas derivadas de las fechas de Semana Santa, municipios como Purísima del Rincón y Santa Catarina también reportaron presencia de visitantes, particularmente locales (OTEG, 2020).

En complemento con lo anterior, se realizó un estudio de netnografía¹, a través de un análisis bibliométrico de notas periodísticas, publicaciones científicas y posts en redes sociales en el programa NVIVO 12.0. Se observó que los desti-

¹ Método de investigación derivado de las técnicas de etnografía desarrolladas por la investigación antropológica, esto ha incrementado la posibilidad de filtrar las complejas oportunidades de información acerca de las comunidades en la World Wide Web (Kozinets, 2002, traducción nuestra). Negociación constructiva entre investigador e investigado durante relaciones concretas, intensivas y carnales permeables a los sentimientos, emociones, afectos, sorpresas (Pereira De Sá, 2001).

nos de la entidad con mayor llegada de turistas y derrame económico son León, Irapuato, Guanajuato, Silao, San Miguel de Allende, Salamanca, Dolores Hidalgo y Celaya (Figura 6). Coinciden con los municipios que atraviesan el corredor industrial, donde se ubica una alta cantidad de servicios como el aeropuerto, terminales terrestres, hoteles, restaurantes, bancos y hospitales, entre otros.

Figura 6. Sitios más visitados en el estado de Guanajuato



Fuente: resultado de análisis bibliométrico de notas periodísticas, publicaciones y posteos en redes sociales

Los resultados del análisis coinciden parcialmente en lugares preferidos por los usuarios de redes sociales y autores académicos. Adicionalmente San Miguel de Allende, Guanajuato y León gozan de una considerable carga turística para visitar zonas de cultura. Respecto a Salamanca, Silao, Irapuato y Celaya, son ciudades industriales que generan turismo de negocios. Todos ellos, a su alrededor tienen presencia alta de atractivos naturales y culturales, además de productores que complementen la oferta turística y disminuyan la saturación de visitantes sobre determinados espacios.

Incorporación de atractivos complementarios, productores y propuesta de clústeres

En razón de lo anterior, se clasificaron los atractivos turísticos determinados por tres instituciones: el Instituto para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED), la SECTUR y el Observatorio Turístico del Gobierno; se elaboró una base de datos georreferenciada (BDG) para incorporar en ARCGIS, con el inventario que incluye los sitios turísticos complementarios a los más visitados con base en la confronta de las BDG; únicamente se incorporaron espacios tangibles (se eliminaron todas las fiestas locales).

La clasificación de los atractivos turísticos se realizó con base en los factores que a continuación se especifican y que, en conjunto, brindan los elementos de diversidad y la factibilidad de gestión:

- a. Intensidad de la actividad turística: se evalúa si es frecuente o constante, de acuerdo con la afluencia o si es incipiente la visita, condición que permitiría realizar una planeación y difusión adecuada.
- b. Proximidad a sitios naturales: se refiere a la existencia de espacios de naturaleza cercanos con actividad turística, que vuelve más atractivo al sitio en cuestión, que incentivaría la visita de varios destinos en un mismo viaje, o bien incrementa el interés por concurrir a ellos.
- c. Proximidad a sitios culturales: si existen espacios de cultura cercanos, esta condición le otorga un atractivo adicional.
- d. Accesibilidad: si el sitio cuenta con carretera pavimentada o camino de terracería para poder acceder.
- e. Diversidad fisiográfica: el estado comparte tres grandes provincias fisiográficas de México, lo que hace que tenga una diversidad natural considerable, además de la cultural que se reconoce: a) Sierra Madre Oriental, con una subprovincia: la Sierra Gorda, pequeña extensión al noreste la cual es denominada localmente Sierra del Azafrán; b) Mesa Central, con dos subprovincias: los Llanos de Ojuelos y las Llanuras y Sierras del Norte de Guanajuato, que conforman un eje de serranías orientado del noroeste al sureste, que divide la entidad en dos partes, comprende sendas planicies, llanuras y mesetas del norte; c) Eje Neovolcánico, con cinco subprovincias: el Bajío guanajuatense, cumbres y bajíos michoacanos, altos de Jalisco, llanos y macizos de Querétaro, y las montañas volcánicas y lagos del centro; es la provincia fisiográfica más extensa, abarca casi el 50% del territorio estatal en su parte sur, cubre el Bajío, las sierras volcánicas, las cuencas lacustres del sur, y las sierras y mesetas del suroeste (INAFED, 2010).

Posteriormente, se incorporaron los sitios que refieren un impulso por medio de las instituciones y el Gobierno del estado, mismos que son resultado del análisis bibliométrico y netnográfico realizado, como se mencionó en la Figura 4. Asimismo, se decidió complementar en inventario con actividades productivas:

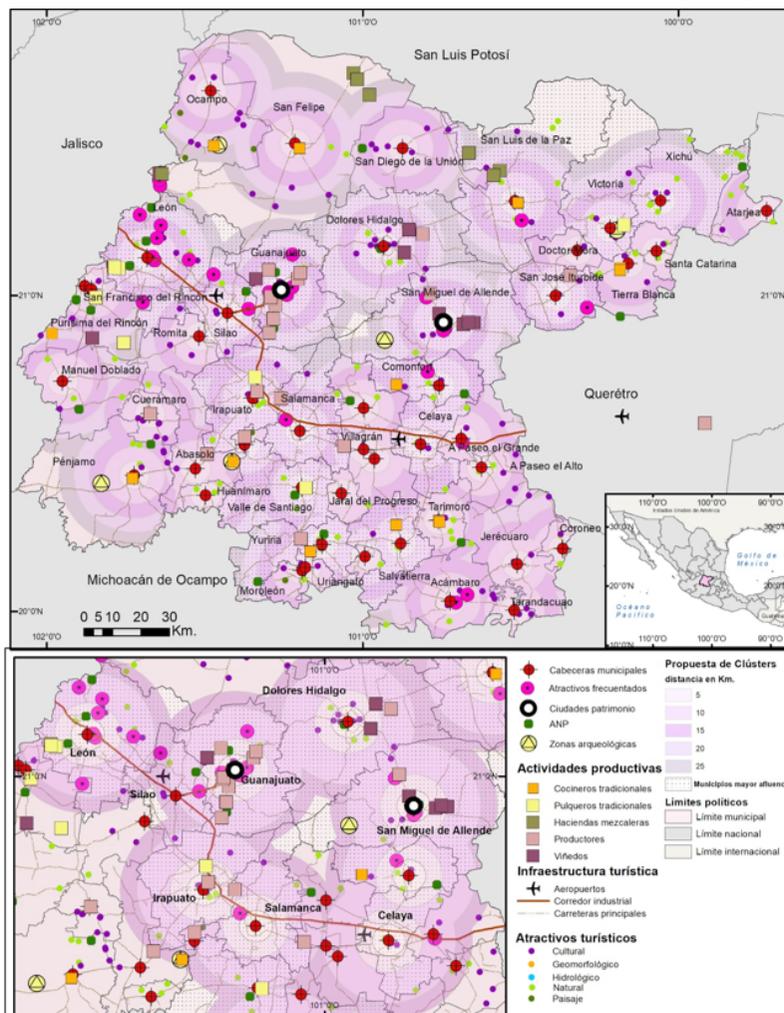
- ~ Pequeños productores que tienen como base los recursos naturales, entre los que destacan artesanos, apicultores, productos orgánicos e invernaderos que ponen a la venta sus artículos.
- ~ Viñedos, haciendas mezcaleras y tequileras. Estas fueron incluidas para, además de vender sus productos, la factibilidad de impulsar en complemento, actividades de agroturismo y ampliar el público objetivo.
- ~ Pulqueros tradicionales. La extracción de pulque es una actividad que ha sido reemplazada por la producción de cebada o la siembra de agave tequilero y mezcalero. En particular, por las condiciones geográficas del estado de Guanajuato son pertinentes para la producción de maguey pulquero. Esta actividad ancestral es un atractivo para muchos turistas nacionales y extranjeros, desde extraer el aguamiel, hasta fermentarlo en una olla de barro para su posterior consumo.
- ~ Cocina tradicional guanajuatense. La comida, riqueza cultural es mucho más que un alimento, habla del territorio, historia, tradiciones e identidad; es una experiencia que produce sensaciones. En los últimos años, el gobierno del estado, ha puesto especial énfasis en rescatar la cocina y cocineros tradi-

cionales que por tiempo estuvo olvidada.

Los destinos de la entidad con mayor llegada de turistas y derrama económica como León, Irapuato, Guanajuato, Silao, San Miguel de Allende, Salamanca, Dolores Hidalgo y Celaya, son los municipios que atraviesan el corredor industrial, donde se ubica una alta cantidad de infraestructura y accesibilidad de servicios entre los que sobresale el aeropuerto, terminales terrestres, hoteles, restaurantes, bancos, hospitales, entre otros (Figura 7). Los resultados del análisis coinciden parcialmente en lugares preferidos por los usuarios de redes sociales y autores académicos.

Adicionalmente San Miguel de Allende, Guanajuato y León gozan de una considerable carga turística para visitar zonas de cultura. Respecto a Salamanca, Silao, Irapuato y Celaya, son ciudades industriales que generan turismo de negocios. Todos ellos, a su alrededor tienen presencia altísima de atractivos naturales y culturales que pueden complementar la oferta si se genera una política que los incentive y disminuya la saturación de visitantes sobre determinados espacios.

Figura 7. Propuesta de clústeres en un radio de 5 a 25 km desde los principales atractivos



Fuente: elaboración personal sobre la base de OTEG (2020); INEGI (2020); Vidaurri y Saldaña (2021); redes sociales

Como resultado de lo anterior, se realizó una propuesta de clústeres partiendo de las principales cabeceras municipales cada cinco kilómetros de distancia, hasta 25 km. Esta pretende innovar los procesos de gestión turística, a través del impulso de atractivos complementarios y las actividades productivas, atractivas para los turistas con el objetivo de generar rutas partiendo de los sitios turísticos consolidados del estado en un radio no mayor a 25 km. En complemento con el uso adecuado de plataformas digitales para realizar campañas de difusión, por medio de # que hablen del significado de los lugares para conocer la experiencia de los visitantes.

Análisis y discusión de resultados

Dentro del proceso de análisis de la información recopilada, se detectó que no existe una campaña adecuada de difusión en redes sociales, el aprovechamiento de los recursos digitales es poco para la magnitud de datos que se puede generar a través de ellas. Los turistas están interesados en vivir experiencias nuevas y distintas, no obstante, desconocen el tipo de atractivos complementarios que el estado de Guanajuato tiene y generalmente optan por lo conocido.

Adicionalmente, el binomio desarrollo local y gestión turística es poco funcional, ya que, dentro de los actores, no está considerada la población y sus necesidades, lo que implica el desconocimiento de la realidad municipal, situación que provoca que la economía esté desfavorecida al quedar fuera de los procesos de planeación.

Dentro del marco teórico, la mayoría de los autores mencionados consideran la incorporación de nuevos productos, métodos y servicios, apoyados por un respaldo normativo y legal, donde los cambios institucionales involucren los procesos tradicionales, la estructura organizacional y las funciones. Destaca también la importancia del sentido de desarrollo económico en el momento de aplicar la estrategia para la población. En este sentido, la presente propuesta define procesos de innovación, al considerar distintos valores dentro de la oferta turística, pretende sea utilizada por las instituciones para generar clústeres de turismo alternativo que otorgue oportunidades de desarrollo para las comunidades locales a través del impulso de actividades como el agroturismo, la cocina tradicional y la extracción ancestral del pulque, en complemento con los atractivos consolidados.

Esta incorporación permite generar procesos de gestión distintos a los que se han realizado hasta el momento, introducir nuevos productos en el mercado turístico guanajuatense que proporcionará una ventaja competitiva, respecto al resto de las entidades. Estos clústeres permiten perfeccionar el espacio y complementarlo con actividades productivas que destacan la riqueza natural y cultural. La entidad está a la vanguardia en procesos de innovación; no obstante, el incorporar nuevos atractivos, realizar los procesos de gestión de forma distinta y generar alternativas para la población local es también innovar. Adicionalmente si se complementa con el uso de plataformas para el análisis digital para sopor-

tar la planeación y la toma de decisiones desde distintas perspectivas territoriales, acompañadas por un marco normativo reforzado por mecanismos actuales expresados en el uso de tecnologías de la información, significa competitividad.

Conclusiones

Guanajuato es un estado que se caracteriza por estar a la vanguardia en innovación y tecnología. Adicionalmente, en materia de turismo, es uno de los estados con mayor aportación al PIB nacional por su riqueza cultural. No obstante, puede ser más competitivo si se enfoca en incorporar procesos nuevos dentro de la gestión, a través del impulso del turismo alternativo para beneficiar a las comunidades locales.

En época postpandémica, donde el sector económico del estado de Guanajuato ha sido gravemente afectado, es una alternativa para estar en contacto con la naturaleza y de conocer procesos culturales de cercanía con la comunidad mediante un turismo de bajo impacto que incentive la economía de las comunidades, a través de la incorporación de atractivos que complementen la oferta actual.

Para que un estado sea innovador y competitivo, debe garantizar altos niveles de seguridad, problema grave que muestra el país, particularmente en Guanajuato. Asimismo, contar con la señalética adecuada y con campañas para implementar una cultura de difusión correcta y eficiente a través de plataformas digitales para que las fotos o videos que suban describan la experiencia, el nombre del sitio, proyecten la identidad de la región, e incrementen la visita; considerar al público que no se involucra con el entorno digital creando estrategias más amplias. De igual manera, impulsar desde la academia, a conocer la entidad y generar proyectos de divulgación científica para proyectar la riqueza; esto permitirá tener una visión espacial y crear proyecciones futuras sobre la afluencia turística y permanencia del destino.

La innovación es la introducción o creación de un nuevo producto; difundirlo y gestionarlo de manera adecuada depende de los gobiernos locales y nacionales. Si el estado de Guanajuato quiere ser más competitivo y sustentable, debe incorporar estos espacios que otorgan una mejor calidad de vida a las comunidades locales. La gestión turística orientada al desarrollo local debe incluir procesos de innovación, que involucre a la población y el conocimiento de su realidad, la identidad y tradiciones para crear proyectos permanentes para que los beneficios económicos también se retengan al interior de la comunidad. Si se complementa con el uso de plataformas tecnológicas actuales, se incrementará los puntos de interés, la difusión y la afluencia de visitantes.

El turismo alternativo se ha posicionado como una opción de crecimiento económico que contribuye con la disminución de la pobreza en entornos rurales; siempre y cuando se cuente con una gestión controlada, planeada y participativa para conservar los recursos naturales y culturales, así como beneficios sociales y económicos. La competitividad implica generar alternativas que sean de beneficio para la sociedad, especialmente en las comunidades más desfavore-

cidas que presentan una gran riqueza en cuanto al sistema productivo, turístico y cultural, por lo que se deben de generar estrategias que permitan impulsar la economía local de forma sostenida y sustentable.

Es importante destacar que los sitios propuestos en los clústeres, para complementar la oferta turística actual, cumplen con las características para ser impulsados y considerados como innovadores, de acuerdo con los intereses actuales de los turistas nacionales y extranjeros. Adicionalmente, para que estos atractivos se incorporen como permanentes, es necesario generar estrategias de planeación adecuada sobre los servicios alrededor, infraestructura, sustentabilidad y control de visitantes. En relación con esto, es posible generar grupos de trabajo focales que apoyen con estos aspectos donde se involucre a la población local y a la academia.

Si el turista observa proyectos bien formados, donde se difundan atractivos turísticos complementarios, la gastronomía, productos, tradiciones e identidad de la región, seguramente estará dispuesto a pagar por una experiencia completa. De esta manera, el beneficio podría ser completo y orientado al desarrollo local sustentable.

Agradecimientos

La presente investigación se realizó gracias al apoyo del Programa de Becas Posdoctorales de la Dirección General de Asuntos del Personal Académico de la Universidad Nacional Autónoma de México (2020-2022), bajo la supervisión de la Dra. Susana Suárez Paniagua.

Referencias

- Aguilar Villanueva, L. (2017). *La hechura de Políticas*. Miguel Ángel Porrúa.
- Anderson, G. (1994). Industry Clustering for Economic Development. *Economic Development Review*, 12(2), 26-32. <https://www.proquest.com/openview/6e1e5ee-04051459391fa6e8736c46575/1?pq-origsite=gscholar&cbl=38209>
- Arboleda Jaramillo, C., Arias Arciniegas, C., Olaguer Pérez Sánchez, E. y Correa Janne, P. (2020). Innovación social como estrategia para fortalecer el turismo rural comunitario en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(89), 92-104. <https://doi.org/10.37960/revista.v25i89>
- Beer, A., Houghton, G., & Maude, A. (Eds). (2003). *Developing Locally: An International Comparison of Local and Regional Economic Development* (1st ed.). Bristol University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1t89gn9>
- Bessant, J. (2003). *High-Involvement Innovation: Building and Sustaining Competitive Advantage Through Continuous Change*. Chichester West Sussex. Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Bringas, N. y Ojeda, L. (2000). El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas? *Economía. Sociedad y Territorio*, 11(7), 373-403. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11100701>

- Butler, G., & Rogerson, C. M. (2016). Inclusive local tourism development in South Africa: Evidence from Dullstroom. *Local Economy*, 31(1-2), 264-281. <http://dx.doi.org/10.1177/0269094215623732>
- Casillas, J. C., Moreno, A. y Oviedo, M. (1995). El turismo alternativo como un sistema integrado: consideraciones sobre el caso andaluz. *Estudios Turísticos*, (125), 53-75.
- Childe, S., Muall, R., & Bennett, J. (1994). Frameworks for Understanding Business Process Re – Engineering. *International Journal of Operations & Production Management*, 14(12). <http://dx.doi.org/10.1108/01443579410072346>
- Davenport, T. (1993). *Process Innovation: Reengineering Work through Information Technology*. E. & Strategy, Ed. Harvard Business School Press.
- Decelle, X. (2004). *A Conceptual and Dynamic Approach to Innovation in Tourism*. OECD. <http://www.oecd.org/dataoecd/55/28/34267921.pdf>
- Dosi, G., Freeman C., Nelson, R., Silverberg, G., & Soete, L. (1988). *Technical Change and Economic Theory*. Pinter Publishers. <https://n9.cl/91bff>
- Fernández, C., Díaz, F. y Jiménez, V. (2010). Estrategias de innovación en turismo rural como producto maduro. En R. Hernández Martín y A. Santana Talavera (Coords.), *Destinos turísticos maduros ante el cambio. Reflexiones desde Canarias*. Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad de La Laguna. <https://n9.cl/tjvo2l>
- Fuentes, R. (2006). El turismo rural. En D. López Olivares y J. I. Pulido Fernández (Dir.), *La actividad turística española en 2005* (edición 2006, pp. 603-616). Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo AECIT. Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Galgano, A. (1993). *Calidad Total. Clave Estratégica para Competitividad en la Empresa*. Díaz de Santos.
- Grande, J. (2008). La planificación del turismo rural. En C. Fernández Hernández y F. M. Martín Torres (Eds.), *Planificación y gestión del turismo rural: reflexiones desde la experiencia en Canarias* (pp. 81-99). Federación Canaria de Desarrollo Rural.
- Grossman, G., & Helpman, E. (1994). Endogenous Innovation in the Theory of Growth. *Journal of Economic Perspectives*, 8(1), 23-44. <http://dx.doi.org/10.1257/jep.8.1.23>
- Harrington, H. (1991). *Business Process Improvement: the breakthrough strategy for total quality, productivity, and competitiveness*. McGrawHill.
- Hellriegel, D., Jackson, S. y Slocum, J. (2009). *Administración. Un enfoque basado en competencias* (11 edición). CENAGE Learning. https://www.academia.edu/35135218/Administracion_11ed_Don_Hellriegel_S._E._Jackson_J._W._Slocum
- Hidalgo Nuchera, A., Vizán Idoipe, A. y Torres, M. (2008). Los factores clave de la innovación tecnológica: claves de la competitividad empresarial. *Dirección y Organización*, 36, 5-22. <https://doi.org/10.37610/dyo.v0i36>

- Hjalager, A. (2001). Repairing innovation defectiveness in tourism. *Tourism Management*, 23(5), 465-474. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00013-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00013-4)
- Ibáñez, R. y Rodríguez Villalobos, I. (2012). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo. En A. Ivanova y R. Ibáñez (Coords.), *Medio ambiente y política turística en México* (tomo I, Ecología. Biodiversidad y desarrollo turístico). Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. Instituto Nacional de Ecología. Academia Mexicana de Investigaciones Turísticas Cuerpo Académico de Estudios Regionales y del Pacífico. Universidad Autónoma de Baja California Sur.
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. (2010). *Enciclopedia de los municipios*. INAFED. SEGOB Secretaría de Gobernación.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2015). *Encuesta Intercensal. Principales resultados*. INEGI.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020). *Censo General de Población y Vivienda*. INEGI.
- Jackson, M., & Sloane, A. (2003). Modelling Information and Communication Technology in Business. A case study in electronic data interchange (EDI). *Business Process Management Journal*, 9(1). <http://dx.doi.org/10.1108/14637150310461422>
- Jiménez, F. (2012). *Elementos de teoría y políticas macroeconómicas para una economía abierta*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica de Perú.
- Kozinets, R. V. (2002). The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, 39, 61-72
- Lucas, R. E. (1988). On the Mechanics of Economic Development. *Journal of Monetary Economics*, 22, 3-42. [https://doi.org/10.1016/0304-3932\(88\)90168-7](https://doi.org/10.1016/0304-3932(88)90168-7)
- Macdonald, J. (1995). Together TQM and BPR are Winners. *TQM Magazine*, 7(3). <http://dx.doi.org/10.1108/09544789510087706>
- Martínez Sidón, G. y Corrales Corrales, S. (2017). Cadenas productivas y clusters en la economía regional de Nuevo León. Un análisis con matrices de insumo-producto. *Economía: teoría y práctica*, (46), 41-69. <https://doi.org/10.24275/etypuam/ne/462017/martinez>
- Martínez, J. (2013). La sostenibilidad en el sector turístico: del marco ambiental global al marco económico-social local. *Revista Desarrollo Local Sostenible*, 6(17). <https://www.eumed.net/rev/delos/17/sostenibilidad-sector-turistico.html>
- Max-Neef, M. A. (1993). *Desarrollo a escala humana: conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Nordan Comunidad. https://www.academia.edu/14668372/DESARROLLO_A_ESCALA_HUMANA_Conceptos_aplicaciones_y_algunas_reflexiones
- McKay, A., & Radnor, Z. (1998). A Characterization of a Business Process. *International Journal of Operations & Production Management*, 18(9/10). <http://dx.doi.org/10.1108/01443579810225522>

- Mowforth, M. (1993). Eco-Tourism: Terminology and Definitions. Research report series (University of Plymouth. Dept. of Geographical Sciences); no. 1.1993
- Mtapuri, O., & Giampiccoli, A. (2013). Interrogating the role of the state and nonstate actors in community-based tourism ventures: Toward a model for spreading the benefits to the wider community. *South African Geographical Journal*, 95(1), 1–15. <http://dx.doi.org/10.1080/03736245.2013.805078>
- Muñoz A. (2010). El papel de las políticas públicas frente al impacto de la globalización en San Luís Potosí. *Tlatemoani. Revista académica de investigación*, (4). <https://repositorioinstitucional.uaslp.mx/xmlui/handle/i/2727>
- Muñoz, C., (2010). ¿De qué hablamos cuando hablamos de oportunidades? Precisiones conceptuales para una más efectiva aplicación práctica. *Trend Management* (edición especial), 132-138. <https://bit.ly/3l9PtzL>
- Observatorio Turístico del estado de Guanajuato (2020). *Principales indicadores de turismo, año 2022*. OTEG. https://www.observatorioturistico.org/publicaciones_new/
- Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial. (2004). *Manual de minicadenas productivas*. ONUDI. Ministerio de Comercio Industria y Turismo. <https://open.unido.org/api/documents/5247178/download/MANUAL%20DE%20MINICADENAS%20PRODUCTIVAS>
- Organización Mundial del Turismo. (2008). *Introducción al turismo*. OMT. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-la-OMT.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *World Tourism Barometer*. OMT. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.1>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2005). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación* (tercera edición). OCDE; Eurostat, Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas. CIECyT. <http://www.itq.edu.mx/convocatorias/manualdeoslo.pdf>
- Osorio González, R., Espeitx Bernat, E. y Serrano Barquín, R. (2015). Patrimonialización del queso añejo y Turismo Rural en Zacazonapan, Estado de México. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, (19). <http://www.eumed.net/rev/turydes/19/zacazonapan.html>
- Panesso, R. (2003). Apuntes sobre los clústers turísticos. *Turismo y Sociedad*. 2, 35–46. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2206/1950>
- Pereira De Sá, S. (2001). Netnografías en las redes digitales. Trabajo presentado en el Grupo de Tecnologías Informacionales de Comunicación y Sociedad, X Campus, Universidad de Brasilia.
- Pérez, E., Arias C., Arboleda C. y Correa P. (2020). Innovación social como estrategia para fortalecer el turismo rural comunitario en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(89), 92-104. <https://doi.org/10.37960/revista.v25i89>

- Pietrobelli, C., & Rabellotti, R. (2011). Global Value Chains Meet Innovation Systems. Are There Learning Opportunities for Developing Countries? *World Development*, 39(7), 1261-1269. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2010.05.013>
- Pike, A., Rodriguez-Pose, A., & Tomaney, J. (Eds.). (2006). *Local and Regional Development*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203842393>
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. The MacMillan Press LTD. <https://link.springer.com/book/9780333736425>
- Porter, M. E. (1998). Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 76(6), 77-90. <https://hbr.org/1998/11/clusters-and-the-new-economics-of-competition>
- Porter, M. E. (2000). Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly*, 14(1), 15-34. <https://doi.org/10.1177/089124240001400105>
- Porter, M. E. (2003). The Economic Performance of Regions. *Regional Studies*, 37, 549-578. <https://doi.org/10.1080/0034340032000108688>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2011). *¿Qué es la sostenibilidad? Informe sobre Desarrollo Humano. Sostenibilidad y Equidad un mejor futuro para todos*. PNUD.
- Pulido Fernández, J. (2005). Los retos del turismo rural en España: orientaciones para la formulación de una política turística rural. En T. J. López-Guzmán y F. Lara de Vicente (Dirs.), *Turismo sostenible. Un enfoque multidisciplinar e internacional* (pp. 73-108). Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=9162>
- Pyke, F. (1994). *Small Firms, Technical Services and Inter-firm Cooperation*. International Institute for Labour Studies. <https://unevoc.unesco.org/bilt/BILT+-Library/lang=enaktaktakt/akt=detail/qs=2161>
- Riveros H. y Blanco M. (2003). *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local*. Documento técnico. IICA: PRODAR.
- Rodríguez Torres, F. (2009). Una reflexión teórica sobre la innovación en el sector del turismo. *Revista Nicolaita de Estudios Económicos*, IV(2), 9-26. <https://rne.umich.mx/index.php/rnee/article/view/110>
- Romer, P. (1986). Increasing Returns and Long-Run Growth. *Journal of Political Economy*, 94(5), 1002-1037. https://www.jstor.org/stable/1833190#metadata_info_tab_contents
- Sánchez R. (2002). Sustentabilidad urbana, descentralización y gestión local. En E. Leff, E. Ezcurra, I. Pisanty y P. Romero Lankao (Coords.), *La transición hacia el Desarrollo Sustentable. Perspectivas de América Latina y El Caribe*. INE-SEMARNAT, UAM y PNUMA. https://www.researchgate.net/publication/311842229_Sustentabilidad_urbana_descentralizacion_y_gestion_local
- Sánchez, Y., García, F. y Mendoza, J. (2015). La capacidad de innovación y su relación con el emprendimiento en las regiones de México. *Estudios Gerenciales*,

- 31(136), 243-252. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2015.04.001>
- Secretaría de Turismo. (2002). *Impacto de las nuevas tecnologías el turismo mexicano*. Centro de Documentación Turística/INFOTEC. <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/002593Pri0000.pdf>
- Secretaria de Turismo. (2003). *Planeación y gestión del desarrollo turístico municipal (un enfoque de cambio)*. Centro de documentación turística CEDOC. CEDOC-SECTUR. Subsecretaría de Operación Turística, Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos. Secretaría de Turismo.
- Secretaría de Turismo. (2004). *El turismo. Aliado estratégico de México: presidente Vicente Fox* (Boletín Presidencia).
- Sen, A. (1999). *Desarrollo y Libertad*. Editorial Planeta.
- Solari, A. (2003). Siete teoremas sobre el desarrollo local. *Realidad Económica*, (14), 19-30. <https://www.realidadeconomica.umich.mx/>
- Stimson, R., Stough R., & Roberts, B. (2006). *Regional Economic Development. Analysis and Planning Strategy*. Springer <https://link.springer.com/book/10.1007/3-540-34829-8>
- Suárez-Barraza, M., & Smith, T. (2012). The Kaizen approach within process innovation: findings from a multiple case study in Ibero-American countries. *Total Quality Management & Business Excellence*, 25(9-10). <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14783363.2012.746194>
- Torres Cadena, J. P., Navarro Jurado, E. y Guevara Plaza, A. (2019). Desarrollo local y turismo: Conceptualización, metodologías y aplicaciones. *Revista espacios*, 40(25). <https://revistaespacios.com/a19v40n25/a19v40n25p13.pdf>
- Tsiaras, S., Triantafillidou, E., & Katsanika, E. (2016). Green marketing as a strategic tool for the sustainable development of less favoured areas of Greece: women's agro-tourism cooperatives. *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*, 10(1), 54. <http://dx.doi.org/10.1504/IJECRM.2016.079376>
- Vidaurri, J. E. y Saldaña, M. I. (2021). *Guanajuato a través de su cocina* (primera edición). Agencia Promotora de Publicaciones, S.A. de C.V. <https://sectur.guanajuato.gob.mx/documentos/biblioteca/Libro-Guanajuato-a-traves-de-su-cocina/Gto-atravesdesucocina-digital.pdf>
- Villamil, J. y Hernández, G. (2016). Encadenamientos, clústeres y flujos de trabajo en la economía colombiana. *Ensayos sobre Política Económica*, 34, 51-65. <http://dx.doi.org/10.1016/j.espe.2016.01.003>
- Walle Flores, G., García-Fernández, F. y Legarreta-González, M. A. (2022). Clusters y encadenamientos en la economía de Tamaulipas (México) desde la Matriz Insumo Producto. *Economía Sociedad y Territorio*, 22(69), 457-491. <https://doi.org/10.22136/est20221718>

Mónica Elena Ortiz Liñán es Doctora en Geografía por la Universidad Nacional Autónoma de México en el área de investigación de Geografía económica. Investigadora Nacional SNI Nivel I (2023-2027). Profesora de asignatura de la UNAM ENES, Unidad León en la Lic. en Desarrollo Territorial y de la Universidad Centro Panamericano de Estudios Superiores (UNICEPES). Participación de comités tutelares de licenciatura, maestría y doctorado. Investigadora en temas de Geointeligencia territorial como instrumento de gestión turística sustentable, Gestión ambiental del turismo, Capacidad de Carga Turística. Gestión territorial sustentable en Áreas Naturales Protegidas, análisis del capital territorial para la conservación de sitios naturales y alternativas de diversificación económica a la población enfocadas al desarrollo local; con apoyo de herramientas como los Sistemas de Información Geográfica, diseño de APPs móviles y minería de datos con manejo de Rstudio y NVIVO. Escuela Nacional de Estudios Superiores, Unidad León. Universidad Nacional Autónoma de México. Boulevard UNAM #2011, Col. Predio El Saucillo y El Potrero, (37689) San Antonio de los Tepetates, León, Guanajuato, México, mortizl@enes.unam.mx / monicaortizlinan@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-4766-4790>

Susana Suárez Paniagua es Doctora en Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Investigadora Nacional SNI Nivel I. Profesor de carrera titular C TC Definitivo de la Escuela Nacional de Estudios Superiores, Unidad León, Guanajuato. Autora de más de 19 artículos científicos y capítulos de libros. Asesora de proyectos de tesis de licenciatura, posgrado y posdoctorado. Líneas de Investigación: Transformaciones socioterritoriales y procesos de desarrollo; Desarrollo y Competitividad Territorial. Campos de conocimiento: Ciencias del Desarrollo Regional, Gobernanza e Instituciones. Campos de Conocimiento: Contextos urbanos, política, gobernanza e instituciones. Escuela Nacional de Estudios Superiores, Unidad León. Universidad Nacional Autónoma de México. Boulevard UNAM #2011, Col. Predio El Saucillo y El Potrero, (37689) San Antonio de los Tepetates, León, Guanajuato, México, ssuarez@enes.unam.mx / suzanne.pani@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1379-1801>