

**MAESTRIA EN GESTIÓN DE TURISMO REGIONAL
SUSTENTABLE**

**TURISMO ALTERNATIVO Y AGENCIA:
EXPLORANDO SU RELACIÓN EN JÓVENES
CAMPELINOS INDÍGENAS DE SAN MATEO OZOLCO,
PUEBLA**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN GESTIÓN DE TURISMO REGIONAL
SUSTENTABLE**

PRESENTA

DOMINIC PAUL HARLAND FAUX

DIRECTOR: DR. ÁNGEL DAVID FLORES DOMÍNGUEZ

San Pablo Apetatitlán, Tlaxcala, Marzo, 2023

La presente tesis titulada: “**Turismo alternativo y agencia: Explorando su relación en jóvenes campesinos indígenas de San Mateo Ozolco, Puebla**”; fue realizada por **Dominic Paul Harland Faux**; ha sido aprobado como requisito parcial para obtener el grado de:

Maestro en Gestión de Turismo Regional Sustentable

Bajo supervisión del siguiente Comité Tutorial:

Director Dr. Ángel David Flores Domínguez _____

Revisor Dr. Víctor Manuel López Guevara _____

Revisor Dra. Beatriz Herrera López _____

Revisor Dr. Julio Cesar González Morales _____



AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi director de tesis, el Dr. Ángel David Flores Domínguez por haber emprendido este viaje en conjunto, que fue una verdadera experiencia laboral nueva para ambos. Gracias por las horas dedicadas a la revisión, la escucha, la paciencia y la resiliencia.

De igual manera quería agradecer al cuerpo docente de El Colegio de Tlaxcala, quien a través de incalculables pláticas me han permitido redescubrir el turismo y la investigación, desde un enfoque completamente desconocido para mí. En particular les quiero agradecer al Dr. Julio y al Dr. Víctor por sus invaluable aportaciones, paciencia, conocimientos y humanidad.

Además me gustaría incluir una especial dedicatoria, a mis padres, hermanos, Marc y Xavier, y amigos quienes me han ayudado de muchas formas para que pueda lograr este trabajo. Gracias Arturo, Gina, Adrián, Israel, Alejandro, Claudia, Fernando, Alberto. También quiero incluir a mis compañeros de clase, quienes participaron activamente en el presente trabajo, acompañándome varias veces a la zona de estudio.

Pero más que nada quiero dedicar este trabajo a mi familia, mi esposa, Dulce y mis hijos Karl y Chloë por haberme soportado y acompañado durante todo el proceso, cuestionándome y retándome por siempre sacar lo mejor de mí.

DEDICATORIA

Este trabajo esta dedicado a la comunidad de San Mateo Ozolco, y en particular a todas y todos que han abierto sus casas y corazones para que se pueda llevar a bien la investigación.

De igual manera dedico este trabajo a mi familia, mi esposa, Dulce y mis hijos Karl y Chloë que han sabido acompañarme en cada paso y tenerme paciencia e interés.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 8 |
| CAPÍTULO 1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN | 11 |
| Problema de investigación | 11 |
| Preguntas de investigación | 18 |
| <i>Pregunta general</i> | 18 |
| <i>Preguntas específicas</i> | 18 |
| Objetivos: general y particulares | 19 |
| <i>General</i> | 19 |
| <i>Particulares</i> | 19 |
| Justificación | 19 |
| CAPÍTULO 2. ANTECEDENTES Y MARCO SITUACIONAL | 25 |
| Antecedentes investigativos | 25 |
| Marco situacional | 30 |
| <i>Marco de referencia</i> | 30 |
| <i>Marco contextual</i> | 36 |
| CAPÍTULO 3. FUNDAMENTOS TEÓRICO-CONCEPTUALES | 42 |
| Desarrollo endógeno | 44 |
| Agencia | 48 |
| Turismo alternativo | 53 |
| Concepto de joven | 58 |
| Concepto de joven en la cosmovisión de los pueblos originarios | 60 |
| CAPÍTULO 4. DISEÑO METODOLÓGICO | 63 |
| La investigación acción participativa | 64 |
| Descripción del proceso metodológico | 69 |
| <i>Identificación de los componentes de la agencia expresados en el turismo alternativo gestionado desde los jóvenes campesinos indígenas, para la definición de un plan de mejora en relación al perfil del turista deseado</i> | 69 |
| <i>Acompañamiento en la implementación del plan de mejora para el fortalecimiento de la agencia turística</i> | 76 |
| <i>Reflexión colectiva sobre los alcances en el fortalecimiento de la agencia e identificación de nuevas incógnitas de investigación</i> | 76 |
| <i>Discusión sobre las implicaciones que la agencia de jóvenes campesinos indígenas posee en el desarrollo endógeno, potenciado por el turismo alternativo</i> | 77 |

| | |
|---|-----|
| | 5 |
| CAPÍTULO 5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 78 |
| Agencia de jóvenes campesinos indígenas en el turismo alternativo | 79 |
| <i>Perfil del visitante actual y potencial a San Mateo Ozolco</i> | 79 |
| <i>Diagnóstico, entrevistas y observación participante con jóvenes indígenas actores del turismo en la comunidad.</i> | 86 |
| Plan de mejora para el fortalecimiento de la agencia turística de jóvenes campesinos indígenas | 94 |
| <i>Taller 1: Introducción y patrimonio</i> | 100 |
| <i>Taller 2: Sustentabilidad de la propuesta turística</i> | 101 |
| <i>Taller 3: Comunicación interna y externa</i> | 103 |
| <i>Taller 4: Trabajo en equipo y organización</i> | 104 |
| Reflexión colectiva sobre el desarrollo o fortalecimiento de la agencia turística | 105 |
| Implicaciones de la agencia de jóvenes campesinos indígenas actores del turismo alternativo, como elemento potenciador del desarrollo endógeno en el territorio | 112 |
| CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES | 119 |
| Conclusiones | 119 |
| Recomendaciones | 121 |
| Bibliografía | 125 |
| Anexo 1: Guía de la observación participante | 132 |
| Anexo 2: Ficha descriptiva de la comunidad | 133 |
| Anexo 3: Encuestas realizadas a 62 potenciales visitantes con interés en el turismo alternativos | 137 |
| Anexo 4: Encuestas realizadas a 54 participantes a la feria del pulque | 140 |
| Anexo 5: Fichas descriptivas de los talleres | 143 |
| Anexo 6: Guion de entrevistas | 159 |
| Anexo 7: Resultados de las encuestas realizadas | 162 |
| Anexo 8: Guion de preguntas para el grupo focal | 166 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|--|-----|
| Tabla 1: Matriz de operacionalización de las categorías de análisis de Agencia y Turismo Alternativo | 75 |
| Tabla 2: Identificación de la Agencia de los actores en el Turismo Alternativo | 93 |
| Tabla 3: Cambios en las ausencias de Agencia después del proceso de acompañamiento a través del primer ciclo del plan de mejora continua | 107 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| Figura 1: <i>Mapa de ubicación de San mateo Ozolco</i> | 37 |
| Figura 2: <i>Diagrama de flujo del proceso de investigación acción participativa con jóvenes campesinos indígenas en San Mateo Ozolco</i> | 70 |
| Figura 3: <i>Punto de origen de los visitantes, grado de estudio, preferencia por viajar y actividades buscadas</i> | 80 |
| Figura 4: <i>Actividades buscadas por el turista y tiempo de recorrido para realizarlas</i> | 82 |
| Figura 5: <i>Tiempo de traslado para llegar a la feria, razón por la cual se asistió, actividades adicionales de interés y lugar preferido para realizar actividades de turismo</i> | 84 |
| Figura 6: <i>Mapa conceptual de la relación entre Desarrollo Endógeno, Agencia, Turismo Alternativo y jóvenes campesinos indígenas</i> | 114 |

ACRÓNIMOS Y SIGLAS

| | |
|---------------|--|
| CDI | Comisión Nacional para el Desarrollo de Pueblos Indígenas |
| EEUU | Estados Unidos |
| IMJUVE | Instituto Mexicano de la Juventud |
| INEGI | Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía |
| INPI | Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas |
| INAFED | Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal |
| IA | Investigación Acción |
| IAP | Investigación Acción Participativa |
| MiPyMes | Micro Pequeña y Mediana Empresas |
| OCDE | Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico |
| OEA | Organización de los Estados de América |
| OHCHR | Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos |
| OMS | Organización Mundial de la Salud |
| OMT | Organización Mundial del Turismo |
| PEA | Población Económicamente Activa |
| PND | Programa Nacional de Desarrollo |
| PNUD | Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo |
| PTAZI | Programa de Turismo Alternativo en Zonas Indígenas |
| PROSECTUR | Programa Sectorial de Turismo 2020- 2024 |
| RITA | Red Indígena de Turismo de México |
| SEDESOL | Secretaría de Desarrollo Social |
| SEGOB | Secretaría de Gobernación |
| SEMARNAT | Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales |
| SEP | Secretaría de Educación Pública |
| SECTUR | Secretaría de Turismo |
| SECTUR Puebla | Secretaría de Turismo del Estado de Puebla |
| UNESCO | Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura |
| URSS | Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas |
| WTTC | World Travel and Tourism Council |

INTRODUCCIÓN

En el mundo, el turismo da empleo a una persona activa sobre diez, aporta el 10.3% al PIB mundial y ciertos países basan su economía en un 60% en el turismo, siendo uno de los principales sectores productivos (World Travel and Tourism Council [WTTC], 2020). No obstante, desde el año 2020 ha experimentado grandes desafíos debido a la ocurrencia de una pandemia, que ha disminuido la actividad turística en casi 80% (Naciones Unidas, 2020).

Una de las oportunidades que se presenta a los organismos internacionales, academia y demás sectores involucrados, aprovechando la pausa en la movilidad de la población, es reflexionar sobre los daños considerables al medio ambiente provocados por el turismo y replantarse los objetivos del mismo y promover conceptos alternativos de turismo. Al respecto, el gobierno de México a través del Programa Sectorial de Turismo 2020- 2024 [PROSECTUR] promueve un redimensionamiento social, ética y económica, para que el turismo sea un derecho que incluya a todos los sectores de la población, especialmente a los más vulnerables, para que la actividad turística permee en todas las regiones, destinos y comunidades, como una herramienta de integración y reconciliación social que genere condiciones de bienestar para la sociedad (Secretaría de Turismo [SECTUR], 2020).

Para poder ser aprovechado al máximo, el proyecto turístico ha de basarse en lo endógeno, ser desarrollado desde adentro de la comunidad. En este sentido, el modelo de turismo alternativo es el que más puede apearse a estos criterios (Saragos-Méndez, Santander-Botello y Chan-Quijano, 2013), no obstante, representa grandes retos y oportunidades para los más preparados y los agentes locales dispuestos a adaptarse y con capacidad de enfrentar el cambio.

Dado que la pandemia por la COVID-19 es una situación sanitaria única que nunca había afectado a toda la humanidad de forma simultánea, la agencia individual de los actores locales de las comunidades con potencial turístico, será determinante para poder responder a los desafíos planteados por esta nueva realidad. De igual forma, desarrollar proyectos turísticos a su favor es una oportunidad para que los actores retomen las riendas de sus propias vidas, liberándose de presiones externas que regían su realidad. Por tanto, es de gran interés estudiar un caso dentro de esta nueva realidad que se está formando y analizar cómo a través de un individuo, un actor social y su capacidad de agencia se puede transformar la realidad de una comunidad dentro de un proyecto turístico.

El presente trabajo está estructurado de la siguiente manera: el capítulo 1 contiene el diseño de la investigación, en donde se aborda la situación problemática, así como las preguntas, los objetivos de investigación y la justificación. Por la naturaleza del trabajo, esta investigación no amerita una hipótesis de investigación dado que parte de la postura ontológica subjetiva y epistemológica de investigación-acción que sigue un proceso de inducción, de la interpretación de la realidad basado en lo observable y de la autocomprensión de los sujetos estudiados. Por tanto, rechaza las posturas objetivas y positivistas de la demostración y comprobación experimental (Carr y Kemmis, 1986; Castellanos, 1998).

El capítulo 2 contiene los antecedentes investigativos y el marco situacional. Con relación a los antecedentes, se presenta una revisión bibliográfica sobre los conceptos de jóvenes campesinos indígenas y el turismo alternativo, que son centrales para la investigación. Por su parte, el marco situacional describe aspectos particulares situacionales de San Mateo Ozolco, municipio de Calpan, Puebla, localidad de estudio en esta investigación, incluyendo un marco de referencia y uno contextual.

El capítulo 3 alberga los fundamentos teórico-conceptuales sobre los que se soporta este trabajo, el cual se posiciona dentro de los enfoques críticos. De la misma manera, se incorpora el paradigma participativo que soporta la co-creación intersubjetiva y colectiva del conocimiento entre el investigador y los actores sociales (Jennings, 2010), a través del cual, tanto el investigador como los participantes deben ser transformados, así que ambos son sujetos de la investigación al ser co-creadores. Los fundamentos teórico-conceptuales, parten del desarrollo endógeno, como abordaje general, lo endógeno centra los esfuerzos en los actores locales, a quienes les corresponde asumir el rol de agentes de cambio. Precisamente esta capacidad transformadora de los sujetos se relaciona con el concepto de agencia, el cual se trata en seguida, para mostrar sus diferentes acepciones y alcances. Posteriormente, se aborda el concepto de turismo alternativo, en tanto paradigma emergente, que cuestiona los modelos de turismo tradicionales. Finalmente, se integra el concepto de juventud y de juventud indígena, para abordar el significado de ser joven.

El capítulo 4 aborda el diseño metodológico de la presente investigación que parte de un enfoque crítico, cuestionando la realidad (Briones, 1996). De igual manera, se sigue el modelo propuesto por la metodología de la Investigación Acción Participativa. Esta metodología busca mejorar las condiciones de vida y base el aprendizaje en la propia experiencia, atendiendo a valores y fines compartidos. Este modelo constituye un vaivén entre

reflexión y acción. Se fundamenta en la unión entre práctica y proceso investigativo. Se basa en la decisión del grupo y el compromiso con la mejora (Castellanos, 1998). Según Lewin (como se cita en Castellanos, 1998), las cuatro fases básicas del proceso son: planificación, actuación, observación y reflexión.

Por su parte el capítulo 5 trata sobre los resultados y su discusión, en donde se presentan organizados de acuerdo a la sucesión metodológica descrita en el capítulo 1. En la primera parte se presentan los resultados de las encuestas, el diagnóstico, las entrevistas y la observación participante. Resultados usados para el desarrollo del plan de mejora. En un segundo momento se presenta el plan de mejora y los resultados obtenidos a través de la entrega de dicho plan. En un tercer momento se presentan las reflexiones de los participantes sobre el proceso de acompañamiento y el plan de mejora. Para finalmente, en un cuarto momento, llegar a una reflexión teórica sobre la relación de la agencia, el turismo alternativo y el desarrollo endógeno.

Finalmente, en el capítulo 6 se atenderá a las recomendaciones y conclusiones. Se presentan las conclusiones, que representan las reflexiones finales del investigador sobre el proceso de la presente investigación, en particular atendiendo la metodología usada, los participantes a la investigación, los jóvenes campesinos indígenas, y los procesos de investigación científico académicos. Se añade una lista de recomendaciones para atender a la gestión de un turismo alternativo, desde la agencia de jóvenes campesinos indígenas.

CAPÍTULO 1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo se aborda la situación problemática, empezando por la situación generada por la COVID-19, así como describe las problemáticas vinculadas con el diseño e implementación del turismo rural en México, poniendo un énfasis particular en el rol otorgado a los lugareños de las comunidades de recepción. Luego, se plantea una problemática alrededor de la situación de caciquismo y relaciones de poder existentes en las comunidades rurales de México. Además de abordar la problemática relacionada con la no representatividad de los pueblos originarios y de la introducción de la modernidad en sus comunidades.

Además, en el presente capítulo se presentan las preguntas de investigación, los objetivos de investigación y finalmente la justificación. A nivel académico la aportación será el desarrollo de una metodología a partir de la investigación acción, para atender la relación entre la agencia de los jóvenes campesinos indígenas y el turismo alternativo. Así como, a la construcción del concepto de turismo alternativo incorporando la agencia de jóvenes. A nivel local, se fomentará un acompañamiento a actores sociales de San Mateo Ozolco, en un proceso de investigación-acción para la construcción de su agencia en el turismo alternativo, como forma de aproximarse al desarrollo endógeno.

Problema de investigación

En el 2019, el turismo empleaba a más de 4.4 millones de trabajadores, en comparación con 2010 cuando unos 3.3 millones de personas se empleaban en el sector, no obstante, el Gobierno de México estimó una disminución de 6.5% para finales de 2020 debido a la COVID-19 (SECTUR, 2020). Es importante notar que, en los datos sobre el empleo turístico no se incluyen cifras sobre el trabajo informal, por lo cual las cifras reales pueden ser mucho más grandes (OCDE, 2016). El incremento laboral entre 2010 y 2019 se explica por el aumento de la demanda en el sector de servicios debido a la llegada de turistas en el país, que pasó de 82 millones en 2010 a 97.4 millones de visitantes en 2019 (un aumento de 0.9% a comparación con 2018), no obstante, aunque la máxima de llegadas para la década e histórica se registró en el año 2017 con más de 99.4 millones de visitantes. Cabe aclarar que esta cifra incluye a los incursionistas, que son turistas que no pernoctan, pero que provienen de afuera, y a los excursionistas, que son los turistas locales y los visitantes internacionales.

De igual forma, la oferta hotelera en el país aumentó fuertemente sobre el mismo período, que pasó de 683 494 cuartos disponibles a 836 300 aunque el 33.8% de la oferta se concentra en cinco destinos, Jalisco, Oaxaca, Puebla y Quintana Roo, Veracruz lo que no ha variado durante toda la década de 2010 (SECTUR, 2019; SECTUR, 2020). El 99.7% de los establecimientos son considerados como Micro, Pequeñas y Mediana empresas [MiPyMes] (SECTUR, 2020). En 2019, México se posicionó en el lugar siete a nivel mundial por la llegada de turistas internacionales con más de 45 millones de turistas, y en el lugar dieciséis por ingreso de divisas, con 24.6 mil millones de dólares (SECTUR, 2019).

A partir del año 2020, una nueva realidad mundial ha surgido después de años de aumento de los desplazamientos internacionales. La aparición de un virus altamente contagioso causante de la enfermedad SARS-COV-2, ha trastocado la situación socioeconómica, política y de salud a escala internacional, generado a su vez nuevas oportunidades y amenazas para el turismo. Sin embargo, esto representa una potencial oportunidad para el turismo, para desarrollar y fortalecer los mercados turísticos de interior, al restringirse los desplazamientos lejos del lugar de origen (WTTC, 2020). Al respecto, el mercado mexicano representó en 242 millones de turistas nacionales y un consumo de más de dos billones de pesos mexicanos (MXN) en 2018, cantidad que equivale al 80% del Presupuesto de Egresos de la Federación de 2017 (SECTUR, 2020).

En el foro “Cultura, turismo y COVID-19: Recuperación, resiliencia y rejuvenecimiento” organizado por La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], el 28 de septiembre del 2020, fueron señalados los impactos devastadores de la COVID-19 sobre la industria turística. Aunado a esto, se mostró el efecto negativo en la conservación de los Sitios del Patrimonio Mundial, en el patrimonio cultural inmaterial, en las actividades de las instituciones culturales, así como en las comunidades. Otros impactos mostrados en el foro incluyeron la disminución global de llegadas internacionales en 65% durante el primer semestre de 2020, ocasionando pérdidas cercanas a US \$ 460 mil millones para la industria turística (UNESCO, 2020). Al respecto, se propuso aprovechar la recesión para desarrollar nuevos modelos y enfoques de un turismo resiliente, sustentable, de mayor beneficio social, que genere empleos bien remunerados, que promueva la cultura y proteja el patrimonio (UNESCO, 2020).

En el mismo sentido, de acuerdo a la WTTC (2020) se estimó que durante todo 2020, los viajes internacionales han disminuido entre el 60 y 80%, en comparación con al año 2019, y

se perdieron más de 121 millones de empleos y 3.4 trillones de US dólares del PIB mundial. Se estima que durante el pico de la COVID-19 se perdieron más de un millón de empleos diarios y un número significativo de MiPyMes, que representan hasta un 80% de las empresas presentes en el sector, tuvieron que parar por completo sus actividades. Las pérdidas para las aerolíneas se estimaron en US \$84.3 billones en el 2020; aunque el turismo era uno de los sectores con mayor crecimiento, al haber creado uno de cada cuatro empleos a nivel mundial en los últimos cinco años soportando a más de 330 millones de personas (WTTC, 2020).

No obstante, no es la primera vez que el sector turístico se enfrenta a grandes retos por las condiciones económicas difíciles de los mercados de origen y los problemas de seguridad en muchos destinos turísticos, y dado que es muy resiliente, se han recuperado los niveles de crecimiento previos al impacto de la crisis financiera internacional y el brote de influenza H1N1 de 2009 (OCDE, 2016). Según la OCDE (2016), en México existe una oportunidad de explorar el potencial del sector turístico para promover el desarrollo local y regional y quedan grandes retos de sustentabilidad y competitividad por acomodar.

Áreas de oportunidad existen en la formulación de políticas y su aplicabilidad; la movilidad y conectividad fuera de los grandes sitios turísticos; la diversificación de productos; la inversión y financiamiento en MiPyMes que representan más del 80% de las empresas en el sector (WTTC, 2020). Pero de igual forma existe oportunidad para el desarrollo de un mercado distinto, sustentado en otra forma de pensar el turismo tradicional, cuidando el medio ambiente y minimizando el impacto social de la actividad, es decir, un turismo que cuida de las comunidades receptoras, que emana de ellas y de sus intereses (Ibáñez y Villalobos, 2012).

A propósito de lo anterior, el paradigma de turismo alternativo se ha constituido como premisa que busca reorientar el turismo hacia el balance de las dimensiones social-cultural-ambiental-económica, en contraposición a los enfoques tradicionales de turismo que privilegiaban la construcción de negocios sobre los demás aspectos (Ibáñez y Villalobos, 2012; Pereiro, 2015; González, Thomé y Osorio, 2019). De esta manera, se dieron bajo la lógica del turismo tradicional, diferentes problemas como la saturación del espacio (Gómez-Merino *et al.*, 2013), la degradación ambiental (Luna-Cabrera *et al.*, 2020), la dependencia de la economía local por parte de empresas trasnacionales que buscaron sacar provecho de los lugares turísticos y de sus habitantes (Taylor, 2016).

De especial atención para esta investigación es la situación acontecida en territorios rurales en donde se han presentado programas de desarrollo turístico, diseñados por agentes

externos a la comunidad, desplazando a los pobladores hacia funciones de ejecución, limitando así su rol como agentes endógenos desarrolladores del turismo (Gómez-Merino *et al.*, 2013; Taylor, 2016). Por lo cual, el turismo presenta muchos retos, en particular en modelos comunitarios de ecoturismo o turismo rural, como oportunidades para el desarrollo sustentable de pueblos originarios.

El turismo debe basarse en la participación local en todas las etapas de su desarrollo, superando aquellos factores que actúen como barreras. Entre ello se plantea distribuir, de forma equitativa, las ganancias generadas, contribuir a la reafirmación cultural y fortalecer la comunicación entre las sociedades locales (Saragos-Méndez *et al.*, 2013).

Como ejemplo de una gestión turística no deseable, los resultados de una investigación en la selva Lacandona, mostraron como un proyecto turístico, supuestamente integrador, ha deteriorado el tejido social, generando conflictos internos, debido a que respondió al interés de algunos actores, sin consenso del resto de la comunidad, además que la derrama económica por la llegada de turistas, es captada mayormente por tours operadores, mientras que las autoridades municipales han limitado la participación de actores locales en actividades productivas, aumentando la competencia, lo cual ha propiciado un desencanto del ecoturismo por los lugareños (Saragos-Méndez *et al.*, 2013). De igual forma es importante desarrollar mercados locales de turismo más estables, para no depender de la fluctuación del turismo extranjero.

Es bien sabido que el gasto e inversión turística varían ampliamente entre regiones de México, al igual que la calidad de la oferta turística, el potencial del mercado y de solución (dando lugar y oportunidad a los diferentes elementos de la sociedad local) así como las preferencias de los turistas internacionales, principalmente de EEUU y Canadá, por las playas (SECTUR, 2020). Al respecto, los turistas de Norteamérica representan casi 70% del total de llegadas internacionales a México, seguidos por centroamericanos, del Caribe, de América del Sur; de Europa y del resto del mundo, en ese orden. Únicamente cinco destinos mexicanos concentran 84.7% del turismo internacional, destacando Cancún y la Riviera Maya (SECTUR, 2020).

Un reto importante es la creación de destinos que se diferencien de aquellos casos en donde los resultados macroeconómicos están distantes de los beneficios de carácter social y regional, favoreciendo la coexistencia de paraísos turísticos con zonas marginadas. En las cinco principales entidades turísticas de México, 26.5% de los habitantes se encuentran en situación de pobreza; 13.3% presentan rezago educativo, al no haber concluido su educación básica;

16.9% no tiene acceso a servicios de salud; y 45.6% no cuenta con prestaciones sociales laborales (SECTUR, 2020).

En el caso de pueblos originarios, ha sido señalado que la identidad puede verse afectada por la incursión del turismo, lo cual se reconoce en dos factores principales como son la no auto adscripción étnica y la falta de reconocimiento (Juárez-Sánchez y Ramírez-Valverde, 2013). En un estudio de caso, González *et al.* (2019) observaron que la organización social, los mecanismos de inclusión y exclusión, las relaciones con el ámbito externo y el aprendizaje colectivo son los factores más influyentes en la transformación del territorio y la apropiación de las actividades turísticas.

De esta manera, el turismo rural puede representar para la población local, una buena razón para arraigarse y no migrar a la ciudad. La atmósfera auténtica de las zonas rurales es una oportunidad de diferenciación que debe ser aprovechada y dirigida a clientes que valoren estas cualidades y busquen experiencias únicas (Sanagustin Fons *et al.*, 2010).

Al respecto, en áreas rurales y particularmente con población indígena, los jóvenes representan a un actor colectivo local, poco hablado y menos representado, pero que se puede transformar en un actor social fuerte y motor económico de su región de origen (Juárez-Sánchez y Ramírez-Valverde, 2013). Su importancia es clave para evitar la desestructuración, individual y colectiva de los pueblos originarios de México.

Como mencionado por Juárez Sánchez y Ramírez-Valverde (2013), los jóvenes reconocen el potencial turístico en su comunidad. No obstante, debido a sus necesidades económicas inmediatas, optan por dedicarse exclusivamente al pequeño comercio o a la agricultura, actividades que conocen bien y deja un ingreso más seguro para el cuidado de su familia (Juárez Sánchez y Ramírez-Valverde, 2013).

Los jóvenes han de ser gestores de su propia vida y patrimonio, evitar el desarraigo y migración, saber usar el patrimonio como revaloración de la identidad y su territorio. Conforme a la Encuesta Nacional de la Juventud 2010 de la Secretaría de Educación Pública [SEP], en México existen 36.2 millones de jóvenes de entre 12 y 29 años de edad, de los cuales 7.8 millones (21.6 por ciento) no realiza alguna actividad productiva, de ahí nace la necesidad de abrir horizontes y posibilidades de empleo en mayor cantidad y repartición geográfica.

En municipios que basan su economía en la agricultura, la ocupación en ese sector cayó en las últimas décadas (Álvarez y Tilly, 2006). En el estado de Puebla, la población económicamente activa (PEA) en el sector primario, alcanzaba entre el 80 y 90 por ciento

durante la década de 1980, mientras que al inicio de los años noventa había bajado a la cuarta parte. Por otro lado, el aumento de trabajadores migrantes internos y/o internacionales, ha generado que los pobladores (sobre todo los jóvenes) se integren desde muy temprana edad a mercados laborales flexibles, abandonando así la ocupación agropecuaria¹. Esto ha ocasionado en las últimas décadas un aumento de la informalidad comercial, la proliferación de la producción maquiladora y la migración a los centros urbanos o industriales por motivos laborales (Álvarez y Tilly, 2006). Como lo menciona Álvarez y Tilly (2006), a partir de los tipos de distribución de la población económicamente activa sectorial en comunidades expulsoras de migrantes es notorio el cambio en la ocupación, impulsando principalmente el crecimiento del auto empleo, el subempleo y ocupaciones informales de distinto tipo.

Diferentes comunidades rurales y rururbanas del estado de Puebla, se caracterizan por el apego a sus tradiciones y costumbres, además de que se han dedicado históricamente a la agricultura de autoconsumo y al pequeño comercio. En estas, los roles asignados a los miembros del grupo familiar continúan apegados a antiguas costumbres. Sin embargo, esta visión tradicional se ha desgastado bajo la fuerza de las crisis económicas, el bajo nivel de ingreso de las familias y la desintegración familiar por diferentes causas. De esta manera, es común que las personas, desde edades tempranas, comiencen a trabajar como vendedores, jornaleros agrícolas, maquiladores, etcétera, alejándose de sus deberes educativos y en su momento, contactarse con las redes sociales que les faciliten llevar a cabo un proyecto migratorio (Zamora, 2017).

La migración laboral hacia Estados Unidos se ha convertido en una estrategia central de amplias capas de la población, especialmente jóvenes, para enfrentar los estragos de la reestructuración económica en las economías familiares. Se ha dado lugar a lo que se ha definido como “cultura de la migración”, desde la cual la gente tiende a valorar positivamente el trabajo en aquel país y las conductas, actitudes y estilo de vida asociados con esto (Kandel y Massey, 2002).

Es entonces de suma importancia que los jóvenes puedan definir el curso que toman sus propias vidas, establecer un plan de vida, más allá de las presiones sociales y económicas, por ello, se requiere que este grupo desarrolle su agencia, entendida como la propiedad o capacidad para causar acciones intencionales y modificar sus perspectivas de vida de manera consciente y a voluntad (Quintanilla, 2017). Esto implica que deben llevar a cabo acciones intencionales,

1 En el 2000, el INEGI reportó una estructura ocupacional con las siguientes características: el sector terciario con 63.3%; el secundario con 28.7% y tan solo el 8 % en el sector primario.

atribuidos a un sujeto individual o colectivo, lo cual implica que los jóvenes sean conscientes de su desarrollo y tomar las riendas de sus propias vidas. Al tomar datos de la realidad y visualizar posibles escenarios, los jóvenes podrán simular lo que maximizará su lista de prioridades y actuarán en función a ella (Sen, 2000; Quintanilla, 2017).

Otro elemento vinculado con la agencia es la manera en que se relacionan los individuos presentes en el territorio en términos de las estructuras de poder construidas históricamente por las sociedades y comunidades (Mosse, 2004). Así, las relaciones de poder, tanto formales como informales deben ser tomadas en cuenta para superar barreras que obstaculicen la generación de propuestas de acción lideradas por los jóvenes. El poder formal se ejerce desde las instituciones del Estado, mientras que el poder informal se ejerce *de facto*, suele estar profundamente arraigado en los usos y costumbres y estar oculto de los ojos externos a la comunidad (Fraser y Honneth, 2003).

De igual forma es importante pensar en el escalamiento de las soluciones encontradas, esto implica acercar a los actores locales a favor del empoderamiento hacia la población marginada, que permita el intercambio de experiencias para identificar cómo se puede aprovechar el trabajo de todos y desarrollar estrategias en conjunto. Esto dará acceso a más poder de negociación y a más y mejor información (Fraser y Honneth, 2003).

En los últimos 20 años, el gobierno federal de México ha impulsado iniciativas locales para detonar la reactivación de zonas marginadas a través del turismo, mediante una combinación de inversión estatal y privada (Taylor, 2016). El objetivo ha sido alentar a las comunidades indígenas de México a transformar recursos culturales y ambientales en sitios de consumo turístico.

Sin embargo, el proceso ha resultado en una mayor dependencia económica hacia el turismo, desplazando la agricultura y otras prácticas tradicionales. Lo que resultó que los hogares tengan pocas estrategias alternativas de ingresos en medio de fluctuantes llegadas de turistas e ingresos, cuestionando la utilidad del turismo como herramienta sustentable para el desarrollo (Taylor, 2016).

Dada la problemática previamente descrita, se plantea esta investigación bajo el paradigma de la Investigación Acción Participativa [IAP] en el entendimiento que se desarrolle bajo ciclo recurrentes. En un ciclo, se abordan las cuatro fases de construcción del conocimiento, planeación, acción, observación participativa y reflexión. En este trabajo las

preguntas y objetivos son consistentes con dichas cuatro fases. En el capítulo 4, que se enfoca en la metodología, se aborda de forma más descriptiva y analítica la IAP.

Preguntas de investigación

Pregunta general

¿Cómo pueden expresar su agencia en el turismo alternativo los jóvenes campesinos indígenas de San Mateo Ozolco y de esta manera contribuir al desarrollo de su comunidad?

Preguntas específicas

1. ¿Qué aspectos de la agencia de los jóvenes campesinos indígenas son fundamentales para la gestión del turismo alternativo?
2. ¿De qué manera se puede potenciar la agencia de los jóvenes campesinos indígenas para la gestión de un turismo alternativo?
3. ¿A qué retos se enfrentan los jóvenes campesinos indígenas de San Mateo Ozolco, para la expresión de su agencia en el turismo alternativo?
4. ¿Cómo incide la agencia expresada en el turismo alternativo gestionado por jóvenes campesinos indígenas en el desarrollo endógeno?

Objetivos: general y particulares

Objetivo General

Co-construir un proceso de investigación-acción participativa, para el fortalecimiento de la agencia en jóvenes campesinos indígenas de San Mateo Ozolco, Puebla, orientada a la gestión de un turismo alternativo, que contribuya al desarrollo endógeno.

Objetivos particulares

1. Evidenciar aquellos componentes de la agencia que se expresan en el turismo alternativo, cuando éste es impulsado por jóvenes campesinos indígenas, con fines de su integración en un plan de mejora continua, en correspondencia con el perfil del turista deseado.
2. Acompañar a los jóvenes campesinos indígenas en la implementación sistemática del plan de mejora continua, de tal manera que se aproximen gradualmente al desarrollo de su agencia para el turismo alternativo.
3. Reflexionar colectivamente sobre los alcances en el desarrollo de la agencia y las áreas de oportunidad identificadas durante la implementación del plan, para que los jóvenes campesinos indígenas asuman su rol como actores del turismo.
4. Discutir las implicaciones que tiene la expresión de la agencia de jóvenes campesinos indígenas en la construcción teórica y práctica del desarrollo endógeno, en lugares donde el turismo alternativo se gestiona como una actividad integrada al territorio.

Justificación

Desde las más altas esferas del poder en México se ha entendido que el objetivo principal del desarrollo ha de ser el bienestar de la población del país (Programa Nacional de Desarrollo [PND] 2019-2024). Ello se puede apreciar con el objetivo superior del PND 2019-2024; “lograr el bienestar general de la población mediante la creación de políticas públicas y la articulación de los nuevos propósitos nacionales”. De esta manera, el PROSECTUR 2020-2024, documento que indica la postura del gobierno federal relacionada al turismo en cuanto al desarrollo nacional. Ello, involucra una redimensión económica, social, y ética y para promover el turismo como un derecho incluyendo a todos los sectores de la población, en particular a los más vulnerables, para que la actividad turística permee en todas las regiones, destinos y comunidades. Así que se considera al turismo como una herramienta de integración y reconciliación social que tiene el potencial de generar condiciones de bienestar para la sociedad.

Aquí resalta un primer problema dentro del PROSECTUR al mencionar que sea para México un turismo incluyente. Por lo anterior, para alcanzar estas metas planteadas se requiere involucrar a los lugareños para que los proyectos turísticos puedan ser creados y gestionados desde la base con el fin que en realidad sean al servicio de la comunidad y no al revés. No obstante, el programa se posiciona dentro del aspecto económico y de macro proyectos desde el inicio, no dando espacio ni criterio a los otros aspectos del turismo. En ese sentido, el PROSECTUR se enfoca en contribuir con los propósitos del numeral 3 (Economía) del PND 2019-2024, particularmente en la detonación de proyectos regionales, tales como, el Tren Maya, el Programa para el Desarrollo del Istmo de Tehuantepec, la construcción de un nuevo aeropuerto en Santa Lucía entre otros (SECTUR, 2020).

Las sugerencias de organismos internacionales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE] (2016) apuntan que estas iniciativas son necesarias ya que están ligados al mejoramiento de la movilidad y la conectividad de los sitios de interés en México que ha sido la tendencia en los últimos diez años, con un cierto interés en desarrollar las regiones y una tendencia leve a la descentralización (SECTUR, 2020). No obstante, el objetivo asumido es el aumento de la derrama económica del turismo y la integración de cadenas de valor en las zonas afectadas por estos mega proyectos (SECTUR, 2020).

A nivel internacional, el gobierno de México ha desarrollado el programa *Toca Puertas*, para poder promover las mejoras que se aportan al mercado turístico mexicano, pero sobre todo encontrar inversionistas y socios, crear círculos de negocios para atraer flujos y aumentar el gasto turístico en los sitios prioritarios de turismo. Además el gobierno federal hace uso de plataformas electrónicas como *visitmexico* como escaparate para mostrar las mejoras e innovaciones al sector turístico realizadas en los últimos años y mostrar a México como una potencia en el sector. Lo que en la esencia sigue las estrategias que se han desarrollado, con un nuevo nombre, en la última década en México (SECTUR, 2020). Se puede ver que iniciativas de este tipo tuvieron un efecto positivo en la actividad hotelera como en el 2010 la ocupación era de 49.7% y del 60.3% en el 2019 (SECTUR, 2019).

El programa sectorial de turismo denuncia la no representatividad del pueblo mexicano, pero atiende mucho al aspecto económico del turismo usando los otros aceptos como meros indicadores para lograr el fin económico dejando de lado por qué han aparecido esas problemáticas; explicándolas que debido a 40 años de una política turística neoliberal, las zonas

marginadas de México se encuentren en esta situación, o porque en las cinco zonas más turísticas de México exista una gran disparidad dentro de los mismos municipios y que la riqueza se quede entre las manos de pocos.

No obstante, estos planteamientos son meramente económicos, olvidando los problemas sociales, de desempleo de los jóvenes, de migración, género, socioeconómicos, desintegración del tejido social (alejamiento de sistemas de producción tradicionales, rechazo a la cultura ancestral), políticos, de capital humano, capital financiero, capital natural y capital físico, de seguridad en las comunidades y en el traslado.

Lo anterior, está reforzado por el interés de aumentar el gasto del turista durante su estancia en México, dejando el análisis en lo económico, no hablando de calidad sino de cantidad, y bien cuando se menciona calidad es meramente para un aprovechamiento económico de esa calidad. Ello se ejemplificado cuando el Secretario de Turismo señala que el país es un referente turístico mundial debido a un ranking basado en la recepción de turistas internacionales, con 41.5 millones de turistas, y posiciona a México en el sexto lugar. Otro ejemplo, es la recepción de divisas por turismo, con 22 mil 500 millones de dólares 490 dólares en gasto per cápita del turista (SECTUR, 2020).

Pese a lo anterior, dijo el Secretario de Turismo que el turismo contribuye con 8.8% al Producto Interno Bruto de México, por encima de sectores como la construcción, servicios financieros, fabricación de equipo de transporte, minería y el sector primario. Además, genera 4 millones de empleos directos y tiene un saldo positivo en la balanza del sector superior a los 11 mil millones de dólares (SECTUR, 2020).

Basándose en el PROSECTUR (SECTUR, 2020), es importante conocer la capacidad y oportunidad que puede representar un turismo desarrollado desde la base, desde lo endógeno o desde la perspectiva alternativa como lo presentan Ibáñez y Rodríguez-Villalobos (2012).

En la literatura científica, se observa un vacío de conocimiento acerca de la relación de jóvenes campesinos indígenas y el turismo alternativo, en particular desde un abordaje de la agencia de los mismos, presentándose una oportunidad para que esta investigación para mostrar cómo los estudios previos, se han enfocado preferentemente en la gestión de proyectos productivos y su financiamiento, la cultura, el territorio, políticas públicas gubernamentales, tomando a la comunidad como una unidad, asumiendo que existía una identidad común y grupal. Por tanto, esto constituye un aporte a nivel teórico.

A través del desarrollo de la presente investigación, se toma como objeto de interés el conocimiento sobre la postura y disponibilidad de los actores locales, los jóvenes campesinos indígenas, para interactuar con el turismo, en la comunidad de San Mateo Ozolco, región con gran potencial turístico debido a sus atractivos naturales y cercanía a vías de comunicación (incluyendo un aeropuerto internacional) y otros polos de turismo ya establecidos, como las ciudades de Atlixco, Huejotzingo y Cholula en el estado de Puebla.

El proceso metodológico será de utilidad a la comunidad científica. La metodología empleada en este trabajo, a partir de la investigación acción, muestra y describe detalladamente el camino que un investigador o estudiante puede seguir para atender la relación entre los jóvenes campesinos indígenas y el turismo alternativo. A nivel local la aportación será la de conocer si turismo alternativo y agencia pueden fortalecerse mutuamente, frente a otras actividades, para así tener una mejor comprensión del por qué un joven de la región decide o no emprender en el turismo, si tiene las capacidades de hacerlo, si así lo desea.

Si bien se ha insistido mucho en la contribución del turismo en mejorar el bienestar de la población mediante la disminución de la pobreza, como es planteado por los organismos internacionales y el Gobierno Federal; además de ser la situación económica en la cual se encuentran la mayoría de las comunidades en alrededor de los sitios de atractivos turístico (SECTUR, 2020).

El sector turístico genera empleo y divisas para muchos mexicanos y de acuerdo al PND, le corresponde ahora construir el proceso transformador para dejar en el pasado el modelo de crecimiento depredador, inequitativo y sin justicia social así que existe un reconocimiento que se debe prestar más atención a la problemática de la distribución del turismo nacional y una mayor equidad en la distribución de los beneficios y de los participantes en el, su potencial para el desarrollo de México y una oportunidad para sacar de la pobreza a millones de sus habitantes, el cual se debe hacer desde la raíz y de forma comunitaria (SEGOB, 2019). De igual forma se reconoce que es un problema multisectorial e interinstitucional.

La reducción de la pobreza no requiere únicamente buenas políticas, sino también crear la capacidad de la gente marginada para entender, influenciar y solicitar rendición de cuentas a los que hacen y deciden las políticas públicas, es decir, enfrentarse a las relaciones de poder. Esto es central para la investigación para entender como alejarse de un entendimiento meramente económico de la pobreza para vincularlo con la pérdida de cultura y raíces como uno de los entendimientos sociológicos de la marginación llevando a la exclusión social, y por ende

exclusión económica como consecuencia más que no como causa de la pobreza (Fraser y Honneth, 2003). Esto tiene que ser asimilado para evitar intervenciones generalizadas que sistematizan la pobreza como un mero producto de una causa y un efecto. Como Nancy Fraser (2003) menciona, las desigualdades económicas cruzan con problemas de cultura y discurso.

Este entendimiento aborda barreras al bienestar humano a través de intervenciones locales enfocadas a pobrezas más que pobreza, moviéndose hacia un camino realista más sustentable para aliviar la marginación que las intervenciones ofrecidas, resultado de un entendimiento meramente económico del tema. El desarrollo humano busca reunir la producción y distribución de mercancías y la expansión del uso de habilidades humanas. De igual forma se centra en elecciones, en lo que la gente debería tener, ser y hacer para asegurar el propio sustento, del concepto anglosajón *livelihood* que va más allá de la búsqueda de los servicios básicos utilizando un método participativo y dinámico, es un modelo mejor adaptado para entender la complejidad de la vida humana (Fraser y Honneth, 2003).

Otro efecto es el resultado de las desigualdades de poder que ocurren en las relaciones interpersonales y en la comunidad. Las agencias de desarrollo y el estado hacen parte de los intercambios entre personas y pueden ser encontradas en la jerarquía de las organizaciones como en relaciones interagenciales y donante-cliente (Fraser y Honneth, 2003).

En el presente capítulo se detallaron las principales problemáticas presentes en el territorio de estudio. Es importante resaltar la situación y oportunidad que las comunidades rurales originarias han tenido hasta el día de hoy. Como descrito, varias iniciativas de desarrollo y de turismo han sido probadas por gobiernos y organismos internacionales, pero la situación de la COVID-19 mostró la poca durabilidad, resiliencia y efectividad de los modelos implementados. Ello, debido en gran parte al problema de participación de las comunidades rurales involucradas, y del enfoque principal del turismo alrededor de la diversión basada en las necesidades de los turistas y de la replicación de modelos ajenos a la cotidianidad, regida alrededor de actividades agropecuarias, de las comunidades de recepción.

Además se plantean las preguntas y objetivos de la investigación, organizados alrededor del ciclo de la IAP, a cada fase le corresponde su pregunta y objetivo específico. Cada objetivo abre el camino para el siguiente paso. El cuarto objetivo específico, a diferencia de los tres previos, quienes se desarrollan a partir del desarrollo teórico y del trabajo empírico, representa una reflexión teórica sobre la relación de los conceptos teóricos, descritos en el capítulo 3.

Finalmente, en la justificación, se define la importancia de la investigación realizada, desde el mandato del Gobierno Federal y la importancia del turismo para la economía nacional, sin embargo existe un vacío de conocimiento sobre la relación de jóvenes indígenas campesinos y turismo alternativo desde un abordaje de la agencia. Lo que ofrece una oportunidad de investigación, y la necesidad de construir un paradigma de turismo alternativo para jóvenes campesinos indígenas a través de su agencia, en San Mateo Ozolco, Puebla, zona de estudio.

CAPÍTULO 2. ANTECEDENTES Y MARCO SITUACIONAL

Este capítulo contiene los antecedentes investigativos encontrados en la literatura científica y el marco situacional. Con relación a los antecedentes, se presenta una revisión bibliográfica sobre los conceptos de jóvenes campesinos indígenas y el turismo alternativo, que son centrales para la investigación. Por su parte, el marco situacional está compuesto de dos elementos, el marco de referencia y el marco contextual. En el marco de referencia, se describe la situación del turismo en México como es presentada por las autoridades federales y los esfuerzos realizados desde el Gobierno Federal y el gobierno del estado de Puebla para promover el turismo, así como la justificación de por qué se llevaron a cabo tales programas y algunos de sus resultados e impactos. El marco contextual trata de la zona de estudio, San Mateo Ozolco, municipio de Calpan, Puebla, presentando datos socio-económicos, y presentando la situación del turismo dentro de la localidad.

Antecedentes investigativos

Desde finales del siglo pasado, se han incrementado las críticas al modelo de turismo tradicional masivo, debido a su falta de inclusión de las poblaciones receptoras, a los impactos ambientales devastadores y a la poca derrama económica para los lugareños. Estos efectos se suman a otros grandes problemas presentes en las comunidades de México y de Latinoamérica en general, como las presiones para la desaparición de sus actividades económicas tradicionales, como la agricultura o la práctica artesanal, además de la continua migración a las ciudades y la necesidad de conservar sus espacios naturales y su cultura ante el avance de la modernidad. Esto pone en evidencia la necesidad de buscar alternativas al modelo de desarrollo económico hegemónico, hacia propuestas de base endógena.

Para la construcción de los antecedentes de investigación, se revisaron artículos científicos de libre acceso, publicados desde el 2010; se omitieron libros, relatos de conferencias y otro tipo de documentos; se escogió como zona geográfica a Iberoamérica para su relevancia con la investigación propia. Inicialmente, la búsqueda se limitó a artículos que incluyeran como palabras claves “jóvenes indígenas”, “jóvenes campesinos” y “turismo alternativo” con su respectiva traducción al inglés *young indigenous*, *young indigenous farmers* y *alternative tourism*. Dado que se observó un escaso número de publicaciones que han tratado ambos temas de manera conjunta, se amplió la búsqueda, incluyendo los términos “indígena”, “comunidad

rural y/o indígena” (y su equivalente en inglés), con lo cual se obtuvieron mejores resultados. Las fuentes de consulta fueron Google Scholar, Academia.edu y Research Gate, así como en las bases de datos Scielo y Redalyc. Si bien, estos buscadores no localizan literatura únicamente de libre acceso, si ofrecen muchos artículos en español y permiten cruzar referencias para cubrir un máximo de lo escrito en la academia y los diferentes abordajes existentes.

A partir del análisis de la literatura consultada, se considera de interés el modelo de turismo alternativo, debido a que se centra y parte de la participación comunitaria (Navarro Gamboa, Vázquez Solís, Van't Hooft y Reyes Agüero, 2018). Sin embargo, se detectó que el abordaje académico del turismo alternativo en relación a la participación de los jóvenes indígenas es un área poco abordada. Las referencias muestran que las investigaciones aluden principalmente de manera genérica al turismo en comunidades indígenas, o simplemente, se aborda como turismo indígena. No obstante, se detectó que este tipo de turismo se define en términos similares a lo planteado en la presente investigación como turismo alternativo (González *et al.*, 2019). Por lo cual, en el presente trabajo se abordará en los términos que Pereiro (2015) lo describe, al tratarlo como un turismo sustentable, comunitario, participativo, ecológico y inclusivo, en dónde la derrama económica se queda en las manos de los lugareños, desarrollado en un territorio dentro del cual los habitantes portan características identitarias específicas. Es importante mencionar que el concepto de participación se refiere a una participación local, de todas las personas implicadas en el proceso de gestión del turismo así como de los afectados por los impactos del mismo. Se han de asegurar los componentes interculturales y dialógicos del turismo para alcanzar un verdadero turismo alternativo.

Visto desde esta perspectiva, existen un gran número de trabajos sobre desarrollo turístico en zonas rurales indígenas como alternativa a diferentes problemas presentados por estas comunidades, como la migración, la pobreza, la exclusión social o las relaciones de poder ancestrales. En ellos, el turismo es presentado como una solución para detonar la economía local. Dichos trabajos han sido de tipo cualitativo usando como técnicas de recolección de datos, la observación directa, entrevistas exploratorias y encuestas con sondeos de opinión, principalmente (Liévano Torres, Mazó Quevedo y Torres Méndez, 2018).

Es común en la literatura, la propuesta de detonar proyectos productivos en las comunidades con base en el turismo, a través de una organización comunitaria y como alternativa a la migración y a la decaída de las actividades relacionadas al campo, en donde se busca la comercialización del patrimonio natural (Félix-Quezada, 2018).

Los autores consultados dan por hecho que debe existir una unidad comunitaria indígena, que mediante consensos podrá tener éxito en el turismo alternativo, y eventualmente capitalizar los beneficios directos e indirectos del proyecto, sobre sus habitantes permitiendo conectar con la macroeconomía nacional y la creación de redes sociales empoderadas (Gómez-Merino *et al.*, 2013; Navarro Gamboa *et al.*, 2018; Nieto, 2019).

Otros autores ponen más énfasis sobre la población joven, en su rol de población económicamente activa y modelos socio empresariales incluyentes que promueven la conservación del ámbito natural y genera mayor arraigo al territorio (Luna-Cabrera, Narváez-Romo y Molina-Moreno, 2020; Lariagon, 2020). También se ha incluido en la literatura a la Red Indígena de Turismo de México [RITA], que en un inicio luchaba por los derechos indígenas, pero ha notado una oportunidad en diversificar sus actividades en la promoción de proyectos productivos turísticos de sus comunidades para contribuir al desarrollo de los pueblos indígenas como actividad complementaria a las del campo (Pérez Lares, 2019).

Otros autores han partido de las políticas públicas gubernamentales que promocionan la empresa colectiva, partiendo de un movimiento mundial para la regeneración de los pueblos indígenas promovido por organismos como la entonces Comisión Nacional para el Desarrollo de Pueblos Indígenas ([CDI], actualmente denominada como Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas [INPI]), mediante el Programa de Turismo Alternativo en Zonas Indígenas [PTAZI]. No obstante, se observó que este programa favoreció a grupos específicos al interior de las comunidades rurales donde llegan los apoyos gubernamentales y han tenido un impacto económico y social reducido (Ávila Romero, 2014; González *et al.*, 2019; Oehmichen Bazan y de la Maza Cabrera, 2019). Incluso, se ha propiciado divisiones al interior de la estructura de organizaciones ejidales, debido a que se han excluido a jóvenes y mujeres del proceso de toma de decisiones, por ejemplo, cuando han realizado estudios académicos fuera del pueblo (Félix-Quezada, 2018).

Otro enfoque se ha basado en los atractivos culturales como tradiciones, danzas, ceremonias, música, entre otros, y el patrimonio natural, para detonar proyectos productivos y la integración de los pueblos originarios al turismo alternativo (Félix-Quezada, 2018). Pero ello ha sido a costa del no reconocimiento del derecho colectivo de los habitantes sobre sus territorios, empujando a un entendimiento neoliberal del multiculturalismo, poniendo en riesgo la identidad y conservación de su lengua de origen, así como llevando a la exclusión a muchos miembros de la comunidad (Liévano Torres *et al.*, 2018; Oehmichen Bazan y de la Maza Cabrera, 2019).

Otros autores como Pérez Lares (2019) partiendo de la relación endógena-exógena desde la comunidad en conjunto con gobiernos y agencias de turismo, han visto favorablemente a este entendimiento turístico que tiene el potencial de detonar productos de gran atractivo y permitir la integración económica de los pueblos originarios a través de la conservación de sus espacios naturales y tradiciones.

Para entender el desarrollo turístico y sus elementos de transformación de pueblos originarios, se ha incluido la perspectiva de apropiación territorial basado en el actor local, concluyendo que ha afectado a la cultura local, en un cambio socio económico mixto y la reproducción de las relaciones de poder asimétricas (González *et al.*, 2019). Otros autores, promueven que, a través de la formación y educación debida, basada en el talento local y la apropiación de los territorios por los jóvenes apoyado por facilitadores externos, se puede paliar esta problemática y generar una nueva ruralidad (Luna Cabrera *et al.*, 2020).

Felix-Quezada (2018) sostiene que la decisión de transición hacia el turismo alternativo, debe emanar de la propia comunidad y basarse en las estructuras de poder y organización ya existentes, como las asambleas ejidales o comunales, mayordomías, etcétera, de forma conjunta con los gobiernos locales apoyándose de las políticas públicas y una negociación con actores externos. Sin embargo, se ha demostrado que no siempre esto ha funcionado, debido a la poca inclusión y concentración del poder en pocas manos (Lariagon, 2020).

Así que otros autores se han enfocado en un abordaje desde el turista o la demanda turística, que ha evolucionado en las últimas décadas, hacia el interés por tener experiencias únicas y más auténticas, que se ha transformado en un gran negocio a nivel regional y parte del entendimiento que el turismo alternativo puede ser una herramienta de aprendizaje y conocimiento mutuo como un diálogo con la otredad (Oehmichen Bazan y de la Maza Cabrera, 2019; Pérez Lares, 2019).

El financiamiento de los proyectos productivos ha sido un tema de debate, por un lado, el turismo alternativo promueve que los dueños, desarrolladores y gestores de los proyectos sean los mismos habitantes, en particular la gente económicamente activa, como los jóvenes. Los productos turísticos deben ser hechos por ellos mismos, y a partir de la oferta se generan los productos turísticos del campo (Gómez-Merino *et al.*, 2013). Sin embargo, partiendo de que una de las razones de la transición de actividades del campo a actividades turísticas en gran medida se debe a la escasez de rendimiento y poder adquisitivo, el financiamiento no puede hacerse únicamente desde estas bases.

Por ello, se ha recurrido a la capacidad financiera de actores externos, debido a que la inversión puede ser fuerte debido a la necesidad de desarrollar rutas turísticas, acompañadas de sitios para alojamiento, restaurantes y medios de transporte (Gómez-Merino *et al.*, 2013). No obstante, esto podría resultar en conflictos de interés y de visión de los mismos proyectos, y así generar fricciones entre actores locales y externos, en función de sus intereses particulares (Gómez-Merino *et al.*, 2013).

El joven originario podría priorizar la conservación de su territorio, modos de vida, y la obtención de ingresos complementarios a sus actividades económicas, mientras que el inversionista buscaría maximizar sus ganancias bajo la lógica de cualquier empresa capitalista. El problema surge del entendimiento del triple resultado final que no pone en evidencia las diferencias entre las concepciones locales y no locales de autenticidad, etnicidad y éxito (Taylor, 2016).

Desde una perspectiva social, el proyecto turístico puede exacerbar las tensiones existentes y ampliar la brecha entre la elite local, la política y los económicamente fuertes y los menos poderosos, como las familias marginadas de la comunidad. Se deben por lo tanto hacerse preguntas sobre la política, sistemas de gobernanza, la dominación de élite y el control del grupo de parentesco elevado (Taylor 2016).

Por ello autores como Gómez-Merino *et al.* (2013) proponen que el debate académico se centre, en la biodiversidad, los paisajes y el turismo alternativo para realmente entender las potencialidades y desafíos presenten para los lugareños y en particular los jóvenes de pueblos originarios para detonar un desarrollo sustentable incluyente. De igual manera no se ha de obviar problemas como el cambio climático, por ello parten de una perspectiva científica, tecnológica e innovadora para que los proyectos turísticos alternativos tengan un éxito reconocido por todos.

Como se ha demostrado en el análisis de la literatura disponible, se acepta el potencial del turismo alternativo como actividad económica complementaria a las actividades de campo para los pueblos originarios en América Latina, en particular para la población económicamente activa, que son los jóvenes. El turismo alternativo podría fortalecer el arraigo territorial, promover y conservar sus tradiciones y usos y costumbres, generar un interés del visitante sobre la lengua materna del lugar, conservar el patrimonio tangible e intangible y hasta generar un ingreso complementario. Pero se ha demostrado que se debe tener mucho cuidado al implementar este tipo de iniciativas, debido a los intereses diferentes de las agencias de turismo,

los gobiernos y las poblaciones originarias. Además, debido a las relaciones de poder y formas organizativas de los pueblos originarios, es difícil que los beneficios permeen toda la población.

Asimismo, muchas investigaciones toman a las comunidades como una entidad unida o al menos con una visión común, omitiendo las estructuras de poder internas que subordinan el papel de los jóvenes, quienes siguen actividades al mando de las generaciones con mayor edad. Las investigaciones han tenido un corte macrosocial, pocos tomando en cuenta los casos individuales en sus estudios de caso dejando la oportunidad de hacer una investigación desde la perspectiva microsociedad integrada en la macrosociedad partiendo de la capacidad de agencia de los jóvenes campesinos indígenas entendidos como sujetos y actores sociales locales. Poco se ha escrito sobre los deseos de la comunidad fuera del proyecto turístico como alternativa para detonar el desarrollo endógeno de las comunidades originarias.

Marco situacional

Marco de referencia

La tendencia creciente de la actividad turística en México, hasta la aparición de la COVID-19, ha ayudado a compensar los efectos económicos ante la disminución del ingreso por petróleo (OCDE, 2016). No obstante, su importancia para la economía nacional, se concentra principalmente en cinco destinos: Cancún-Riviera Maya, Ciudad de México, Los Cabos, Puerto Vallarta-Riviera Nayarit y Mazatlán, los cuales recibieron 76.7% de turistas internacionales en el 2019 (SECTUR, 2020, p.28). Dicha polarización turística, contrasta con los 1 800 municipios de México, que cuentan con al menos un establecimiento de hospedaje (SECTUR, 2020).

El Registro Nacional de Turismo congrega más de 30 906 prestadores de servicios en el país, de los cuales más de 92% son agencias de viajes y proveedores de alimentos y bebidas (SECTUR, 2020, p. 29). En 2016, un estudio de la Secretaría de Turismo destacó la transversalidad del turismo por su incidencia positiva en otros sectores de la economía de México, estimando que el producto interno bruto (PIB) bajaría hasta 13.6% sin la existencia del Turismo, mientras que el valor agregado se debilitaría 10.27% y el empleo disminuiría en 14.6% (SECTUR, 2016, p. 3). A tales efectos, se suma la pérdida en los ingresos fiscales y las afectaciones a otros sectores, como la construcción o la restauración (restaurantes, bares, cafeterías) entre otros.

El gobierno federal reconoce que el principal atractivo de México hacia los turistas internacionales es la gran diversidad de paisajes, sin embargo, desde 2010, el éxito turístico se fundamenta básicamente en las divisas captadas en los principales destinos previamente referidos (SECTUR, 2020). En este sentido, las menciones a la sustentabilidad en el turismo y la mejor gestión del medio ambiente, forman parte de una estrategia mediática para captar mayores ganancias. El gobierno federal apunta que por esta razón la riqueza turística de México presenta diversos retos para romper paradigmas e inercias, para lograr la redistribución equitativa de los beneficios generados entre todos los actores involucrados, y regiones de México así como el bienestar de la población (SEGOB, 2019).

Sin embargo, se percibe un gran riesgo de que vuelva a pasar lo que se ha presentado en muchas comunidades rurales, que se implemente un proyecto turístico impuesto desde afuera, con los comunitarios siendo implementadores del programa y no desarrolladores. Para ejemplificar lo anterior, se resalta una probable inconsistencia dentro del Plan Nacional de Desarrollo Turístico, al mencionar que se desea un turismo incluyente que esté posicionado al interior del marco económico nacional y de macroyectos desde el inicio (SECTUR, 2020), lo cual hace pensar que existe poco espacio para otros enfoques del turismo que persigan fines más sociales, culturales y centrados en los sujetos que habitan el territorio.

Otro elemento importante para normar el turismo, es su acercamiento a la noción de sostenible, lo cual es una pretensión establecida como necesaria y asumida como acuerdo por diversas naciones en el mundo (Carta del Turismo Sostenible, 1995) y su ratificación en 2015 y sobre el cual se ha escrito una vasta literatura operativa y se ha incluido como parte de los objetivos de desarrollo de la Agenda 2030 (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2021).

No obstante, uno de los grandes retos para entender el turismo desde la sustentabilidad, es la desigualdad social, económica y de acceso a recursos, al igual que la concentración de poder y cómo éste se articula (Mosse, 2004), ya que ambos son relevantes para los resultados ambientales. Las relaciones formales e informales de poder deben ser tomadas en cuenta para retar la estructura social existente que acentúa la pobreza en México y la falta de compromiso hacia la conservación de la naturaleza. El capital político está basado en una serie de combinaciones de redes de capital social, la capacidad de desarrollar recursos institucionales y la voluntad y capacidad de usar los medios de comunicación para informar sobre los debates públicos en cuanto a los temas a tratar.

La inversión efectiva del capital político requiere de emprendimiento, especialmente porque incluye un grado de riesgo. Es muy común ver a los hacedores de políticas públicas tomar riesgos, especialmente con el dinero ajeno, en la práctica es raro ver a políticos tomar riesgos que fomenten el empoderamiento a personas marginadas o la transformación de las instituciones públicas en actores a favor de ellos. Esto implicaría un cambio a tres niveles; dentro del estado, dentro de la sociedad, incluyendo al sector privado, y en la interface estado-sociedad (Fraser y Honneth, 2003).

Han existido esfuerzos aislados en la última década para desarrollar soluciones sustentables a la problemática del turismo de masas, pero es importante pensar en el escalamiento de las soluciones encontradas, esto implica acercar a los actores locales a favor del empoderamiento hacia la población marginada, que permita el intercambio de experiencias para identificar cómo se puede aprovechar el trabajo de todos y desarrollar estrategias en conjunto. Esto dará acceso a más poder de negociación y a más y mejor información (Fraser y Honneth, 2003).

Esfuerzos desde agencias gubernamentales como la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales [SEMARNAT] han existido para empujar agendas de turismo sustentable en México que definen al turismo como algo recreativo y agradable al alcance de todos, que ha de ser considerado un derecho humano, lo cual muestra el enfoque antropocéntrico del turismo.

Desde inicios de este siglo, el gobierno ha promovido un nuevo turismo más atractivo y sustentable, a partir del patrimonio natural, histórico, cultural y gastronómico. De igual forma se ha intentado disminuir los impactos ambientales del turismo costero, a través de iniciativas como el Programa Playas Limpias (SEMARNAT, 2017). Debido a la gran variedad de atractivos y las características naturales y culturales, muchos destinos han optado por el ecoturismo. El turismo con buena planeación y un aprovechamiento responsable de sus recursos naturales podrá brindar a las poblaciones locales beneficios económicos con costos menores.

El turismo sustentable es definido como “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales que implican satisfacer las necesidades de los visitantes, la industria, el entorno y las comunidades anfitrionas” (OMT como se cita en SEMARNAT, 2017, p.10). Su propósito es la distribución equitativa de las ganancias, la conservación del patrimonio turístico y la participación de la sociedad involucrada en la actividad, considerando que en lo social están las cuestiones culturales, políticas y sociales propiamente dichas.

Los actores sociales se involucran en el bienestar de su sociedad a través de propuestas y acciones y son claves para generar beneficios a través del turismo y la conservación del medioambiente. Además, fomentan responsabilidad a los demás miembros (González, 2017).

El turismo conlleva impactos socioculturales con efectos positivos y negativos en la búsqueda de mejorar la calidad de vida de la población, al tiempo que transforman sus formas de vida. En este sentido, se ha observado la existencia de problemas vinculados con la paridad de género dentro del turismo, dado que, en su mayoría, son hombres los dueños de las empresas turísticas (SEMARNAT, 2017).

El turismo a través de las empresas o emprendimientos turísticos tiene una responsabilidad hacia el medio ambiente, principalmente cuando se desarrolla en ecosistemas frágiles (SEMARNAT, 2017). Como se mencionó previamente, el turismo en México está vinculado a sus atractivos naturales, por tanto, debe ser de interés general, mantener y proteger la biodiversidad.

Un problema particularmente ligado a las grandes edificaciones turísticas en las costas, es el cómo mitigar los impactos del turismo; por ejemplo el deterioro del suelo, que se puede evitar a través de estudios de su capacidad de resiliencia. Lamentablemente muchos ejemplos han mostrado que el aspecto ambiental queda en la retórica y no se lleva a la práctica (Hashemkhani Zolfani, Sedaghat, Maknoon y Kazimieras Zavadskas, 2015).

Asimismo, la disponibilidad de agua dulce es un gran problema, debido a su escasez en muchos lugares y al uso intensivo que realizan los complejos turísticos. Mientras que, en el tema energético, se debe hacer uso racional de fuentes renovables y no depender de energías fósiles (SEMARNAT, 2017).

El turismo puede ayudar de igual forma a mitigar los efectos del cambio climático. Generalmente los turistas recorren grandes distancias para llegar a sus destinos, pero una vez ahí se puede utilizar formas de desplazamiento de menor o nula contaminación, disminuyendo la emisión de gases de efecto invernadero, aunado a esto, el consumo de artículos locales también contribuirá a disminuir las emisiones. Para el turismo la biodiversidad es un atractivo muy importante, pero al mismo tiempo es altamente vulnerable ante los impactos de las industrias (OCDE, 2016).

En el estado de Puebla, la actividad turística aumentó del año 2010 al 2019: los cuartos disponibles para alojamiento se incrementaron de 11 194 a 20 367; el promedio de ocupación de cuartos creció de 48 a 52.2%; la pernocta pasó de 1.4 a 1.7 noches/turista (es interesante hacer

notar que la pernocta de turistas extranjeros disminuyó de 2 a 1.7 noches); la llegada de turistas aumentó de 2 294 254 a 6 240 233 y las llegadas de turistas nacionales fue de 2 041 251 en 2010 y 5 459 126 en 2019, mostrando la gran importancia del turismo doméstico en la entidad (SECTUR, 2019, pp. 1-2).

El auge turístico previamente mostrado, correspondió al periodo de gobierno de Rafael Moreno Valle (2010-2016), quien fomentó el turismo como uno de las actividades prioritarias para el desarrollo económico del estado, al tiempo que la Secretaría de Turismo de Puebla (SECTUR Puebla), destacó la importancia de esta actividad como sector transversal y su capacidad de mejorar la calidad de vida de los poblanos, al igual que otros sectores como el agropecuario y el de la construcción (SECTUR Puebla, 2013).

La Ciudad de Puebla, capital del estado, es líder en “Ciudades de Interior” en el rubro crecimiento económico al registrar un incremento de 18.94% en recepción de turistas entre 2013 y 2014, mientras que los ingresos económicos crecieron 22.64% en el mismo periodo (SECTUR Puebla, 2014, p. 9). Puebla es la ciudad con el mayor porcentaje de ocupación hotelera, de todos los destinos turísticos de interior y la décima al considerar todos los destinos, incluidos los de sol y playa. En el estado los municipios con más visitas son San Pedro Cholula y San Andrés Cholula (SECTUR Puebla, 2014). En el año 2013, el estado de Puebla representaba 5.9% del mercado nacional turístico (SECTUR, 2013).

El Programa Sectorial de Turismo Estatal (SECTUR Puebla, 2018) enfatiza la importancia estratégica del turismo para el gobierno, como factor que promueve el desarrollo de infraestructura, la coordinación mixta entre entidades públicas y el sector privado, la transversalidad de la actividad y sus impactos económicos positivos, el desarrollo del capital humano con la capacitación de prestadores de servicio y la inclusión de los municipios y ejidos en la planeación turística.

En los últimos años, como se mencionó previamente, el turismo ha tomado gran importancia para el estado en particular en sus elementos patrimoniales, proporcionando a la población mexicana en general un espacio para la diversión (SECTUR Puebla, 2018). En particular desde su punta de lanza, el programa de Pueblos Mágicos ha generado una derrama económica fuerte en los lugares donde se ha implementado.

Además, el programa ha permitido beneficios sociales como cableado subterráneo, restauración de edificios emblemáticos, sustitución de pisos utilizando materiales originales y restauración de áreas verdes, actuando como polos de desarrollo regional y favoreciendo la

conservación del medio ambiente (García Castro, Gatica Barrientos, Cruz Sosa, Vargas Hernández, Hernández García, Luis García y Santo Morales, 2016). De acuerdo a García Castro *et al.* (2016): “Un Pueblo Mágico es un sitio que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentales, cotidianidad de alto valor para el turismo” (p.4). Otro factor complementario de la oferta turística cultural en Puebla, está en la gran oferta de balnearios y actividades naturales².

Retornando al Programa Pueblos Mágicos, su aplicación ha favorecido la reorientación del turismo, poniendo mayor énfasis en la diversidad cultural, así como la integración de lugareños en el diseño de la estrategia turística y fomentar un impacto social positivo (García Castro *et al.*, 2016). No obstante, la importancia de la ciudad capital del estado es quizás el mejor ejemplo de la importancia del patrimonio tangible en los atractivos turísticos, dado que desde 1987, su centro histórico, fue declarado como Patrimonio Cultural de la Humanidad (García Castro *et al.*, 2016).

Es importante resaltar que el Gobierno de Puebla está comprometido con el sector turístico para su reactivación desde el plan sectorial de turismo con estrategias de prevención y de gestión de crisis, frente a la enfermedad COVID-19. El impacto mayor se puede ver en el porcentaje de ocupación hotelera que a partir de la segunda semana de marzo del 2020 y la implementación de un plan de contingencia consideró el cierre temporal de todas las actividades no esenciales, incluyendo al turismo, y la ocupación bajó del 44.45 a 33.15%, lo mismo pasó con la densidad de ocupación, número de personas por cuartos debido a las medidas de prevención (SECTUR Puebla, 2020, p. 3).

Para el mes de abril 2020 se observó una baja de 86% en comparación con el año anterior (SECTUR Puebla, 2020, p. 4). El número de turistas en el año disminuyó más de 27.9% en comparación con 2019, pero para los meses de abril y mayo la baja fue de 93.1% (SECTUR Puebla, 2020, p. 5). El Pueblo Mágico Cuetzalan del Progreso cerró por completo sus puertas al turismo por lo cual la actividad bajó a cero (SECTUR Puebla, 2020).

2 Tripadvisor, (2021). <https://www.tripadvisor.com.mx/Search?q=puebla%20principales%20atractivos20naturales&searchSessionId=F1EE3E9057B2CB184C9938DDA488CCC31619275410270ssid&geo=14983825&sid=538DED5F75DB4396AB23E9D0B46DC5731619275459576&blockRedirect=true&ssrc=a>

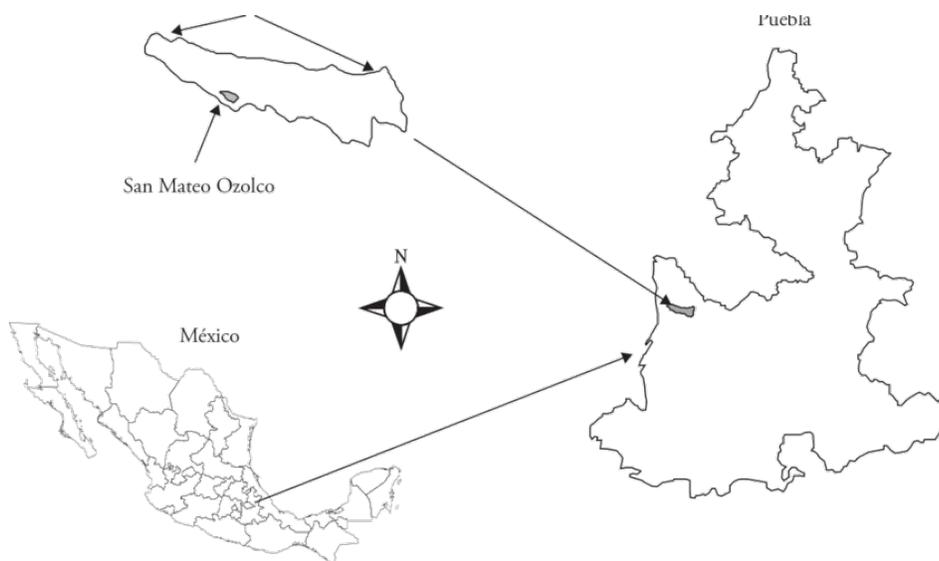
Marco Contextual

Puebla es un estado de la República Mexicana con una gran relevancia histórica y cultural, producto de su ubicación geográfica, de sus recursos naturales, de su patrimonio artístico, así como de la riqueza y determinación de sus habitantes. Comprende una superficie de 34 306 km² que representa 1.7% del territorio nacional, con una población total de 5 779 829 habitantes, misma que corresponde a 5.1% de la población nacional y cuya edad promedio es de 24 años, dos años menor de la media nacional. Esto implica que aún cuenta con el bono demográfico, ya que su población se encuentra en las primeras etapas de su vida productiva, brindando una gran oportunidad para la formación del capital humano, a la vez que presionando la demanda de educación y trabajo (Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía [INEGI], 2013).

San Mateo Ozolco, junta auxiliar del municipio de Calpan, en la región de San Martín Texmelucan (Figura 1), cuenta con un clima templado con lluvias en verano en los valles y frío alrededor de las montañas. Cuenta con una diversidad de atractivos naturales; montañas boscosas como la Sierra Nevada y varias barrancas. Además de ser una de las entradas al Parque Nacional Izta-Popo Zoquiapan. De igual forma, cuenta con algunos arroyos intermitentes provenientes de las faldas del volcán Iztaccíhuatl. Cuenta con 2 890 habitantes, un 19% de la población del municipio (INEGI, 2020). Lo que hace que es considerado un pueblo rural y una de las últimas poblaciones antes del paraje denominado como “Paso de Cortés” en los límites entre los estados de Puebla y México.

Los habitantes son de origen Olmeca-Xicalanca-Chichimecas, aunque se podría definir como una región mestiza dada la migración y mezcla entre los pueblos en esta región, así como se expresa en lo socio-cultural y sus usos y costumbres (Testard, 2017). Reúnen identidad, tradición y folklore, patrimonio intangible manifestados en su sincretismo cultural, gastronomía, los cuales se concretizan en sus fiestas tradicionales, pero también se reflejan en la conservación de sus espacios arquitectónicos, su patrimonio material, principalmente una iglesia (Secretaría de Desarrollo Social [SEDESOL], 2013).

La actividad preponderante es la agropecuaria, siendo los principales cultivos, el maíz y el frijol además se crían aves de corral. Se ubica a unos 45 kilómetros de la capital del estado; San Mateo Ozolco presenta rezago social y marginación muy altos (Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal [INAFED], 2020).

Figura 1***Mapa de ubicación de San mateo Ozolco***

Nota: Amavizca (2014). Ubicación de San Mateo Ozolco, municipio de Calpan, Puebla, México.

La Junta Auxiliar de San Mateo Ozolco, se encuentra a 5.4 kilómetros al oeste de San Andrés Calpan, la cabecera municipal, está a 2 650 metros sobre el nivel del mar y es la segunda entidad más poblada del municipio. El 3.87% de los habitantes encuentran su origen afuera del estado, 21.49% de la población es analfabeta, aunque con un rezago mucho mayor de los hombres (17.48% de los hombres y 25.27% de las mujeres) (INEGI, 2017, 67-91; INEGI, 2021; INAFED, 2020, 1).

El grado de escolaridad es de 4.47 años (4.49 en hombres y 4.46 en mujeres), cuenta con una escuela primaria y una secundaria. En San Mateo Ozolco, 90.97% de la población se considera indígena y 44% de los habitantes habla una lengua indígena (población de 5 años y más); 29.67% de la población mayor de 12 años está ocupada en alguna actividad laboral (56.08% de los hombres y 4.80% de las mujeres). Dentro de la localidad de San Mateo Ozolco existen 865 viviendas, de las cuales 636 están habitadas, 98.8% cuentan con electricidad, 99% tienen agua entubada, 98.2% tiene excusado o sanitario, 71.69% radio, 82.7% televisión, 85.11% refrigerador, 97% lavadora, 40% automóvil, 2% una computadora personal, 19.96% teléfono fijo, 67.6% teléfono celular, y 21.85% Internet (SEDESOL, 2013, 1; INEGI, 2017, 67-91; INEGI, 2021; INAFED, 2020, 1). Lo que muestra que existe un cierto nivel de

modernización, aunque existe una gran falta de uso de las tecnologías de la comunicación debido a un nivel bajo de conectividad a Internet.

Ozolco presenta una actividad turística, ya que ha llevado a cabo diez ferias del pulque presenciales desde el año 2011 y una virtual en el año 2021, teniendo alguna infraestructura turística con un truchero y cabañas. De igual forma cuenta con su propio festival musical llamado *Entre Volcanes* organizado por el colectivo Yolotequitl (A. Rincón, comunicación personal, marzo 23, 2021).

Al nivel turístico es una comunidad que se encuentra en estado de transición al ser cercana a polos de turismo como Cholula, Atlixco, San Andrés Calpan (por la feria del chile en nogada y su convento del siglo XVI), y el mismo “Paso de Cortés” y su cercanía a los volcanes con el Parque Nacional Izta-Popo con sus oportunidades de alpinismo, senderismo, campismo, ciclismo, cabalgatas, avistamiento de aves y (re)conexión con la naturaleza. También es cercano a varias rutas turísticas actuales como la Ruta del chile, del amaranto, de los conventos, y de la futura Ruta de Cortés.

De igual forma es cercana a zonas emisoras de turistas como Tlaxcala, Puebla (primer emisor estatal de turismo) o la Ciudad de México, que es el principal emisor de turismo a nivel nacional y del Aeropuerto Internacional Hermanos Serdán en el municipio de Huejotzingo, Puebla. Todo ello presentando presiones para la comunidad y oportunidades (INEGI, 2017; SEDESOL, 2013; INAFED, 2020).

En dicha Junta Auxiliar, que se define económicamente como agrícola, la ocupación de los jóvenes en ese sector cayó en las últimas décadas. Por otro lado, el aumento de trabajadores migrantes internos y/o internacionales, a nivel municipal, ha generado que los pobladores (sobre todo los jóvenes) se integren desde muy temprana edad a mercados laborales flexibles, abandonando la ocupación agropecuaria (Amavizca Ruiz, Regalado López, Álvarez Gaxiola, Méndez Espinoza, Mendoza Robles, Galvanovskis Kasparane, Díaz Puente, 2014).

San Mateo Ozolco, dedicada históricamente a la agricultura, de autoconsumo y al pequeño comercio, se caracteriza por su apego a usos y costumbres. Los roles asignados a los miembros del grupo familiar se reproducen siguiendo antiguas costumbres (Alejandro, comunicación personal, febrero 20, 2021). Sin embargo, esta visión tradicional se ha desgastado bajo la fuerza de las crisis económicas, el bajo nivel de ingreso de las familias y la desintegración familiar por diferentes causas. Lo que redundo en desinterés, apatía, inasistencia,

orientación hacia intereses no educativos y a contactarse con las redes sociales les facilitarán llevar a cabo un proyecto migratorio (Zamora, 2017).

En la comunidad existen grupos organizados como el colectivo Yolotequitl conformado por jóvenes indígenas hablantes del Náhuatl, quienes organizan, desde hace diez años la *Feria del pulque* y el festival de Música *Entre Volcanes*, que es un festival con causa (Alberto, comunicación personal, marzo 23, 2021). Su objetivo principal es promover la cultura y sus tradiciones, además de activar la economía de la comunidad; están convencidos de que se debe fomentar la participación de los jóvenes en este tipo de iniciativas.

En este territorio, han podido empezar a paliar los efectos de la crisis económica, gracias a la organización de una feria del pulque en los últimos 10 años. Previo a la feria, los tlachiqueros, encargados del raspado del maguey de donde proviene el pulque, se escondían y avergonzaban de su oficio, pero gracias a la actual revaloración económica y cultural de la bebida, y de las visitas en constante aumento a la feria, pudieron regenerar un orgullo de la actividad misma. Además, las familias que se dedican a este oficio pasaron de 10 a más de 30 en una década (Alejandro, comunicación personal, febrero 20, 2021). Eso demuestra que, si el turismo se desarrolla a la par con actividades preexistentes en la comunidad, los beneficios económicos obtenidos pueden contribuir a revalorar la cultura y reafirmar el sentimiento de pertenencia y orgullo de llevar a cabo estas actividades, sin disrumpir las tradiciones locales y revalorizando el patrimonio.

El turismo nunca ha sido una prioridad en el Municipio de Calpan, ni está incluido como uno de los apartados importantes del Plan de Desarrollo Municipal 2019-2021, siempre se ha visto como una actividad al margen (Plan de Desarrollo Municipal, 2019). El turismo en Calpan y San Mateo Ozolco estuvo detenido durante la pandemia ya que se basaba en ferias, mismas que han sido canceladas desde abril del año 2020 (reanudadas en el 2022). Su más grande atractivo, que hace parte de la *Ruta de los conventos*, es el Ex-convento franciscano del siglo XVI, seguido del patrimonio natural, con sus vistas al Valle de los volcanes, yacimientos de agua del volcán Popocatepetl y los huertos frutales (Marcial, 2017). Existen algunas iniciativas aisladas de senderismo y de algunos turistas que aún visitan los puntos de interés del patrimonio tangible, pero nada de forma formal o a gran escala (Alberto, comunicación personal, julio 16, 2021).

Como se mencionó anteriormente, el municipio de Calpan y su cabecera municipal San Andrés, han desarrollado iniciativas de ferias gastronómicas para la activación del turismo hasta

antes de la pandemia de la COVID-19. El evento principal ha sido la *Feria del Chile en Nogada* que ha duplicado su asistencia pasando de 70 mil visitantes en el año 2014 a más de 140 mil en el 2017. Ello ha provocado una derrama económica de más de quince millones de pesos en ese año (Marcial, 2017); además a nivel municipal existen varias ferias que han promovido con un éxito menor a la del Chile en Nogada, como la *Feria del Tejocote*, que, en su edición de 2019, recibió a 10 mil asistentes y tuvo una derrama económica de más de dos millones de pesos (Mondragón, 2017). Otra feria es la *Feria del Mole*, con nueve mil asistentes (González, 2019) y la *Feria del Pulque*, que se realizó por última vez en marzo del 2020, en San Mateo Ozolco.

Por lo visto las actividades turísticas en este municipio y sus juntas auxiliares dependen fuertemente de ferias que no se pudieron llevar a cabo durante la pandemia, lo cual lleva a la conclusión que el turismo ha sido casi nulo en los años 2020 y 2021. Para reanudar al turismo se necesitará el diversificar las actividades de turismo en el municipio y la comunidad de San Mateo Ozolco. De igual forma se puede observar que es de gran importancia debido a la derrama económica que deja a los productores locales, y es de gran importancia para la economía local.

Como lo propone la OMT, se necesitan acciones mixtas y un gran apoyo desde el gobierno para reanudar el turismo; armonizar las normas de salud, de viajes para generar confianza y reanudar el turismo (OMT, 2021). Esto es muy evidente por lo expuesto en el apartado anterior para el Municipio de San Andrés Calpan. En cuanto al desarrollo local de la comunidad de San Mateo Ozolco, zona de estudio, se necesita ir más allá de únicamente reactivar lo que ha sido antes de la pandemia con propuestas de un turismo distinto, un turismo alternativo que se basa en el desarrollo sostenible que es un desarrollo que cubre las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (World Commission on Environment and Development, 1987).

El turismo alternativo planea para el futuro, desde adentro de la comunidad, de gestión integral con los lugares como actores creativos e innovadores principales de su propio desarrollo, lo cual ha de ser consensuado por todas las partes involucradas. Ha de ser un motor que sustenta el desarrollo y favorece la inclusión social con miras a reducir la pobreza, buscar la diversificación funcional en zonas rurales centrada en los agentes y las redes (González Villalobos *et al.*, 2019); siendo un proceso de empoderamiento para los actores locales que pueden transformarse en actores sociales.

En el presente capítulo se presentó la situación del turismo en México en relación los temas de interés, el turismo, el desarrollo y el involucramiento de la población local en el diseño de las iniciativas implementadas. Como se ha podido ver, los esfuerzos de los gobiernos se enfocan a un desarrollo económico, dejando los otros aspectos a meros medios para alcanzar una mejora de la economía en los territorios dentro de los cuales se lleva a cabo los programas turísticos. Un ejemplo concreto, que ilustra bien esta situación, es el programa de Pueblos Mágicos. No obstante, se exponen las problemáticas atadas con tales programas de desarrollo y la gran necesidad de cambiar de paradigma. Por ello en el siguiente capítulo se abordará de forma teórica al turismo alternativo para comprender porque un turismo basado en la cotidianidad local de los espacios rurales y emanante del patrimonio local, tiene la capacidad de trascender el enfoque economista.

Además los jóvenes indígenas campesinos, son actores locales sociales importantes para el desarrollo de sus comunidades, como son parte de la población económicamente activa, actores capaz de cambio, como se describe en el capítulo 3. A pesar de ello no han tenido un rol protagónico en los estudios sobre turismo, ni se ha enfocado en su capacidad de agencia y las implicaciones para el desarrollo endógeno de su territorio.

CAPÍTULO 3. FUNDAMENTOS TEÓRICO-CONCEPTUALES

El propósito de este capítulo es describir las teorías y conceptos utilizados en la presente investigación, la cual se posiciona dentro de los enfoques críticos, que cuestionan la realidad, para lograr su transformación a partir del conocimiento local subjetivo (Briones, 1996). De la misma manera, se incorpora el paradigma participativo que soporta la co-creación intersubjetiva y colectiva del conocimiento entre el investigador y los actores sociales (Jennings, 2010), a través del cual, tanto el investigador como los participantes deben ser transformados, así que ambos son sujetos de la investigación al ser co-creadores.

Se ha identificado que existe una falta de conocimiento sobre la relación turismo alternativo y agencia en jóvenes campesinos indígena en particular desde un abordaje desde la agencia. Existe una necesidad de construir un paradigma de turismo alternativo para jóvenes campesinos indígenas a través de su agencia, lo cual será realizado en San Mateo Ozolco, Puebla.

Con base en lo anterior, los fundamentos teórico-conceptuales, parten del desarrollo endógeno, como abordaje general. A diferencia de otros enfoques del desarrollo, más generalistas y gestionado desde el exterior, lo endógeno centra los esfuerzos en los actores locales, a quienes les corresponde asumir el rol de agentes de cambio. Los enfoques tradicionales promovidos desde mediados del siglo XX, por gobiernos e instituciones internacionales, han buscado mejorar el bienestar de la población mundial a través de modelos centralistas y generalistas, de aplicación en la escala regional-mundial. La finalidad ha sido que los beneficios lleguen a la población a través del *trickle down effect* (el efecto del chorreo), efecto a través del cual la riqueza generada por grandes corporativos permea dentro de la sociedad (Parkin y Loría, 2010).

A diferencia de estos modelos, el desarrollo local y regional se han posicionados como los conceptos predominantes dentro del discurso internacional, de organismos nacionales, supranacionales, de la academia, desde la década de los 1990. Se basan, no solo en lo económico, sino en la capacidad colaborativa y la articulación de actores locales. Esto ha dado paso a una visión diferente del desarrollo, en donde el sujeto cobra mayor importancia por ser agentes de cambio.

Precisamente esta capacidad transformadora de los sujetos se relaciona con el concepto de agencia, el cual se aborda con detenimiento en un segundo momento de este apartado teórico,

para mostrar sus diferentes acepciones dentro de la literatura académica. Así la agencia se vincula con el desarrollo endógeno, dado que este último persigue que los actores locales se empoderen, que entiendan las fuerzas globales para saber cómo aprovecharse de lo que está a su alcance y saber protegerse de lo que no se desea. Bajo esta lógica, la agencia se entiende como la capacidad que un agente tiene para actuar libremente.

Posteriormente, se aborda el concepto de turismo alternativo, en tanto paradigma emergente, que cuestiona los modelos de turismo tradicionales en los que se relega al actor local a un lugar secundario. Por tanto, el turismo alternativo precisa modelos de gestión que atiendan más a problemáticas locales y regionales, conducidas por actores locales.

Esta manera de concebir al turismo, es sumamente pertinente para los espacios rurales, en parte por las condiciones sociales estructurales asociadas a la ruralidad, pero mayormente debido al complejo sistema de relaciones sociales, saberes y tradiciones, que se resguardan en estos lugares. Así se analiza el concepto de ruralidad en el marco del turismo alternativo. Esta concepción ofrece cambiar la visión de los territorios rurales como espacios necesitados de ayuda para su modernización, hacia lugares cargados de significación y tradiciones asociadas a su patrimonio cultural, con eventual potencial turístico.

Finalmente, se integra el concepto de juventud y de juventud indígena, para abordar el significado de ser joven, específicamente en la cosmovisión de los pueblos originarios. Igualmente, se analiza cómo esta categoría además de aportar, a la construcción de la agencia dentro del turismo alternativo, debe desarrollar capacidades para co-existir con las territorialidades manifestadas por la gerontocracia y por otras formas de poder que se manifiestan en la comunidad.

Por lo tanto, los jóvenes deben ejercer control sobre las iniciativas para que se adapten a sus necesidades y deseos, lo cual es más adecuado para que el turismo tenga éxito en su comunidad. Por lo tanto, este acercamiento teórico es una forma pertinente de abordar la problemática.

Desarrollo endógeno

La primera meta del desarrollo ha de ser el mejoramiento del nivel de vida de los humanos, y está compuesto principalmente de dos elementos, el crecimiento económico y el desarrollo societal (Boiser, 2010). Así, el desarrollo se basa en la capacidad de actores sociales

para poder organizarse y detonar procesos de crecimiento económico a través de su creatividad y capacidad emprendedora (Vázquez Barquero, 2007).

Las teorías de desarrollo giran alrededor de buscar entendimientos de los procesos de cambio en distintas sociedades (Harriss, 2013). Han surgido de diferentes posiciones y posturas políticas, desde una postura más social y marxista hasta el neo-liberalismo. El desarrollo no es meramente un asunto de crecimiento económico, pero las formas en la cual se organiza y la producción económica son de suma importancia. Por ello, muchos autores de los siglos XIX y XX han apuntado a un subdesarrollo producto de la colonización por países del norte, lo que llevó a la aparición de nuevas ideas y enfoques del desarrollo desde la perspectiva del gran Sur (Harriss, 2013).

Harriss (2013) define el desarrollo como crecimiento, sacar el provecho y potencial de algo, incluye un cambio y el concepto de progreso para llegar a un estado más avanzado. Ha sido desde el fin de la segunda guerra mundial un término usado por todo tipo de gobierno, en particular afines a Estados Unidos y las Naciones Unidas, para desarrollar y justificar sus políticas públicas.

El concepto de crecimiento económico se entiende a la par con industrialización; las economías que se desarrollaron tarde pueden tener una ventaja porque no tienen que pasar por todas las etapas de industrialización y con un gobierno central y buena planeación pueden alcanzar el retraso acumulado, y la necesidad de acumular capital (Harriss, 2013). Esta interpretación llevó al desarrollo de la teoría de la modernización, que utiliza un proceso sistemático para llevar a los países subdesarrollados a un nivel de desarrollo más sofisticado; es un modelo normativo de desarrollo estadounidense y europeo que tiene como enfoque el cambio cultural dirigido a las estructuras institucionales en los países no industrializados. Busca explicar la desigualdad dentro o entre estados basándose en los valores, los sistemas e ideas sostenidas. El eje de la Teoría de la Modernización está en el desarrollo político con niveles de cobertura que consideran lo histórico, la sociología, las ciencias políticas en general y los estudios de área (Shareia, 2015).

Desde el gran Sur, Prebisch y Singer (como se citó en Harriss, 2013) criticaron la teoría de la modernización a partir de las teorías de la dependencia, las cuales emanaron en la posguerra combinando elementos neo-marxistas. Dichas teorías sostienen que el sistema capitalista provoca una conmoción laboral que daña la economía doméstica, especialmente, la de los países llamados en vía de desarrollo. Siendo así, el mercado se ha de regular si no, podría haber una

caída en los ingresos por materia prima, llevando a más desigualdad (Reyes, 2001). Desde estos enfoques conocidos también como teorías de los sistemas mundiales, se introdujo la idea del “centro” y “periferia” refiriéndose al gran Norte y el gran Sur, siendo la dependencia de la periferia hacia el centro lo que llevó al subdesarrollo (Reyes, 2001). Así aparece el concepto de proteccionismo, mediante el cual los estados ayudan a las empresas e industrias de su propio mercado, a enfrentar la competencia mundial y al atraso de desarrollo que se había acumulado. Desde esta teoría la toma de decisión sigue siendo centralizada y en manos del estado nación.

Debido a las dos crisis petroleras de la década de los 1970, surgieron las teorías neoliberales que dan prioridad a la capacidad de autorregulación del mercado, sin la intervención del Estado. Tales propuestas tuvieron un auge al principio de la década de los años 1990, con la caída de la Unión Soviética y del posicionamiento estructuralista que conllevaba un gran peligro debido a la planeación central (Harriss, 2013). El estructuralismo se enfoca en las estructuras socioeconómicas garantizadas por las políticas del Estado que regulan el mercado, en contraposición al neoliberalismo que trata todo como una mercancía incluyendo al trabajo. El cual por su parte es entendido por el estructuralismo como una actividad esencial para la humanidad (Harriss, 2013).

No obstante, con las crisis económicas de la década de los 1980, organismos internacionales apoyaron a economías locales imponiendo el modelo de desarrollo con estabilidad y reajuste estructural, liberando mercados y limitando el poder de los Estados, basándose en controlar el precio de las mercancías.

De igual forma se desarrolló la teoría de la globalización que es una teoría del desarrollo con énfasis en el ámbito de las transacciones económicas (Reyes, 2001). Es un modelo de desarrollo positivo centrado en Estados Unidos y Europa, cuya característica es la expansión del capitalismo por todo el mundo. Su enfoque son las comunicaciones y los vínculos internacionales, dirigidos a factores culturales y económicos, que son el punto de partida para explicar la desigualdad, a través de la identificación de factores culturales y económicos.

La transferencia y difusión de valores culturales influyen en varios grupos en todos los países, a través de la aplicación de sistemas de comunicación (Reyes, 2001). Sin embargo, las minorías no pueden cuestionar o integrarse totalmente a tal mecanismo, ya que los líderes empresariales siguen tomando las decisiones (Reyes, 2001).

En la década de 1990 las teorías del desarrollo estaban en crisis, dados los fracasos prácticos tanto del estructuralismo como del liberalismo, y el hecho de que muchos países en

desarrollo, estaban experimentando violencia y guerra civil. En este punto se mostró evidente el fracaso del Estado en algunas partes del mundo y es así como se toma la decisión de darle una renovada estructura al papel del Estado. Además, el Banco Mundial publicó un documento sobre el buen gobierno en 1992, destacando la importancia de la transparencia y la rendición de cuentas (Harriss, 2013).

Otros autores del postdesarrollo no adhieren a la idea de desarrollo visto meramente como crecimiento económico (Escobar, 1992). Ello se debe a que en dicha perspectiva de desarrollo no se incluye la dimensión humana, como lo anota Sen (2000) con su *capability approach*. El autor, integra el concepto de agencia individual o colectiva, así como lo que las personas valoran hacer o quieren hacer, además del concepto de utilidad y uso de lo producido. A diferencia de nada más referirse a lo que se está produciendo, sus cantidades y su valor económico como aportación a la economía. Así que se expande el entendimiento de desarrollo integrando el concepto de proceso para expandir las libertades reales que la gente puede disfrutar (Sen, 2000).

En los últimos debates sobre el desarrollo, se transitó del enfoque de economías centralmente planeadas, para dar lugar a los individuos, sus deseos y sus anhelos. Así que el desarrollo es también un proceso local, regional o nacional o global. Este mismo, reconoce que ciertos territorios se desarrollan primero y luego otros (Boiser, 2010). El desarrollo depende del contexto, entorno, y cultura en donde se establece, pero siempre parte de las personas. Es entonces un proceso subjetivo y constructivista en donde cada individuo idealiza su propia comprensión y necesidad del desarrollo.

No obstante, existen elementos exógenos que acompañan el desarrollo, ya que según Boiser (2010), el verdadero desarrollo se podrá lograr una vez que un territorio o población es reconocido por los otros, lo cual es particularmente importante para los pueblos originarios, dado que mientras no sean reconocidos como ciudadanos plenipotentes por el resto de la sociedad, nunca podrán gozar de un desarrollo y libertades plenas. Así existe un elemento de reciprocidad dentro del desarrollo.

El territorio implica una construcción social, es un sentimiento que vincula a los habitantes con un lugar, por tanto, existen múltiples maneras de construir un territorio dada la diversidad de actores que lo habitan. Así mismo, es común que se manifiesten diversos intereses en él, ya sea desde los lugareños o los de adentro, desde los sujetos, desde los sujetos externos, desde los gobiernos, entre otros.

El hecho es que el territorio no existe en autarcía, es parte de territorios más amplios que se conectan en un mundo globalizado, y debe entender su posición si quiere seguir existiendo. Las problemáticas que los afectan son glocales (Boiser, 2010). Esto quiere decir, atender localmente problemáticas globales. Los territorios locales hacen parte de los mercados globales y se rigen bajo estrategias de desarrollo más amplios (Vázquez Barquero, 2007).

De acuerdo a la definición del desarrollo endógeno, los intereses de los territorios se han de priorizar sin olvidar las otras visiones y lo que pueden aportar (Boiser, 2010; Saquet, 2015). Los intereses de los territorios están a manos de diferentes actores, cada uno con su propia capacidad y poder. Es importante identificar quien lo ejerce, quien tiene más tendrá mayor capacidad y recursos para expresar su territorialidad, es decir, ejercer su poder para hacer que su voz se escuche, posicionar su agenda, o promover su concepción de desarrollo, sea endógeno o no. Estas relaciones de poder son formales o informales, comúnmente en territorios originarios, se expresan basándose en la historia, capital social, cultura y la identidad colectiva, en formas de vida ancestrales, instituciones, invisibilizando a muchos actores potenciales locales, empezando por las mujeres y los jóvenes (Vázquez Barquero, 2007; Boiser, 2010).

Es importante entender que las personas se autoconstruyen y se autodefinen, los actores gozan de la libertad de llevar a cabo las vidas que quieren para ellos mismos, aunque ello este en parte determinado por los valores que tienen, la cultura y el territorio en los cuales evolucionan (Boiser, 2010). El ser humano es un ser social que tiene como necesidad socializar con los demás, aprender, intercambiar, enseñar, tener valores comunes y compartidos que son parte de la construcción de cada uno. En su entorno el joven indígena campesino es discriminado por “ser” y como Boiser (2010) lo indica, a través del reconocimiento podrá alcanzar la plenitud de su postura como persona humana a los ojos de la sociedad.

Por el mismo sentido, Sen (2000) en su definición de desarrollo, considera que el actor ha de contribuir a la expansión de las libertades que puede disfrutar el portador, no obstante, lo hace desde una base económica donde la satisfacción de lo más básico es primero y con la finalidad de superar la pobreza económica. Para lograr esto, el sujeto debe enfrentar las relaciones de poder y las desigualdades sociales que le impiden alcanzar estas libertades individuales (Sen, 2000).

Por ello, el desarrollo parte del imaginario de los actores locales, conlleva a una capacidad de acción social, resalta la importancia de las iniciativas locales para su consecución y dinamiza a la comunidad para mejorar su nivel de vida (Vázquez Barquero, 2000; González

Villalobos *et al.*, 2019). Para esto, la agencia debe igualmente ser desarrollada, primero que nada, para que el sujeto tome conciencia de su situación y segundo saber cómo abordar las problemáticas a las cuales se enfrenta (Fraser y Honneth, 2003). El modelo de desarrollo debe construirse desde abajo, desde adentro hacia fuera, basándose en la realidad del territorio en cuestión (González Villalobos *et al.*, 2019).

En este momento conviene advertir que el poder no es de suma cero, es decir que los territorios y comunidades constantemente, se enfrentan a presiones externas, visiones exógenas que priorizan el desarrollo de arriba abajo, por tanto, para resistir se necesita unificar hacia dentro ya que la suma de las concepciones e identidades locales resultaran más fuertes que el combate individual (Ibrahim y Alkire, 2007; Boiser, 2010). No puede existir un verdadero desarrollo sin las voces y opiniones de los agentes locales. Han de ser involucrados en los procesos de toma de decisión, además de apropiarse del modelo de desarrollo (Vázquez Barquero, 2007). Lo importante es que los actores puedan decidir lo que es esencial para ellos, que tengan la oportunidad de realizarse a su conveniencia (Sen, 2000). Es entonces un proceso dinámico, siempre en evolución, basado en la capacidad creativa de los actores locales (Vázquez Barquero, 2007).

Por lo cual, el desarrollo entendido en su perspectiva endógena, se basa en las necesidades del individuo, de la región que habita y en sus potencialidades, habilidades, conocimientos y recursos, así como los recursos de los que dispone el territorio. De igual forma, se basa en los atributos particulares culturales y las relaciones sociales prestadas a los pueblos indígenas rurales como la autoayuda y la ayuda mutua. Se construye a partir de las formas únicas de organización y de instituciones, que son factores claves para la autonomía local en los procesos de transformación que gobiernan los actores locales (Vázquez Barquero, 2007; González Villalobos *et al.*, 2019). Por ello, se propone la tesis que el desarrollo endógeno es el modelo más adaptado para dar lugar a la agencia de los jóvenes indígenas campesinos.

Agencia

El desarrollo endógeno, como se ha visto, implica que sea entendido desde lo local. El desarrollo se construye desde el territorio y sus recursos los cuales definirán como se integra al mercado global. El concepto de desarrollo endógeno entonces implica que la toma de decisión sea en lo local desde los agentes del territorio en el cual se construye.

El concepto de desarrollo endógeno se vincula al concepto de agencia, entendiéndose está como la capacidad que un agente tiene para actuar libremente. No obstante, la libertad se debe manifestar a nivel individual y de forma colectiva también. Un agente es un actor participe de su propia vida (Quintanilla, 2017).

La agencia es necesaria, dado que, se ejerce en la cotidianidad. La ausencia de agencia en alguna actividad del interés del agente o en la cual se siente representado, puede impedirle participar en la vida pública, tomar decisiones informadas o manejar lo cotidianidad como lo desea.

Long (2007) define la agencia como una capacidad para conocer y actuar basándose en las acciones y reflexiones constituidas en prácticas sociales, teniendo un impacto e influencia en acciones e interpretaciones del mismo actor y de otros. Es decir, la forma en que el actor se posiciona frente a la otredad. Dalle, Boniolo, Sautu y Elbert (2005) integran el concepto de autonomía que es central para transformar un actor en agente de su propio desarrollo, actuar más allá de los condicionamientos que impone el sistema social. Pick *et al.* (2007) añaden al concepto de agencia, autoeficacia, autocontrol, autodeterminación, y actuar con voluntad propia, sin coerción; es el estado de ser un agente con autogobierno.

El autogobierno, o autorregulación del comportamiento, es central para que los jóvenes ejercen su agencia dentro del turismo. Permite a los actores, proyectarse en su entorno, autogestionar sus emociones al tener autocontrol. Además, posibilita el ser capaz de resistir la frustración, adaptarse al cambio, reconocer la complejidad de las relaciones interpersonales y tener una capacidad de negociación, permitiendo la autoeficacia. Así que, una vez lograda la autorregulación del comportamiento, los jóvenes podrán tener una postura adecuada para enfrentar los retos de manejar una iniciativa turística exitosa, o sea, alineada a sus anhelos. Por lo cual, la agencia se centra en uno y su capacidad de gestionar el propio proyecto turístico alternativo y enfrentar las relaciones de poder que podrían impedir su independencia para alcanzar su última implementación (Lozano, 2014).

La agencia, de igual forma, es la capacidad de establecer metas, sin coerción, de forma autoeficaz, con control (Alkire, 2007; Ibrahim y Alkire, 2007). La agencia facilita al poseedor interactuar con la otredad, permite al agente tener objetivos y un propósito. No obstante, a diferencia de autores como Alkire y Ibrahim (2007), se entiende que la agencia no es universal, es dominio dependiente. Un agente no puede tener desarrollado todos los aspectos de su vida de

la misma forma, tendrá ciertos intereses y capacidades que hará que ciertos elementos se desarrollen más que otros.

Así, los jóvenes de San Mateo Ozolco, actores sociales clave para esta investigación, han de ser conscientes de su propia realidad, del plan de vida que quieren desarrollar, las metas que quieren alcanzar, conocer las posibilidades que se ofrecen a ellos dentro de su comunidad. Eso les permitirá modificar de forma voluntaria su futuro a partir del abanico de posibilidades que se presentan a ellos. La forma de lograrlo es a través del autoconocimiento (Quintanilla, 2017).

No obstante, la agencia existe tanto a nivel individual como colectivo. El gran reto es entender que la agencia individual se desarrolla, al igual que el desarrollo endógeno, en la capacidad, valores y deseos de cada actor.

A nivel individual, el proceso de desarrollo de la agencia incluye negociación con uno mismo y con la sociedad en donde se incide. Las metas de la agencia se fijan con base en el conocimiento de la cultura, valores, identidad y territorio en el cual se vive, además del aspecto material. A nivel colectivo se requiere escuchar las voces, a través del manejo del lenguaje, las organizaciones, la representación.

Sin embargo, como ya se describió, no todos gozan de la misma representación, en muchas culturas, incluyendo a los pueblos originarios, los hombres son más representados que las mujeres, los jóvenes o los niños. Se requiere entonces detonar la agencia de los menos representados para que esta se pueda expresar de forma libre (Ibrahim y Alkire, 2007).

La agencia se ha asimilado al empoderamiento, dado que se evidencia a través de las habilidades desarrolladas y los valores alcanzados (Alkire, 2007; Ibrahim y Alkire, 2007). Estos mismos autores explican que a través de la agencia los actores pueden tomar control de sus vidas. Por lo tanto, se puede reconocer la agencia a través del poder que ejerce una persona, así como en su capacidad para tomar decisiones. Por esta razón, se ha buscado equiparar a la agencia con el nivel de empoderamiento.

Sin embargo, el empoderamiento es un elemento de la agencia, mediante el cual el agente tiene la opción de actuar sobre un aspecto de su vida. Por ello, Alkire (2007) e Ibrahim y Alkire (2007) concuerdan en que la agencia se puede conocer a través de los indicadores relacionados con *diferentes* tipos de poder; el *poder de*, el *poder sobre*, el *poder desde adentro* y el *poder con*. El *poder de* se refiere a la toma de decisión a nivel de dominio o actividad; el *poder sobre*, trata de la capacidad de un agente de tomar una decisión personal; el *poder desde*

adentro es la capacidad de cambiar aspectos de su propia vida desde adentro, a nivel personal; y el *poder con*, es la capacidad de realizar cambios a nivel comunitario, como es percibida la persona por la otredad.

Desarrollar control sobre estas cuatro categorías permitirá que la agencia se expanda (Ibrahim y Alkire, 2007). No obstante, en lo anterior, se identifica que no está incluido el deseo de los actores por tener esta capacidad o lograr este tipo de empoderamiento. No es suficiente tener una capacidad sino valorarla (Sen, 2000). Por lo cual, el concepto de agencia que se basa nada más sobre un estudio del poder que porta un sujeto queda al margen de lo que se busca para el presente trabajo.

De igual forma, se ha entendido a la agencia como un *proxy* al desarrollo, es decir que la expresión de un desarrollo exitoso es la agencia de una persona (Alkire, 2007). Los indicadores de desarrollo han sido usados para medir la agencia, como el nivel de pobreza y demás indicadores socio-económicos. Aquí se presentan dos problemas. En primera instancia, no se considera el deseo de las personas como en el caso del empoderamiento, ya que el hecho que una persona tenga muchos bienes materiales no necesariamente significa que vive una vida plena. En segundo lugar, la agencia es dominio específica y no por tener muchos bienes implica que un agente tenga su agencia desarrollada en el dominio que valora. Además, la agencia se basa en la intencionalidad del actor, la capacidad de transformar de forma voluntaria su futuro, no en elementos valorados e impuestos de manera exógena (Quintanilla, 2017).

Cómo lo menciona Quintanilla (2017, p.2):

Ampliamos nuestra agencia cuando actuamos según nuestros valores y, más específicamente, cuando actuamos según los valores para los cuales tenemos razones para valorar, esto es, aquellos valores que han sido apropiadamente examinados a la luz de nuestras prioridades y en función de las simulaciones que hacemos de los escenarios posibles y de sus probables consecuencias.

Como se ha demostrado, los elementos externos pueden afectar la planeación y visión a largo plazo de los actores locales. Por ello, se ha de valorar la agencia que se ejerce y se reconoce como importante, ya que, de no ser así, el sentido de vida de los actores se verá afectado. Este término se refiere a la capacidad de los jóvenes por mantener una dirección clara dentro de su proyecto, que no se vea perjudicada o alterada por elementos externos, y las

fluctuaciones de las presiones externas. Así como entender las aportaciones de trabajar en grupo a comparación de la vulnerabilidad de llevar a cabo el proyecto de forma individual y aislada.

Claasen (2016) presenta una alternativa a estas concepciones de la agencia con base en lo cual transferido al turismo se puede valorar la agencia de actores locales. Dicho autor basa su modelo sobre autonomía y libertad, es decir, la actividad que se está analizando y considerando el contexto en el cual se encuentra. Ello es muy importante, dado que la agencia se basa en los valores y habilidades individuales y en la manera de expresarlos. Es decir que existe un elemento interno, la autonomía, y un elemento externo, la libertad. Ambos momentos solicitan un diálogo, uno interno y el otro externo, con la otredad. El diálogo es un elemento transversal de comunicación.

De lo anterior se entiende que la agencia es entonces un concepto subjetivo que permite actuar de forma independiente. Es fomentada por la autonomía, expresada por el conocimiento del agente turístico sobre sí mismo y cómo se ubica en su contexto; por la autogobernanza o la capacidad de autorregular el comportamiento; por el sentido de vida, que corresponde a la visión del proyecto turístico que tiene un agente.

De igual forma, es favorecida por la libertad expresada por el autorreconocimiento, que corresponde a cómo las otras personas perciben al agente, como este agente se posiciona dentro de la sociedad. Es decir, el reconocimiento que un actor goza por parte de sus iguales, la posición de liderazgo que puede tener, la capacidad de convocatoria con la cual cuenta dentro de su comunidad. Al desarrollar estas habilidades, el agente podrá tomar decisiones de forma asertiva dentro de un dominio particular. Asimismo, el agente, tendrá la capacidad de reflexión y de acción e influir en la otredad en acorde con sus valores y habilidades (Dalle *et al.*, 2005; Long, 2007; Pick *et al.*, 2007).

Como se verá más adelante, el turismo alternativo ofrece una oportunidad para que un agente o individuo sea capaz de establecer sus propias metas, ejercerlas sin ser manipulado por los demás, es decir, puede actuar de forma libre (Claasen, 2017). En un inicio requiere mucho autoconocimiento por parte de los actores para que puedan navegar dentro de las diferentes actividades o dominios en el cual deseen ejercer su agencia (Quintanilla, 2017). Los investigadores pueden así identificar los elementos de la agencia que existen y cuales se han de reforzar. La meta es entender a la agencia de cada agente, no de medirla.

Turismo alternativo

A partir del año 2020, una nueva realidad mundial ha surgido después de años de aumento de los desplazamientos internacionales. La aparición de un virus altamente contagioso causante de la enfermedad COVID- 19, ha trastocado la situación socioeconómica, política y de salud a escala internacional, generado a su vez nuevas oportunidades y amenazas para el turismo. Una potencial oportunidad para el turismo se encuentra en la motivación de desarrollar y fortalecer los mercados internos, al restringirse los desplazamientos lejos del lugar de origen (WTTC, 2020).

El turismo es uno de los motores de la economía mundial que no solo conlleva una actividad productiva, sino también un elemento sociológico al existir la relación entre el turista y la comunidad de acopio. Dicha relación suele generar cambios culturales y transformaciones a nivel local (Acero, 2018).

El turismo masivo, como actividad humana reciente, ha fomentado la incorporación de los pueblos indígenas al mercado turístico, lo que ha resultado en cambios profundos a nivel territorial, socioeconómicos, sociales y ambientales. Por ello es necesario controlar y regular la actividad turística generalmente, impuesta con modelos exógenos ajenos a las culturas y a la identidad misma de los pueblos indígenas (Martínez Castillo, 2012).

Desde finales del siglo pasado, se han incrementado las críticas al modelo de turismo tradicional o masivo, debido a su falta de inclusión de las poblaciones receptoras, a los impactos ambientales devastadores y a la poca derrama económica para los lugareños (Taylor, 2016). Estos efectos se suman a otros grandes problemas presentes en comunidades de México y de América Latina en general, como son la desaparición de actividades tradicionales, como la agricultura o la práctica artesanal, además de la continua migración a las ciudades y la necesidad de conservar sus espacios naturales y su cultura ante el avance de la modernidad. Esto pone en evidencia la necesidad de buscar alternativas al modelo de desarrollo económico hegemónico, hacia propuestas de base endógena (Borge, 2000).

El turismo incide tanto en la cultura como en lo social, afectando las relaciones entre los habitantes de las comunidades receptoras, y la calidad de vida. A nivel cultural, los cambios son más lentos, pero generalmente resultan en un cambio de los patrones culturales, con una asimilación de la cultura ajena también fomentando cambios a nivel de la actividad económica, cambios en el manejo y uso de bienes naturales, del patrimonio y del desarrollo rural mismo (Martínez-Castillo, 2012).

Estos impactos ya han sido estudiados, especialmente desde las afectaciones culturales del turismo en los pueblos originarios. Se han detonado desde el inicio de la década de los noventa del siglo pasado una serie de políticas públicas, en particular en los países latino americanos, para alejarse del turismo de masas, del desarrollo de mega complejos turísticos, o al menos centrarlos en ciertas zonas de los países.

Esto ha resultado en el apego a modelos del denominado turismo rural comunitario o turismo alternativo. No obstante, se ha notado que estos proyectos, aún están siendo diseñados desde afuera de las comunidades, de forma homogénea. En cada uno de los países, se ha impulsado un modelo turístico desarrollado desde su respectivo ministerio o agencia (SECTUR, 2020; Ministerio de Turismo de la República de El Salvador, 2015).

Estas acciones han llevado en gran medida, al conflicto social, dado que no han sido apropiados por las comunidades locales y se abandonaron una vez que las subvenciones externas terminaron (Milano y Gascón, 2017). Por ello la apropiación comunitaria es de gran importancia para la consolidación del proyecto turístico. Desde hace unos años, han surgido muchos modelos con el nombre de turismo alternativo, que intentan mantener esta visión (Milano y Gáscon, 2017).

En un inicio, el turismo alternativo surge como una alternativa a las actividades del turismo de masas, basado en el consumo y en satisfacer las demandas del turista, como lo plantea Butler (1990). Dentro de este entendimiento, el turismo sigue viéndose desde la oferta, con el fin de conservar espacios naturales y dinámicas sociales para generar una oferta exclusiva, y alternativa al turismo masivo de sol y playa (Butler, 1990). Aunque exista un elemento de generar experiencia únicas e individuales (Cohen, 1987).

El turismo alternativo ha sido descrito como un modelo que incluye las modalidades de ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura, turismo verde (SECTUR, 2004; Navarro Gamboa, Vázquez Solís, Van't Hooft y Reyes Agüero, 2019). En este acercamiento se incorporan actividades turísticas para el descubrimiento de áreas naturales y de pueblos rurales. Luego evolucionó para incluir además de la preservación de espacios naturales y sociales, también los aprendizajes y la construcción de redes (McGehee, 2002). Este último enfoque facilita la apropiación por los pueblos receptores de la actividad turística. Se busca alejar de un interés únicamente economicista de la actividad turística, a uno de construcción de diálogo multicultural y fortalecimiento de experiencias tanto para el turista como para la comunidad receptora.

En la literatura disponible, se observa poca claridad en el uso del concepto alternativo, siendo común que ni siquiera se presenta una definición. Como fue arriba mencionado, ello ha resultado en un fracaso de las iniciativas, por ello es fundamental identificar cuáles son los elementos claves de la agencia que deben tener los agentes locales para la gestión exitosa del turismo.

Es importante mencionar que lo alternativo se ha asimilado con lo rural, fomentando un cambio de paradigma sobre la visión de estos espacios. Esta visión ha evolucionado de considerarlos como símbolo de rezago necesitados del desarrollo y modernización, a lugares que resguardan tradiciones y costumbres, las cuales son altamente relevantes para el turismo.

De acuerdo al Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD] (2018), el turismo en espacios rurales debe ser una actividad integradora de la naturaleza con la vida cotidiana de las comunidades locales y, fomentar las prácticas productivas sustentables, mientras que los beneficios económicos han de ser distribuidos de forma equitativa y no debe priorizarse su realización sobre otras actividades. Debe ser un complemento de la cotidianidad (PNUD, 2018). Por su parte el turística debe interesarse por participar en actividades junto con la comunidad y compartir sus vidas por un tiempo.

Como se ha visto las diferentes tipologías de turismo rural comparten muchos rasgos, generalmente dos o más se desarrollan al mismo tiempo tanto del lado del turista que de la comunidad receptora. Así que no son formas excluyentes de turismo, más bien incluyentes, se complementan, lo que todos comparten es que se realizan fuera de las urbes, por ello ha sido práctico integrarlas como diferentes expresiones del turismo rural. Lo que ha resultado en que se ha de preservar lo que se ofrece en el espacio rural, ya no menospreciarlo o intentar cambiarlo sino regenerar sus peculiaridades. Así que es necesario contar con una concepción y valorización común del patrimonio local, a nivel de la comunidad.

Al incursionar en el turismo, cualquier comunidad experimentará cambios y transformaciones territoriales, pero se puede controlar, si se conocen los límites aceptables. Estas nuevas propuestas intentan conjugar el desarrollo socio-económico con la sustentabilidad del medio ambiente, así como mantener en un máximo la cultura local y la continuidad de los ecosistemas, dado que, en muchos pueblos originarios, la forma de vida está íntimamente ligada a las formas de producción agropecuarias (Ruiz-Ballesteros, 2017).

Una de las formas de hacerlo es que la comunidad se involucre en el diseño de las propuestas turísticas y se adueñe de ellas, que pueda decidir por su propio desarrollo, es decir,

que el desarrollo sea endógeno. Un modelo que permite esto, es el turismo de base local que intenta centrarse en la sustentabilidad socio-ambiental de un espacio, con un entendimiento territorial delimitado (Ruiz-Ballesteros, 2017).

De igual forma los estudios se centraron mucho en los atractivos naturales y culturales de las comunidades, como si fueran una especie de escaparate para el turista, complementado con cabañas y demás infraestructura turística. Sin embargo, este tipo de turismo no considera a la comunidad, las dinámicas sociales existentes, el poder informal que se expresa por el control social por ello se debe seguir el concepto de resiliencia socio-ecológica (Milano y Gascón, 2017; Ruiz Ballesteros, 2017), entendida como “la capacidad de un sistema socio-ecológico para mantener la conexión entre sus elementos físicos, biológicos, sociales y culturales en un contexto de transformación” (Milano y Gascón, 2017, p. 9).

Por ello, es de interés el modelo de turismo alternativo debido a que se centra y parte de la participación comunitaria (Navarro Gamboa *et al.*, 2019). Sin embargo, se observa que el abordaje académico del turismo alternativo en relación a la participación de los jóvenes indígenas aún es escaso, refiriéndose de manera genérica como turismo en comunidades indígenas, o simplemente, turismo indígena.

No obstante, la conceptualización del turismo indígena nace de un imaginario occidental, en donde el pueblo asume un rol estático, como si se tratara de una fotografía en donde no se aprecia aquellos elementos que le dan vida, como las dinámicas sociales y los anhelos de los habitantes (De la Maza, 2015). Una cuestión detectada, es que este tipo de turismo se define en términos similares a lo que se entiende por turismo alternativo (González, Thomé, y Osorio, 2019). Por lo cual, la definición de Pereiro (2015) parece ser la más adecuada al tratarse de un turismo comunitario, participativo, sustentable, inclusivo y ecológico, desarrollado en un territorio en donde los habitantes portan características identitarias específicas.

La gran limitante, ha sido la visión del desarrollo de los pueblos originarios y sus políticas públicas, que se generan desde el Estado nación, el cual se empeña en llevar la modernidad sin considerar las particularidades culturales, los deseos de cada comunidad, o la identidad propia de los grupos. Cuando se ha considerado, se ha tomado como un producto que se puede mercantilizar (De la Maza, 2015).

Otros autores han presentado al turismo alternativo como parte de un impulso incorporado a las actividades locales dentro de un desarrollo sustentable y armónico. Ha sido

también visto como un complemento de las actividades del campo, sin perseguir su reemplazo. La forma de consumir cambia basándose en experiencias únicas y las emociones, pero debe incluir la protección al medio ambiente, parte de aspectos sociales de las comunidades y es elaborada en manos de los lugareños. De la misma manera, se basa en la cultura local y los saberes ancestrales y se desarrolla colectivamente, se desarrolla a pequeña escala con infraestructuras de bajo impacto y de igual forma minimiza el impacto social, ambiental y económico negativo, de la actividad turística en el lugar de acopio (Bringas y González, 2004; Osorio-García, 2010; Jouault y García de Fuentes, 2015; Narváez, 2015; Navarro-Gamboa *et al.*, 2019; Nieto, 2019; García de Fuentes y Cervera Montejano, 2020).

Se fundamenta en evitar la deshumanización de la gente local para fomentar su dignidad, así permite aprovechar el aspecto educativo y las particularidades culturales (Cohen, 1987; Narváez, 2015). Además de ofrecer formas de viajar más flexibles y diversas promoviendo la retención de los ingresos a nivel local (Osorio García, 2010).

Como se ha visto el turismo alternativo cuenta con un gran número de especificidades, las cuales se pueden resumir en cuatro categorías de análisis: la primera es su enfoque territorial, al estar basado en elementos culturales, sociales y la cosmovisión local anclada en el territorio en el cual se desarrolla. Este enfoque territorial permite fortalecer la identidad de los participantes en la actividad turística al mostrarse la realidad social tal cual es, en donde las actividades turísticas se construyen desde dicha realidad. Parte de un diálogo intercultural, entre la comunidad y el visitante. Además, busca minimizar los impactos ambientales. Al construir un patrimonio común, una visión compartida del territorio facilita la gestión de conflictos internos.

La segunda categoría es la infraestructura usada para las actividades turísticas. Como se mencionó anteriormente, en el turismo alternativo se ha de cuidar el impacto ambiental, se ha de usar una infraestructura eco amigable y alineada al uso de recursos locales. De igual manera, se busca la tecnología utilizada sea de bajo impacto en el desarrollo de la producción de alimentos.

El turismo alternativo parte de la comunidad, de sus anhelos y visión, de lo que se desea compartir de su vida cotidiana y cosmovisión del mundo. Por lo cual el aspecto social y comunitario del turismo es primordial. La tercera categoría de análisis justamente atiende este punto, relacionado con el enfoque social del turismo, el cual permite el fortalecimiento de instituciones horizontales comunitarias.

Al trabajar en grupo, se facilita la gestión de los proyectos dentro de la comunidad. De igual manera, se genera una visión más clara de lo que se busca realizar y de las necesidades, lo

que resulta en un diálogo más eficiente con lo exógeno, facilitando la introducción de apoyos externos aceptados y valorados. Además, las dinámicas de grupo permiten un cambio consensuado, para lo cual es necesario considerar la equidad de género en las actividades turísticas y el diálogo intergeneracional para enfrentar las relaciones de poder.

Finalmente, es importante que las iniciativas desarrolladas puedan generar ganancias para la comunidad, por tanto, el aspecto económico de la actividad turística debe ser incorporado para que se vuelva sostenible, pero sin anteponerlo a las cuestiones previamente descritas. Por ello, la cuarta categoría de análisis es el enfoque económico. El beneficio económico contribuye al arraigo, si se reinvierten en el lugar. Además, fomenta el emprendimiento social, para que los comunitarios tengan alternativas económicas complementarias de sus actividades cotidianas. Es importante resaltar que las actividades turísticas no han de reemplazar las actividades económicas existentes, para no fomentar la dependencia y limitar el cambio dentro del territorio. Finalmente, ha de fomentar la construcción de redes horizontales locales para la circulación de bienes y servicios.

Concepto de joven

Después de una revisión del término joven en documentos oficiales de México (como el Instituto Mexicano de la Juventud [IMJUVE]) e internacionales, se observa que se limita a definir a una persona que tiene entre 15 y 29 años de edad. La Unión Europea, dependiendo de sus instancias, lo define como cualquier persona que tiene de 15 a 25 años de edad, aunque dentro de su programa de intercambio escolar, ERASMUS+ considera a personas jóvenes de los 13 años hasta los 30 años (Unión Europea, 2021); mientras que si la juventud se relaciona con el término campesino, la categoría se extiende a los 35 años (EU Agricultural and Farm Economics Briefs, 2017). Para la Organización de los Estados de América (OEA), un joven es aquel que tiene de 15 a 24 años de edad, y busca atender en particular con este grupo, la institucionalización del diálogo, el desarrollo de capacidades y el fortalecimiento del desarrollo institucional dentro de los países que forman parte de la organización (OEA, 2021).

Así mismo, la Organización de las Naciones Unidas admite que no existe una aceptación universal del concepto de joven, pero para fines estadísticos y sin perjudicar o intentar imponer cualquier definición de algún Estado nación, se considera como joven a las personas entre 15 y 24 años de edad. Ello fue plasmado en 1981 durante la elaboración del Año Internacional de la Juventud que tuvo lugar en 1985 (Naciones Unidas, 2021). Todo documento

emitido por esta instancia se basa en dicha definición. Aunque existen algunas inconsistencias como la definición de niño como aquel individuo que tiene menos de 14 años, no obstante, según el artículo 1 de la Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos del niño de 1989, un niño es cualquiera persona que tiene menos de 18 años (Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos [OHCHR] 2021).

Muchos Estados nación limitan el concepto de joven hasta el momento que la persona llega a tener la mayoría de edad y es considerada adulta frente a la ley. Es importante resaltar que la definición y características según las instituciones nacionales no consideran a un joven con las mismas características, ello depende de los fines políticos, socioculturales y económicos de cada institución (Naciones Unidas, 2021).

La UNESCO introduce una definición más precisa de lo que es ser joven, dándole una característica sociocultural y actitudinal. Considera que el joven conlleva creatividad, que es capaz de realizar cambios, innovación social, participar de pleno en el desarrollo de sus sociedades, participar en la erradicación de la pobreza y de las iniquidades hasta fomentar una cultura de paz tanto para sí mismos como para las comunidades donde viven y para el mundo en general (UNESCO, 2021). La UNESCO, como organismo de Naciones Unidas, sigue la limitante de edad, pero entiende que es un concepto contexto dependiente, que la experiencia de ser joven varía por mucho en el mundo y que es una categoría cambiante y fluida.

Por su parte la Organización Mundial de la Salud [OMS] divide el grupo joven en dos, considerando a las personas de 10 a 19 años como adolescentes y aquel que tiene entre 19 y 24 años de edad como joven. La OMS integra las divergencias entre edad biológica y cronológica, así como las diferentes etapas psicosociales de cada individuo. La misma organización, discierne que no puede ser un concepto limitado por un rango de edad y que es contexto sensible (OMS, 2021).

A nivel nacional, en México, se considera joven aquel que tiene de los 12 años a los 29 años. Pero como se ha podido notar en la definición del concepto por los organismos internacionales se les entrega una carga fenomenal, la esperanza del mañana. El IMJUVE describe, a los jóvenes como la mejor oportunidad para apoyar al desarrollo de México, o bien como un momento de la vida que se encuentra entre la infancia y la adultez, aunque no es un término aplicable de forma homogénea a todas las regiones del país, dadas las diferencias culturales, sociales, nivel socio-económico, nivel de actividad física o intelectual, estado de salud, educación y clima local, entre otros.

Pero el IMJUVE destaca un punto importante en la definición del término, que es el momento de la vida en el cual se desarrolla la identidad propia, la visión de sí mismo y de su entorno, empieza a entender su posición dentro de la sociedad (Gobierno de México, 2017). Aunque se le suele considerar como un ser inmaduro emocionalmente, intelectualmente y socialmente, como una persona adulta en construcción, pero aún no formada del todo.

Bourdieu (2002) ilustra la clasificación de joven, hecha desde la cosmovisión occidental. Desde la perspectiva del autor, la categoría de joven, sirve como elemento de control y sumisión hacia los llamados adultos maduros. En el mismo sentido, joven o maduro no se asocian con una edad específica sino por su actividad, es decir, que un estudiante será considerado un joven pero no un director de una grande empresa aunque ambas personas tengan la misma edad biológica. Se trata de que cada quien respeta su lugar, los jóvenes se divierten, los adultos dirigen. Así, una vez que el joven entra dentro de un cargo definido por la sociedad en la cual evoluciona, podrá ser considerado adulto (como ser considerados adultos frente a la ley después de haber cumplido la mayoría de edad), pero tratados como niños en otros aspectos. Es entonces un fenómeno social manipulable, por ello se reconoce desde las más grandes instituciones internacionales que es variable según el contexto (Bourdieu, 2002).

Concepto de joven en la cosmovisión de los pueblos originarios

Cuando se habla de juventud en un contexto indígena, tener una definición y conceptualización precisas se complica aún más debido a que en muchos idiomas y culturas de los pueblos originarios no existe una traducción directa de la palabra, ni existe esta categoría en el desarrollo de una persona.

El contexto es de suma importancia, ya que no se puede hablar de homogeneidad al referirse a los pueblos originarios, y menos cuando se trata del concepto de joven (Pérez Ruíz, 2011). En muchas sociedades se ha asociado el ser indígena con una connotación negativa lo que afecta la identidad y ha resultado que muchos buscan renunciar a su cultura, afectando los procesos de etnización, dando poder al grupo dominante de imponer una etiqueta, un nombramiento y discriminando la forma de autodenominarse y de construir su propia identidad (Pérez Ruíz, 2011).

Cuando se decide estudiar al joven indígena y además campesino, se debe definir con precisión desde qué punto de vista uno lo hace y qué categorías se usarán. Según Pérez Ruíz (2011) existen dos categorías para llevar a cabo estas investigaciones sobre joven indígena, en

primer instante se puede asumir una categoría preestablecida como las definidas por las instituciones internacionales y los gobiernos nacionales, o partir del entendimiento del grupo socio-cultural estudiado. En México, desde la academia antropológica no se ha investigado mucho el concepto de joven indígena, debido a que dentro de grupos originarios la categoría joven no existe como se pasa directamente de ser niño a ser adulto.

El concepto de joven es exógeno, es un concepto moderno eurocéntrico y como se ha visto es una clasificación homologada internacionalmente usada para las estadísticas demográficas (Pérez Ruíz, 2011). En ciertos casos, la noción de joven ha sido introducida, aunque existe pueblos originarios dentro de los cuales esa noción ya existía, no obstante, con una connotación distinta a la introducida por la modernidad, generando conflicto entre ambas concepciones (Pérez Ruíz, 2011).

Se debe estudiar esta clasificación con ojos críticos, no se puede imponer una noción cuando se lleva a la investigación, no obstante, en todas sus concepciones conlleva el tronco común que el ser joven es un periodo de transición, de una etapa de vida a una otra, es transitoria. Además, se ha de entender su posición dentro de una sociedad dada, su relación con los otros grupos que coexisten dentro de un contexto a un momento dado (Pérez Ruíz, 2011).

Asimismo, uno siempre es joven para alguien mayor, también se asocia ser joven con ser rebelde, en formación, sin poder, equivocados, impulsivos, llenos de energía, no valorados (Bourdieu, 2002). De igual forma, tiene más implicaciones el estudiar y definir un joven indígena como más adelante se presentará, sus efectos sobre la identidad y cultura de las personas al ser categorizadas como joven.

Para finalizar este capítulo, en el presente marco teórico se ha mostrado que la forma más adecuada para estudiar la agencia de jóvenes campesinos indígenas para tener una gestión exitosa del turismo es partiendo de un enfoque particular del desarrollo, el desarrollo endógeno. Ello implica aceptar que los agentes locales son los mejores posicionados para lograr el turismo. Pero para entender cuáles son las habilidades y capacidades que tienen para incursionar en el turismo, se ha de estudiar su agencia y en particular la ausencia de agencia, a partir de cuatro categorías, 1) sentido de vida, 2) autoconocimiento, 3) autorreconocimiento y 4) autogobernanza.

De igual forma, no todo modelo de turismo es adaptado para que se pueda realizar, el estudio ha de buscar promocionar el turismo alternativo, que entrega el poder de toma de decisión a los agentes locales. Así que las características del turismo alternativo servirán de

categorías de análisis para la parte metodológica dentro de la primera fase. Cómo cambia la forma de consumir basándose en experiencias únicas y los sentipensares. Además de fomentar la protección al medio ambiente. Del mismo modo que parte de aspectos sociales de las comunidades y ha de ser elaborado en manos de los lugareños, se basa en la cultura local y los saberes ancestrales y se desarrolla de forma colectiva, se desarrolla a pequeña escala con infraestructuras de bajo impacto y minimiza el impacto negativo (a nivel social, ambiental y económico) de la actividad turística. Finalmente, promueve la retención de los ingresos a nivel local.

CAPÍTULO 4. DISEÑO METODOLÓGICO

En correspondencia con la postura crítica señalada en el diseño de esta investigación y para tener un entendimiento más holístico de lo que se pretende realizar en la presente investigación se partirá de un enfoque crítico, como postura epistemológica que cuestiona la realidad (Briones, 1996). La investigación emanará del paradigma participativo crítico, el cual soporta la co-creación del conocimiento a través de las experiencias e interacción colectiva entre el investigador y los co-investigadores o participantes (Jennings, 2010), sustentado en el trabajo grupal y la práctica social, resultado de la construcción intersubjetiva y colectiva.

Se parte de que el mundo participativo reconoce realidades que son co-creadas por los participantes y el investigador a través de la interacción experimental y práctica, diálogos y compromisos, que son socialmente y culturalmente contextualizados. Ello implica un cambio, al final de la experiencia tanto en el investigador como los participantes, quienes deben ser transformados. Así, ambos son sujetos de la investigación al ser co-creadores, lo cual es la base de la acción-participación (Jennings, 2010).

Gadamer (1960, como se citó en Briones, 1996) añade el elemento de comprensión histórica, es decir, la comprensión de un tema o concepto se da a través de la interpretación. De igual manera se posibilita a través de un enfoque histórico, lo cual es fundamental para entender el concepto de agencia, individual o colectiva, que soporta esta investigación.

El término investigación-acción se origina con el psicólogo social Kurt Lewin (Castellanos, 1998) quien buscó identificar una forma de práctica investigativa con el potencial de aprender del propio proceso empírico y mejorar las condiciones de vida a través de fines compartidos y valores. El modelo constituye un vaivén entre reflexión y acción. Se fundamenta en la unión entre práctica y proceso investigativo, y esta basado en un proceso de toma de decisión grupal y estar comprometido con un plan de mejora (Castellanos, 1998). Según Lewin (Castellanos, 1998), las cuatro fases básicas del proceso son: planificación, actuación, observación y reflexión.

La presente investigación aborda los niveles microsociales y macrosociales, mediante técnicas mixtas. A nivel macrosocial se estudió la estructura social de poder y la posición de los jóvenes indígenas campesinos dentro de la literatura, usando fuentes de información secundarias (Sautu, 2005). En el microsociales se indagó en las emociones, las percepciones e historias de

vida de los jóvenes campesinos indígenas, así como de los atributos de los actores sociales y de su agencia.

La investigación acción participativa

La investigación-acción (IA) es una práctica para articular el aprendizaje de todos participantes en el proceso investigativo. Es una forma de investigar la experiencia profesional que conecta la práctica, con el análisis, en una secuencia única y continua (Nelson, 2013). Es un proceso participativo y democrático, busca unir la acción y la reflexión, la teoría y la práctica, para encontrar soluciones a temas de importancia para los participantes (Nelson, 2013).

La IA puede ser contextualizada y situacional, lo cual es importante para entender la realidad local. Así mismo los participantes adquieren el rol de generador de conocimiento, no siendo necesario diferenciar entre el investigador externo que toma distancia de la situación y los informantes. Otra característica de la IA es que implica una evaluación y modificaciones cíclicas derivadas del proceso de aprendizaje de los participantes, en donde una vez concluido el primer ciclo, se empieza con un segundo ciclo nutrido de los aprendizajes del primero. Por lo cual, presenta una oportunidad para contrastar la teoría desde el trabajo empírico y hacer los ajustes pertinentes. En el mismo sentido, los resultados de investigación siempre son parte de un nuevo ciclo del proceso (Nelson, 2013).

El proceso de la IA se basa en cuatro fases sucesivas, que evolucionan a través de una espiral reiterativa y auto-reflexiva, los cuales se repiten constantemente para dar respuesta a las nuevas interrogantes que se van generando (Burns, 2005). El primer movimiento es la planeación que se basa en la identificación de una problemática y la generación de acciones potencial para su atención. El segundo movimiento, la acción, ha de ser controlada y deliberada, pero crítica de lo que se ha llevado a cabo antes y que fomente mejoras.

El tercer movimiento es la observación del proceso de acción, por parte de todos los participantes. Se ha de tener una mirada hacia el futuro y reflexionar sobre los efectos de la acción. En este movimiento la actitud de los participantes es de suma importancia, requiere de autocrítica, mente abierta y ser capaz de cambio. De igual forma es necesario desarrollar metas y definir instrumentos de control que permiten contrastar el resultado con la situación inicial.

Finalmente, el cuarto movimiento es la reflexión que es evaluativa y descriptiva. En esta, se reflexiona sobre los procesos, problemas encontrados, y limitantes de la acción (internos

y externos) así como fomentar una comprensión de las circunstancias que favorecieron la aparición de las problemáticas (Burns, 2005).

A estas cuatro fases sucesivas, se pueden añadir otras, por ejemplo, Burns (2005) define hasta once etapas en el proceso de IA, sin embargo, en la presente investigación se consideran tres movimientos adicionales a los cuatro básicos de Burns (2005), que son primordiales para complementar de una manera más adecuada el proceso de IA. De esta manera, al iniciar una investigación, es importante indagar con profundidad el tema a estudiar, que para el caso de este trabajo corresponde a la relación teórico-práctica entre el concepto de agencia y el turismo alternativo en jóvenes indígenas campesinos.

Así el investigador debe explorar la información secundaria disponible, los trabajos previos que se han llevado a cabo, así como los sentipensares de los co-investigadores. De igual manera es importante identificar los hechos presentes en la comunidad, que incluyen las relaciones de poder entre los diferentes actores, las problemáticas presentes o la infraestructura existente, previo a planear las acciones a realizar, lo cual debe llevarse a cabo de manera participativa (Burns, 2005).

De igual forma, después de un ciclo es necesario contrastar los hechos con los referentes teóricos, de tal manera que se genere un aporte en el sentido de confirmar un fenómeno o bien incorporar un conocimiento nuevo del proceso que se llevó a cabo, que para el caso de la presente investigación consistió en conocer como incide la agencia expresada en el turismo alternativo gestionado por jóvenes campesinos indígenas, en el desarrollo endógeno.

De forma general, la IA permite minimizar dos problemas metodológicos que se presentan al momento de hacer investigación cualitativa: 1) la introducción de los sesgos de investigación por parte del investigador, debido a los conocimientos y experiencias previas, así como a la postura epistemológica escogida, los paradigmas, las teorías y su visión del mundo en general; y 2) la visión reduccionista de que teoría y práctica constituyen fases separadas en el proceso investigativo (Zuber-Skerritt, 2001).

Los fenomenólogos como Husserl (1913, como se citó en Briones, 1996), creen que el conocimiento se construye y crea socialmente, de manera participativa y en contextos particulares, describiendo y explicando una situación o un caso con la mayor veracidad posible. No se trata de establecer leyes generalizables para múltiples contextos, sino conocer, comprender, mejorar o cambiar una situación o contexto social particular en beneficio de los

'participantes' (no solo 'sujetos') en la investigación, y quiénes se ven afectados por los resultados y las soluciones. Las variables no están predeterminadas ni controladas, sino que se tienen en cuenta a medida que surgen de los datos. Son múltiples y dinámicos. Por lo tanto, este tipo de investigación es más compleja y difícil de realizar, si se quiere que sea de alta calidad, sistemática y válida para los involucrados (Zuber-Skerritt, 2001).

Zuber-Skerritt (2001) menciona que para poder lograrlo se ha de usar ciertos principios como la comunicación simétrica y la crítica, no nada más del entorno, de la otredad, sino de uno mismo. Añade que se requiere reflexionar continuamente sobre los pensamientos y las acciones realizadas, así como aprender a desaprender. La comunicación simétrica se refiere a que todos los participantes del proceso han de ser considerado iguales, sin importar la posición social, la preparación académica o el rol que desempeñan afuera. De igual manera, han de contribuir de forma igualitaria, aunque distinta, para resolver la problemática. Se parte del supuesto que cada miembro es portador de conocimientos, habilidades, capacidades y talentos en un área particular que se ha de identificar y usar de manera eficiente (Zuber-Skerritt, 2001).

Se requiere de un involucramiento colaborativo, de una práctica reflexiva, de una postura autocrítica, como ya se mencionó, así como un acercamiento sistémico a la problemática (Nelson, 2013). Por tanto, la investigación acción invita pensar de manera sistémica, para establecer conexiones entre temáticas, problemáticas, eventos y hechos, es decir, ver el todo más que las partes (Zuber-Skerritt, 2001). El proceso enseña a manejar situaciones complejas que a primera vista no parecen tener conexiones entre sí, para encontrar soluciones holísticas. Los cambios se realizan en la problemática y a nivel personal. Los participantes han de ser capaces de cambio y de autocrítica (Zuber-Skerritt, 2001).

Las teorías tienen la capacidad de informar el proceso, pero como pensadores sistémicos, los participantes, se basan en sus propias acciones y en los datos empíricos recolectados de forma sistémica, analizados e interpretados durante cada movimiento. Existe entonces una relación dialéctica entre la acción y la investigación (Zuber-Skerritt, 2001). Todo lo que se investiga y se aprende ha de llevarse en una acción, y ninguna acción puede llevarse a cabo sin un previo proceso de aprendizaje e investigación. Por lo cual esto es lo que más diferencia a la acción investigación de otras metodologías de investigación en las cuales estos dos elementos pueden ser separados (Zuber-Skerritt, 2001).

Los principios educativos más importantes son el aprendizaje a través de la discusión, aprender a través del hacer y la práctica reflexiva, partiendo del conocimiento del experto exógeno y de la experiencia concreta y las acciones de los participantes. No obstante, es importante notar que se ha de conceptualizar, teorizar y generalizar la acción y experiencia llevada a cabo (Zuber-Skerritt, 2001).

Muchos emprendimientos comunitarios han fracasado debido a la limitada experiencia profesional de los integrantes y el desconocimiento de emprendimientos turísticos, así como de las oportunidades y amenazas que presenta el proyecto turístico (Pastor-Alfonso y Espeso-Molinero, 2015). Por tanto, es muy importante respetar los usos y costumbres comunales, las formas locales de asimilar y transmitir el conocimiento, las idiosincrasias de la comunidad y no partir de imposiciones externas, lo cual asegurará un mayor éxito en el emprendimiento. De igual forma los procesos investigativos deberán partir de la realidad de la misma comunidad, no de supuestos externos.

Por lo cual, debe reconocerse que la IA participativa, es un proceso de co-creación y co-investigación entre el investigador externo y la comunidad, que fomenta la participación continua, esto es, desde el diseño de la idea y la toma de decisión colaborativa, y el sentido de apropiación del proyecto turístico (Pastor-Alfonso y Espeso-Molinero, 2015). Se basa en las habilidades reales de los lugareños, a través del reforzamiento de su agencia, pero a partir de lo ya existente, no de lo que falta, además de adecuar los contenidos a los entendimientos locales dentro del contexto cultural-social. Ello implica no nada más conocimiento puro, sino fomentar la capacidad analítica y crítica, la capacitación técnica y habilidades de gestión. Todo ello manteniendo la motivación y confianza (Pastor-Alfonso y Espeso-Molinero, 2015).

Es de notar que los cambios no son lineales y se han de basar sobre la dialéctica local (Martínez Castillo, 2012; Acero, 2018). También se hace énfasis en la capacitación de agentes locales para fomentar liderazgos y procesos comunicativos locales, minimizando la dependencia externa para romper con el ciclo de los detentores del conocimiento y del poder.

Para tener éxito se necesita fomentar relaciones de confianza entre los miembros externos y los agentes sociales en la comunidad, que ambas partes se reconozcan mutuamente dentro de un ambiente seguro (Pastor-Alfonso y Espeso-Molinero, 2015). No nada más se busca desarrollar un proyecto turístico aislado sino obtener el desarrollo holístico de la comunidad (Pastor-Alfonso y Espeso-Molinero, 2015). Esto conlleva reflejar las visiones de organismos

internacionales como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, que denotan el potencial económico de lo indígena, que a través del turismo se puede alcanzar un desarrollo sustentable, que casi siempre es una visión impuesta desde lo exógeno y ajena al concepto endógeno de ciclo de regeneración de los ecosistemas y el equilibrio entre lo humano y lo natural (Martínez Castillo, 2012).

La comunicación no nada más es hacia dentro de la comunidad, sino también hacia el exterior, en este caso con el turista, de tal manera que haya un reconocimiento de la realidad de la comunidad y del visitante, para que haya un entendimiento de ambas partes y que todos puedan llevar una experiencia enriquecedora del intercambio (Acero, 2018).

Para fortalecer la agencia de los jóvenes indígenas, es necesario romper con esquemas tradicionales que invisibilizan el papel del anfitrión, y dar un lugar adecuado a sus historias, su identidad, valorar los recursos locales, fomentar conocimiento del cual se pueden apropiar. Así la agencia y el turismo, se podrán vincular con un desarrollo endógeno, que promueva la capacidad autónoma de una sociedad autodeterminada y capaz de tomar sus propias decisiones. En pocas palabras organizar las relaciones de poder en donde el cambio es posible basadas en una buena comunicación (Martínez Castillo, 2012; Acero 2018).

Como ya fue mencionado, el presente escrito sostiene que la IA participativa es una forma adecuada para realizar una investigación o un proyecto turístico alternativo con comunidades indígenas. Debido a que parte de sus necesidades, preocupaciones, entendimientos, deseos y así tener una visión más cercana a la realidad social, de lo que se espera del proyecto turístico en términos colectivos. De igual forma, debe fortalecerse la agencia individual y colectiva de quienes participan, en términos de sus capacidades, conocimientos y habilidades (Kemmis y McTaggart, 2007).

La IA participativa busca reunir la acción y la reflexión, la teoría y la práctica a través de la participación. Es un ciclo virtuoso en donde siempre se replantea el trabajo llevado a cabo y evita que cualquier diagnóstico realizado se tome como base única para el desarrollo del proyecto turístico, ya que se pueden evaluar de manera continua, los cambios realizados y generados por el turismo y permitir ver si la comunidad, desde su propia perspectiva sigue en control y satisfechos por la acción del turismo (Pastor-Alfonso y Espeso-Molinero, 2015).

La IA participativa es un proceso democrático que se basa en propósitos humanos, que son de interés para la comunidad misma, fundamentados en desarrollar el conocimiento práctico

(Nelson, 2013). Lo más importante es que los mismos participantes son investigadores sin ser distantes o desconectados de la situación y sus aportaciones son fundamentales, de tal manera que cuando se requieran adecuaciones en el proceso, pueden realizarse en cualquier momento (Nelson, 2013).

De igual forma fomenta la descentralización del poder, da a los jóvenes indígenas campesinos una oportunidad por llevar a cabo el proyecto turístico que ellos han soñado sin ser presos de relaciones de poder endógenas y exógenas preexistentes; así como la posibilidad de sentirse orgullosos de quienes son, de dónde vienen, de sus sueños y de su propia capacidad por realizarlos (Acero, 2018).

Descripción del proceso metodológico

El proceso metodológico se estructuró en una serie de cuatro fases investigativas, las cuales integran un ciclo de IA participativa y a su vez, corresponden a cada objetivo específico definido. Así, las cuatro fases son: 1) Identificación de los componentes de la agencia expresados en el turismo alternativo gestionado desde jóvenes campesinos indígenas, para la definición de un plan de mejora en relación al perfil del turista deseado; 2) Acompañamiento en la implementación del plan para el fortalecimiento de la agencia turística; 3) Reflexión colectiva sobre los alcances en el desarrollo de la agencia para el replanteamiento de la estrategia y de nuevas incógnitas de investigación; y 4) Discusión sobre las implicaciones que la agencia de jóvenes campesinos indígenas posee en el desarrollo endógeno, potenciado por el turismo alternativo. La Figura 2 muestra de manera esquemática, la articulación de las cuatro fases metodológicas de la IA participativa en este estudio.

A continuación, se describen las particularidades de cada fase, enunciando el desarrollo de las actividades realizadas, las técnicas empleadas y los instrumentos correspondientes.

Identificación de los componentes de la agencia expresados en el turismo alternativo gestionado desde los jóvenes campesinos indígenas, para la definición de un plan de mejora en relación al perfil del turista deseado

Para poder establecer un contacto con actores locales sociales del turismo se utilizó la técnica de bola de nieve. Esta técnica se trata de conocer a los actores locales a través de su presentación por otros miembros de la comunidad, y así conocer más y más actores de interés

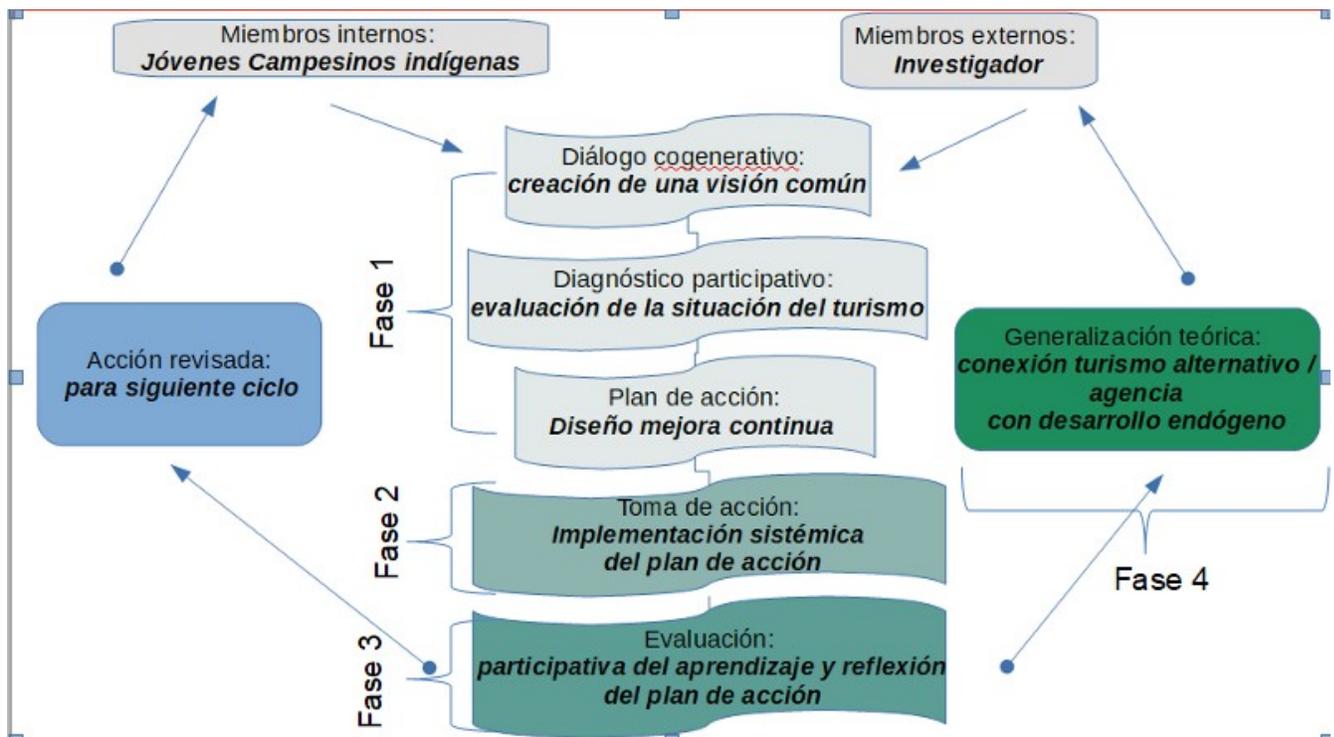
(Baltar y Gorjup, 2012). Es una forma práctica de conocer a actores locales además de facilitar una relación de confianza entre el investigador y los actores locales. Esta técnica tiene la particularidad que no es representativa del universo posible de actores por lo cual se ha de triangular la información recibida, es decir complementar los hechos con otros miembros de la comunidad (Baltar y Gorjup, 2012). Luego, con los actores identificados y con la finalidad de tener una visión más amplia del turismo se desarrolló un diagnóstico y de manera paralela entrevistas a profundidad.

Figura 2

Diagrama de flujo del proceso de investigación acción participativa con jóvenes campesinos indígenas en San Mateo Ozolco

Nota: elaboración propia basada en Byrne, 2004.

El diagnóstico comunitario se realizó, durante febrero 2022, en las instalaciones de la Presidencia de la Junta Auxiliar, sobre la situación del turismo en San Mateo Ozolco, en términos de (a); el potencial turístico del lugar a partir de los atractivos existentes, las



actividades que ya se realizan y la infraestructura disponible; y (b) la identificación de los actores locales que conformarían el grupo de trabajo para la IA participativa.

La técnica empleada para el diagnóstico fue el sondeo rural participativo (Selener, Endara y Carvajal, 1997), de utilidad para la comprensión analítica de la comunidad y tener una descripción de su contexto, identificar problemas y potenciales soluciones, así como permitir programar actividades para ejecutar proyectos, en este caso turísticos. Esta técnica ha sido utilizada por el Instituto Internacional de Reconstrucción Rural para el trabajo con grupos campesinos indígenas (Selener, Endara y Carvajal, 1997).

Otra parte del diagnóstico se complementó con una observación participante, que implicó participar y acompañar a los jóvenes en diferentes eventos personales y expresiones del turismo en San Mateo Ozolco, como, *la Feria del pulque 2022*, en marzo 2022, *El camino de hongos silvestres y Bosques de Maíces* en agosto 2022, *Yoga y Senderismo*, en septiembre 2022, así como varios festejos de cumpleaños. Adicionalmente, la observación participante permitió convivir con los actores y sus familias, para crear un vínculo con ellos. Uno de los eventos documentados mediante la observación participante, fue la creación de un documental sobre tlachique en el año 2021, el cual se presentó de forma virtual, dado que no se pudo llevar a cabo la *Feria del pulque 2021* de forma presencial debido a la pandemia SARS-COV2.

La observación participante fue de utilidad para fortalecer la relación de confianza con los actores locales, en este caso los actores locales de turismo, y en particular los jóvenes indígenas campesinos. Ello con la finalidad que los participantes puedan expresar de forma natural, expresar sus sentimientos, romper las barreras de la relación investigador externo – actor interno (Robledo Martín, 2009).

Se define la observación como la “descripción sistemática de eventos, comportamientos y artefactos en el escenario social elegido para ser estudiado” (Kawulich, p.2, 2005). Para ello se necesita usar sus cinco sentidos y estar en el lugar que se busca observar. Es un proceso largo, de inmersión por parte del investigador, aprender de las actividades realizadas de primera mano, sin relato o intermediario, para poder establecer una relación con los miembros del grupo. Al final requiere salirse del lugar para poder estudiar los datos recopilados (Kawulich, 2005).

Por su parte, las entrevistas a profundidad se realizaron con miembros de la comunidad en su lugar de trabajo o en su hogar durante los meses de febrero 2021 a septiembre 2022. Es importante notar que cada entrevista se realizó en diferentes sesiones, con la finalidad de

generar primero la confianza con el actor local y dar tiempo suficiente para que conocieran el guion de entrevista (Anexo 6). De igual manera es importante resaltar que los actores no aceptaron que se grabaran audios o videos de las entrevistas y tampoco se tomaron notas durante las entrevistas como cortaba el flujo de la información y se sentían incómodos.

Dicha técnica, también conocida como entrevista cualitativa, se caracteriza por ser flexible y dinámica, dado que el entrevistador no se apega a un cuestionario preestablecido con preguntas que se consideran importantes y pertinentes. Por el contrario, se busca tener una representación de la vida y perspectivas del entrevistado. Es importante que el investigador no se asuma como el experto, ya que, en la medida de lo posible, se desea una conversación entre iguales, para lo cual es importante que exista un trabajo previo de conocimiento entre el investigador y la persona entrevistada, es decir, debe evitarse llevar a cabo el cuestionamiento “en frío” (Taylor y Bogdan, 1992).

Por lo general, se deben llevar a cabo de forma personal, cara a cara, de uno a uno, aunque autores como Taylor y Bogdan (1992) mencionan que siempre, debido a la situación actual y el avance de tecnología, se asumirá que a través de la computadora se puede generar una situación similar. Lo importante es saber qué preguntas hacer, cómo hacerlas, cuando hacerlas, a quien o quienes hacerlas y en donde hacerlas. Es importante entender que siempre la información recopilada será un punto de vista de una persona, quizás no los hechos concretos de una situación. Para poder acercarse a un punto de vista un poco más holístico se puede recurrir al aprendizaje sobre acontecimientos y actividades que no se pueden observar directamente.

Se hace uso de informantes, que cuentan sus experiencias y las de los demás que se encuentran en una situación similar, como ellos lo perciben. También se usan para poder triangular información y proporcionar una gama amplia de escenarios, situaciones u opiniones. Para fomentar la confianza, las preguntas se fueron abordando de manera sutil, durante la charla con los entrevistados.

Las entrevistas sirven en general para poder entender mejor el pasado, y situaciones no observables en la actualidad. Se centran en la experiencia humana subjetiva, permiten contrastar teorías sociales desde lo empírico. Es entonces importante tener una relación honesta y clara con los informantes, compartir su trabajo, hacer de su conocimiento la utilidad que tendrá la información proporcionada y tener su aprobación. Se debe generar un ambiente de co-

aprendizaje, saber ser humilde y replantear preguntas o áreas de aprendizaje, que ambos tengan la sensación de llevarse algo del proceso (Taylor y Bogdan, 1992).

Finalmente, fue importante conocer el perfil de los visitantes reales y potenciales, en función de sus intereses al acudir a realizar turismo en la comunidad de Ozolco, de tal manera que tal información pudiera contrastarse con las capacidades exhibidas por los actores, sobre su agencia turística. De este modo, el proceso de identificación de los componentes de la agencia por parte de los jóvenes indígenas quedaría complementado con la información obtenida de quienes los visita o visitará, es decir, la demanda real y potencial.

Para esta parte, se realizaron dos encuestas. La primera se aplicó durante el mes de septiembre 2021 con el apoyo de la herramienta formularios de Google (Anexo 3), a 62 potenciales visitantes con interés en el turismo alternativo. El objetivo fue identificar posibles turistas interesados en la oferta turística alternativa de San Mateo Ozolco. La segunda (Anexo 4) se llevó a cabo de forma presencial, con 54 asistentes a la feria del pulque 2022, con el objetivo de conocer el perfil e interés de los asistentes a la feria para la mejora de la misma feria y de los atractivos turísticos de San Mateo Ozolco.

La encuesta es un proceso metodológico propio de la investigación cuantitativa, para evidenciar aspectos estructurales (como el perfil socio demográfico), opiniones, razones de una población sobre algún tema en particular. Se realiza de forma personal, basada en preguntas preestablecidas, generalmente cerradas para facilitar su análisis, para que se pueda observar patrones en las respuestas. Se requiere de la identificación de variables y tener un objetivo claro de porque se lleva a cabo una entrevista. Es un proceso estandarizado para recolectar información. Para llevarlo a cabo se escoge una muestra de la población para que tenga validez. Es importante notar que no se da estímulo a los encuestados o ha de ser igualitario (Sautu, 2005).

Las ventajas de la encuesta es que permite la comparación de resultados, al ser cuantificables y estandarizados. De igual manera se pueden incluir muchas preguntas, abarcando así un amplio abanico de temas. Se pueden generalizar los resultados y darle una representatividad estadística (Sautu, 2005).

La información obtenida de la observación, de las encuestas, del diagnóstico y de las entrevistas, se analizó mediante una matriz de doble entrada (Tabla 1), en dónde las filas corresponden a los componentes de la agencia, mientras que las columnas representan las

categorías de análisis del turismo alternativo. Tanto agencia como turismo alternativo, corresponden a los conceptos centrales de esta investigación, los cuales se abordan de manera explícita en el Capítulo 3.

La información obtenida del cruce de filas y columnas, permitió identificar fortalezas y áreas de oportunidad para que los jóvenes campesinos indígenas de San Mateo Ozolco, expresen su agencia, de manera más vinculada a la gestión del turismo alternativo. Así, este análisis, se utilizó como referente para la construcción participativa de un plan para el fortalecimiento de la agencia turística, que se ejecutó mediante una serie de talleres formativos, implementado con los jóvenes campesinos indígenas. Los cuales se describen en la fase 2 de este apartado metodológico correspondiente al segundo objetivo específico de la investigación.

Tabla 1

Matriz de operacionalización de las categorías de análisis de Agencia y Turismo Alternativo.

| | | TURISMO ALTERNATIVO | | | |
|--|---|--|--|---|---|
| | | Enfoque territorial (ET). Fortalece la identidad territorial al mostrarse la realidad social, económica, ambiental y cultural, tal como es; La cultura local y los saberes ancestrales, se abren al diálogo con lo externo; Favorece el arraigo de la población; Minimiza impactos ambientales negativos; Procura incidir en la gestión de conflictos internos. | Infraestructura (I) Fomenta el uso de ecotecnologías para la construcción y producción de alimentos mediante sistemas sustentables. | Enfoque social (ES). Influye en la construcción y fortalecimiento de instituciones horizontales comunitarias y/o colectivas; Se gestiona desde lo local por actores del lugar; permite la participación de actores externos previo consentimiento y a solicitud de la comunidad. Busca la participación social y la equidad de género e intergeneracional. | Enfoque económico (EE). El beneficio económico contribuye al arraigo, mediante la reinversión de excedentes en el lugar; Fomenta el emprendedurismo social, permitiendo a los lugareños tener alternativas económicas complementarias; No desplaza a otras actividades productivas en el territorio, más bien la complementa, mediante la generación de redes horizontales locales de circulación de bienes y servicios. |
| AGENCIA DE LOS JÓVENES CAMPESINOS INDÍGENAS | Autorregulación del comportamiento (ArC). Los jóvenes se proyectan en su entorno o bien manifiestan ese anhelo; Son capaces de autogestionar sus emociones (resistencia a la frustración, resiliencia, paciencia, adaptación al cambio, ecuanimidad, capacidad de negociación, entre otras cualidades); En lo individual, son proclives al cambio, analizan críticamente pros y contras de sus proyectos personales, reconocen la complejidad de relaciones interpersonales. Piensan y actúan positivamente, muestran ganas de aprender y valoran los conocimientos que les son de utilidad. | ArC / ET | ArC / I | ArC / ES | ArC / EE |
| | Autoconocimiento (Ac). Los jóvenes demuestran abiertamente su autoestima e identidad territorial, tanto en lo individual como de manera colectiva; Sus acciones se rigen por valores y creencias (autodirección del comportamiento); Analizan problemáticas locales y posibles soluciones. Exhiben su territorialidad; Valoran su patrimonio y lo protegen. | Ac / ET | Ac / I | Ac / ES | Ac / EE |
| | Sentido de vida (SV). Los jóvenes cuentan con un proyecto de vida claro, entienden los esfuerzos que ello implica para lograrlo y están dispuestos a retarse. Identifican sus capacidades y limitantes, así como los medios para solventarlas. Priorizan los proyectos comunitarios o colectivos sobre los individuales. Confían en el éxito del proyecto, prevén y planean a largo plazo. Buscan la preservación de sus costumbres y tradiciones. | SV / ET | SV / I | SV / ES | SV / EE |
| | Autorreconocimiento (Ar). El colectivo identifica y valora las capacidades individuales y de liderazgo que exhiben ciertos integrantes, favoreciendo el reconocimiento propio a partir del reconocimiento de los demás. Este autorreconocimiento se expresa en mayor autoconfianza y autoestima, mayor poder de convocatoria, de comunicación, de toma de decisiones, de convencimiento, de empatía. Analiza críticamente las propuestas externas y diferencia aquellas que aportan a sus intereses colectivos. | Ar / ET | Ar / I | Ar / ES | Ar / EE |

Nota: elaboración propia

Acompañamiento en la implementación del plan de mejora para el fortalecimiento de la agencia turística

Con base en las áreas de mejora para fortalecer la agencia en la gestión de un turismo alternativo, se desarrolló un plan formativo, que se basó en una serie de talleres específicos. El plan consideró como línea base, las ausencias de agencia observadas, para su contraste con los alcances logrados una vez concluido el proceso formativo. Para cada taller se construyó un plan de formación y se acordó un lugar para llevarlos a cabo.

La implementación de los talleres se sustentó en la adaptación de los procesos de aprendizaje a problemas y situaciones cotidianas de los participantes. Se hizo un uso mínimo de tecnologías y los talleres se implementaron por las noches, para respetar los horarios de trabajo de los asistentes y para facilitar su asistencia. De igual manera, el horario fue flexible para permitir que un máximo de personas asistiera. Se hizo uso de un lenguaje más coloquial y de una vestimenta casual. Además de realizar el taller bajo el formato de una conversación alrededor de una temática de interés más que bajo el formato de clase tradicional.

Reflexión colectiva sobre los alcances en el fortalecimiento de la agencia e identificación de nuevas incógnitas de investigación

Se implementó un grupo focal con integrantes del colectivo Yolotequitl y jóvenes campesinos indígenas de San Mateo Ozolco, quienes fueron parte de los asistentes a los talleres formativos. Al interior del grupo, se socializaron y discutieron los resultados obtenidos en los talleres, con referencia a la línea base identificada en la fase 1. La reflexión giró en torno a las expectativas de los participantes en el proceso de capacitación en el fortalecimiento de su agencia y de su utilidad para introducirse en la gestión de un turismo alternativo en la comunidad. Adicionalmente, lo aprendido deberá verse reflejado en el ejercicio cotidiano de las actividades de gestión turística. Las preguntas guías para la discusión en el grupo focal se muestran en el Anexo 8.

Se optó por utilizar la técnica de grupo focal, dado que es una discusión informal entre individuos seleccionados alrededor de una temática particular (Wilkinson, 1998). La meta es que los participantes se enfoquen, de forma colectiva en dar respuesta a una pregunta o duda propuesta por un moderador. Los participantes pueden conocerse previamente, trabajar o vivir juntos, o haber sido escogido por su conocimiento, capacidades o habilidades particulares sobre

el tema de trabajo. Las respuestas se registran para analizarlas cualitativamente, buscando entender el punto de vista de los participantes sobre una temática (Wilkinson, 1998).

Se distingue de otras técnicas por la forma de recolectar datos y por la naturaleza de la información obtenida, la cual es producida mediante la interacción de los miembros participante y el moderador y que difícilmente podría obtenerse si se entrevistará a cada miembro por separado (Wilkinson, 1998).

La información, se analizó a través de la Tabla 1, contrastando la línea base con la reflexión sobre los alcances del proceso de formación. Este análisis, constituye la conclusión del primer ciclo de la IA participativa y el referente para el desarrollo de uno nuevo rescatando la experiencia del primer ciclo.

Discusión sobre las implicaciones que la agencia de jóvenes campesinos indígenas posee en el desarrollo endógeno, potenciado por el turismo alternativo

Esta última fase se orientó a la construcción de argumentos teóricos sobre la relevancia de la agencia de jóvenes campesinos indígenas, en tanto actores locales, para el proceso de desarrollo endógeno, acotándolo a lugares donde el turismo alternativo se gestiona como una actividad integrada al territorio. Para esto, se diseñó un mapa conceptual, construido a partir de la evidencia de las fases anteriores, contrastada con otros referentes empíricos y teóricos consultados en la literatura.

Es importante recalcar que las cuatro fases llevadas a cabo en esta investigación, constituyen un primer ciclo del proceso de IA participativa. En este sentido, la continuación de nuevos ciclos permitirá avanzar en la construcción teórica del concepto referido, sin embargo, para fines de esta investigación se avanzó en las cuatro fases ya descritas. No obstante, el autor de este trabajo está dando a continuidad al trabajo con los jóvenes campesinos indígenas y con la comunidad de San Mateo Ozolco.

CAPÍTULO 5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se presentan a continuación, los resultados de la investigación, organizados de acuerdo a la sucesión metodológica descrita en el Capítulo 4. Así, la primera entrega de resultados “Agencia de jóvenes campesinos indígenas en el turismo alternativo”, da cuenta de los hallazgos obtenidos sobre (a) el perfil del visitante actual y potencial a San Mateo Ozolco derivado de encuestas; (b) la información obtenida del diagnóstico, entrevistas y observación participante con jóvenes indígenas actores del turismo en la comunidad; para (c) analizarse con base en las categorías conceptuales de agencia y turismo alternativo y definir un plan de mejora. La información obtenida abona al objetivo específico 1.

En un segundo momento, nombrado como “Acompañamiento en el fortalecimiento de la agencia turística de jóvenes campesinos indígenas”, se reportan los logros del proceso formativo orientado a la consolidación de agencia turística, con los jóvenes campesinos indígenas de la comunidad, a partir de las áreas de mejora definidas colectivamente y plasmadas en el plan de mejora. Dicha información abona al objetivos específico 2. Continuando con la espiral de IA, se incluye una “Reflexión colectiva sobre el desarrollo o fortalecimiento de la agencia turística”, en donde se muestra lo acontecido a partir del diálogo horizontal establecido con los actores, para la discusión y reflexión grupal sobre cómo los actores en la investigación, han transitado hacia una agencia desarrollada, así como la identificación de nuevas incógnitas que deben ser abordadas en un nuevo ciclo de la IA. Esta información responde al objetivo específico 3.

Finalmente, la parte “Implicaciones de la agencia de jóvenes campesinos indígenas actores del turismo alternativo, como elemento potenciador del desarrollo endógeno en el territorio” se advoca a evidenciar la trascendencia que el constructo agencia de los jóvenes, posee en la conceptualización del desarrollo endógeno, especialmente cuando se incorpora al territorio, la gestión del turismo alternativo. Esta información abona al objetivos específico 4.

Agencia de jóvenes campesinos indígenas en el turismo alternativo

Perfil del visitante actual y potencial a San Mateo Ozolco

Aquí se presenta la interpretación de los resultados de dos encuestas realizadas sobre el interés en actividades relacionadas al turismo en espacios rurales. La primera encuesta se realizó a 62 personas contactadas por correo electrónico, quienes son viajeros frecuentes o bien están relacionados en la gestión del turismo, o tienen un interés e el turismo en espacio abiertos rurales, durante el mes de septiembre 2022. La segunda se llevó a cabo el sábado 19 de marzo de 2022 con asistentes a la *Feria del pulque 2022* en Ozolco. Los informantes se seleccionaron aleatoriamente y 54 personas accedieron a responder.

Con relación a los encuestados por correo electrónico, dos terceras partes de los informantes son personas entre 20 a 50 años de edad, lo cual es importante dado que, en ese rango, los interesados poseen capacidades físicas adecuadas para realizar las actividades turísticas en Ozolco. Sobre el origen de los encuestados, 62% viven en la ciudad de Puebla o en ciudades conurbadas como San Andrés o San Pedro Cholula, ciudades en dónde se contempla que provengan la mayoría de los visitantes potenciales a la localidad.

Otro elemento interesante, es que la mayoría de las encuestas (71%) fueron contestadas por mujeres, posiblemente debido a que ellas están más atentas a las redes sociales para este tipo de actividades, lo cual, puede ser un indicador importante para dirigir la promoción y estrategia de marketing turístico de la comunidad, hacia ellas que representan un público más familiar. Por otro lado, 90% de los encuestados tienen estudios de grado o posgrado como se puede notar en la Figura 3, quienes posiblemente tengan un nivel de ingresos medio a alto, que corresponde al perfil de visitante buscado.

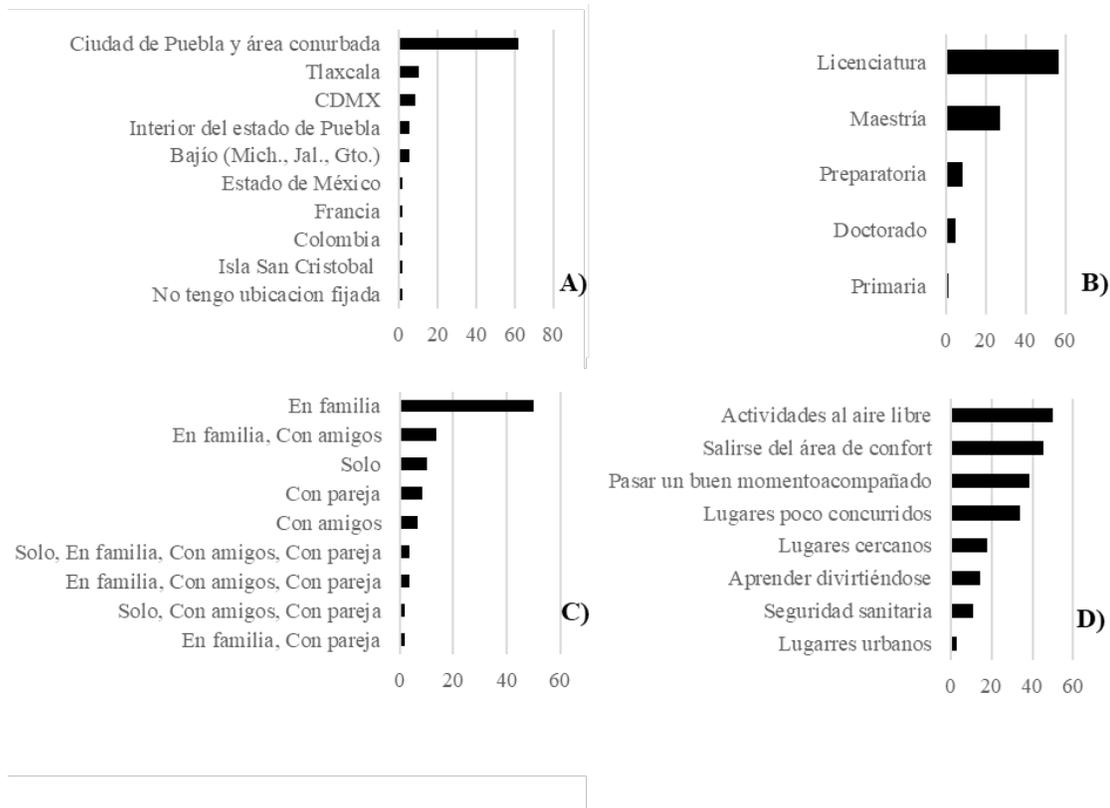
Otra cuestión relevante, es que la mayoría de los encuestados viaja en grupos, ya sea con su familia o con amigos (76%), por tanto, las actividades turísticas ofrecidas deben enfocarse primordialmente a este público (Figura 3).

Cuando se consultó sobre las preferencias para visitar algún lugar, 50% de los encuestados respondieron que preferían acudir a lugares al aire libre en contacto con la naturaleza; 45% que actividades que los hagan salir de su zona de confort; 39% que pasar un buen momento con alguna actividad que los entretenga; mientras que 34% lugares poco concurridos; por el contrario, 3% buscan un lugar urbano. Vale mencionar que un encuestado

podía mencionar más de una opción, de tal manera que la suma de porcentajes rebasa el 100% (Figura 3).

Las preferencias mayormente mencionadas pueden ser atendidas en San Mateo Ozolco, con lo cual se reafirma la lógica de ofrecer servicios y productos distintos a los ofertados en otros lugares de la zona.

Figura 3
Punto de origen de los visitantes, grado de estudio, preferencia por viajar y actividades buscadas



Nota: Elaboración propia

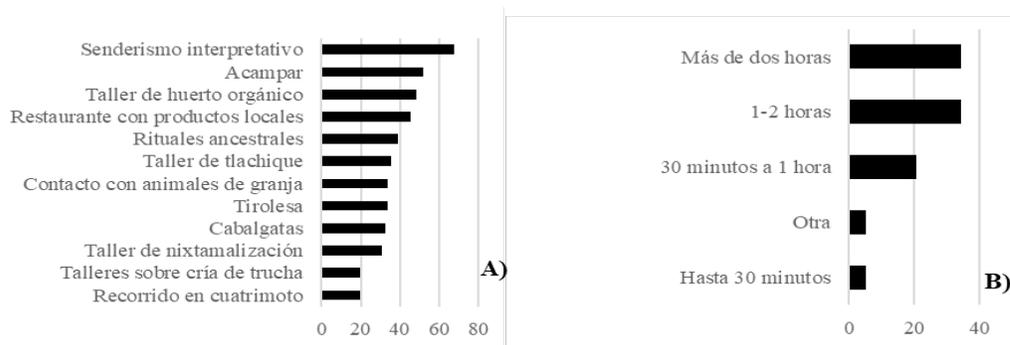
Vale mencionar que, de acuerdo a la información recabada, la seguridad sanitaria no se mencionó como algo tan importante, dado que solo 12% lo registraron como un factor decisivo para hacer una excursión. Adicionalmente, 14% tuvo interés en visitar un centro ecoturístico, con cabañas y actividades alejadas de la cotidianidad de la comunidad. Lo que muestra una razón más para diversificar las actividades ofertadas en Ozolco y pensar en opciones que puedan interesar a los potenciales visitantes (Anexo 7).

Sobre las actividades preferidas (Figura 3), la mayoría busca el senderismo interpretativo, lo que es clave para la reestructuración del turismo en San Mateo Ozolco; también se tiene interés por visitar un restaurante con comida local, por talleres experienciales sobre nixtamalización; en ceremonias, rituales y conocimientos ancestrales; de tlachique; en una granja de animales acariciables; y en conocer el proceso de un huerto orgánico. Todas estas actividades se pueden ofertar de manera sistemática en San Mateo Ozolco. También se mencionaron actividades típicas ecoturísticas como cabalgatas, recorridos en cuatrimoto y tirolesa (33.9%), que siguen presentes en el interés de los posibles visitantes, razón por la cual, se pueden proponer como parte de la oferta. Un aspecto notable es que la mitad de las respuestas, evidenciaron interés por acampar, lo que en origen no se tenía contemplado en Ozolco, pero que fácilmente se puede incorporar a la oferta. Otras actividades con potencial son la cría de truchas, y los recorridos en cuatrimoto, las cuales pueden complementar la estrategia de marketing para el lugar.

Para la mayoría de los encuestados, la seguridad pública es muy importante, por lo que en la estrategia de marketing se puede resaltar a San Mateo Ozolco como lugar seguro, dados los niveles bajos de inseguridad (INEGI, 2017). De igual forma, contar con infraestructura básica es de importancia para los encuestados, la cual ya se tiene en la comunidad. Otra cuestión importante es que la conectividad a internet no parece ser un criterio de gran importancia, permitiendo entonces ofrecerle al visitante interesado, un lugar para olvidarse temporalmente del ciberespacio.

El 74% de los encuestados manifestaron que planean sus salidas con antelación, lo que permite a los actores locales, continuar con la estrategia de planeación de la logística, de los recursos materiales y del personal necesario para cada visita. De la misma manera, una tercera parte manifestó que están dispuestos a viajar entre 1 y 2 horas para acudir a un centro ecoturístico y otra tercera parte más de dos horas (Figura 4). En ambos casos, este tiempo es suficiente para trasladarse a San Mateo Ozolco desde la zona conurbada de la Ciudad de Puebla, que sería la principal región de origen de los visitantes.

Figura 4

Actividades buscadas por el turista y tiempo de recorrido para realizarlas

Nota: Elaboración propia.

Casi la mitad de los encuestados aseguró que está dispuesto a gastar hasta MXN\$ 500 en un centro ecoturístico, mientras que 37% gastaría hasta MXN\$ 750 por persona por día. Así, se puede diseñar la estrategia de marketing que atienda ambos públicos (Anexo 7).

Para la temporalidad y estacionalidad de la demanda, la mitad de los encuestados (Anexo 7) les gustaría acudir en el periodo abril-junio y el resto en septiembre-diciembre (cuando no llueve). Si bien se mostró un interés todo el año, la temporada enero-marzo, que generalmente es la de menor intensidad turística, se puede aprovechar para dar mantenimiento a la infraestructura, así como desarrollar actividades dirigidas a grupos escolares o eventos privados, permitiendo así una fuente de ingresos en temporada baja.

En conclusión, la encuesta permitió reafirmar la pertinencia de desarrollar actividades turísticas sustentadas en el patrimonio biocultural, ofreciendo actividades distintas de los centros turísticos comunes, que son la competencia directa de la comunidad, pero sobre todo, aumentar el interés por las nuevas actividades que se van a ofrecer. Se abre también la oportunidad a otros públicos interesados, como los niños en edad escolar dado que 95% mencionaron que tenían interés por mandar a sus hijos a actividades ofrecidas en San Mateo Ozolco (Anexo 7). Es importante destacar que el transporte público es tardado y se necesita de cambiar de transporte lo que lo hace algo complejo, por tanto no se incluyó una pregunta al respecto en la encuesta.

Por otro lado, sobre la encuesta a asistentes a la feria del pulque, el objetivo fue identificar áreas de mejora de la misma feria y de los atractivos turísticos de San Mateo Ozolco. Con el análisis de la información, se generó un informe que se entregó al comité organizador, con la finalidad de que les permita mejorar su gestión. De igual manera, los resultados

identificados permitieron el diseño de un itinerario turístico dentro de la comunidad, a partir del patrimonio biocultural.

El 65% de las personas que respondieron son mujeres y 35% hombres, diferencia posiblemente atribuible a que las mujeres acceden más a participar que los hombres (Anexo 7). Sobre las edades de los asistentes, no se identificó un perfil específico dado que la feria del pulque atrae a gente de edades entre 20 y 50 años preferentemente, mientras que solo 13% de los entrevistados son mayores a los 51 años y una fracción pequeña son niños (Anexo 7). Esto es un punto muy importante al momento de diseñar la estrategia de marketing y de divulgación de la feria del pulque.

Sobre la forma de llegar a la feria, la gran mayoría (83%) llegó en coche propio y el resto en transporte público (Anexo 7). Muchos comentaron que desconocían la forma de llegar en transporte público y temían perderse o tardar mucho tiempo para llegar a la comunidad. Esto indica que es importante contar con estacionamiento suficiente para evitar problemas de tráfico vehicular en el pueblo, al tiempo que los vehículos se resguarden de forma segura, situación que es una oportunidad de negocio y un ingreso adicional para otros pobladores.

Con relación al tiempo de traslado para llegar a la feria, si bien los tiempos de recorrido son diversos, un sector se desplazó hasta más de dos horas para llegar a la feria (Figura 4), no obstante, algunos comentaron que debido a la mala señalética se perdieron y por eso demoraron su llegada. Por tanto, se destaca la importancia de incluir en la publicidad turística, mapas con indicaciones para llegar.

Consultando sobre el último grado de estudio, la mayoría (65%) tuvieron licenciatura y 9.3% posgrado, lo cual hace suponer que la feria es del interés para personas con estudios superiores e ingresos más altos. Sobre sus hábitos de viaje, 52% de los informantes asistieron con su familia, 33% con amigos y el 15% con su pareja (Anexo 7). Ningún entrevistado asistió solo a la Feria del pulque. Es importante mencionar que las entrevistas se realizaron el primer día de la feria, en el que se programaron actividades familiares incluidos los niños, por tanto, se puede concluir que la meta fue alcanzada y que la feria atrae diferentes públicos, ya sean familia, amigos y parejas, por tanto, es importante no priorizar un solo tipo de público y generar actividades para todos.

Otra cuestión relevante es conocer los medios que los asistentes utilizan para enterarse de los eventos. Así, a 50% de los entrevistados les recomendó asistir alguien de su confianza,

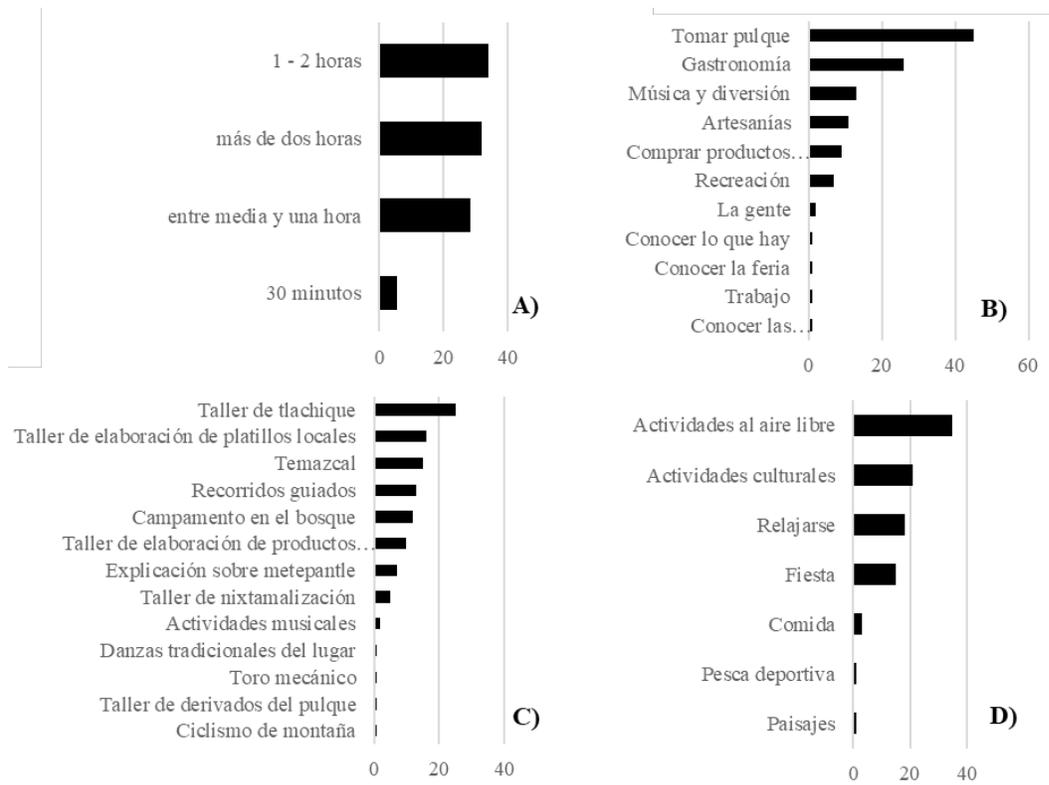
por tanto, se deduce la buena reputación que la feria ha obtenido después de varios años de realizarse. Igualmente, la difusión realizada por el comité organizador y aliados, ha tenido un impacto notable dado que 33% de los entrevistados se enteraron de la feria del pulque por redes sociales y 15% por televisión (Anexo 7). Ello muestra la necesidad de seguir con el esfuerzo de publicidad, relaciones públicas y marketing que se está realizando.

La feria del pulque dura entre 7 y 8 horas diarias y 66% de los informantes permanecen de 2 a 4 horas (Anexo 7), por lo cual, es importante proponer actividades de entre 2 a 4 horas para captar el interés de los visitantes y maximizar su estancia en la feria.

Con respecto a la frecuencia con que asisten a la feria del pulque, es sorprendente identificar que para 75% fue su primera vez en la feria, mostrando que sigue despertando el interés por personas que no la conocían. Esta situación podría reflejar el hecho de que por primera vez se incluyó al sábado, lo cual antes no se realizaba.

Figura 5

Tiempo de traslado para llegar a la feria, razón por la cual se asistió, actividades adicionales de interés y lugar preferido para realizar actividades de turismo



Nota: Elaboración propia.

Con respecto a las razones de su asistencia a la feria del pulque, 45% tenían interés en la bebida ancestral del pulque, punto central del evento, mientras que varios más asistieron por la gastronomía, por la música, por las artesanías, entre otros motivos (Figura 5), lo que refleja el potencial de venta y de negocio para los lugareños de Ozolco.

De igual manera, otras actividades que a los visitantes les gustaría realizar en Ozolco, son taller de tlachique principalmente, seguido de elaboración de platillos de la gastronomía local o participar en un temazcal, entre otras (Figura 5). Todas estas actividades representan oportunidades de negocios para los habitantes de Ozolco y una manera de mostrar su patrimonio gastronómico y cultural de manera general, por tanto, es necesario planear una agenda de trabajo anual, para aprovechar las oportunidades identificadas mediante la encuesta, además del hecho que ocho de cada diez informantes, acostumbran salir de excursión los fines de semana, de los cuales, 39% lo hacen una vez al mes, 16% dos veces y 36% más de dos ocasiones (Anexo 7).

También conviene anotar que la mayoría (61%) está dispuesta a viajar más de dos horas para realizar una excursión de fin de semana, lo cual ubica a Ozolco como opción que cae dentro de este rango, considerando como origen del visitante a las Ciudades de Puebla o la Ciudad de México (Figura 5).

Cuando se preguntó a los visitantes por lo que buscan cuando salen de excursión de fin de semana, 35% buscan actividades al aire libre, 21% actividades culturales, 18% relajarse, entre otras (Figura 5), las cuales son actividades que la comunidad de Ozolco puede proveer, a través de la feria del pulque y otras actividades a lo largo del año.

Como se mencionó previamente, una de las formas más comunes para comunicarse hoy en día son las redes sociales y en ese sentido, 33% de los asistentes se enteraron de la feria del pulque a través de una red social, destacando el uso de Facebook, Instagram y WhatsApp, lo cual revela hacia donde se tienen que orientar las campañas de marketing y publicidad (Anexo 7).

Finalmente, 68% de los entrevistados están interesados en recibir más información sobre las actividades que se realizan en Ozolco a lo largo del año, con lo cual se confirma el alto grado de satisfacción de los asistentes a la feria (Anexo 7).

Diagnóstico, entrevistas y observación participante con jóvenes indígenas actores del turismo en la comunidad.

El diagnóstico permitió identificar los atractivos turísticos potenciales identificados por la comunidad, las actividades que se realizan y la infraestructura existente, así como la descripción de las características generales de los recursos turísticos. De igual manera se señalaron aquellas expresiones del patrimonio biocultural más significativas y como los lugareños percibían a su propia comunidad. Esta información está compilada en una ficha descriptiva de la comunidad (Anexo 2). Además, esta información se complementó con los resultados del primer taller, para tener una base de entendimiento común de cuál es el patrimonio, legado o herencia en el cual cada uno se reconocía y así poder construir una visión común de sobre qué elementos se basarían las iniciativas de turismo en Ozolco.

Durante las entrevistas, hubo necesidad de un tiempo de adaptación para generar confianza que permitió obtener repuestas más espontáneas y honestas. Se hicieron las mismas preguntas en varias ocasiones al mismo entrevistado, de una forma distinta, para asegurarse de encontrar una respuesta valiosa. De igual manera, para poder estar en un mejor entorno posible, se hizo uso de técnicas y escenarios muy casuales. No se instalaron cámaras o equipo de grabación durante las entrevistas. El ambiente fue muy ameno, para evitar cualquier sentimiento de ser interrogado. Más bien, se aprovechó de conversaciones naturales para crear una línea de preguntas sobre el tema, para ser lo menos invasivo y lo más natural posible. Ello con la finalidad que los actores locales sociales no tengan la impresión de estar en un examen o de ser sujetos de una investigación, de ser estudiados y analizados, juzgados y criticados en el ejercicio de su vida cotidiana. Así que la técnica más factible para obtener información de calidad fue de entrevistar de forma casual, en un entorno cotidiano y cómodo para los entrevistados. Lo cual complicó la sistematización de la información, pero permitieron resultados más efectivos.

La técnica bola de nieve fue de gran ayuda para encontrar a los diferentes actores locales de turismo, permitiendo el primer acercamiento. De igual manera se estableció un contacto inicial a través del Sr. Villaseñor, quien facilitó el ingreso a la localidad y la identificación de los actores del turismo en la comunidad, como el grupo juvenil Yolotequitl, algunos dueños de negocios turísticos, tlachiqueros, y el Presidente de la Junta Auxiliar de San Mateo Ozolco, quienes han estado vinculados a las diferentes expresiones del turismo que se realizan en la localidad.

Es importante resaltar que todos los entrevistados expresaron de forma contundente que no querían ser sujetos de un estudio, que ya habían recibido capacitaciones por otros investigadores, agencias de desarrollo o de gobierno. Lo que ellos buscan es una relación que realmente trascienda y más allá de una relación tradicional de investigador-entrevistado. Fue un proceso largo y de mucho trabajo generar esta confianza, de inversión personal por parte del investigador. Ello fue parte de la razón por la cual el proceso de entrevista con cada uno de los participantes se extendió.

Una vez superadas estas barreras, se pudo establecer un real intercambio entre el investigador y los actores locales sociales, desatando una riqueza de información que fue aprovechada para analizar la relación existente entre el turismo alternativo y la agencia en los jóvenes campesinos de la comunidad. La finalidad de las entrevistas era evidenciar los componentes de la agencia presentes en los entrevistados para su incursión en el turismo. Por ello el guion de entrevista se desarrolló alrededor de los cuatro componentes de la agencia y del turismo alternativo.

Solamente el señor Eugenio, quien es el Presidente Auxiliar, no tiene experiencia en el turismo, pero si ha fomentado la cultura a nivel local, dado el cargo que desempeña. Aunque la mayoría de los entrevistados han tenido una experiencia migratoria (dentro de México o hacia EEUU), se siente un real arraigo al territorio y un apego a la comunidad de San Mateo Ozolco. Ello se ve expresado en lo que mencionan durante las entrevistas, “¿Por qué nos vamos, si aquí todo lo tenemos? Pero no todos lo ven así, yo me fui, pero no me gustó, aquí estamos mejor” (Alberto, comunicación personal, agosto 7, 2021), “mi hermano se fue, yo me iría, si es para estudiar algo, pero sé que quiero ayudar a mi comunidad, hay mucho por hacer, aquí me siento bien” (Claudia, comunicación personal, febrero 26, 2022).

“Queremos dejar algo a nuestros hijos, nuestros papás y ancestros hicieron lo que pudieron, muchos errores fueron cometidos, sin saber, pero ahora tenemos la oportunidad de aprender de esos errores y como grupo, porque solo no se puede, recuperar lo que es nuestro”, (Gaudencio, comunicación personal, agosto 3, 2022). La mayoría de los entrevistados usan el “nosotros” cuando se trata de temas alrededor del legado o el patrimonio, la cultura o gastronomía, mostrando una visión común, un pensamiento colectivo, que se perciben como un grupo ocupando un espacio geográfico. Pero, que este espacio está lleno de sentido, historia, de un patrimonio compartido.

Cuando hablan de negocios, usan más el “yo” y tienden a tener una actitud más individual, menos colectiva. Aunque se identifican como parte de un mismo grupo, a nivel de negocios son individualistas, viéndose más como competencia, observando y criticando lo que las acciones de la otra persona, no compartiendo información y proporcionando apoyo. Aunque sean muy consciente de ello, “hemos recibido apoyos, muchas capacitaciones, pero seguimos igual, no que no queremos hacer las cosas en conjunto, hay muchos celos y pocas ganas de trabajar” (Gaudencio, comunicación personal, agosto 3, 2022), “hay dos comités importantes en Ozolco, el del agua y el forestal, ponen candados en los diferentes accesos sin compartirse llaves, nada más para bloquear el paso, en vez de trabajar juntos para el bien de la comunidad, se supone que por eso se eligen. Esto no está bien, pero el problema es que representan intereses diferentes” (Rosa, comunicación personal, agosto 6, 2022).

Los jóvenes muestran una gran paciencia y resiliencia, han tenido que pasar por momentos muy difíciles, como el temblor de 1999, que destruyó gran parte de las edificaciones del pueblo, cambiando la forma de construir. Se paso de tener casas hechas de adobe con techos de tejas y portones de madera, hacia casas de bloques de cemento, con techo de lámina o loza de concreto, y portones metálicos. “Se hizo lo que se pudo con los apoyos y lo que quedaba, después de este acontecimiento es cuando la comunidad se abre y los jóvenes empiezan a migrar de forma masiva y se empieza a abandonar las tradiciones y el campo. Queremos recuperar lo que existía antes, claro, nunca será lo mismo, pero podemos aprovechar ahora el conocimiento externo que nos ayuda (Gaudencio, comunicación personal, agosto 3, 2022).

Varios entrevistados, como Alejandro, Leo o Fernando mostraron este mismo anhelo de seguir adelante cueste lo que cueste, y que se han enorgullecido de quienes son y lo que representan y no quieren ver mayor transformación debido a una influencia cultural externa. Si ha de haber cambios, que sean por el beneficio de la comunidad y que se base en las decisiones propias. Alberto resume este punto en los siguientes términos, “si no somos nosotros, quienes se va a preocupar por resguardar nuestro legado, aunque exista en el mercado una moda del maíz azul, y es lo que más nos piden, debemos resguardar las otras variedades, por eso tengo una milpa con más de diez tipos de maíces, aunque no se vendan” (Alberto, comunicación personal, junio 15, 2022).

No obstante, cuando se enfrentan con el mundo externo en situaciones de negociación o de posicionamiento de poder, han mostrado una cierta frustración o dificultad para transmitir su

mensaje, “ es que cuando fuimos, no nos tomaron en cuenta” (Alejandro, comunicación personal, 2 de febrero 2022), “la gente viene, y deja su basura, no respetan nuestros valores, (Claudia, comunicación personal, julio 13, 2022), “la gente de la ciudad y los extranjeros nada más quieren nuestros recursos, vienen, sacan la información que necesitan y se van, nunca los volvemos a ver ... nos sentimos como observados pero no tomados en cuenta” (Fernando, comunicación personal, julio 21, 2022).

Existe un real juego de poderes centrado alrededor del patriarcado y de la religión, a través de las mayordomías, que juegan un papel central en la vida social de la comunidad. “Aquí en la familia, es el padre que manda, él toma la decisión, más que algo personal es cultural, como es una pequeña comunidad todo se sabe” (Claudia, comunicación personal, agosto 25, 2022). “Pero nosotros estamos aquí, haciendo algo por nuestra cuenta, es difícil enfrentarse y negociar con los padres, pero queremos aprender y cambiar, por eso nos interesa este proceso [de capacitación de talleres participativos]” (Alberto, comunicación personal, agosto 25, 2022). Ello muestra una cierta capacidad de autorreflexión, autocrítica y ganas de cambio frente a los roles de poder establecidos, pero no de una manera conflictiva, sino alrededor de valorizar el conocimiento heredado y un uso distinto, dentro del turismo.

Muestran un interés en la construcción a través de ecotecnologías, ya que como se mencionó previamente, la comunidad usaba en su mayoría materiales tradicionales hasta que ya no fuera costeable y que llegó la modernidad después del terremoto. Resultando en la apertura de una carretera asfaltada, pero sienten que ello les ha quitado parte de su identidad como pueblo, “antes, la plaza estaba de tierra, y se hacían carreras de caballo y juegos comunitarios, pero con el asfalto el caballo se resbala, ya no se puede” (Felipe, comunicación personal, agosto 27, 2022). En sus distintos proyectos turísticos les gustaría en un máximo poder hacer uso de técnicas sustentables, “si, a mí, me gustaría recibir una capacitación alrededor de ecotecnologías como los baños secos, el agua se está acabando, cada año llueve menos y los ríos son más bajos” (Claudia, comunicación personal, febrero 26, 2022).

Parece que tienen claro lo que son y lo que quieren mantener, y han podido mostrar un cierto grado de autocrítica y de apertura al mundo externo, “hemos perdido mucho del conocimiento ancestral, en parte debido a la pérdida del interés en el trabajo del campo, pero también a través de programas de gobierno que han empujado al campesino a una cierta forma de cosechar, el monocultivo y el uso de fertilizantes. No usamos tanto como en otros lugares,

pero es que sin ellos, la milpa, no crece igual. Sabemos que daña a la tierra y contamina, pero ya no sabemos hacer de otra forma, si nos podían enseñar, esto sería interesante” (Eugenio, comunicación personal, febrero 16, 2022). Aunque este punto de vista sobre la forma de sembrar esta debatido, muchos otros entrevistados han querido demostrar que bien al contrario en la comunidad se usan técnicas ancestrales para el campo, como el resguardo de semillas por cada una de las familias (que si se hace), o el uso de abono naturales.

Gracias a la observación participante, se ha podido notar que en efecto se hace uso de técnicas mixtas. No obstante, con una ligera inclinación hacia el uso de técnicas modernas. Ello muestra que aún les falta una visión común de la crítica y una capacidad de ver las oportunidades de mejora.

“Cada quien tiene su negocio a una altura diferente, es una de las riquezas de Ozolco, así que el clima y el paisaje varia, hay negocio para todos, no tenemos que ser competencia. El turismo puede ayudar a dar trabajo a muchos y además podemos cuidar de nuestro legado y de la naturaleza, pero, eso sí, si aprendemos a trabajar de la mano, eso es lo difícil” (Gaudencio, comunicación personal, agosto 3, 2022). Ello, muestra una visión clara de las actividades de turismo y su potencial, como lo menciona Alberto, “lo que se busca es transmitir una forma de vida, una visión, una conexión con nuestros antepasados, pero también un orgullo de ser campesino, que somos los guardianes de la tierra y de conocimientos, y eso tiene valor, mucho valor, con el turismo podemos hacer eso” (Alberto, comunicación personal, septiembre 16, 2021). El problema es que aún no se ha logrado construir un mensaje coherente, unificado y que trascienda en el turista y en la comunidad. Algunos actores aún no ven el potencial, “el turismo sí, pero para que, no tenemos nada organizado, a que va a venir el turista” (Eugenio, comunicación personal, febrero 16, 2022). Hay un interés, un entendimiento de la importancia de trabajar en conjunto, pero falta confianza, técnicas y metodologías, así como herramientas para que se pueda realizar. Ello también se debe a una falta de confianza en ellos mismos, de su capacidad de comunicarse y la otredad, de sintetizar las ideas y confiar en su conocimiento, que es suficiente, aunque se ha de desarrollar la empatía para que la comunicación trascienda.

Los entrevistados mostraron que existe un entendimiento alrededor de los negocios, la redistribución de las ganancias han de ser a nivel local. “No queremos que el gobierno venga a imponernos sus ideas o proyectos, queremos desarrollar nuestras propias actividades, por ello la feria del pulque, que se han querido acaparar con dinero, pero preferimos levantar nuestros

propios fondos” (Alejandro, comunicación personal, marzo 10, 2021). Quieren que la actividad se desarrollé alrededor de negocios locales que fomenten la cosmovisión local, “primero nosotros tenemos que valorar lo que tenemos, para poder transmitirlo, pero la oferta turística se basa en lo que somos, en lo que hay” (Leo, comunicación personal, agosto 4, 2022). Así que, se ve presente un elemento crítico de evaluación de la problemática en la cual se encuentran.

Los resultados de la observación participante, que tuvo lugar durante todo el periodo de investigación, fueron sistematizados en una matriz de doble entrada, la cual es mostrada en la Tabla 2. Además de analizar la información recolectada durante las entrevistas, se pudo observar una verdadera camaradería entre los participantes y un sentido de honestidad y pertenencia a la comunidad. Aunque existía una cierta homogeneidad en la edad de los participantes, y que hubo una mujer presente, se hablaban con el debido respeto sin ejercer presiones, dominación o sumisión entre ellos.

Durante los eventos personales, de la misma forma, las familias muestran una unión entre sus miembros. Ello se evidencia a través de un profundo sentido de respeto hacia las tradiciones, así como en el rol de cada miembro. Las relaciones no aparentan conflictivas sino más bien armoniosas y feliz. Durante estos eventos las preocupaciones del mundo externo no parecen importantes, la unión del grupo alrededor de un buen platillo, parece ser lo más importante, así como una plática amena, en la cual todo, incluido ancianos y niños participan.

Cuando se pudo observar actividades turísticas en Ozolco, fue una experiencia muy alentadora. Existe una real motivación por integrar elemento del patrimonio biocultural y del turismo alternativo dentro de sus actividades. Aunque se observa, como ya mencionado, que hay una falta de confianza en el conocimiento, una falta en la organización de los eventos, y un problema por comunicar un mensaje coherente y armonioso.

El otro elemento importante a destacar de la observación participante, es que existe una cierta dicotomía entre lo expresado y las acciones cotidianas en cuanto a la sustentabilidad y el cuidado del medio ambiente. Es interesante notar que como cualquier persona viviendo dentro de una sociedad moderna, hacen un uso de tecnologías similar al contexto urbano. Aunque el acceso es limitado debido a que no hay disponibilidad de los proveedores de servicios tradicionales de internet, gracias a la telefonía y el internet satelital, pueden obtener acceso a los medios de información y entretenimiento por Internet. De igual manera, se hace un gran uso de

productos desechables, plásticos de un solo uso y de productos alimenticios ultra-procesados y bebidas gaseosas con alto contenido calórico.

Finalmente, se destaca de la observación participante que existen carencias fuertes en el manejo de residuos líquidos y sólidos. Durante sus actividades del campo, se ha derramado gasolina y aceites directamente al suelo, contaminando fuertemente el entorno. De la misma forma, mucha basura aún se quema en la comunidad, contaminando el aire. También varios lugares son usados como basureros comunales dentro del territorio, así como existe mucha basura a lo largo de las carreteras y caminos de la comunidad.

Tabla 2

Identificación de la agencia de los actores en el turismo alternativo

| | | TURISMO ALTERNATIVO | | | |
|---|---|---|--|--|---|
| | | Enfoque territorial (ET). Fortalece la identidad territorial al mostrarse la realidad social, económica, ambiental y cultural, tal como es; La cultura local y los saberes ancestrales, se abren al diálogo con lo externo; Favorece el arraigo de la población; Minimiza impactos ambientales negativos; Procura incidir en la gestión de conflictos internos. | Infraestructura (I) Fomenta el uso de ecotecnologías para la construcción y producción de alimentos mediante sistemas sustentables. | Enfoque social (ES). Infiere en la construcción y fortalecimiento de instituciones horizontales comunitarias y/o colectivas; Se gestiona desde lo local por actores del lugar; permite la participación de actores externos previo consentimiento y a solicitud de la comunidad. Busca la participación social y la equidad de género e intergeneracional. | Enfoque económico (EE). El beneficio económico contribuye al arraigo, mediante la reinversión de excedentes en el lugar; Fomenta el emprendedurismo social, permitiendo a los lugareños tener alternativas económicas complementarias; No desplaza a otras actividades productivas en el territorio, más bien la complementa, mediante la generación de redes horizontales locales de circulación de bienes y servicios. |
| AGENCIA DE LOS JÓVENES CAMPESINOS INDIGENAS | <p>Autoregulación del comportamiento (ArC). Los jóvenes se proyectan en su entorno o bien manifiestan ese anhelo; Son capaces de autogestionar sus emociones (resistencia a la frustración, resiliencia, paciencia, adaptación al cambio, ecuanimidad, capacidad de negociación, entre otras cualidades); En lo individual, son proclives al cambio, analizan críticamente pros y contras de sus proyectos personales, reconocen la complejidad de relaciones interpersonales. Piensan y actúan positivamente, muestran ganas de aprender y valoran los conocimientos que les son de utilidad.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Problema de resiliencia a la frustración cuando se enfrentan con el mundo exógeno (falta de reconocimiento de la complejidad de relaciones interpersonales) - Los jóvenes entienden el contexto y entorno en el cual se encuentran a nivel local - El turismo que se está desarrollando se basa en la realidad social y económica (se adaptan a la situación en la cual se encuentran) - No hay una construcción común de la crítica – problema de sentido subjetivo colectivo | <ul style="list-style-type: none"> - Muestra de capacidad de cambio (quieren desarrollar construcciones más eco-amigables no nada más para el turismo pero también para el medio ambiente) - Muestran paciencia en el desarrollo de su actividad (entienden que se tiene que desarrollar por etapas aunque falta planeación y en particular ordenamiento de las diferentes etapas del desarrollo del negocio como el desarrollo de infraestructura y el cambio de forma de producción) - Gana por la obtención de nuevos conocimientos aunque no de participar en capacitación (desgaste por recepción de varios ciclos) | <ul style="list-style-type: none"> - Turismo a mano de locales - Actividades desarrolladas de forma colectiva (regulación de emociones –aunque exista conflicto en la organización) - Muestran responsabilidad y una actitud positiva - Son protagonista de la actividad turística dentro de la comunidad - Falta de compromiso por aplicar nuevos conocimientos | <ul style="list-style-type: none"> - Son capaces de desarrollar negocios y generar el conocimiento para poder llevarlos a cabo de forma exitosa - Problema con redistribución de ingresos (falta de capacidad de negociación) - Pérdida de motivación en la actividad turística como rendimiento de los negocios bajos (se quedan en la actividad agropecuaria como es una actividad que concocen y les ha sostenido hasta ahora) - Capacidad de generar una actividad turística en común (la feria del pulque) - manejo de emociones - Falta de autoconocimiento de las necesidades de inversión en sus negocios (no nada más capital económico sino humano) - Poca capacidad de negociación con autoridades - Estructura de negocios top-down, no delegación de tareas |
| | <p>Autoconocimiento (Ac). Los jóvenes demuestran abiertamente su autoestima e identidad territorial, tanto en lo individual como de manera colectiva; Sus acciones se rigen por valores y creencias (autodirección del comportamiento); Analizan problemáticas locales y posibles soluciones. Exhiben su territorialidad; Valoran su patrimonio y lo protegen.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Los jóvenes reconocen las relaciones de poder locales, su rol y capacidad (falta de los suficientes conocimientos y organización para poder actuar sobre ello) en particular las relaciones de gerontocracia - Los jóvenes entienden el potencial turístico de su comunidad (aunque les cuesta relacionar sus vidas cotidianas con experiencias turísticas) - Los jóvenes tienen una identidad fuerte (creada desde una mezcla del mundo moderno y ancestral indígena) – construyen su propia realidad - Los jóvenes son orgullosos de pertenecer a su territorio, lo defienden y lo promueven - Dan valor al territorio, entienden que no es único y que evoluciona (aunque les es complicado entender la diferencia entre lo individual y colectivo, no a nivel de propiedad sino de comportamiento) – problema de construir, reconocer y cuidar un patrimonio común (el esfuerzo individual para la colectividad) - Importancia de su cosmovisión en el territorio y creencia que la actividad turística se ha de desarrollar alrededor de ella - Falta de empatía para reconocer el imaginario del visitante | <ul style="list-style-type: none"> - Muestran sentido de pertenencia al territorio (proyección de construcción con uso de materiales locales y eco-amigables aunque necesidad de capacitación) - Falta de identificación con el manejo de residuos y contaminación de su actividad al suelo - Alimentación basada en una gastronomía única y aun muy viva- muestran valor por su alimentación | <ul style="list-style-type: none"> - Los jóvenes ya involucrados en el turismo muestran una relación fuerte con su patrimonio local y entienden que es una tarea común el cuidarlo - El turismo no es su actividad principal saben que no han de abandonar las actividades ancestrales indígenas agropecuarias - Falta de autoestima (existe todavía el resultado de años de relaciones de poderes inequitativa entre el rol del gobierno y los actores locales y la relación entre lo exógeno indígena y el mundo moderno exógeno que los ha sometido y lo sigue intentando) | <ul style="list-style-type: none"> - Actividad turística basada en su patrimonio (el pulque maguay, gastronomía local) e identidad de forma común por el grupo juvenil Yolotequili, así como su cosmovisión - Poca confianza en los procesos legales, gobiernos, apoyos externos - Poco conocimiento en procesos de relación con autoridades - Escaso uso de remesas en negocios turísticos |
| | <p>Sentido de vida (SV). Los jóvenes cuentan con un proyecto de vida claro, entienden los esfuerzos que ello implica para lograrlo y están dispuestos a retarse. Identifican sus capacidades y limitantes, así como lo medios para solventarlas. Priorizan los proyectos comunitarios o colectivos sobre los individuales. Confían en el éxito del proyecto, prevén y planean a largo plazo. Buscan la preservación de sus costumbres y tradiciones.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Los jóvenes entienden la representación simbólica de su territorio, los retos a los cuales se tienen que enfrentar para establecer una actividad turística exitosa dentro del territorio - Cómo el territorio se forja, los jóvenes quieren ser actores participe con su propia concepción del territorio, quienes han de ser involucrados en su desarrollo (no nada más actores locales sino también el involucramiento de actores externos- como asesores) - Existen barreras dentro del territorio para el desarrollo de la actividad turística (como barreras espirituales (en particular religiosa, según afiliación a los distintos grupos presentes), códigos de conducta (derivados de la identidad, si es más basada en lo ancestral o en influencias externas en particular debido a la migración y los retornados) - Costumbres alimenticias, de vestimenta, de relación a la identidad ancestral y al medio ambiente) - Como aun no está consolidado la visión del patrimonio colectivo genera problemas para dar sentido común al patrimonio tangible e intangible generando problema de la creación de valor para el patrimonio | <ul style="list-style-type: none"> - Uso de agroquímicos en sus sembradíos (tienen un conocimiento del sistema milpa y se aplica de forma esporádica pero de forma general usan el sistema de monocultivo – falta de conocimiento de otros métodos de producción resultando en un sentido confuso de lo que realmente quieren lograr) - Barreras objetivas existen en la comunidad: <ul style="list-style-type: none"> - Rutas turísticas no determinadas - Problema con rutas de acceso en particular durante temporada de lluvias - Poco transporte disponible para llegar a Ozolco (nada más en transporte privado o combi – no adaptado al turismo y poca señalética) - Realizan planes a largo plazo en la construcción y expansión de sus negocios (aunque no sistematizados) | <ul style="list-style-type: none"> - Los jóvenes confían en el éxito del proyecto turístico (aunque no es la actividad principal de ninguno de ellos) - Se pueden proyectar en el futuro y realizan planes a largo plazo de colaboración - Entienden que el turismo es un esfuerzo colectivo y de largo plazo pero les cuesta saber que acciones tomar y en que orden realizarlas de igual manera como transmitir su visión de turismo y modos de vidas - Falta de anticipación, por falta de planeación y organización de los actores locales del turismo - Los jóvenes se enfrentan a necesidades incumplidas empujando a la migración y falta de integración en actividades colectivas | <ul style="list-style-type: none"> - Los jóvenes entienden que para que se pueda conservar sus modos de vida necesitan desarrollar negocios exitosos y retener ingresos (aunque no sepan como se pueda llevar a la acción) - Falta de proyección de los negocios - No es nada más el objetivo principal de los negocios, aparentan mucho más a negocios sociales |
| <p>Autoreconocimiento (Ar). El colectivo identifica y valora las capacidades individuales y de liderazgo que exhiben ciertos integrantes, favoreciendo el reconocimiento propio a partir del reconocimiento de los demás. Este autoreconocimiento se expresa en mayor autoconfianza y autoestima, mayor poder de convocatoria, de comunicación, de toma de decisiones, de convencimiento, de empatía. Analiza críticamente las propuestas externas y diferencia aquellas que aportan a sus intereses colectivos.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Debido a la sociedad gerontocrática en la cual se desarrollan dentro de su territorio, la edad y el sexo son importantes para el reconocimiento aunque los jóvenes reconocen el valor de las mujeres, es difícil de obtener reconocimiento (siempre se refiere a ellos por afiliación familiar – son hijos o hijas de alguien) - No se les reconoce su merito propio (problema de construcción – comunicación basada en la influencia) - Entre sí, los jóvenes también tienen sus roles aunque es difícil que reconozcan la capacidad de cada uno - Falta de un liderazgo claro debido al poco reconocimiento de los actores (aunque en cierta medida el grupo juvenil Yolotequili ha tomado un liderazgo relativo en las actividades turísticas debido al ingreso generado por la feria del pulque) - Siguen existiendo imaginarios distintos sobre el territorio y diferentes entendimientos del turismo dentro de dicho territorio | <ul style="list-style-type: none"> - No existe la capacidad de planificación para el desarrollo de infraestructura colectiva - Problema de reconocimiento de actores entre los grupos y dentro de los mismos grupos - Los jóvenes, aún no han logrado que actividades dañinas al medio ambiente y al patrimonio físico de Ozolco sean detenidas por los lugareños (existe una actividad de cantera, tala de árboles ilegal y producción de carbón) - No existe la capacidad de convencimiento por parte de los jóvenes sobre las necesidades de desarrollo de la infraestructura a nivel comunitario | <ul style="list-style-type: none"> - Existe una cierta capacidad de convocatoria de jóvenes, pero nada más si los miembros encuentran su propio interés - No hay un sentido de apoyar a la comunidad para la mejora de la actividad turística para el bienestar común - Brecha generacional fuerte - No existe el reconocimiento de actores fuera de la actividad turística de los esfuerzos (resultando que el cuidado del sistema metapante no sea una prioridad y en conflicto de interés sobre la actividad turística) - Falta de reconocimiento por la otredad como actores capaces de desarrollar una actividad turística propia y exitosa | <ul style="list-style-type: none"> - Problema de conectar con audiencia (tanto local (otros actores locales) como externa (turistas), resultando en una detrama económica baja - Cierta éxito en la generación de una actividad turística con resultados positivos (feria del pulque que ha generado ingresos para muchos locales) – generando un cierto reconocimiento pero debido a la poca unión en la comunidad de igual manera muchos conflictos (como no hay rendición de cuenta) así que ha existido un rechazo del turismo por locales por no sentirse involucrados - Problema de reconocimiento de la importancia de los sistemas de producción agropecuarias para poder desarrollar una actividad turística sustentable a nivel comunitario | |

Nota: elaboración propia

Plan de mejora para el fortalecimiento de la agencia turística de jóvenes campesinos indígenas

Con base en el análisis de la Tabla 2, se detectaron diferentes aspectos en los que los jóvenes indígenas no han manifestado su agencia como actores del turismo alternativos, por lo cual se construyó de manera participativa, una estrategia de acompañamiento instrumentada en un plan de mejora para el fortalecimiento de la agencia, fijando como línea base las ausencias de agencia identificadas. El plan de mejora se implementó mediante diferentes talleres participativos, organizados en distintas categorías.

Es interesante notar que las oportunidades para detonar la agencia son co-creadas entre los actores locales y el investigador, en donde, los conocimientos más técnicos y teóricos son aportados por este último, mientras que los actores locales poseen el conocimiento territorial y cotidiano. El proceso de acompañamiento de mejora continua, no hubiera podido ser provechoso sin estos dos elementos. Ello resultó en un verdadero aprendizaje mutuo y una necesidad de adaptación para ambos lados. Los temas para los talleres fueron aceptados por todo el grupo de trabajo, así como el proceso y los resultados esperados.

Sobre las áreas de mejora identificadas, los jóvenes no actúan completamente como un colectivo, mientras que su ejercicio del turismo no está siempre alineado con sus vidas cotidianas, ya que promocionan a un ecoturismo basado en actividades al aire libre como cuatrimotos, tirolesa, pesca, bicicleta de montaña, motocross.... También se observó que no hay consensos sobre la valoración e importancia que le atribuyen al patrimonio tangible e intangible, lo cual genera problemas para el reconocimiento del patrimonio local de forma colectiva.

De igual manera, siguen existiendo imaginarios distintos sobre el territorio y diferentes entendimientos del turismo dentro de dicho territorio, lo cual queda evidenciado en el hecho que se han introducidos muchas tecnologías modernas, fertilizantes y pesticidas químicos en la producción agropecuaria, así como se han desarrollado una infraestructura turística no basado en las formas tradicionales de construcción. Así como las nuevas generaciones no están interesadas en la lengua Náhuatl o las tradiciones y tienen sus miradas hacia EEUU, y su cultura, lo que se evidencia en su forma de vestirse y la música que escuchan. Además, en la comunidad, los jóvenes tradicionalmente optan como opción de vida, migrar en busca de oportunidades que les permitan satisfacer algunas necesidades sentidas. Otro aspecto identificado es que las relaciones diametrales de poder entre actores políticos y los actores

locales, así como entre lo indígena y el mundo moderno exógeno, han generado un sentido de estar en desventaja frente a lo de afuera, afectando así su autoestima.

Por tanto, todos estos elementos representan oportunidades para fortalecer la agencia en dichos aspectos. Así, se propuso generar una visión identitaria común sobre el patrimonio local, una revalorización de lo ya existente en el territorio, y fomentar una práctica del turismo basado en las creencias y potencialidades existentes, desde la visión local para erradicar la baja autoestima y mejorar la confianza en sus capacidades. Se planteó incidir en esta transformación de la agencia, a través de un taller sobre el patrimonio y legado local, fomentado una discusión sobre lo que realmente buscan conservar y resguardar, para que sean orgullosos de él, de mantenerlo y mostrarlo.

De igual manera, se observa en la Tabla 2, que los jóvenes aún no han logrado que actividades dañinas al medio ambiente y al patrimonio físico de Ozolco sean detenidas por los lugareños (existe una mina de cantera, tala ilegal de árboles y producción de carbón). Además, existen diferentes visiones sobre la producción agropecuaria en la comunidad, así que subsiste un problema de reconocimiento de la importancia de los sistemas de producción agropecuarios para poder desarrollar una actividad turística sustentable a nivel comunitario. Se utilizan agroquímicos de manera intensiva en los sembradíos y aunque conocen el sistema milpa, muchos utilizan el monocultivo, lo cual afecta la agrobiodiversidad y va en sentido contrario a la visión sustentable que se quiere lograr.

De igual manera, las rutas turísticas que se realizan, aceleran la erosión de los suelos ya que en ellas se utilizan vehículos motorizados para que se trasladen los visitantes y no hay un programa oficial de mantenimiento o cuidado de los caminos. Así mismo existe un problema con las rutas de acceso a la comunidad, en particular durante temporada de lluvias, cuando las condiciones de las rutas de acceso a la comunidad empeoran. Añadiendo al problema, el transporte público es insuficiente por lo que los visitantes prefieren llegar en sus vehículos privados, generando mayor tráfico, contaminación sonora, visual y medioambiental. Aunque han existido esfuerzos para remediar estos problemas, se requiere un análisis más pormenorizado de los diferentes impactos ambientales que el turismo está ejerciendo.

Los actores locales entienden pacientemente que el desarrollo de su actividad se da por etapas, para lo cual, falta planeación de los diferentes momentos para el logro de la actividad, incluyendo requerimientos de infraestructura y la transición hacia otra forma de producción más

sustentable. Esto dio paso a la creación de un taller de formación sobre nociones de sustentabilidad, que atendiera las necesidades de los actores locales.

En Ozolco, la sociedad responde a un sistema patriarcal y gerontocrático, en el cual, la edad y el género condicionan el reconocimiento social. Si bien, los jóvenes reconocen el valor de las mujeres, es difícil, para ellas, obtener un reconocimiento más allá de ellos. En el mismo sentido, las generaciones jóvenes logran su reconocimiento a través de la afiliación familiar, ya que se les identifica como hijos o hijas de alguien.

Como ya se mencionó, no se trata de enfrentar la construcción social y cultural de la sociedad a través de medios conflictivos, sino aportar un valor agregado al debate para que los mismos actores tomen conciencia de las aportaciones de los jóvenes al desarrollo de la misma sociedad territorial. Por ello, se requiere fortalecer la capacidad de comunicación de los jóvenes para que puedan transmitir mejor el mensaje que tanto desean sea escuchado.

Los jóvenes enfrentan constantemente el hecho de que no se les reconocen sus méritos. En ese sentido es necesario generar estrategias de comunicación, basadas en el autorreconocimiento, por encima del conflicto o del ejercicio del poder de manera unilateral. El cambio ha de ser voluntario entre los jóvenes y los demás actores, no impuesto a través de la dominación.

Así mismo, tampoco existe el reconocimiento de otros actores que no están inmersos directamente en la actividad turística, pero sí en el resguardo del patrimonio y en las prácticas que lo preservan. A manera de ejemplo, en la comunidad ha ido perdiendo vigencia el sistema metepantle como elemento patrimonial y productivo. Además, hay una falta de reconocimiento por la otredad, hacia los jóvenes como actores capaces de desarrollar una actividad turística propia y exitosa.

Al respecto, se requiere trabajar en la construcción de resiliencia ante la frustración cuando los jóvenes se enfrentan con el mundo exterior, basándose en la comprensión de la complejidad implícita en el desarrollo de relaciones interpersonales. En la misma línea, los jóvenes requieren una mayor empatía con los imaginarios y anhelos de los visitantes, al igual que para tener una mejor conexión con la audiencia, tanto interna como externa. Esto dio paso a que se propusiera desarrollar un taller sobre comunicación asertiva.

Se observó que entre los jóvenes se identifican roles individuales para la gestión turística, aunque no hay un reconocimiento pleno de las capacidades de cada uno por parte del

grupo, lo cual lleva al problema de la falta de reconocimiento dentro del grupo y de los externos. Esta última situación se refleja en el poco convencimiento entre ellos y con las autoridades locales, sobre las necesidades desarrollar o mejorar la infraestructura existente que es necesaria para el fortalecimiento del turismo en la comunidad, así como de asumir que también es conveniente que vayan integrando nuevos conocimientos que también pueden provenir del exterior y que esto implica compromisos por parte de ellos.

Aquí, es importante resaltar que no se trata de asumir a los actores locales como agentes con necesidad de ser capacitados por gente externa, sino de lograr un proceso formativo en el que las aportaciones y conocimientos propios de los lugareños también sean valoradas. Por ello, el contenido temático de los talleres es importante pero también la manera y didáctica que sea más eficaz para transmitir el conocimiento y que sea asimilado, por el agente externo y los actores locales.

Los jóvenes de Ozolco conocen las relaciones de poder locales que existen en su comunidad, aunque no tienen tan claros los mecanismos que les permitan actuar sobre ellas, para insertarse en los diálogos sobre la gestión del territorio y romper con las barreras como la de la gerontocracia. Además, existen otras barreras dentro del territorio para el desarrollo de la actividad turística, por ejemplo las impuestas desde la hegemonía religiosa, o la de aquellos que pugnan por un mayor apego de la comunidad a su identidad como pueblo con tradiciones ancestrales en contraposición a los que introducen elementos culturales aprendidos en el exterior, generalmente representados por los migrantes retornados.

Enfrentar las relaciones de poder requiere entre otras cosas, una capacidad adecuada de liderazgo, que el grupo juvenil Yolotequitl ha ido desarrollando derivado de sus actividades de fomento turístico que les ha generado ingresos económicos importantes para la comunidad, principalmente por la feria del pulque.

Sin embargo, se observó que el sentido de apoyar a la comunidad para la mejora de la actividad turística general, está poco desarrollado. Así mismo, requieren mejorar su capacidad previsoras de eventualidades y mayor planeación y coordinación en la organización de los actores locales del turismo, lo que a su vez afecta la proyección de los negocios asociados al turismo. Factores como la poca participación colectiva en las actividades desarrolladas o la pérdida de motivación en la actividad turística debido a los bajos rendimientos económicos, han favorecido que los jóvenes prefieran dedicarse a actividades ya tradicionales como las

agropecuarias, las cuales conocen y dominan y les representan un medio de vida, sin que decidan arriesgarse a incursionar más profundamente en el turismo.

Existe además, poco autoconocimiento sobre las necesidades de inversión de capital económico y humano para sus negocios, por lo cual se planteó el desarrollar un taller sobre trabajo en equipo y la organización para fortalecer el sentido de vida de los jóvenes y su capacidad de autorregulación del comportamiento.

Así, las áreas de oportunidad evidenciadas en la Tabla 2, se transformaron en la línea base para la elaboración del Plan de Mejora, el cual contempló la implementación de cuatro talleres participativos para el fortalecimiento de la agencia de los jóvenes campesinos indígenas en el turismo alternativo.

Cada taller se desarrolló mediante un plan de formación, considerando técnicas de aprendizaje y acompañamiento, adaptadas a la realidad local. Se hizo un uso mínimo de tecnologías, se adaptaron los horarios de trabajo para fomentar la atención a los talleres, se implementaron en las noches. De igual manera, el horario fue flexible para permitir que un máximo de personas pudiera acudir. Se hizo uso de un lenguaje más coloquial y de una vestimenta casual. Además de entregar el taller bajo el formato de una conversación alrededor de una temática de interés más que bajo el formato de clase tradicional.

Los talleres fueron los siguientes:

(1) Taller introductorio: patrimonio y cosmovisión

A diferencia de lo que las grandes instituciones promotoras de patrimonio promueven, en San Mateo Ozolco los aspectos patrimoniales son más sutiles, por tanto es necesario tomarse su tiempo y estar inmerso para poder aprovecharlos y entender su proceso. El turismo alternativo en Ozolco se genera a partir de la visibilización del pulque, de los procesos productivos del campo, de su gastronomía, entre otros, para fomentar la revalorización del sistema metepantle y la cosmovisión local. Ello permitirá la práctica y difusión de la cultura del tlachique y procesos relacionados, mediante el turismo, y su reconocimiento como parte de la identidad local. De igual manera permitirá tener insumos para crear las actividades turísticas futuras, fortalecer las actuales y crear los guiones interpretativos necesarios para la transmisión de la experiencia deseada.

(2) Taller de sustentabilidad

Existe un problema alrededor del manejo de residuos sólidos en la comunidad y del uso de plásticos, ya que se encuentran muchos tiraderos de basura no regularizados. Es necesario desarrollar una serie de capacitaciones sobre los impactos de dichos tiraderos y desarrollar una estrategia para su manejo, así evitar contaminación de los suelos y contaminación visual, punto importante para poder atraer al segmento de turista deseado. Además se busca fomentar el diálogo alrededor de la comprensión de la sustentabilidad por parte de los participantes, su relación con la palabra, entender cómo se vive en la comunidad. Se aborda brevemente las definiciones de sustentabilidad dura y blanda, que tienen implicaciones con la forma de vida. Finalmente se relaciona con las actividades turísticas.

(3 y 4) Talleres de fortalecimiento organizacional y de comunicación interna y externa.

Se ha notado la necesidad de mejorar la comunicación interna y la organización entre los actores para dar a conocer la oferta turística con la que cuentan. Para poder atender este punto es necesario implementar una serie de talleres para fortalecer la comunicación entre los actores locales, los actores externos que tengan el potencial de apoyar el proyecto turístico y con los visitantes para que todos comprendan la visión de turismo que se busca desarrollar en San Mateo Ozolco, así como transferir conocimiento de lo elemental de la comunicación digital.

Además se presentarán diferentes elementos centrales de la organización y del trabajo en equipo.

Para todos los talleres, al finalizar se destinó tiempo para una discusión y retroalimentación colectiva entre el facilitador y los participantes. La información resultante se conjuntó con el análisis del grupo focal para la valoración de los logros conseguidos en esta fase de la investigación -acción y la propuesta de continuación del plan de mejora continua.

Taller 1: Introducción y patrimonio

La mayoría de los asistentes han recibido una serie de capacitaciones previas, así que en un inicio existió una cierta resistencia por participar en un nuevo programa de capacitación. No obstante, gracias a un largo trabajo previo por parte del equipo de trabajo se logró demostrar la necesidad y oportunidad que representaban los talleres. Una vez superada esta barrera inicial, los asistentes presentaron una actitud propositiva para el taller. Logrando encontrar un lugar para su desarrollo y participando de forma muy activa durante la capacitación. Se puede apreciar los temas de cada taller en los respectivos planes de formación que se muestran en el Anexo 5.

Mediante técnicas participativas que fomentaron el diálogo y un ambiente relajado, lo más cercano a una situación que podrían encontrar en su vida cotidiana, se generó información relevante para alcanzar los objetivos del taller. Ello, en gran parte gracias a que los asistentes comprendieron los contenidos del taller y realizaron preguntas pertinentes cuando existía una duda.

Es de interés mencionar que, aunque los asistentes se conocían desde antes, no habían trabajado como grupo. Las actividades del diagnóstico, fomentaron una conversación alrededor del patrimonio local, lo que permitió que los asistentes encontrasen una identidad común dentro del proceso de capacitación que se estaba iniciando.

Aunque se logró mantener un ambiente relajado, los asistentes desempeñaron sus actividades con seriedad, discutiendo entre ellos cuando existía diferencias de opinión, pero siempre con respeto. De igual manera, se puede observar que los talleres son un reto para los participantes debido a sus actividades cotidianas, como el trabajo de campo, el cuidado de la familia, y atender a un sin fin de actividades. Hay que reconocer la disposición de tiempo que se ha dedicado. Ello, muestra el interés y dedicación al proceso de capacitación, así como al proceso de cambio de los mismos participantes.

Otro reto identificado, es lo complicado que resulta a veces comunicarse con la otredad, entender otras realidades y concepciones, tanto del facilitador como de los actores locales, así como ser receptivos a otras formas de aprender. De la misma manera el proceso de facilitación fue un reto interesante, en relación a cómo lograr el cumplimiento de los temas del taller de comunicación. Aquí se evidenció la necesidad que ambas partes participarán en el taller.

De igual manera se puede ver que la cultural de la comunidad es de tradición oral. Para los participantes es difícil transcribir sus ideas en un escrito. Se ha notado, que en la mayoría de los casos, los participantes cuentan con los conocimientos necesarios o la información pero existe una falta de confianza en sus propios conocimientos.

Se pudieron alcanzar los objetivos planteados para el taller, como se logró realizar un diagnóstico participativo con los asistentes. Es importante notar que un ejercicio de diagnóstico se había realizado previamente resultando en que se descubrió que existían patrimonios reconocidos por varios miembros de la comunidad. Además, que existía un interés y un reconocimiento de un patrimonio y una identidad local fuertemente arraigada. Durante el taller, se logró completar este diagnóstico, y la identificación de los elementos patrimoniales de la comunidad. En particular, destacaron elementos gastronómicos, relacionados a la milpa, las festividades y la naturaleza, así como una cosmovisión ancestral.

Los asistentes, a través de su presencia al taller, mostraron su compromiso con el proceso. De igual manera se comprometieron a concluir el proceso de capacitación. Algo que no es sencillo de lograr, debido a experiencia de los asistentes en otros procesos de capacitación que han sido proporcionados por miembros externos a la comunidad. Además, fue necesario mostrar la dedicación de los actores externos y el compromiso mutuo. Con ello logrado, los asistentes aportaron los conocimientos necesarios para poder complementar el diagnóstico de la comunidad. En particular, se pudo establecer una relación de confianza con los participantes. Así como construir una relación equitativa en donde ambas partes pueden aportar al proceso de formación.

Taller 2: Sustentabilidad de la propuesta turística

El tema de sustentabilidad es complejo, y complicado de transmitir de una forma concisa y en una sola sesión, sin profundizar demasiado en el debate conceptual. Por ello, los temas relacionados a la sustentabilidad se acotaron dentro de la perspectiva del turismo alternativo (Anexo 5). Lo que permitió que el mensaje fuera sencillo y enfocado así facilitando el entendimiento por parte de los participantes.

En un inicio, fue sorprendente que solo una persona, quien ya había tomado un curso sobre cuestiones ambientales, tuviera nociones de sustentabilidad. Sin embargo, si se logró que se comprendiera la relevancia de la sustentabilidad para desarrollar un proyecto

productivo en el campo. Se pudo notar en visitas posteriores a las actividades del campo, por parte del tallerista, que los conocimientos no son del todo aplicados. Así que, aunque como resultado del taller se logró transmitir el conocimiento deseado, aún existe trabajo sobre la aplicación de estos conocimientos.

Para fomentar la comprensión del concepto y la necesidad de su aplicación se propuso a los participantes reflexionar sobre cómo poder llevar a la cotidianidad el concepto. Es interesante decir que cada uno tomó el ejercicio en serio y tuvo sus propias conclusiones sobre la relación de la comunidad y el concepto de sustentabilidad y como se podía introducir en sus iniciativas. Ello, muestra de nuevo el compromiso, la voluntad y las ganas de ser un actor local que tenga un impacto en la comunidad. De igual manera muestra que los participantes están dedicados al proceso.

El objetivo principal era poder debatir alrededor de la sustentabilidad, y construir una conciencia colectiva alrededor del tema. Como se mencionó arriba, no es un tema fácil de transmitir y menos de adquirir, en parte porque el concepto fue desarrollado en un contexto diferente al de las culturas y realidades socioculturales, políticas y económicas, de los pueblos originarios de México. Por ello, se busca más que los participantes desarrollen su propia comprensión, adecuado a la realidad cotidiana de la comunidad; que el trabajo por venir, no parta de un imaginario externamente impuesto, sino de lo que se vive en Ozolco. No obstante, se pudo trabajar técnicas para lograr la sustentabilidad.

Los asistentes, en esta ocasión aportaron su humildad y honestidad, reconociendo los cambios necesarios. Ello, no nada más a nivel actitudinal, también de mentalidades, es decir de la misma cultura, de los sentipensares. Existe un reconocimiento de elementos de la modernidad, que cuando fueron introducidos a su comunidad, resultaron en la pérdida de una conexión con la naturaleza y un respeto por ella. En particular en el manejo de desechos, tantos sólidos como líquidos, el uso de fertilizantes químicos, o el no realizar sus propias compostas. Pero también a nivel de comunidad, en dónde se ha hecho uso de materiales de construcción no tradicionales, por mencionar algunos ejemplos. Así que se reconoció la incongruencia entre lo comunicado y las acciones concretas. Ello, es la base de la sustentabilidad sociocultural.

Taller 3: Comunicación interna y externa

El taller de comunicación se enfocó en los intercambios de información dentro de la comunidad y la relación de los participantes con la otredad (Anexo 5). Los asistentes fueron muy participativos mostrando interés en el tema y la voluntad para aprender a relacionarse mejor gracias a una comunicación asertiva y de aprender técnicas para lograrlo.

El conocimiento brindado es de particular interés para desarrollar guiones interpretativos, saber transmitir este conocimiento del cual son portadores los participantes, pero que aún cuesta externalizar. No obstante, es interesante notar que el mejoramiento de la comunicación se enfrenta con las relaciones de poder existentes y la cultura local, anclada en el patriarcado y las estructuras sociales. Por ello, saber plantear y planear lo que se quiere transmitir toma toda su importancia.

La conclusión a la cual llegaron los participantes es que gracias a un mensaje bien construido se puede lograr una mayor comunicación hacia el mundo externo y con la comunidad local, sobre el hecho de que existe un futuro digno en el trabajo de campo, que se puede generar ganancias y mantener a la comunidad con su propia cosmovisión a través del turismo.

Los participantes se mostraron interesados en los debates y reconocieron la importancia de la comunicación en su vida cotidiana, pero que requiere implementarse permanentemente que dará resultados en el mediano y largo plazo. Se mostraron motivados de introducir estos elementos en una ruta turística.

Se lograron los objetivos planteados al detonarse un debate sobre la comunicación y la importancia de tener un mensaje claro y unido para que se puedan lograr las metas planteadas, en particular, para que el turismo alternativo sea visto como una actividad humana que pueda apoyar a la revalorización de una cultura ancestral y su expresión moderna.

Una vez acabado el proceso de capacitación de los tres primeros talleres, dos eventos fueron realizados en donde los participantes pudieron implementar los conocimientos aprendidos en los tres primeros talleres. Así que introdujeron elementos de patrimonio y sustentabilidad en su discurso y gastronomía ofrecida. De igual manera, el mensaje fue más fluido, más enfocado y con mayor relación a la realidad de los visitantes.

Taller 4: Trabajo en equipo y organización

El taller sobre trabajo en equipo y organización, tenía la finalidad de transmitir un conocimiento básico sobre diferentes temas de importancia para crear un equipo de trabajo consolidado en Ozolco. Por ello, el último taller fue central para el buen funcionamiento del equipo de trabajo. Cada emprendimiento involucrado ya cuenta con sus dinámicas propias, sus relaciones y su forma de organización.

Aquí se trataba de entender porque es importante repartir el trabajo, cómo se podía realizar y cómo debe ser la toma de decisiones, la carga de trabajo para cada individuo, y la articulación entre los diferentes negocios. Surgieron muchas dudas, que fueron aclarándose gracias al trabajo previo y a la confianza que se ha ido construyendo entre los distintos participantes, elementos que facilitaron la comunicación y la toma de decisión.

Se pudo observar que, en comparación con las tres primeras sesiones, los participantes tomaron un rol mucho más protagónico, aportando al debate y compartiendo sus dudas. Pero de igual manera se vio el interés en el taller y la disposición para desarrollar e implementar lo aprendido.

Se tomó el acuerdo que existe la necesidad de crear una figura independiente a los emprendimientos ya existentes, para manejar los temas de proyectos productivos y turismo en la comunidad. Una figura, que justamente pueda apoyar con la economía de escala (por ejemplo, el esfuerzo de comunicación, temas legales o video promoción). Por lo cual se están organizando para poder crear una cooperativa.

De igual manera entendieron la necesidad de la división del trabajo, y que cada persona tiene fortalezas y áreas de oportunidad, y que es mejor trabajar en equipo que intentar hacer todo por separado. La conclusión a la cual llegaron los participantes es que gracias a ser organizados y ser fuerte como grupo tienen una mayor posibilidad de éxito y de resistir a las influencias externas.

El objetivo principal era transmitir la importancia del trabajo en equipo y cómo organizarse. Surgieron muchas dudas y la sesión fue muy dinámica como cada integrante, dado que ya había tenido sus buenas y malas experiencias con el trabajo en grupo, en particular a nivel familiar y comunitario. Pero gracias a poder entender porque estas situaciones habían surgido, se llegó a un entendimiento común de lo que era necesario cuidar al momento de crear

un trabajo en común, en particular la división del trabajo y las responsabilidades de cada individuo.

Los asistentes aportaron su motivación, interés y una capacidad de reacción rápida. A pesar de algunas eventualidades, como el hecho de que el Ayuntamiento no tuvo un espacio para la realización del taller y lo informó al grupo poco antes del inicio, el grupo se pudo organizar rápidamente para que se pueda realizar el taller en la casa de alguno de los participantes.

También se vieron motivados por la idea de generar una cooperativa comunitaria organizada alrededor de temas de turismo, que pueda ayudar a guiar sus pasos y servir de apoyo para la comunidad.

Reflexión colectiva sobre el desarrollo o fortalecimiento de la agencia turística

Una vez finalizada la fase de implementación de talleres, se comenzó el proceso de un grupo focal con los participantes, discutieran sus aprendizajes y la aplicación de estos en la práctica turística. La sesión con el grupo focal se llevó a cabo el 20 de octubre 2022, días después del último taller.

Asistieron de manera presencial tres de los cinco participantes en los talleres, los otros dos miembros, Felipe y Alberto, mandaron sus reflexiones sobre el proceso de capacitación en un momento posterior. El ejercicio se llevó a cabo dentro de la casa de uno de los participantes ya que la presidencia auxiliar no proporcionó un lugar para la actividad.

El propósito de la reflexión fue comprender la relación entre agencia y turismo alternativo, desde la visión de los participantes y cómo fortalecimiento de la agencia de los jóvenes campesinos indígenas tuvo un efecto en sus actividades turísticas. De igual forma, se indagó si el hecho de tener un mayor control sobre sus actividades le hizo sentir que su agencia había sido fortalecida.

Como se puede observar en la Tabla 3, casi todas las oportunidades para el fortalecimiento de la agencia de los actores participantes del turismo fueron reforzadas. Gracias a los resultados del grupo focal se pudo establecer la manera en que se relaciona la agencia con el turismo alternativo, tanto a nivel teórico como en la práctica, mientras que el reforzamiento en un elemento se vincula directamente con el fortalecimiento del otro.

Como fue previamente mencionado, no se trata de medir dentro de una escala el nivel de dominio de los conceptos que los participantes tienen. Más bien se busca entender si los

elementos tienen una correlación y que elementos de la agencia se pueden trabajar para reforzar elementos del turismo alternativo. Por lo cual, los cambios resaltados entre la Tabla 2 (línea base) con relación a la Tabla 3 (elementos de la agencia fortalecidos) representan cambios evocados por los participantes. Más que resolver un problema, se trata de ubicar oportunidades de mejora y que los actores sean conscientes de la necesidad de atenderlas.

Al igual que se realizó en el proceso de mejora continua, la reflexión colectiva mediante el grupo focal se llevó a cabo dentro de un ambiente relajado, de confianza entre los diferentes miembros. Así, se pudieron recabar respuestas y reflexiones auténticas y honestas. Las respuestas fueron las más abiertas posible con el entendimiento que iba a existir un seguimiento al proceso comenzado.

Los participantes mostraron satisfacción con el proceso de acompañamiento que proporcionó el plan de mejora continua, fueron agradecidos por el tiempo y la dedicación que mostró el facilitador. Compartiendo, que gracias a ello tomaron más en serio el proceso y no se sintieron como sujetos de una investigación sino más bien participes de un proceso de desarrollo en su propio beneficio. Los temas abordados fueron de su interés y notaron la utilidad de los conocimientos intercambiados y las reflexiones que se llevaron a cabo.

Tabla 3
Cambios en las ausencias de agencia después del proceso de acompañamiento a través del primer ciclo del plan de mejora continua

| | TURISMO ALTERNATIVO | | | |
|--|---|---|---|--|
| | Enfoque territorial (ET). Fortalece la identidad territorial al mostrarse la realidad social, económica, ambiental y cultural, tal como es; La cultura local y los saberes ancestrales, se abren al diálogo con lo externo; Favorece el arraigo de la población; Minimiza impactos ambientales negativos; Procura incidir en la gestión de conflictos internos. | Infraestructura (I) Fomenta el uso de ecotecnologías para la construcción y producción de alimentos mediante sistemas sustentables. | Enfoque social (ES). Influye en la construcción y fortalecimiento de instituciones horizontales comunitarias y/o colectivas; Se gestiona desde lo local por actores del lugar; permite la participación de actores externos previo consentimiento y a solicitud de la comunidad. Busca la participación social y la equidad de género e intergeneracional. | Enfoque económico (EE). El beneficio económico contribuye al arraigo, mediante la inversión de excedentes en el lugar; Fomenta el emprendedurismo social, permitiendo a los lugareños tener alternativas económicas complementarias. No desplaza a otras actividades productivas en el territorio, más bien la complementa, mediante la generación de redes horizontales locales de circulación de bienes y servicios. |
| AGENCIA DE LOS JÓVENES CAMPESINOS INDIEMAS | <p>Autoregulación del comportamiento (ARC). Los jóvenes se proyectan en su entorno o bien manifiestan ese anhelo; Son capaces de autogestionar sus emociones (resistencia a la frustración, resiliencia, paciencia, adaptación al cambio, equanimidad, capacidad de negociación, entre otras cualidades); En lo individual, son proclives al cambio, analizan críticamente pros y contras de sus proyectos personales, reconocen la complejidad de relaciones interpersonales. Piensan y actúan positivamente, muestran ganas de aprender y valoran los conocimientos que les son de utilidad.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Problema de resiliencia a la frustración cuando se enfrentan con el mundo exógeno (falta de reconocimiento de la complejidad de relaciones interpersonales) - Los jóvenes entienden el contexto y entorno en el cual se encuentran a nivel local - El turismo que se está desarrollando se basa en la realidad social y económica (se adaptan a la situación en la cual se encuentran) - No hay una construcción común de la crítica – problema de sentido subjetivo colectivo | <ul style="list-style-type: none"> - Muestra de capacidad de cambio (quieren desarrollar construcciones más eco-amigables no nada más para el turismo pero también para el medio ambiente) - Muestran paciencia en el desarrollo de su actividad (entienden que se tiene que desarrollar por etapa aunque falta planeación y en particular ordenamiento de las diferentes etapas del desarrollo del negocio como el desarrollo de infraestructura y el cambio de forma de producción) - Gana por la obtención de nuevos conocimientos aunque no de participar en capacitación (desgaste por recepción de varios ciclos) | <ul style="list-style-type: none"> - Turismo a mano de locales - Actividades desarrolladas de forma colectiva (regulación de emociones - aunque exista conflicto en la organización) - Muestran responsabilidad y una actitud positiva - Son protagonistas de la actividad turística dentro de la comunidad - Falta de compromiso por aplicar nuevos conocimientos |
| | <p>Autoconocimiento (Ac). Los jóvenes demuestran abiertamente su autostima e identidad territorial, tanto en lo individual como de manera colectiva; Sus acciones se rigen por valores y creencias (autodirección del comportamiento); Analizan problemáticas locales y posibles soluciones. Exhiben su territorialidad; Valoran su patrimonio y lo protegen.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Los jóvenes reconocen las relaciones de poder locales, su rol y capacidad (falta de los suficientes conocimientos y organización para poder actuar sobre ello) en particular las relaciones de gerontocracia - Los jóvenes entienden el potencial turístico de su comunidad (aunque les cuesta relacionar sus vidas cotidianas con experiencias turísticas) - Los jóvenes tienen una identidad fuerte (creada desde una mezcla del mundo moderno y ancestral indígena) – construyen su propia realidad - Los jóvenes son orgullosos de pertenecer a su territorio, lo defienden y lo promueven - Dan valor al territorio, entienden que no es único y que evoluciona (aunque les es complicado entender la diferencia entre lo individual y colectivo, no a nivel de propiedad sino de comportamiento) – problema de construir, reconocer y cuidar un patrimonio común (el esfuerzo individual para la colectividad) - Importancia de su cosmovisión en el territorio y creencia que la actividad turística se ha de desarrollar alrededor de ella - Falta de empatía para reconocer el imaginario del visitante | <ul style="list-style-type: none"> - Muestran sentido de pertenencia al territorio (proyección de construcción con uso de materiales locales y eco-amigables aunque necesidad de capacitación) - Falta de identificación con el manejo de residuos y contaminación de su actividad al suelo - Alimentación basada en una gastronomía única y aun muy viva- muestran valor por su alimentación | <ul style="list-style-type: none"> - Los jóvenes ya involucrados en el turismo muestran una relación fuerte con su patrimonio local y entienden que es una tarea común el cuidarlo - El turismo no es su actividad principal saben que no han de abandonar las actividades ancestrales indígena agropecuarias - Falta de autostima (existe todavía el resultado de años de relaciones de poderes inequitativa entre el rol del gobierno y los actores locales y la relación entre lo exógeno indígena y el mundo moderno exógeno que los ha sometido y lo sigue intentando) |
| | <p>Sentido de vida (SV). Los jóvenes cuentan con un proyecto de vida claro, entienden los esfuerzos que ello implica para lograrlo y están dispuestos a relajarlo. Identifican sus capacidades y limitantes, así como lo medios para solventarlos. Priorizan los proyectos comunitarios o colectivos sobre los individuales. Confían en el éxito del proyecto, prevén y planean a largo plazo. Buscan la preservación de sus costumbres y tradiciones.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Los jóvenes entienden la representación simbólica de su territorio, los retos a los cuales se tienen que enfrentar para establecer una actividad turística exitosa dentro del territorio - Cómo el territorio se forja, los jóvenes quieren ser actores participe con su propia concepción del territorio, quienes han de ser involucrados en su desarrollo (no nada más actores locales sino también el involucramiento de actores externos- como asesores) - Existen barreras dentro del territorio para el desarrollo de la actividad turística (como barreras espirituales (en particular religiosa, según afiliación a los distintos grupos presentes), códigos de conducta (derivados de la identidad, si es más basada en lo ancestral o en influencias externas en particular debido a la migración y los retornados) - Costumbres alimenticias, de vestimenta, de relación a la identidad ancestral y al medio ambiente) - Como aun no esta consolidada la visión del patrimonio colectivo genera problemas para dar sentido común al patrimonio tangible e intangible generando problema de la creación de valor para el patrimonio | <ul style="list-style-type: none"> - Uso de agroquímicos en sus sembradíos (tienen un conocimiento del sistema milpa y se aplica de forma esporádica pero de forma general usan el sistema de monocultivo – falta de conocimiento de otros métodos de producción resultando en un sentido confuso de lo que realmente quieren lograr) - Barreras objetivas existen en la comunidad: <ul style="list-style-type: none"> - Rutas turísticas no delimitadas - Problema con rutas de acceso en particular durante temporada de lluvias - Poca transporte disponible para llegar a Ozolco (nada más en transporte privado o combi – no adaptado al turismo y poca señalética) - Realizan planes a largo plazo en la construcción y expansión de sus negocios (aunque no sistematizados) | <ul style="list-style-type: none"> - Los jóvenes confían en el éxito del proyecto turístico (aunque no es la actividad principal de ninguno de ellos) - Se pueden proyectar en el futuro y realizan planes a largo plazo de colaboración - Entienden que el turismo es un esfuerzo colectivo y de largo plazo pero les cuesta saber que acciones tomar y en que orden realizarlas de igual manera como transmitir su visión de turismo y modos de vidas - Falta de anticipación, por falta de planeación y organización de los actores locales del turismo - Los jóvenes se enfrentan a necesidades incumplidas empujando a la migración y falta de integración en actividades colectivas |
| <p>Autoreconocimiento (Ar). El colectivo identifica y valora las capacidades individuales y de liderazgo que exhiben ciertos integrantes, favoreciendo el reconocimiento propio a partir del reconocimiento de los demás. Este autoreconocimiento se expresa en mayor autoconfianza y autostima, mayor poder de convocatoria, de comunicación, de toma de decisiones, de convencimiento, de empatía. Analiza críticamente las propuestas externas y diferencia aquellas que aportan a sus intereses colectivos.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Debido a la sociedad gerontocrática en la cual se desarrollan dentro de su territorio, la edad y el sexo son importantes para el reconocimiento aunque los jóvenes reconocen el valor de las mujeres, es difícil de obtener reconocimiento (siempre se refiere a ellos por afiliación familiar- son hijos o hijas de alguien) - No se les reconoce su merito propio (problema de comunicación – comunicación basada en la influencia) - Entre si, los jóvenes también tienen sus roles aunque es difícil que reconozcan la capacidad de cada uno - Falta de un liderazgo claro debido al poco reconocimiento de los actores (aunque en cierta medida el grupo juvenil Yolotequilli ha tomado un liderazgo relativo en las actividades turísticas debido al ingreso generado por la feria del pulque) - Siguen existiendo imaginarios distintos sobre el territorio y diferentes entendimientos del turismo dentro de dicho territorio | <ul style="list-style-type: none"> - No existe la capacidad de planificación para el desarrollo de infraestructura colectiva - Problema de reconocimiento de actores entre los grupos y dentro de los mismos grupos - Los jóvenes, aun no han logrado que actividades dafinas al medio ambiente y al patrimonio físico de Ozolco sean defendidas por los lugareños (existe una actividad de cantera, tala de árboles legal y producción de carbón) - No existe la capacidad de convencimiento por parte de los jóvenes sobre las necesidades de desarrollo de la infraestructura a nivel comunitario | <ul style="list-style-type: none"> - Existe una cierta capacidad de convocatoria de jóvenes, pero nada más si los miembros encuentran su propio interés - No hay un sentido de apoyar a la comunidad para la mejora de la actividad turística para el bienestar común (Brecha generacional fuerte) - No existe el reconocimiento de actores fuera de la actividad turística de los esfuerzos (resultando que el cuidado del sistema metropolitano no sea una prioridad y en conflicto de interés sobre la actividad turística) - Falta de reconocimiento por la otredad como actores capaces de desarrollar una actividad turística propia y exitosa | |

Nota: Elaboración propia. El color azul representa los elementos tratados durante el plan de mejora continua. El color verde lo que está siendo atendido.

Durante el grupo focal, los participantes compartieron que se sintieron respetados, que sus puntos de vista habían sido escuchados e incluidos. Mencionaron que habían

particularmente apreciado el proceso de entrega de los talleres en el cual parecía más una mesa redonda en dónde se intercambiaba conocimientos, que un proceso de taller común. El proceso de entrega fue dinámico, de mucho intercambio. Aunque a veces existió una pequeña barrera por el idioma, al no ser el español la lengua materna del facilitador.

De igual manera les pareció que el hecho que no se usará una presentación *Power Point*, como en un inicio se había planeado, ayudó fuertemente a tener un ambiente de plática más que de capacitación, evitando situaciones de un proceso unidireccional de transmisión de conocimientos hacia los recipientes. Tampoco sintieron la necesidad de tomar apuntes, como en un salón o capacitación tradicional como el conocimiento fue correctamente aterrizado en ejemplos de la vida cotidiana y existía un acompañamiento para saber cómo aplicarlo en sus actividades turísticas. Existió también un espacio para poder brindar retroalimentación, por parte del facilitador, sobre la aplicación de los conocimientos en sus actividades turísticas.

De igual manera, los asistentes reconocieron la flexibilidad del proceso de capacitación, pudiendo adaptarse los días y horarios a sus necesidades, además de las condiciones de capacitación y las sedes sin afectar al proceso de entrega. Ello fomentó su confianza en la seriedad del proceso, resultando en que pudieron compartir ideas de forma abierta y sus opiniones con toda naturalidad.

Se mencionó, durante el grupo focal, que el proceso les ayudó a relacionarse como grupo, ya no como individuos, algo que ya no hacían, porque cada quien desarrollaba sus actividades por su parte. El proceso fortaleció tener un fin común, metas comunes y ubicar una actividad alrededor de la cual encontrarse. De la misma manera, pudieron darse cuenta que trabajar en conjunto, tener una clara distribución de roles, facilita la realización de tareas y que una persona sola no lo puede lograr.

Un elemento importante que se mencionó fue el hecho que el proceso rompió con su preconcepción de intervención exógena. Ello fue gracias al uso de la IAP, que permite la co construcción del conocimiento. Sintieron que este proceso era para trabajar en conjunto, construir con lo que todos podían aportar. Típicamente, cuentan, un investigador llega a levantar información de la comunidad a través de entrevistas o encuestas, solamente para retornar a su trabajo desde el escritorio, sin regresar aunque sea a presentar resultados. Llevando al hecho que los locales se sientan usados, generando una desconfianza con la gente externa. Lo mismo tienen la concepción que los investigadores llegan a tierras conquistadas, que ellos tienen el

verdadero conocimiento sobre la comunidad y no existe ningún intercambio real o construcción de relación duradera.

Los participantes mencionaron que los temas abordados pudieron despertar nuevas inquietudes, lo cual es de mucho interés para el segundo ciclo de capacitaciones. Además de mostrar una asimilación de los contenidos de los talleres que llevaron a una reflexión que permitió despertar otras inquietudes. Lo que comprueba su capacidad de autocrítica, de autogestión de sus emociones.

En particular, están interesados en indagar más sobre ecotecnologías, desarrollar una infraestructura turística más amigable con el medio ambiente y más acorde con la forma tradicional de construir en la región. Además, están interesados en el desarrollo de baños secos para mejorar la gestión de residuos en la comunidad y transformar el proceso de fertilización de los sembradíos. También despertaron inquietudes alrededor de la comunicación, de las relaciones de poder, el autorreconocimiento de la comunidad hacia sus actividades. Buscan detonar su rol de liderazgo para el desarrollo de la comunidad, como ellos lo perciben, no como puede ser impuesto por elementos externos.

El taller sobre patrimonio, en particular, tuvo un impacto sobre su visión de trabajar de forma individual. La revalorización de su patrimonio local, comprender que elementos propios podían ser tan valiosos como los patrimonios reconocidos por organismos nacionales e internacionales, fue un parteaguas para comprender la importancia de elemento comunitario y que sus diferencias podían ponerse de un lado para el bien común. Hubo un reconocimiento fuerte adentro del grupo del autorreconocimiento que fue posible gracias a fortalecer los elementos del autoconocimiento, debido a la valoración de los elementos de la autorregulación del comportamiento. Aunque se ha de mencionar que ello se logró ya que se desarrolló alrededor de una actividad común, el turismo, dando a los participantes un sentido de vida, una visión futura, en donde todos tenían un papel claro que jugar. Se antepuso a lo individual, el bien de toda la comunidad.

De igual manera en un inicio, los temas se les hicieron muy abstractos, ubicaban la importancia de los temas, que son de utilidad, pero no se había abordado seriamente debido a la concepción de la complejidad de los temas, ya que no se lograba aterrizar a su realidad. El proceso les permitió ver que las cosas cuando se hacen de forma organizada y planeada, se pueden lograr. Conlleva a veces mucho trabajo, pero juntos, con la visión y metas claras sienten

que son capaces de lograrlo, ahora ven un camino hacia el futuro más claro, aún no definido del todo, pero saben lo que quieren lograr y creen en su capacidad para poder alcanzarlo.

Sobre la sustentabilidad, el ejercicio buscaba que los participantes internalizarán los conocimientos, que sean capaces de integrarlos en sus actividades cotidianas más que transmitir un conocimiento teórico sobre el tema. Durante la reflexión, mencionaron que para ellos la sustentabilidad se trataba de trabajar con lo que tienen, tener una visión hacia el futuro, pero el pasado también. Usar este conocimiento ancestral como ancla para integrar los nuevos conocimientos externos que permiten mantener esta visión ancestral dentro de un mundo moderno. Finalmente añadieron que no hay que sobreexplotar los recursos, yendo más allá de las necesidades reales.

No obstante, mencionaron que aún existe una fuerte discrepancia entre las palabras y los actos, que se necesita de tiempo. Similarmente, se han de integrar muchos más miembros de la comunidad, en particular los que tienen mayor capacidad de convocatoria, para que se pueda transformar este esfuerzo en un hecho. Además de mostrar el ejemplo, los actos, organizar pláticas y jornadas de difusión.

Los integrantes al proceso de mejora continua, mencionaron durante el grupo focal, que se sentían más cómodos comunicando. Ello debido sobre todo al asimilar que su mensaje tenía que ser claro, tener un propósito, lo que les permite reflejar lo que quieren comunicar. Pudieron, en algunas actividades, integrar los conceptos, ordenar las ideas de lo que compartían de sus actividades y de su comunidad con los turistas. Pudieron contar una historia más que entregar hechos a los participantes a sus tours. Fortaleciendo la experiencia del turista, que se pudo ir con un mensaje claro en vez de datos.

Como resultado de su participación en el taller, se repartieron mejor los roles dentro del grupo, gracias a la mejor comunicación y la claridad de los mensajes. Se pudieron transmitir ideas de forma más fluida y hasta empezar a enfrentar las relaciones de poder. En particular, dentro del hogar, dado que la mayoría de los negocios, son emprendimientos familiares usando propiedades que son destinadas a la producción agropecuaria, y no fueron diseñadas para recibir al turismo. Gracias a la claridad del mensaje y el ordenamiento de las ideas, se empezó a convencer de las ventajas del turismo alternativo en la comunidad de Ozolco. De igual manera, se empezó a enfrentarse a la gerontocracia, base del sistema de poder en la comunidad.

Mencionaron que el turismo alternativo puede resultar en la revalorización de su identidad indígena. A condición que se promueva a partir de su cosmovisión, usos y costumbres. Además, al indagar en el turismo, hacerse interrogantes sobre qué elementos locales integrar dentro de la actividad turística refuerza su identidad y arraigo al territorio. El turismo alternativo se fundamenta en la comunidad como un todo a partir de sus tradiciones, cultura, lengua materna. Por lo cual se transmite un mensaje, se construye una verdadera experiencia, un intercambio y no se trata nada más de ir a pasear.

El proceso de la misma manera, fomentó la confianza en sí mismos, al sentirse acompañados, no aislados al momento de desarrollar sus actividades. La agencia de unos fortaleció la agencia de los otros miembros, al ver que podían lograr sus metas en grupo. También alimentó la reflexión sobre como llevaban a cabo sus actividades, y obtener herramientas para poder realizar un cambio. Ello resultó en un reforzamiento de su autorregulación del comportamiento.

Para seguir con el fortalecimiento de los vínculos comunitarios, aún falta mucho trabajo por hacer, por ejemplo, en los problemas alrededor del manejo del agua en la comunidad, o bien de la forma de apropiarse los bienes comunes para fines individuales. Se ha de reforzar el concepto de una identidad, propia a la comunidad de San Mateo Ozolco, basada en lo ancestral, lo que se quiere rescatar, pero no olvidando los elementos que aportaron los procesos migratorios y la modernidad. De igual manera, se ha de seguir renovando el valor del trabajo agropecuarios, el arraigo a la comunidad, ello se puede gracias al turismo alternativo.

Se mencionó que aún subsiste una falta de compromiso real por parte de los participantes y de la comunidad, evidenciado a través del hecho que la Presidencia Auxiliar en varias ocasiones no se organizó de la forma adecuada para poder proporcionar un salón para los talleres ocasionando un cambio de fecha o de sede. Aunque, se puede decir que los participantes mostraron resiliencia, paciencia, ganas de aprender y hacer uso de los conocimientos. También que se sentían cómodos con el proceso de entrega del taller y conformes con el proceso.

Finalmente, los participantes mencionaron que más que haber cambiado su perspectiva y comprensión del concepto de ser joven dentro de un territorio indígena, a través del plan de mejora se reforzó su concepción. Aunado a ello, definen que el ser joven, parte de uno mismo, de cómo uno se siente y quiere ser visto dentro de la comunidad. Se trata de tener ganas de acción, de no limitarse a lo propuesto dentro de la cultura. Se basa en una actitud, de no

conformarse, de no seguir siempre lo que esperan los demás, de no seguir los patrones preestablecidos por las relaciones de poder, saber seguir sus sueños y como obtenerlos. Ello es un elemento interesante como viene a reforzar como se conceptualizó el ser joven a partir de la teoría. No se usó una definición basada en una edad biológica.

Implicaciones de la agencia de jóvenes campesinos indígenas actores del turismo alternativo, como elemento potenciador del desarrollo endógeno en el territorio

El proceso empírico planteado, permitió acercarse a la comprensión de cómo los conceptos de turismo alternativo y agencia tienen una fuerte relación, en el contexto de los jóvenes campesinos indígenas, lo cual constituye un aporte para el estudio de los vínculos entre las dos teorías sustantivas de la investigación. Así, en la medida en que se fortalezca la agencia individual y colectiva, se favorecen capacidades para la gestión del turismo alternativo por parte de los jóvenes indígenas.

No obstante, la teoría sobre el desarrollo endógeno abordada en el Capítulo 3, no alude directamente al papel de los jóvenes y menos aún en contextos indígenas o interculturales, para lograr tal desarrollo. En este sentido, la presente investigación propone que, dada la evidencia empírica de la importancia de la agencia de los jóvenes para la gestión del turismo alternativo y el fortalecimiento de la territorialidad de los actores, el desarrollo endógeno también deberá considerar a las juventudes y los aportes que el turismo alternativo realiza sobre las dinámicas sociales, culturales, económicas y políticas, gestionadas desde el propio territorio. Si bien se requiere mayor profundidad empírica en el análisis de la relación entre categorías teóricas del desarrollo endógeno con el turismo alternativo y la agencia de jóvenes indígenas, a nivel teórico se presenta en la Figura 6, una propuesta de cómo se vinculan tales categorías.

Así, la Figura 6 muestra que trabajar con jóvenes a través del fortalecimiento de su agencia para aumentar su capacidad gestora del turismo, se vincula directamente con el desarrollo endógeno del territorio, el cual es un proceso transformador realizado por parte de agentes capaces de materializar cambios.

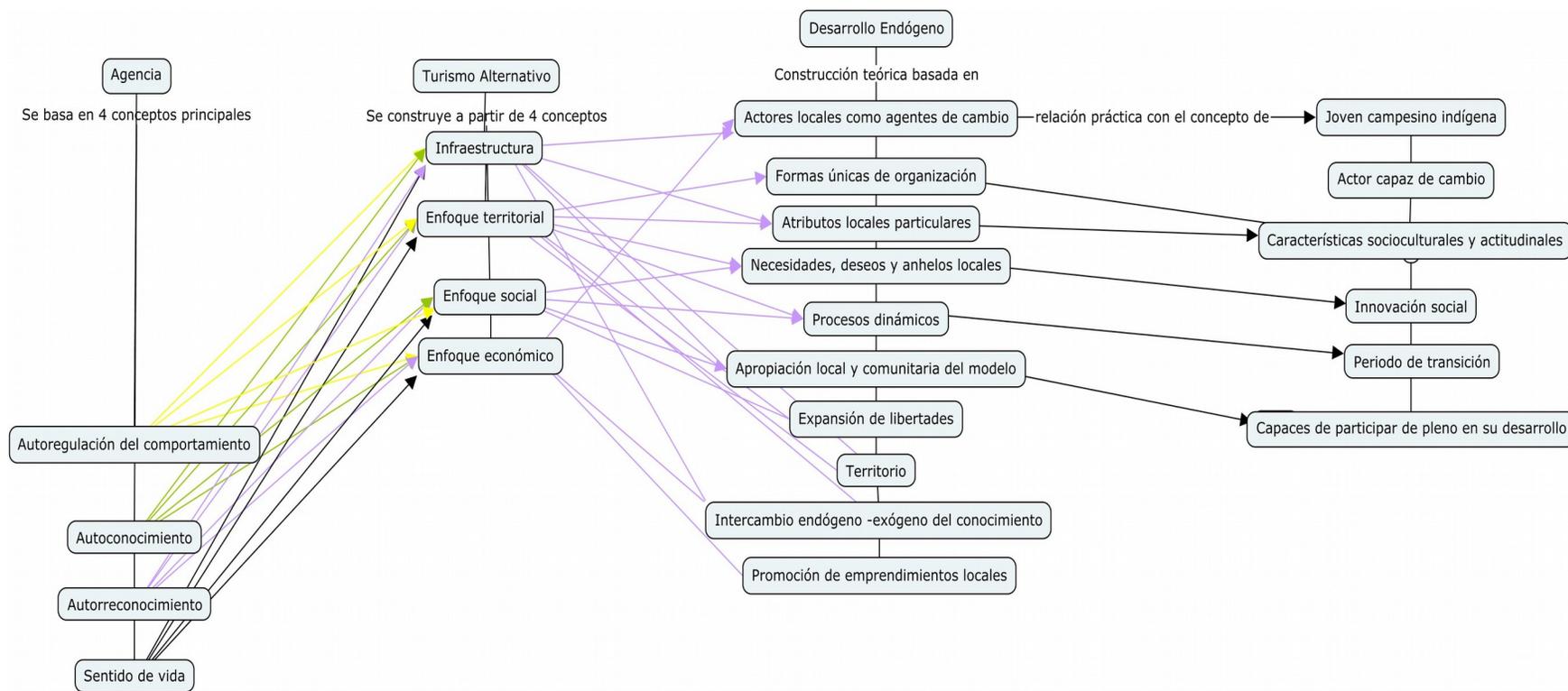
El proceso investigativo acá mostrado, tuvo un efecto transformador de los investigadores-participantes, debido a una co-creación del conocimiento para poder detonar los

elementos necesarios de la agencia de los jóvenes y lograr un avance hacía lo que se requiere para un turismo alternativo.

En lo personal, el desarrollo de esta investigación ha permitido expandir el marco teórico, más allá de los enfoques eurocéntricos sobre turismo y desarrollo, hacia el campo de las epistemologías otras, como las del Sur. De igual manera, se planteó en lo metodológico, abordar la teoría en su contraste permanente con el trabajo empírico, sin disociarlos y trabajándose a la par. Además, dado que la agencia es dominio dependiente, el desarrollo está atado a un territorio en particular y su elaboración ha de partir de la cosmovisión, usos y costumbres que los lugareños le prestan. Sin embargo, el proceso del desarrollo no se da de manera aislada del mundo exterior y tiene que lidiar con presiones externas. En este sentido, cobra mayor relevancia el hecho que los actores sean acompañados por otros agentes que contribuyan a alcanzar las metas deseadas.

Figura 6

Mapa conceptual de la relación entre Desarrollo Endógeno, Agencia, Turismo Alternativo y jóvenes campesinos indígenas



Nota: elaboración propia

Las epistemologías otras proponen que el conocimiento se construye en un proceso histórico, a partir de las experiencias, pero también de la memoria previa, así como de las cosmovisiones asociadas a la cultura de las comunidades, como podría ser el caso de muchos territorios indígenas que tienen importante presencia en América latina.

Los aprendizajes se alimentan de la tradición oral y se transmiten de generación en generación, en combinación con el aprender haciendo, en un diálogo permanente con las otredades más allá del proceso y no recibiendo de forma pasiva y dogmática, un conocimiento que alude a una sola verdad, la verdad científica objetiva que comúnmente se enseña en el método científico. Por tanto, la enseñanza debe basarse en conceptos teóricos y prácticas situadas que no deslegitimen los marcos teóricos y conceptos que se han creado mediante la cotidianidad de las comunidades.

No obstante, se ha podido notar que la transmisión de generación en generación del conocimiento ha resultado en una aceptación sin cuestionamiento del conocimiento y de los gestos cotidianos, laborales, religiosos, culinarios u otros. La introducción en el territorio de Ozolco, de un estudio a través del enfoque crítico, mediante una metodología de IAP, ha permitido romper esa barrera del cuestionamiento de su realidad, sin entrar en conflictos y así enfrentarse a las relaciones de poder. Además, ha permitido la construcción de un conocimiento sistematizado, el cual se representó en la Tabla 2. Ese conocimiento es la base para la elaboración de una metodología que le permita a los jóvenes campesinos indígenas, fortalecer y desarrollar capacidades para su introducción en el turismo alternativo a través de su agencia, que eventualmente se traducirá en un desarrollo endógeno.

Los mismos participantes han mencionado que el proceso de acompañamiento y el plan de mejora continua, les ha permitido tener una nueva mirada de lo que era la comunidad de Ozolco, de sus tradiciones, festividades, cosmovisión, gastronomía, y darle un nuevo valor. Esto implica una visión más allá de la económica, que contribuya como elemento de unión para la comunidad, fuente de orgullo y de identidad. Es importante notar, que este reconocimiento emanó de ellos, quienes son los custodios de su patrimonio, pero las presiones y mensajes externos que han ido interiorizando les ha complicado reconocer el legado y herencia local que poseen.

Además, el proceso permitió que se reconocieran como un grupo unificado alrededor de una causa común, a saber, la protección y revalorización del patrimonio e identidad

ozolquenses. Aunque, existen aún muchas barreras por superar, el imaginario de los participantes cambió y ya se han tomado acciones para que se pueda lograr las metas deseadas. Se está formando una cooperativa que sirva de organización para delimitar las actividades de turismo en Ozolco y el fomento de acciones de permacultura y agroecología para la producción agropecuaria en el territorio. Ello muestra una visión a largo plazo, un fortalecimiento de su sentido de vida.

De igual manera el grupo se ha abierto a retroalimentarse con conocimiento externos como fue el caso de los talleres, los cuales permearon en sus actividades cotidianas y laborales. Ello ha sido uno de los grandes logros del proceso de investigación, el acercamiento mutuo a las formas de aprendizaje de los dos actores principales, el investigador y el grupo de participantes.

Para el investigador fue un acercamiento al entendimiento local, un alejamiento de la visión que los espacios rurales necesitan modernizarse para el desarrollo de los territorios. Para los participantes fue un acercamiento a lo teórico y su aplicabilidad dentro de su contexto.

Como se argumentó previamente, el desarrollo endógeno promueve que los actores locales sean dueños de su propio desarrollo y agentes de cambio, lo cual se evidenció en el caso de los jóvenes, quienes son capaces de cambio, son agentes a nivel local, actores locales sociales. Son activos en la toma de decisión en el desarrollo de su territorio y la protección de sus usos y costumbres.

No se puede generalizar que todos los jóvenes son actores capaces de cambio y actores locales importantes que pueden influir en el desarrollo local, no obstante, se puede decir que cuando existe la motivación por actuar y organizarse para tomar un cierto control dentro del desarrollo del territorio, los jóvenes adecuadamente acompañados tienen la agencia para tener un efecto y rol. Por lo cual son actores a tomar en cuenta para el desarrollo territorial. Es decir que los jóvenes pueden fungir como los actores locales sociales responsables por la toma de decisión.

De igual manera, la segunda gran incógnita del desarrollo, planteada en el Capítulo 3, sobre si las decisiones localmente tomadas a través de un proceso de acompañamiento basado en la comprensión local, pueden funcionar para la toma de decisión sobre el desarrollo territorial. La respuesta al fin y al cabo es un firme, sí, pero para que ello sea un hecho, se ha de analizar y reforzar los elementos de la agencia de los jóvenes locales para asegurar el éxito y que las decisiones sean tomadas de forma colectiva.

Así que el trabajo empírico ha servido para tener una comprensión y poder lograr un uso distinto de las teorías, no se han de aplicar de forma directa sino más bien adaptarse al conocimiento local para que exista la apropiación adecuada por parte de los lugareños. De igual manera, el trabajo ha permitido demostrar que en efecto se requiere de un momento de reflexión antes de entrar en las actividades de desarrollo para el territorio y un segundo momento de acción, aunque no de manera separada. Como lo presenta la investigación-acción, los procesos se realizan de forma cíclica. Siempre, se ha de observar las acciones, reflexionar sobre ellas y apoyarse del conocimiento académico para nutrir el proceso y mejorar las acciones a través de la reflexión y autocrítica.

Cómo se puede observar, las temáticas desarrolladas para los talleres participativos tuvieron un efecto directo en la agencia de los jóvenes indígenas campesinos en cuanto a su capacidad de gestión del turismo alternativo. Ellos permitieron reforzar su comprensión del patrimonio local, la construcción de una visión común, la capacidad de comunicación, a nivel externo y entre el grupo, así como integrar elementos de sustentabilidad en sus actividades turísticas. Además, se puede observar los inicios del trabajo en equipo y de una mejor organización, ya que se busca operar una cooperativa alrededor de los temas de producción agropecuaria y actividades turísticas.

Así que se puede llegar a la conclusión que la agencia y el turismo alternativo están relacionados cuando se trata de jóvenes indígenas campesinos, en particular para enfrentar las relaciones de poder en el territorio como son actores locales sociales capaces de cambio y de actuar sobre este cambio.

Otro elemento importante de la relación, es que el turismo alternativo puede fortalecer a la agencia si se trabaja desde elementos ya existentes como el patrimonio o las formas de producción agropecuarias. A través de ello, se ubican oportunidades para detonar a la agencia, en el caso presente por ejemplo fue trabajar el reconocimiento y revalorización del patrimonio local resultando en una identidad y sentido de vida reforzadas.

Para poder estudiar esta relación de forma adecuada y lograr las metas establecidas del desarrollo endógeno, se ha de usar las epistemologías otras, o del Sur, que facilitan la integración de la cosmovisión de los actores locales sociales. De esta manera, se debe partir de poner al centro sus formas de aprendizaje, de comprensión de la cotidianidad, de su cultura, de las relaciones y no partir de algo externamente construido. Debido a ello, las epistemologías que

emanan del Norte, y aún más las desarrolladas de arriba hacia abajo no fomentarán el desarrollo endógeno en territorios rurales indígenas.

Las epistemologías otras, permiten ver a la naturaleza como un espacio común en donde el humano vive en relación estrecha con ella, por tanto, la respeta y cuida. No se entiende a la naturaleza como un recurso, en donde todo está al servicio del hombre, sino el humano es un elemento más. Se ha de transitar de un modelo vertical a un modelo horizontal para lograr el desarrollo endógeno desde una visión de los pueblos originarios.

Además, este cambio permite no “fijar” a la cultura o sociedad local en un espacio tiempo, como un zoológico humano en donde los lugareños se vuelven un producto turístico. El turismo se ha de integrar en la realidad local que va evolucionando. Por ello, se basa en lo local y no en el imaginario del turista. En la experiencia y no la expectativa, en los sentipensares de los locales.

La visión desarrollista del turismo seguirá imperando en muchos contextos debido a la hegemonía del pensamiento occidental en la economía mundial y en la academia. No obstante, para evitar los impactos fuertemente negativos del declive del turismo en un territorio y que los pobladores se conviertan en víctimas del turismo, es necesario mantener el tejido social, la cosmovisión y las actividades productivas. Ello evitará la dependencia del turismo y siempre tener alternativas para lograr un desarrollo endógeno.

Como se puede observar en el mapa conceptual de la Figura 6, los conceptos principales que componen al Turismo Alternativo están alineados a los componentes del desarrollo endógeno, ya que se desarrolla dentro de un territorio determinado, se basa en la capacidad de acción de agentes locales, en emprendimientos locales, en los anhelos, deseos y proyectos de los locales. Además de tener atributos locales particulares y respetar las formas organizativas locales, es un proceso dinámico que fomenta la expansión de las libertades.

Cuando se integra la agencia de los jóvenes campesinos indígenas dentro del proceso de gestión del turismo alternativo, se fomenta el desarrollo endógeno de un territorio, siempre que dicho proceso sea acompañado de forma adecuada. Es decir, fortalecer las ausencias de agencia para detonar la libertad de pensamiento y acción individual y colectiva. De igual manera, el desarrollo endógeno busca contribuir a estas libertades, y se construye desde adentro hacia afuera, basado en la capacidad de reflexión y acción de los actores, así que es el modelo más adecuado para dar lugar a la agencia de los jóvenes.

CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES

Conclusiones

Compartir una experiencia con jóvenes campesinos indígenas para descubrir en conjunto como su capacidad de reflexión y acción podía influir su gestión del turismo alternativo ha sido una vivencia transformadora a nivel académico y personal. No obstante, es importante recordar que este trabajo se pudo realizar gracias al interés y trabajo previo de los jóvenes en su comunidad y la preparación del investigador. De no haber sido así, una etapa previa a la metodología presentada hubiera sido necesaria para generar motivación con los jóvenes además de crear un vínculo. El hecho de tener un interés común y una meta común, facilitó el proceso de integración del investigador y mantener el interés de los participantes, aunado a que tanto el investigador como los participantes son originarios de zonas rurales.

Es importante recalcar que se ha realizado la primera investigación sobre agencia y turismo alternativo con jóvenes campesinos indígenas y su contribución al desarrollo endógeno, utilizando la investigación-acción participativa. Se ha demostrado que existe una relación estrecha entre la agencia y el turismo alternativo, que implica un acompañamiento adecuado para su fortalecimiento. El proceso de investigación-acción participativa, permitió la co-construcción de una metodología de intervención exitosa al momento de trabajar la gestión de actividades turísticas basadas en el modelo del turismo alternativo. A saber, las fases a seguir para desarrollar una relación mutuamente benéfica y que lleve a resultados tangibles que contribuyen al desarrollo endógeno del territorio.

En un primer momento, se trata de construir una relación de confianza alrededor de una tarea específica, en este caso, desarrollar negocios e iniciativas de turismo basados en el patrimonio bio-cultural local, y las capacidades existentes de los participantes. Ello, permite, a través de la observación participante, un diagnóstico comunitario y entrevistas a profundidad, realizadas con las especificidades arriba descritas en los capítulos 3 y 5 (metodología y resultados, respectivamente), identificar las áreas de oportunidad que existen en el territorio. Proceso que se puede analizar y ordenar gracias a la matriz de doble entrada que se construye a partir de la identificación de las categorías de análisis de la agencia, la capacidad de acción y reflexión de los participantes y del turismo alternativo, un turismo construido a partir del territorio.

De la misma manera, se realizaron encuestas a los turistas y potenciales visitantes a la comunidad. Aunque, no es una actividad propiamente del proceso de investigación-acción, permite fomentar la confianza de los participantes al saber que existe un interés en lo que se busca desarrollar y en particular en la forma de desarrollar las actividades y la cosmovisión detrás. Además, facilita un primer diálogo entre los visitantes y el lugar de acopio a través de la escucha, buscando intereses comunes y no favorecer un interés sobre el otro, sino buscando un equilibrio para la satisfacción de todos.

Al realizar el análisis del cruce de información de la matriz, se identificaron los vacíos de conocimiento y oportunidades de mejora de los participantes, para en conjunto, desarrollar una serie de talleres participativos. Es importante, en este momento recordar que no todas las oportunidades pueden ser atendidas en un mismo momento o de la misma manera. Es por ello que la investigación-acción participativa se divide en varios ciclos. Así que, se priorizan los elementos que se buscan atender en conjunto para el primer ciclo.

De ahí, se puede desarrollar las primeras etapas del plan de mejora continua. Una vez escogidos los temas por ser atendidos se desarrolla el contenido específico de los talleres participativos, con el apoyo de una ficha descriptiva. Se ha de acordar con los participantes de las modalidades de implementación y frecuencia de los talleres.

Al finalizar el proceso de implementación se busca la retroalimentación de los participantes para saber si desde su propia perspectiva el proceso ha fortalecido algún elemento de su agencia. De la misma manera saber si los cambios observados han tenido un efecto directo en la gestión del turismo en sus actividades dentro de la comunidad. Como fue demostrado en el Capítulo 5 (resultados) hubo cambios tangibles y duraderos en los actores participantes.

De igual manera, se pueden mencionar que en la presente investigación se atendieron los cuatro objetivos planteados en un inicio, para llegar a una reflexión-conclusión final, que cuando se integra la agencia de los jóvenes campesinos indígenas dentro del proceso de gestión del turismo alternativo se puede fomentar el desarrollo endógeno de un territorio, mientras dichos procesos son acompañados de forma adecuada. La ruta metodológica usando la IAP fue la adecuada, no se basó en un supuesto, el conocimiento para la intervención se construyó desde el trabajo empírico y la información brindada por los participantes.

El proceso investigativo pide mucha flexibilidad por parte de todos los participantes y una apertura al recibir nuevos conocimientos. Es un proceso transformador por la misma

naturaleza del proceso de la IAP, pero hay otros elementos que se deben mejorar. En este sentido se requiere flexibilizar las estructuras de la investigación para que se permitan integrar otras epistemologías y metodologías, en algunos casos contrarias a los postulados tradicionales de la academia, que separa las etapas del proceso, reduciendo la investigación al análisis de un momento específico, como si se tratara de una fotografía en el tiempo, evitando que se visualice como un proceso dinámico, siempre en movimiento. De igual manera la separación de la metodología, de las teorías y de los resultados empíricos, cuando una se nutre del otro para ser desarrollado y no son elementos estáticos separados.

Para facilitar esta transición en el pensamiento académico se ha notado la importancia de usar otras escuelas de pensamiento, otros enfoques y tener una actitud distinta frente a los conocimientos brindados por los participantes, sus formas de aprendizaje, de transmisión del conocimiento, de la asimilación de la información. Partir de las epistemologías otras, que integran estos conocimientos y formas de vida, permitirá facilitar este proceso transformativo.

Se ha descubierto que el joven campesino indígena es un actor relevante para la construcción de territorio. Así como, es capaz de intervenir en el mismo, tener un impacto, a través de la reflexión y la acción que permita que el territorio siga siendo desarrollado bajo las lógicas deseadas por los locales. Invitando a la comunidad a unirse al esfuerzo de desarrollo, a través del diálogo para que todas las voces tengan un lugar, así enfrentando las estructuras del poder a través de una comunicación asertiva y no conflictiva.

Finalmente, es necesario seguir el trabajo y realizar un segundo ciclo de la IAP. Se ha planteado en la presente investigación, que el proceso escogido es válido y exitoso, no obstante, es el inicio de un proceso de larga duración. No todas las oportunidades de fortalecimiento de la agencia pudieron ser atendidas, como el mismo proceso lo solicita, por lo cual es necesario seguir con el acompañamiento, tarea a la cual el investigador se compromete.

Recomendaciones

Este documento abordó el primer ciclo de la IAP, por lo tanto, para seguir avanzando en el proceso de construcción de agencia para el turismo alternativo y el desarrollo endógeno, se debe mantener el trabajo y dar continuidad a los resultados que se van logrando. Así, se requiere implementar un segundo ciclo de IAP, a partir de las reflexiones logradas basadas en las oportunidades identificadas durante el grupo focal, las cuales se mostraron en la Tabla 3.

Para el próximo ciclo de IAP, se recomienda seguir con el fortalecimiento de los elementos ya identificados en durante el primer ciclo, la revalorización del patrimonio, la sustentabilidad, la comunicación y organización y trabajo en equipo, en particular en su aplicabilidad dentro de los negocios turísticos. Además de integrar a nuevos actores locales sociales de la comunidad.

Este proceso se ha de desarrollar a la par de introducir otros elementos que no se pudieron atender, como la distribución de ingresos dentro de la comunidad, la organización propia a los negocios privados de cada miembro y procesos de liderazgo de los negocios familiares. Además de establecer la confianza en los procesos legales y su importancia. De igual manera se ha de crear un organismo comunitario permitiendo regir las actividades turísticas dentro de la comunidad y fortalecer la posición y poder de negociación de los mismos comuneros frente a intereses exógenos.

Será de gran importancia establecer estrategias de inversión y de uso de las remesas, crear capacitaciones sobre finanzas personales y de ahorro. Muchos de los temas mencionados aquí, tocan temas personales y profundos, los cuales necesitan platicarse de forma honesta, en confianza, por ello no se pudieron incluir dentro de la primera fase del plan de mejora continua.

Se ha de integrar más a los actores locales del turismo, en actividades, eventos, conferencias, organizada por organismos externos, como gobiernos, universidades, institutos, para poner en la mira la agenda del turismo alternativo desde los hacedores y no solamente desde los desarrolladores de ideas. Ello, fortalecerá el autorreconocimiento mutuo y permitirá facilitar el intercambio de experiencias e ideas. De igual manera fomentará el rol del joven como líder comunitario, capaz de unir el pasado con el futuro a través de su trabajo, con respeto a las tradiciones locales y el patrimonio local.

En términos académicos, el proceso investigativo debe flexibilizarse y no someterse a la rigidez de los protocolos o estructuras propias del método de construcción de conocimientos derivado del pensamiento occidental disciplinar o napoleónico. En este sentido, las epistemologías otras y los métodos como la IAP difícilmente pueden implementarse con toda su potencialidad, ante la limitante de estructura y segmentar la investigación en fases más que en procesos continuos que repercuten en documentos por partes y no como un todo. Por lo cual, se requiere que las instituciones de educación superior, especialmente las que se dedican a la investigación de procesos sociales, contemplen mecanismos de generación de conocimientos,

que vayan más allá de las prácticas tradicionales hacia metodologías más innovadoras y de mayor utilidad social.

Entre ellas, se plantea el uso de otros recursos pedagógicos, dentro de los cuales, los cuentos o relatos como técnica para construcción de conocimientos y diálogos de saberes, pueden ser de mucha utilidad. A través de ellos se pueden identificar las representaciones que los locales hacen de su realidad y así conocer su relación con el territorio. Como resultado de ese ejercicio, además de construir una línea base común con los comunitarios, se pudo identificar las oportunidades de agencia por ser fortalecidas dentro de la gestión de un turismo alternativo. No obstante, el uso de estas metodologías, implican procesos temporales que trascienden la estructura preestablecida y esperada para generar resultados en lo inmediato.

Liberar a los formatos de investigación permitirá incluir más las voces y opiniones de los locales en el trabajo académico, además de hacer participe en el mismo proceso de diseño a los locales, fortaleciendo la apropiación y uso de los conocimientos presentes. Ello, permitirá una utilidad propia del trabajo investigativo más allá de un ejercicio académico. Para ello se ha de apearse a las formas locales de aprendizaje y transmisión del conocimiento e integrarlas en el marco teórico.

Dar el tiempo a la investigación, obtener un máximo de información de una diversidad de fuentes, es de suma importancia para el éxito de cualquier investigación partiendo de la IAP. De igual manera, se ha de construir una relación de confianza entre los participantes al proceso de mejora continua para que pueda tener un impacto verdadero. Para ello se ha de deshacerse de preconcepciones y prejuicios.

Basándose en los resultados de la reflexión grupal, destaca que es de suma importancia el contacto previo entre el agente externo (el investigador en el caso presente) y los participantes para que realmente se pueda co crear un proceso de capacitación adecuado al perfil y necesidades de los participantes y que se pueda generar un verdadero intercambio y no quedarse en supuestos y una capacitación unilateral.

Por ello es importante alejarse de los supuestos académicos y no intentar desarrollar metodologías paso por paso y optar por una que da lugar a la reflexión y que sea adaptable al proceso local de aprendizaje y a los diferentes contextos presentados dentro del territorio nacional.

Se sugiere seguir estudiando la agencia de los actores locales desde la perspectiva del turismo alternativo, usando epistemologías otras y la IAP. Este enfoque permitirá ir desarrollando de la mano la teoría con el trabajo empírico para que ambos procesos se nutren mutuamente. Además de no presentar una situación en donde existe un investigador y sujetos de estudio sino más bien, dos elementos cargados de conocimiento y capaces de intercambio.

Para poder evidenciar a la agencia, parece central tener un enfoque crítico y aún mejor usar epistemologías otras, las del Sur, que permiten la integración de la cosmovisión indígena, pero de igual manera la introducción de conocimientos externos desde la misma concepción de la investigación.

Se ha de estudiar tanto al individuo como al grupo, la fuerza de los procesos participativos se centra en este hecho. Aunque los individuos forman los grupos, la unión hace que se pueda revalorizar el patrimonio biocultural. El trabajo en equipo es la única forma de lograr las tareas necesarias para tener éxito dentro del modelo de turismo alternativo para lograr el desarrollo endógeno.

Se ha de poner un enfoque particular en las interseccionalidades de los participantes, su capacidad de poder superar las barreras sistémicas que existen en pueblos originarios, relaciones de poder, cosmovisión, historia de la comunidad, influencias externas. Ello permitirá atender problemáticas alrededor de la gestión del agua en la comunidad y la forma de percibir a los bienes comunes. Por lo cual se sugiere seguir con actividades que refuercen la identidad propia de Ozolco.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acero, E. (2018). Turismo, patrimonio y comunidades indígenas. *Turismo y Sociedad*, (22), 213-233. doi: <https://doi.org/10.18601/01207555.n22.11>.
- Alkire, S. (2007). Measuring Agency: Issues and Possibilities. *Indian Journal of Human Development*, 1(1), 163-169.
- Álvarez, J.L., Tilly, C. (2006). Participación extranjera en las tiendas de autoservicio en México: el efecto de Wal-Mart. *Comercio Exterior*, 56(11), 945-959.
- Amavizca, J. (2014). La migración de la población adolescente de San Mateo Ozolco, Puebla. *Agricultura Sociedad y Desarrollo*, 11(2), 181-199.
- Ávila Romero, A. (2014). La política pública del Turismo Alternativo en México: El caso del Programa de Turismo Alternativo en Zonas Indígenas (PTAZI) de la Comisión para el Desarrollo de los Pueblos Indios (CDI). *Revista DOXA*, 4(7), 69-90.
- Baltar, F., Gorjup, M. T. (2012). Muestreo mixto online: Una aplicación en poblaciones ocultas. *Intangible Capital*, 8(1), 123-149.
- Boisier, S. (2010). Descodificando el desarrollo del siglo XXI: subjetividad, complejidad, sinapsis, sinergia, recursividad, liderazgo, y anclaje territorial. *Semestre Económico*. 13(27), 11-37.
- Borge, C. (2000). La estrategia de cambio cultural en los bribris de Talamanca. [Tesis de Maestría inédita], Universidad de Costa Rica, San José.
- Bourdieu, P. (2002). *La "juventud" no es más que una palabra*. Sociología y cultura. Grijalbo, Conaculta. 163-173.
- Bringas, N., González, J. (2004). El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local en dos comunidades indígenas de Baja California. *Economía, Sociedad y Territorio*, 4(15), 551-590.
- Briones, G. (1996). *Epistemología de las Ciencias Sociales Unidad II. La construcción epistemológica de las ciencias sociales*. Instituto Colombiano para el fomento de la educación superior, ICFES.
- Butler, R.W. (1990). Alternative tourism pious hope or trojan horse? *Journal of Travel Research*. 28(3), 40-45.
- Burns, A., (2005). Action research: an evolving paradigm? *Lang. Teach.*, 38, 57-74.
- Byrne, E. (2004). *A participatory approach to the design of a child-health community-based information system for the care of vulnerable children*. Tesis: PhD, University of Oslo.
- Carta del turismo Sostenible (1995). *Conferencia mundial de turismo sostenible*. Lanzarote, Islas Canarias, España.
- Carr, W., Kemmis, S. (1986). *Becoming critical: Education, Knowledge and Action Research*. Falmer Press, London and Deakin University Press.
- Castellanos, B. (1998). *La investigación sociocrítica en el contexto del paradigma participativa*. Instituto Superior pedagógico Enrique José Varona.
- Claassen, R. (2017). An agency-based capability theory of justice. *European Journal of Philosophy*, 25(4), 1279-1304.

- Cohen, E. (1987). Alternative Tourism- A Critique. *Tourism Recreation Research*, 12(2), 13-18. DOI: 10.1080/02508281.1987.11014508.
- Comisión Europea (2017). *Young farmers in the EU – structural and economic characteristics. EU Agricultural and Farm Economics Briefs*. 15
- Dalle, P., Boniolo, Sautu, R., Elbert, R. (2005). Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. Clacso.
- De la Maza, F. (2015). State conceptions of indigenous tourism in Chile. *Annals of Tourism Research*, 56(C), 80-95.
- Escobar, A. (1992). Imagining a Post-Development Era? Critical Thought, Development and Social Movements. *Social Text, Third World and Post-Colonial Issues*, 31(32), 20-56.
- Félix-Quezada, M. (2018). De campesinos indígenas a promotores de turismo. La experiencia del ejido San Cristóbal, Hidalgo, México. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 15(2), 247-274.
- Fraser, N., Honneth A. (2003). *Redistribution or Recognition?: A Political-Philosophical Exchange*. Verso.
- García Castro, P.E, Gatica Barrientos, M.L., Cruz Sosa, E.R., Vargas Hernández, R.R., Hernández García, J., Luis García, K., Santo Morales, S. (2016). Pueblos mágicos en Puebla y su aportación al desarrollo regional. *Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 5(10), 25-38.
- García de Fuentes, A., Cervera Montejano, M.D. (2020). Turismo alternativo y localización territorial: el caso de la Península de Yucatán, México. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 18(3), 371-383. DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2020.18.026>
- Gobierno de México (2017). Instituto Mexicano de la Juventud ¿Qué es ser joven? <https://www.gob.mx/imjuve/articulos/que-es-ser-joven>
- Gómez-Merino, F.C., Cruz García-Alvarado J., Trejo-Téllez, L.I., Morales-Ramos, V., García-García, C.G., Pérez Sato, J A. (2013). Paisaje y turismo rural en México: fortalezas y desafíos para su potenciación. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, (5), 1027-1042.
- González, J. (2017). Actores del turismo experiencial alternativo. Un acercamiento a sus perfiles psicosociales. *Regiones y Desarrollo Sustentable*, 33, 13-28.
- González, I., Thomé, H., Osorio, R. (2019). Apropiación turística de territorios indígenas. Cambios y continuidades en una comunidad matlatzinca. *Turismo y Sociedad*, 25, 113-130.
- González Villalobos, Y.J, Chávez Dagostino, R. M. (2019). Del desarrollo local endógeno al turismo de base comunitaria. *Hospitalidad ESDAI*, (36), 105-124.
- Harriss, J. (2013). *Development Theories Environment Programme*, World Tourism Organisation
- Hashemkhani Zolfani, S., Sedaghat, M., Maknoon, R., Kazimieras Zavadskas, E. (2015). Sustainable tourism: a comprehensive literature review on frameworks and applications, *Economic Research- Ekonomska Istraživanja*. 28(1), 1-30, DOI:10.1080/1331677X.2014.995895
- H. Ayuntamiento del Municipio de Calpan (2019). *Plan de desarrollo municipal, 2019 -2021*.

- Ibáñez, R. C., Rodríguez Villalobos, I. (2012). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo. *Medio ambiente y política turística en México*, 17-33.
- Ibrahim, S., Alkire, S. (2007). Agency and empowerment: a proposal for internationally comparable indicators. *Oxford Development Studies*, 35(4), 379-403.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía [INEGI]. (2013). *Censo 2010*. <https://www.inegi.org.mx/temas/educacion/>.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía [INEGI]. (2017). *Anuario estadístico y geográfico de Puebla 2017*. http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/anuarios_2017/702825094973.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía [INEGI]. (2021). *Principales resultados por localidad (ITER). Censo de Población y Vivienda 2020*.
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal [INAFED]. (2020). *Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México*, Calpan, <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM21puebla/municipios/21026a.html>
- Jennings, G. (2010). *Theoretical paradigms underpinning tourism research reference (2a ed)*. Tourism Research. Wiley.
- Jouault, S., García de Fuentes, A., Rivera, T. (2015). Un modelo regional de turismo alternativo y economía social en la Península de Yucatán, México. *Otra Economía*, 9(17), 164-176, doi: 10.4013/otra.2015.917.05
- Juárez Sánchez, J.P., Ramírez-Valverde, B. (2013). *Turismo en espacios indígenas, una oportunidad para el desarrollo territorial rural*. Altres Costa-Amic Editores.
- Kandel, W., Massey, D. S. (2002). The culture of Mexican migration: A theoretical and empirical analysis. *Social Forces*, 80(3), 981–1004. <https://doi.org/10.1353/sof.2002.0009>.
- Kawulich, B. (2005). La observación participante como método de recolección de datos. *Forum: Qualitative Social Research*, 6(2).
- Kemmis, S., McTaggart, R. (2007). *Participatory Action Research: Communicative Action and the Public Sphere*. En Denzin, N. and Lincoln, Y. (Eds.). *Strategies of Qualitative Inquiry (271-330)*. Sage, Thousand Oaks.
- Lariagon, R. (2020). Turismo alternativo en San Mateo Río Hondo, Oaxaca: Primeros pasos en el campo y evolución de las preguntas de investigación. *Investigaciones Geográficas UNAM*, (102).
- Liévano Torres, K., Mazó Quevedo, M. L., Torres Méndez, F. (2018). Percepción y planificación del turismo sostenible en comunidades indígenas de México. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 15(8), 117-133.
- Londoño Palacio, O. L., Maldonado Granados, L.F., Calderón Villafañez, L.C. (2014). *Guía para construir estados del arte*. International Corporation of network of knowledge.
- Long, N. (2007). *Sociología del desarrollo*. CIESAS.

- Lozano, P. M. (2014). Turismo comunitario: su enfoque desde la economía solidaria. VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística Neuquén, 25, 26 y 27 de septiembre de 2014.
- Luna-Cabrera, G.C., Narváez-Romo, A., Molina-Moreno, A.A. (2020). Percepción de jóvenes rurales frente al ecoturismo en el Centro Ambiental Chimayoy, Municipio de Pasto, Colombia. *Información Tecnológica*, 31(2), 229-238.
- Marcial, N. (22 de diciembre del 2017). Cierra Calpan el año con afluencia de 140 mil turistas. *El Sol de Puebla*. <https://www.elsoldepuebla.com.mx/local/cierra-calpan-el-ano-con-afluencia-de-140-mil-turistas-870090.html>.
- Marcial, N. (18 de marzo del 2018). Disfrutan de la bebida de los Dioses en San Mateo Ozolco, *El Sol de Puebla*. <https://www.elsoldepuebla.com.mx/local/disfrutan-de-la-bebida-de-los-dioses-en-san-mateo-ozolco-1301567.html>.
- Martínez Castillo, R. (2012). Características del turismo entre los pueblos indígenas. *Revista Espiga*, 11(24), 57-70.
- McGehee, N.G. (2007). An Agritourism Systems Model: A Weberian Perspective, *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 111-124. DOI: 10.2167/jost634.0
- Milano, C., Gascón, J. (2017). Turismo y sociedad rural, o el extraño caso del doctor Jekyll y Mr. Hyde. *Revista PASOS*, 34(6), 5-23.
- Ministerio de Turismo de la República de El Salvador. (2015). *Guía de Formulación de proyectos de Desarrollo Local con Enfoque Turístico*.
- Mondragón, L. (28 de octubre del 2019). Alistan la Feria del Tejocote San Andrés Calpan 2019. *Intolerancia Diario*. <https://intoleranciadiario.com/articulos/2019/10/28/955077-alistan-la-feria-del-tejocote-san-andres-calpan-2019.html#:~:text=Ser%C3%A1n%20los%20d%C3%Adas%2016%20y,de%20este%20fruto%20de%20temporada%2C>.
- Molina, S. (2012). Turismo creativo. El fin de la competitividad.
- Mosse, D. (2004). Is Good Policy Unimplementable? Reflections on the Ethnography of Aid Policy and Practice. *Development and Change*, 35(4), 639-671.
- Naciones Unidas (2020). *COVID-19 y la transformación del turismo*, ONU. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-08/SG-Policy-Brief-on-COVID-and-Tourism.pdf>.
- Naciones Unidas (2021). *Paz, dignidad e igualdad en un planeta sano, desafíos globales juventud ¿Quiénes son los jóvenes?* <https://www.un.org/es/global-issues/youth->
- Naciones Unidas, (2021). *Convención sobre los Derechos del Niño. Adoptada y abierta a la firma y ratificación por la Asamblea General en su resolución 44/25, de 20 de noviembre de 1989*. Alto Comisionado de la Naciones Unidas para los Derechos Humanos [OHCHR]. <https://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CRC.aspx>
- Narváez, E.L. (2015). El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local. *RevIISE - Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 6(6), 9-18.
- Navarro Gamboa, M., Vázquez Solís, V., Van't Hooft, A., Reyes Agüero, J.A. (2019). Participación comunitaria y turismo alternativo en zonas indígenas en el contexto mexicano: cuatro estudios de caso. *El Periplo Sustentable*, (36), 7-33.

- Nelson, D., (2013). Action Research: An Appropriate Research Paradigm for Practitioners. *Language in India*, 13. 183-196.
- Nieto, A. (2019). Productividad agrícola y turismo: ejes de articulación para el cooperativismo con jóvenes campesinos. *Sosquua*, 1(1), 58-80.
- Oehmichen Bazan, C., de la Maza Cabrera, F. (2019). Turismo, pueblos indígenas y patrimonio cultural en México y Chile. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 17(1), 53-64.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE]. (2016). *Estudios en Turismo, Estudio de Política Turística de México*.
- Organización de los Estados Americanos [OEA]. (2021). *Agenda de la OEA sobre Juventud*.
- Organización Mundial de la Salud [OMS]. (2021). *Adolescent health in the South-East Asia Region*.
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2021). *Turismo noticias n°23*.
<https://www.unwto.org/es/onu-turismo-noticias-23>.
- Organización Mundial del Turismo. (2021). *Desarrollo Sostenible*.
<https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO] (28 de septiembre 2020). *Cultura, turismo y COVID-19: Recuperación, resiliencia y rejuvenecimiento*, Recuperado de: <http://whc.unesco.org/en/news/2177>.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], (2021). *By youth, with youth, for youth*. <https://en.unesco.org/youth>
- Osorio García, M. (2010). Turismo masivo y alternativo. Distinciones de la sociedad moderna/posmoderna Convergencia. *Revista de Ciencias Sociales*, 17(52), 235-259.
- Parkin M., Loría, E. (2010). *Microeconomía (9aEd)*. Versión L.A. México: Pearson.
- Pastor-Alfonso, M. J., Espeso-Molinero, P. (2015). Capacitación turística en comunidades indígenas. Un caso de Investigación Acción Participativa (IAP). *El Periplo Sustentable*, 29, 171-208.
- Pereiro, X. (2015). Reflexión antropológica sobre el turismo indígena. *Desacatos*, (47), 18-35. doi:10.29340/47.1419
- Pérez Lares, F. (2019). Red Indígena de Turismo de México: una opción de cultura, biodiversidad y turismo. *Patrimonio cultural y turismo, cuadernos*, 202-205.
- Pérez Ruíz, M.L, (2011). Retos para la investigación de los jóvenes indígenas. *Alteridades*. 21(42) 65-75.
- Pick, S., Sirkin, J., Ortega, I., Osorio, P., Martínez, R., Xocolotzin, U., Givaudan, M. (2007). Escala para medir agencia personal y empoderamiento (ESAGE). *Interamerican Journal of Psychology*, 41(3), 295-304.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD] (2018). *Turismo comunitario para el desarrollo sostenible*.
- Quintanilla, P. (2017). Agencia, voluntad y autoconocimiento. Ética, agencia y desarrollo humano. En Ismael Muñoz, Marcial Blondet, Gonzalo Gamio (eds). *Ética, agencia y desarrollo humano*. Lima: PUCP.

- Reyes, G. (2001). Principales Teorías sobre el desarrollo económico y social. *Nómadas*, (4). 1-12. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18100408>
- Robledo Martín, J., (2009). Observación Participante: ¿técnica o método? *NUre Investigación: Revista Científica de enfermería*, 39.
- Ruiz-Ballesteros, E. (2017). Turismo de base local, sostenibilidad y resiliencia socio-ecológica. *Revista PASOS*, 34(6), 23-39.
- Sanagustin Fons, M.V., Mosene Fierro, J.A., Gómez y Patino, M. (2010). Rural tourism: A sustainable alternative. *Applied Energy*, 88(2), 551-557.
- Saquet, M. (2015). *Por una geografía de las territorialidades y temporalidades*. La Plata: FahCe / Universidad de la Plata.
- Saragos-Méndez, J., Santander-Botello L.C, Chan-Quijano J.G. (2013). Ecoturismo y sus repercusiones socioeconómicas en la subregión Comunidad Lacandona, Chiapas. En Valverde B.R., y Juárez Sánchez J.P. (eds.). *Turismo en espacios indígenas, una oportunidad para el desarrollo territorial rural*. (169-193). Colegio de Postgraduados Campus Puebla y Altres Costa-Amic Editores.
- Sautu, R. (2005). *Todo es teoría: objetivos y métodos de investigación*. Lumiere.
- Secretaría de Desarrollo Social [SEDESOL] (2013). *Catálogo de localidades San Mateo Ozolco*. Recuperado de: <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/contenido.aspx?refnac=210260003>.
- Secretaría de Gobernación [SEGOB] (2019). *Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024*, diario oficial de la Federación. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5565599&fecha=12/07/2019.
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales [SEMARNAT] (2017). *Turismo sustentable en México*.
- Secretaría de Turismo [SECTUR] (2004). *Turismo alternativo, una nueva forma de hacer turismo*. Fascículo 1, serie turismo alternativo.
- Secretaría de Turismo [SECTUR]. (2013). Subsecretaría de Planeación y Política Turística. *Encuesta Nacional de Gasto Turístico en los Hogares 2013*.
- Secretaría de Turismo [SECTUR]. (2016). *Impacto económico transversal del turismo en México*.
- Secretaría de Turismo [SECTUR]. (2019). *DATATUR, compendio estadístico del turismo en México*.
- Secretaría de Turismo [SECTUR] (2020). *Programa Sectorial de Turismo 2020- 2024 (PROSECTUR)*. http://www.sectur.gob.mx/gobmx/wp-content/uploads/2020/07/PROSECTUR_2020-2024.pdf.
- Secretaría de Turismo Puebla (2014). *Indicadores básicos de la actividad turística en Puebla año 2014*. www.turismo.puebla.gob.mx
- Secretaría de Turismo Puebla [SECTUR Puebla] (2018). *Programa sectorial de turismo Puebla, 2018*.
- Secretaría de Turismo Puebla [SECTUR Puebla] (2020). *Boletín turístico segundo semestre 2020*.

- Selener, D., Endara, N., Carvajal, J. (1997). *Guía práctica para el sondeo rural participativo*. Instituto Internacional de Reconstrucción Rural.
- Sen, A. (2000). *Desarrollo y Libertad*. Editorial Planeta.
- Shareia, B. (2015). Theories of Development. *International Journal of Language and Linguistic*, 2(1), 78-90.
- Sharpley, R. (2020). Tourism, Sustainable Development and the Theoretical Divide: 20 years on, *Journal of Sustainable Tourism*, 28(11), 1932–1946. DOI: 10.1080/09669582.2020.1779732.
- Taylor, S.J., Bogdan, R. (1992). *Introducción a los métodos cualitativos en investigación. La búsqueda de los significados*. Ed. Paidós, 100 -132.
- Taylor, C. (1994). *Multiculturalism: Examining The Politics of Recognition*. Princeton University Press.
- Taylor, S.R. (2016). Issues in measuring success in community-based Indigenous tourism: elites, kin groups, social capital, gender dynamics and income flows. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(3), 433-449.
- Testard, J. (2017). Arqueología, fuentes etnohistóricas y retóricas de legitimización: un ensayo reflexivo sobre los olmecas xicalancas. *Anales de Antropología*, (51), 142–153. www.revistas.unam.mx/index.php/antropologia.
- Unión Europea (2021). L'Union européenne s'intéresse peu à la jeunesse! Vraiment? <https://europe-limousin.eu/lunion-europeenne-sinteresse-peu-a-la-jeunesse-vraiment/>
- Vázquez Barquero, A. (2007). Desarrollo endógeno. *Teorías y políticas de desarrollo territorial Investigaciones Regionales*, (11), 183-210.
- Wilkinson, S. (1998). Focus group methodology: a review. *International Journal Social Research Methodology*, 1(3), 181-203.
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future*. Oxford: Oxford University Press.
- World Travel and Tourism Council. (2020). *To recovery and beyond, The future of travel and tourism in the wake of COVID-19*. Oliver Wyman.
- Zamora, R. (2017). *El retorno de los migrantes mexicanos de Estados Unidos a Michoacán, Oaxaca, Zacatecas, Puebla, Guerrero y Chiapas 2000-2012*. En R. Zamora (coord.), *El retorno de los migrantes mexicanos de Estados Unidos a Michoacán, Oaxaca, Zacatecas, Puebla, Guerrero y Chiapas 2000-2012* (1ra edición). Miguel Ángel Porrúa.
- Zuber-Skerritt, O. (2001). *Action Learning and Action Research: Paradigm, Praxis and Programs*. En Sankara, S., Dick, B. and Passfield, R. (eds). (2001). *Effective Change Management through Action Research and Action Learning: Concepts, Perspectives, Processes and Applications (1-20)*. Southern Cross University Press.

ANEXOS

Anexo 1. Guía de la observación participante

Datos que se buscan compilar:

- Interacción entre los miembros presentes (comportamiento, incidentes y relaciones de poder)
- Expresión de la agencia (capacidad de autorregular comportamiento, autoconocimiento, autorreconocimiento, sentido de vida)
- Expresión del turismo alternativo (Territorio, infraestructura, aspectos económicos, actores involucrados, aspectos socioculturales)
- Entorno (aspecto físico y ambiente del lugar)
- Actividades que se llevan a cabo durante el evento presenciado

Anexo 2: Ficha descriptiva de la comunidad

| | |
|------------------------------------|--|
| Idiomas y lenguas: | 40% Náhuatl (adultos mayores) 1 % inglés (los que migraron) 100% español |
| Servicios: | Agua, drenaje, luz, educación básica (3 escuelas), red Telcel, buena señal de televisión, centro de salud (no es las 24 h, se dan vacunas y campañas), correo y servicio de paquetería/mensajería NO: internet (hay satelital, privado), bancos (más cercano en Cholula). |
| Migración (a donde se van): | <ul style="list-style-type: none"> • Edo. México (principal) • Puebla • Cd. Juárez • Estados Unidos • Cancún • Huejotzingo • Tijuana |
| Inmigración (de donde llegan): | <ol style="list-style-type: none"> 1. CDMX 2. Edo. México 3. Estados Unidos (retorno) |
| Trabajos comunales (en comunidad): | Aún tienen prácticas sociales solidarias como la faena y dar apoyo en las fiestas. Trueque |
| Medios de comunicación : | Celular Pocos tienen teléfono fijo (servicio de Telmex) Perifoneo |
| Medios de transporte: | Transporte colectivo (pasa cada 15 min) Auto privado |
| Formas de llegar a la comunidad: | Tiene opciones de caminos Desde Cholula (45 min a 1 h) Desde Calpan (16 min a 20 minutos) |

| | | | |
|-----------------------|---|--|---|
| | Desde Huejotzingo (39 min a 45 minutos) | | |
| División del trabajo: | Mujeres | Educación de los hijos Cocinar y llevar la comida al campo Hacer tortillas | Cosmovisión: Náhuatl Pedir por lluvias y visitar el volcán. Los Tiemporos (2/1) 15 de agosto bendición de elotes |
| | Hombres | El campo La ganadería | |
| Fuentes de empleo: | Campo (agricultura). Comercio (pequeños)-Restaurantes Emprendimientos ecoturísticos Ganadería Empresas familiares (8) | | |
| | | | |
| Patrimonio intangible | Cultivos tradicionales Medicina tradicional Lengua (náhuatl) Cuentos y leyendas (por ejemplo, leyenda de la fundación del Pueblo (unión de San Matías y San Mateo) / la mujer dormida) Microclimas de Ozolco (diferencia de temperatura) <u>Patrimonio alimentario:</u> Cocinas de humo (tlecuil – cocinar con leña /carbón hechas de adobe – sin estufa) /cocina tradicional Mole de Ozolco Mixmole Huaxmole Hongo de chilacayote (fermentado) Llelopanzi (pan de elote) Pulque Tamales (Tlatloyo (frijol con maza) / Nacatamale (tamal con carne) sin levadura / tamal de ayonahnacatl (hongo de chilacayote), tamal de seta / tamal de | | |

| | |
|---|--|
| | <p>mollejas Mixiote (hoja de maíz) Yetlaltlapa (frijoles partidos (quebrado /granulado) con nopales y epazote con chile guajillo Abazapata (habas tostadas en caldo y quelites) Yetolotli (chicharro seco con quelites) Pinole (atole de maíz atole de maíz cacahuazentli) Atole azul Atole de calabaza (ayoatolii)</p> <p><u>Eventos y fiestas importantes:</u> Fiesta patronal (21 de septiembre – San Mateo) Fiesta 16 de septiembre (anteriormente se realizaba un recorrido con caballo) Semana santa Carnaval (dos semanas después de miércoles de ceniza) – cambio por introducción de modas de afuera (procesión del carbón en náhuatl) – baile de casa por casa con cobro Día de muertos (diferencias – pan hecho en casa desde la harina (dulce) con poca levadura /artesanal – los niños salen a pedir calaverita con un chilacayote / intercambio de ofrenda (intercambio de ofrenda después del 2 de noviembre, se guardaba el pan para la pizca (febrero) – para comer en la siembra) San Mateo - 21 de septiembre San Matías - 24 de febrero San Lucas - 18 de octubre* Día de la Santa Cruz - 3 de mayo Bendición de la semilla - 2 de febrero</p> |
| <p>Patrimonio tangible (monumentos y natural)</p> | <p>Iglesia Ex- Hacienda (1) – por el Rinconcito Barrancas (barranca del diablo, texcatitla) Iztaccíhuatl (cascadas, paisaje, ofrenda (cueva), barrancas, ojos de agua – desvío del agua) Popocatépetl Cocinas de humo (tlecuil – cocinar con leña /carbón hechas de adobe – sin estufa) /cocina tradicional Temazcal (ducha de humo)</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>Recursos forestales: animales como el coyote, zorro, conejo, ardilla, armadillo, tuzas, venados, correcominos, cuaucautil o pollo de monte, mazate o venado, gato montés sin y con cola, zacatuchtli o teporingo, víbora de agua, cuxal, lagartijas nativas, salamandra, pájaro carpintero, águila, búho o tecolote; hongos como el mazahueli, xoletl, nexpalatzahianacatl, juandiegito, nanacatzitzi; arboles maderables como el ocote y oyamel, otros árboles como encinos y madroños.</p> |
| Práctica de auto consumo | <p>Frijol verde Haba verde Elotes (esquites y chileatole) Chilacayote Calabacitas Hongos</p> <p>Cría de aves</p> |
| Principales productos que siembran y comercializan | <p>Maíz Frijol Nuez Manzana Tejocote Durazno Pera</p> |
| Actores locales de turismo | <p>Presidencia auxiliar Mayordomía Iniciativa Ciudadana Transporte público Página de Ozolco (Hecho en Ozolco) – administrada en Ozolco Micro empresas (mazolco / milli /potehtli /El Rinconcito /coyotitla / La Venta / El Rosario) Gobierno de Calpan Productores de pulque tlachiqueros campesinos</p> |

Anexo 3. Encuestas realizadas a 62 potenciales visitantes con interés en el turismo alternativos

Rango de edad

- 20-29
- 30-39
- 40-49
- 50 y más

Sexo

- Hombre
- Mujer

Último nivel de estudio concluido

- Primaria
- Secundaria
- Preparatoria
- Licenciatura
- Maestría
- Doctorado

Tienes hijos, cuantos, edades

Donde vives

- Ciudad de Puebla
- San Pedro Cholula
- San Andrés Cholula
- Otro, especificar

¿Sueles salir de fin de semana, con qué frecuencia?

1. Cuando sales por excursiones de fines de semana sueles viajar

- Solo
- En familia
- Con amigos
- Con pareja

2. Qué buscas principalmente

- Un buen momento con las personas que te acompañan sin importar donde
- Lugares poco concurridos
- Actividades distintas, salirse del cotidiano
- Actividades al aire libre
- Lugares urbanos
- Lugares cercanos
- Aprender divirtiéndose
- Centro ecoturístico

3. Si acudes a un centro ecoturístico qué criterios son más importantes (Ordenar de más a menos importante, 1 siendo más importante y 4 menos importante), añadir si consideras que otro criterio es importante para ti;

- Infraestructura básica: Baños, restaurante, tienda de productos locales
- Internet, conexión al servicio de telefonía
- Seguridad
- Ninguna, me gusta desconectarme, encontrar lugares lo más natural posible
- Otra

4. De las siguientes actividades cuales se te hacen atractivas para un centro ecoturístico (puedes elegir más de una opción):

- Restaurante con productos locales
- Senderismo interpretativo en donde se les brinda al visitante información sobre la flora y la fauna, leyendas locales y uso de plantas medicinales originarias del lugar
- Cabalgatas
- Recorrido en cuatrimoto
- Tirollesa
- Talleres sobre el proceso de cría de truchas,
- Taller de nixtamalización (elaboración de la tortilla desde el grano de maíz)
- Experiencias / rituales como limpias y temazcales.
- Taller de tlachique (extracción del aguamiel del maguey y elaboración del pulque)
- Oportunidad para acampar
- Un huerto orgánico (taller de explicación del proceso de desarrollo y cuidado)
- Granja de animales acariciables.

5. Qué otras actividades esperarías conocer cuando acudes a un centro ecoturístico.

6. Planearías con antelación este tipo de actividades o tomas la decisión en el momento

- Tomo la decisión con antelación
- Tomo la decisión en el momento

7. Hasta cuanto tiempo estarías dispuesto a desplazarte para ir a un centro ecoturístico (sin pernoctar)

- Hasta 30 minutos
- 30 minutos a 1 hora
- 1-2 horas
- Más de dos horas
- Otro

8. Cuánto estarías dispuesto a pagar como máximo en un centro ecoturístico (por persona/por día – sin noche, sin incluir traslado)

- De \$200 a \$500
- De \$501 a \$750
- De \$751 a \$1000
- Más de \$1000 pesos
- Otro

9. En qué épocas del año te gustaría más hacer actividades en espacios naturales y al aire libre

- De enero a marzo
- De abril a junio
- Julio-agosto
- De septiembre a diciembre

10. Generalmente dónde buscas información sobre actividades al aire libre y/o en espacios naturales

- Periódicos /prensa especializada
- Recomendaciones de familiares y amigos (boca en boca)
- Redes sociales y páginas de internet
- Publicidad en Radio y TV

11. Consideras que a los niños en edad escolar les interesaría un viaje escolar con actividades al aire libre en espacio naturales como arriba mencionadas

- Si
- No

12. De tener hijos, cuánto estarías dispuesto a pagar por una experiencia de un día para tus hijos en un centro turísticos

- De \$200 a \$500
- de \$501 a \$750
- de \$751 a \$999
- más de \$1000 pesos

Anexo 4. Encuestas realizadas a 54 participantes a la feria del pulque

Preguntas realizadas durante la encuesta:

1. ¿Cuál es tu edad?
 - Menos de 20 años
 - de 21 a 30
 - de 31 a 40
 - de 41 a 50
 - Más de 51 años

2. Medio de transporte utilizado para llegar a la feria
 - Transporte público
 - Transporte privado

3. ¿Cuánto tiempo te hiciste para llegar a la feria?
 - Menos de 30 minutos
 - de 31 a 1 hora
 - 1-2 horas
 - más de 2 horas

4. ¿Cuál es tu último grado de estudios concluido?
 - Primaria
 - Secundaria
 - Preparatoria
 - Licenciatura
 - Posgrado

5. Sexo
 - Masculino
 - Femenino

6. Su viaje lo realiza con:
 - Familia
 - Amigos
 - Pareja
 - Solo o sola

7. ¿Cómo te enteraste de la feria?
 - Página de internet
 - Radio
 - Periódico
 - Recomendación
 - TV
 - Redes sociales

8. ¿Cuánto tiempo estimado estarás en la feria?

- Menos de dos horas
- de 2 a 4 horas
- de 5 a 7 horas
- Más de 7 horas

9. ¿Antes ya habías venido a la Feria del Pulque?

- Primera vez
- 2 veces
- 3 veces
- 4 veces
- Más de 5 veces

10. ¿Por qué vienes a la Feria del Pulque?

- Música y diversión
- Recreación
- Gastronomía
- Tomar pulque
- Artesanías
- La gente

11. ¿Qué otra actividad te gustaría que haya en la feria del pulque o San Mateo Ozolco?

- Taller de tlachique
- Taller de nixtamalización
- Campamento en el bosque
- Tours guiados
- Bicicleta de montaña
- Explicación agrícola de la producción de alimentos (metepantle)
- Taller de elaboración de platillos locales (gastronomía)
- Taller de elaboración de productos locales
- Temazcal

12. ¿Sueles salir de excursión los fines de semana?

- Sí
- No

13. ¿Con qué frecuencia?

- Cada fin de semana
- Cada 15 días
- 1 vez al mes
- 1 vez cada 3 meses
- 2 vez al año

14. ¿Qué tan lejos viajas de tu casa?

- 30 minutos
- 31-59 minutos

- 1-2 horas
- Más de dos horas

15. ¿Qué buscas cuando sales?

- Actividades al aire libre
- Fiesta
- Actividades culturales
- Relajarse

16. ¿Cuál es la red social que más utilizas?

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- WhatsApp

Anexo 5: Planes de formación de los talleres

CURSO: Formación y acompañamiento al plan de mejora continua en San Mateo Ozolco Taller 1: Introducción y patrimonio

OBJETIVO DEL TALLER:

1. Hacer un diagnóstico participativo de la comunidad de San Mateo Ozolco en cuanto a atractivos turísticos (proyectos productivos, patrimonio tangible e intangible, actores involucrados), resultando en insumos para el desarrollo de una ruta turística interpretativa, la creación de un directorio de actores turísticos de la comunidad, y un mapeo de atractivos turísticos.
2. Tener un entendimiento común (una misma visión) del potencial turístico de Ozolco y un reconocimiento del potencial turístico (basado en el patrimonio y legado)

PROCESO DE FORMACION

| RESULTADOS DE APRENDIZAJE | CRITERIOS DE EVALUACION | ESTRATEGIA Y TÉCNICAS DIDÁCTICAS | RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS | EJES TEMÁTICOS | TIEMPO |
|---|--|---|---|---------------------------|-----------|
| Recopilación de información para la creación de la ruta turística y fomentar la confianza y reconocimiento mutuo del grupo. | Creación del cuadro de datos generales | En equipos se realizará una dinámica para que se pueda obtener los datos deseados para el llenado del cuadro de datos generales y del directorio. | Proyector Hojas rotafolio, plumones | Diagnóstico participativo | 1.0 horas |
| | Creación del directorio de actores | Se realiza un dialogo para tener un entendimiento común del potencial del turismo en la comunidad. | | | 1.5 horas |
| | Introducción de la fichas técnicas y entendimiento de su uso | | | | 0.5 horas |

Programa del evento.

| HORAS | TEMA / ACTIVIDAD | RESPONSABLE |
|-----------------|---|----------------------|
| 6: 00 – 7:00 pm | Introducción a la serie de talleres, definición de términos (temas y tiempos de la serie de talleres - estrategia y método de trabajo), reconocimiento de los miembros del grupo, presentación y discusión sobre el vínculo entre su vida y cosmovisión y propuesta de turismo (turismo alternativo) - el potencial del turismo para solucionar problemáticas locales (como migración, discriminación por ser campesinos, etc...) | Maestro Dominic Faux |
| 7: 00 – 8:30 pm | Dinámica para la obtención de datos generales de la comunidad (Idiomas, migración, servicios, trabajos comunales, medios de comunicación, medios de transporte, división del trabajo, fuentes de empleo, patrimonio tangible e intangible, prácticas de autoconsumo, producción principal, actores potenciales del turismo) | |
| 8:30 – 9:00 pm | Creación de un directorio de actores locales potenciales del turismo en la comunidad y paradas para la creación de una ruta turística en Ozolco. | |

Los indicadores de aprovechamiento son:

- Asistencia y participación.
- Desempeño en la practica
- Evaluación final (que se realiza durante la quinta sesión)

ESTRATEGIA DE FORMACIÓN

Se trata de un intercambio entre el facilitador y los participantes, minimizar la teoría y apegarla un máximo a la realidad local, para generar un diálogo que permita obtener los datos más fieles y reales posibles. Se trata de un aprendizaje mutuo entre todos los participantes a través de actividades colaborativas entre los participantes.

ESTRATEGIA DE ACOMPAÑAMIENTO

Después del taller se deja a los participantes tarea para que puedan tener tiempo de reflexionar sobre que es importante para los lugareños mostrar de su comunidad

- Revisar cuadro datos generales de la comunidad de San Mateo Ozolco – hacer adecuaciones necesarias
 - Revisar listado de actores a incluir en directorio (hasta abajo del documento)
 - Llenar las fichas técnicas para cada parada
 - Ficha técnica revisada durante taller y a llenar para cada etapa de la ruta turística, cada quien ya cuenta con un ejemplo
4. Cuando se llena la ficha técnica para cada parada enfocarse mucho en la relación de la cultura local con la naturaleza, el cuidado de la misma (sustentabilidad), que acciones podemos realizar para ser más sustentables como el manejo de residuos sólidos y ecoconstrucciones.
 5. Cada quien pensar en una ruta posible (camino que tomar) y tiempo de recorrido entre cada punto (Fernando) y tiempo de estancia con actividades que se realizaran (descripción breve de cada actividad y tiempo)

ESTATEGIA DE EVALUACIÓN

Las fichas técnicas de cada parada

| Diagnóstica | Formativa | Final |
|---|---|--|
| En forma de equipo se trabajará la evaluación de cada ficha técnica | De forma grupal los participantes intercambian que consideran importante como patrimonio en la comunidad formando la unidad de grupo y el reconocimiento mutuo. | Crear una visión común de quienes son los actores locales de turismo, que se quiere enseñar y por qué. |

METAS

- Crear un cuadro de los datos generales de la comunidad
- Crear un directorio de los actores de turismo de la comunidad
- Crear fichas técnicas de cada parada para conocer las necesidades de formación y capacitación para obtener la ruta turística interpretativa

PRODUCTOS ESPERADOS

- Diagnóstico de la comunidad alrededor de la vida cotidiana y su aprovechamiento para el turismo
- Obtener información base para la creación de un guion interpretativo

CURSO: Formación y acompañamiento al plan de mejora continua en San Mateo Ozolco
Taller 2: Sustentabilidad de la propuesta turística

OBJETIVO DEL TALLER:

1. Generar una discusión alrededor de la sustentabilidad para el uso eficiente de los recursos locales, la satisfacción de necesidades mediante, la planificación y el desarrollo de una infraestructura sustentable eficiente, la calidad de vida de la comunidad, y la capacidad de carga
2. Presentación y revisión de propuesta de ruta turística

PROCESO DE FORMACION

| RESULTADOS DE APRENDIZAJE | CRITERIOS DE EVALUACION | ESTRATEGIA Y TÉCNICAS DIDÁCTICAS | RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS | EJES TEMÁTICOS | TIEMPO |
|---|---|---|---|-----------------------|---------------|
| Reconocer la importancia de la sustentabilidad en el turismo y la acciones a tomar para llegar a ella | Que hayan participado en el diálogo sobre las fichas técnicas | Se empieza por la revisión de las fichas técnicas del taller previo | Hojas rotafolio, plumones | Sustentabilidad | 1.0 horas |
| | | Se realiza un diálogo alrededor de la sustentabilidad | | | 0.5 horas |
| | Se presenta el concepto de capacidad de carga | 0.25 horas | | | |
| | Se abre una plática alrededor de como los participantes piensan que se puede lograr en su comunidad | 0.75 horas | | | |
| | Se genera una discusión alrededor de la sustentabilidad en proyectos productivos del campo | 0.5 horas | | | |
| | Que se hayan generado una reflexión sobre capacidad de carga y como implementarlo en Ozolco | | | | |

Programa del evento.

| HORAS | TEMA / ACTIVIDAD | RESPONSABLE |
|-----------------|---|----------------------|
| 5: 00 – 6:00 pm | Revisión de las fichas técnicas de las paradas potenciales y caminos para la ruta turística., | Maestro Dominic Faux |
| 6: 00 – 6:30 pm | Introducción a la sustentabilidad (se presentan fotos de diferentes destinos turísticos para fomentar el dialogo alrededor de la comprensión de la sustentabilidad por parte de los participantes (¿Qué es para ellos la sustentabilidad? ¿Cómo se vive en la comunidad? Se habla brevemente de las definiciones y corrientes de la sustentabilidad (dura y blanda) – más allá de Brundtland es una forma de vida, ¿Por qué es importante la sustentabilidad para el turismo que se busca desarrollar (más que un mensaje de marketing)? ¿Cómo se puede aplicar a las iniciativas de turismo en Ozolco? ¿Qué acciones pueden tomar? | |
| 6:30 – 6:45 pm | Introducción a la capacidad de carga | |
| 6:45pm- 7:30pm | Aplicabilidad de la sustentabilidad en los proyectos productivos del campo (permitir la revalorización del patrimonio y generar nuevas alianzas) / seguir el ritmo de la naturaleza (las estaciones del año) / oportunidad para conectar con diferentes mercados / revalorización de los conocimientos ancestrales e introducción de nuevos conocimientos. La sustentabilidad en la cosmovisión de Ozolco, alinear con el proyecto turístico (permite la construcción del guion interpretativo), ¿Cómo enfocarla y transmitirla? | |
| 7:30pm - 8:00pm | Acciones concretas de formación y capacitación (serie de talleres paralela): baños secos y abono natural / ecotecnologías / uso de plástico, días de limpieza, plantación de árboles y magueyes | |

Los indicadores de aprovechamiento son:

- Asistencia y participación.
- Desempeño en la practica
- Evaluación final (que se realiza durante la quinta sesión)

ESTRATEGIA DE FORMACIÓN

Se trata de un intercambio entre el facilitador y los participantes, minimizar la teoría y apegarla un máximo a la realidad local, para generar un diálogo que permita obtener los datos más fieles y reales posibles. Se trata de un aprendizaje mutuo entre todos los participantes a través de actividades colaborativas.

ESTRATEGIA DE ACOMPAÑAMIENTO

Después del taller se deja a los participantes tarea para que puedan tener tiempo de reflexionar sobre qué elementos de la sustentabilidad quieren implementar (actividades y tiempos) así como seguir con el desarrollo de las fichas técnicas introduciendo elemento de la sustentabilidad, desarrollo del primer borrador del guion interpretativo.

Tarea: reflexionar sobre lo siguiente: ¿Qué acciones hay que tomar para que la actividad turística dure en el tiempo? Y ¿Cómo puede la actividad ser llevada de forma adecuada y mejorada según pasa el tiempo?, utilizar los elementos brindados durante el taller y la reflexión grupal que se llevó a cabo, y los diferentes elementos de la sustentabilidad. De igual manera apoyarse de las fichas técnicas de cada parada que se están desarrollando (en dónde se describe cada actividad, sus componentes, funcionamiento, de dónde provienen los insumos y/o materiales, y como se llevan a cabo las actividades). Todo ello para que se puedan identificar las acciones a tomar para que perdure en el tiempo, incluyendo la gestión de las actividades y el uso de los insumos.

METAS

1. Transmitir la importancia de la sustentabilidad para la propuesta turística en San Mateo Ozolco
2. Transmitir la importancia de la sustentabilidad en las actividades del campo

ESTRATEGIA DE EVALUACIÓN

Las fichas técnicas de cada parada

| Diagnóstica | Formativa | Final |
|---|---|--|
| En forma de equipo se trabajará la evaluación de cada ficha técnica | De forma grupal los participantes intercambian que consideran importante como sustentabilidad en la comunidad formando la unidad de grupo y el reconocimiento mutuo | Crear una visión común de la sustentabilidad |

PRODUCTOS ESPERADOS

1. Un entendimiento común sobre la sustentabilidad
2. Un listado de capacitaciones grupales necesarias para aplicar los conceptos de sustentabilidad en la comunidad

CURSO: Formación y acompañamiento al plan de mejora continua

Taller 3: Comunicación interna y externa

OBJETIVO DEL TALLER:

1. Generar una discusión alrededor de la comunicación para que sean evidentes los problemas existentes hacia la comunicación interna y externa.
2. Brindar herramientas para la mejora de la comunicación

PROCESO DE FORMACION

| RESULTADOS DE APRENDIZAJE | CRITERIOS DE EVALUACION | ESTRATEGIA Y TÉCNICAS DIDÁCTICAS | RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS | EJES TEMÁTICOS |
|--|--|---|---|-----------------------|
| Reconocer las ausencias de comunicación asertiva en la cotidianidad y al momento de transmitir un mensaje y el trabajo por hacer | Que haya participación en el diálogo sobre las fichas técnicas | Se empieza por la revisión de las fichas técnicas que se revisaron durante las sesiones individuales. | Hojas rotafolio, plumones | 1.0 horas |
| | Que los participantes tengan un diálogo sobre comunicación | Se realiza un diálogo alrededor de la comunicación (en particular las formas de relacionarse en la comunidad – abordar el tema de las relaciones de poder en la comunicación) | | 0.5 horas |
| | Que se genere una reflexión sobre las formas de comunicarse y percibirse entre emprendedores en la comunidad | Se presenta el concepto de comunicación asertiva, comunicación interna (tomar acuerdos, tener el mismo entendimiento del turismo en la comunidad, respeto) y externa (una sola voz hacia fuera, fortalecer su posición, mejorar la capacidad de negociación, respeto) | | 0.25 horas |
| | (ubicación del contexto actual / capacidad de | Se genera una discusión alrededor de cómo se puede mejorar la comunicación entre los actores del turismo (apoyo a construir una relación de confianza entre los actores y que ya no se perciban como competencia). | | 0.5 horas |

| | | | | |
|--|---------|--|--|--|
| | mejora) | | | |
|--|---------|--|--|--|

Programa del evento.

| HORAS | TEMA / ACTIVIDAD | RESPONSABLE |
|--------------------|--|----------------------|
| 5: 00 – 6:00 pm | Revisión de las fichas técnicas de las paradas potenciales y caminos para la ruta turística., | Maestro Dominic Faux |
| 6: 00 – 6:30 pm | Introducción a la comunicación (discusión grupal, definición y para qué sirve) Diferentes tipos de comunicación | |
| 6:30 – 7:00pm | Comunicación interna (retos, aplicabilidad y soluciones) Comunicación externa (retos, aplicabilidad y soluciones) | |
| 7:00pm- 7:30pm | Como mejorar la comunicación individual desarrollo de habilidades blandas. Herramientas: interpretación del patrimonio y guiones interpretativos. | |
| 7:30pm - 8:00pm | Acciones concretas de comunicación (interna, como se perciben y se comunica el grupo -insumos para construir una cooperativa paraguas que dará las líneas rectores de las actividades de turismo que se pueden llevar a cabo - (no nada más a nivel oral sino físico), como comunicar la sustentabilidad del turismo buscado (que es el mensaje principal que se busca transmitir) - aplicar campañas de reforestación, plantación de magueyes, y de limpieza de la comunidad (instalar botes de basura con logo sobre ellos para que sean reconocibles, etc...) | |

Los indicadores de aprovechamiento son:

3. Asistencia y participación.
4. Desempeño en la practica
5. Evaluación final (que se realiza durante la quinta sesión)

ESTRATEGIA DE FORMACIÓN

Se trata de un intercambio entre el facilitador y los participantes, minimizar la teoría y apegarla un máximo a la realidad local, para generar un diálogo que permita obtener los datos más fieles y reales posibles. Se trata de un aprendizaje mutuo entre todos los participantes a través de actividades colaborativas.

ESTRATEGIA DE ACOMPAÑAMIENTO

Después del taller se deja a los participantes tarea para que puedan tener tiempo de reflexionar sobre qué elementos de comunicación quieren implementar (actividades y tiempos) así como seguir con el desarrollo de las fichas técnicas introduciendo elemento de comunicación, seguimiento del borrador del guion interpretativo.

Tarea: Ir reflexionando sobre la creación de una cooperativa que incluye a los diferentes actores del turismo en Ozolco. Introducir elementos aprendidos de la comunicación en el guion interpretativo, ¿Qué mensaje queremos transmitir con las actividades que se realizar? Tanto hacia dentro de la comunidad (cambiar mentalidades alrededor del trabajo del campo, del turismo, revalorizar el campo), que hacia fuera (soberanía alimentaria, cambio climático, ritmo de vida, etc..).

ESTRATEGIA DE EVALUACIÓN

Las fichas técnicas de cada parada

| Diagnóstica | Formativa | Final |
|---|--|---|
| En forma de equipo se trabajará la evaluación de cada ficha técnica | De forma grupal los participantes intercambian que consideran importante sobre elementos de la comunicación formando la unidad de grupo y el reconocimiento mutuo. | Crear una visión común de la comunicación y ponerla en práctica |

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE APROVECHAMIENTO DE LOS ASISTENTES

PRODUCTOS ESPERADOS

Un entendimiento común sobre comunicación y su uso
Un listado de habilidades por desarrollar sobre comunicación

METAS

Transmitir la importancia de la comunicación para la propuesta turística en San Mateo Ozolco
Transmitir la importancia de la comunicación para obtener lo que se desea

CURSO: Formación y acompañamiento al plan de mejora continua en San Mateo Ozolco
Taller 4: Organización del grupo de trabajo

FECHA: 27 de septiembre 2022

COMUNIDAD: San Mateo Ozolco
CAPACITADOR: Dominic Paul Harland Faux

DIRECCION: Presidencia Auxiliar
Presentes: Felipe, Alejandro, Alberto, Claudia, Dominic

OBJETIVO DEL TALLER:

1. Dar a conocer la importancia de la organización dentro de un grupo de trabajo
2. Brindar herramientas para la construcción de un equipo de trabajo alrededor de las actividades turísticas en Ozolco a través de la creación de una cooperativa

PROCESO DE FORMACION

| RESULTADOS DE APRENDIZAJE | CRITERIOS DE EVALUACION | ESTRATEGIA Y TÉCNICAS DIDÁCTICAS | RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS | EJES TEMÁTICOS |
|--|---|---|---|-----------------------|
| Reconocer las ausencias de organización y de planeación y poder atenderlas | Que los miembros participen en el diálogo sobre las fichas técnicas | Se empieza por la revisión de las fichas técnicas que se revisaron durante las sesiones previas | Organización, grupo de trabajo, roles | 1.0 horas |
| | Que los participantes participen en el diálogo sobre organización | Se realiza un diálogo alrededor del trabajo en grupo (en particular las formas de relacionarse en su trabajo y la percepción de cada uno hacia las otras iniciativas de turismo) | | 0.5 horas |
| | Que los participantes reflexionen | Se presenta el concepto de grupo, trabajo en grupo, organización. | | 0.25 horas |
| | | Se genera una discusión alrededor de cómo se puede mejorar la organización y trabajo en equipo entre los actores del turismo (apoyo a construir una relación de confianza entre los actores y que ya no se perciban como competencia y que puedan aprovechar los conocimientos de cada uno, sus recursos y materiales, infraestructura) | | 1.25 horas |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | sobre las formas de organizarse, capacidades y habilidades y roles | | | |
|--|--|--|--|--|

Programa del evento.

| HORAS | TEMA / ACTIVIDAD | RESPONSABLE |
|-----------------|--|----------------------|
| 5: 00 – 6:00 pm | Revisión de las fichas técnicas de las paradas potenciales y caminos para la ruta turística. | Maestro Dominic Faux |
| 6: 00 – 6:30 pm | Introducción al trabajo en grupo y organizado | |
| 6:30 – 7:00pm | Características y estructura del grupo | |
| 7:00pm- 7:30pm | Etapas de un grupo, más allá de un grupo, un equipo de trabajo y evaluación de desempeño | |
| 7:30pm -8:00pm | Diseño por los participantes al taller de un equipo de trabajo con roles y funciones para una ruta turística en la comunidad | |

Los indicadores de aprovechamiento son:

6. Asistencia y participación.
7. Desempeño en la practica
8. Evaluación final (que se realiza durante la quinta sesión)

ESTRATEGIA DE FORMACIÓN

Se trata de un intercambio entre el facilitador y los participantes, minimizar la teoría y apegarla un máximo a la realidad local, para generar un diálogo que permita obtener los datos más fieles y reales posibles. Se trata de un aprendizaje mutuo entre todos los participantes a través de actividades colaborativas.

| |
|--|
| |
|--|

ESTRATEGIA DE ACOMPAÑAMIENTO

Después del taller se deja a los participantes tarea para que puedan tener tiempo de reflexionar sobre qué elementos de organización quieren implementar (actividades y tiempos) así como seguir con el desarrollo de las fichas técnicas introduciendo elemento de organización, como roles y responsables de cada etapa de la ruta turística.

ESTRATEGIA DE EVALUACIÓN

La creación de un organigrama del grupo y de funciones por cada rol

| Diagnóstica | Formativa | Final |
|---|--|--|
| En forma de equipo se trabajará la evaluación de cada ficha técnica | De forma grupal los participantes intercambian que consideran importante sobre elementos de la organización formando la unidad de grupo y el reconocimiento mutuo. | Crear una visión común de la organización y crear un organigrama con roles definidos |

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE APROVECHAMIENTO DE LOS ASISTENTES

PRODUCTOS ESPERADOS

- Un entendimiento común sobre organización, trabajo en equipo y su uso
- Un organigrama con funciones sobre la organización de una ruta turística

METAS

Que los jóvenes entiendan la importancia del trabajo en equipo organizado para la propuesta turística en San Mateo Ozolco

Que los jóvenes creen un grupo de trabajo coherente para el desarrollo y la implementación de una ruta turística

Anexo 6: Guion de entrevistas

Las preguntas presentadas sirven de guía, no todas se hacen con todos los entrevistados, pero permiten guiar la plática y ayudar al flujo de información

1. Preguntas introductorias que ayudan a saber quién es el entrevistado, sus orígenes, su apertura para hablar y transmitir información (preguntas para romper el hielo, que permiten que el entrevistador pueda relacionarse y abrirse con el entrevistado)

¿Cómo te llamas? ¿Eres originario de Ozolco? ¿A qué te dedicas? ¿Estas casado? ¿Tienes hijos? ¿Has realizado estudios? ¿Cuáles son tus intereses? ¿Que más te gusta de Ozolco?

2. Relación con turismo

¿Crees que exista un potencial para el turismo en San Mateo Ozolco o la región de la Sierra Nevada?

¿Cuál es tu relación con el turismo? ¿Cómo percibes el turismo?

¿Estas involucrado con actividades turísticas? ¿Dónde se ubican? ¿Cómo empezó todo? ¿Te crees capaz de seguir desarrollando actividades turísticas? ¿Con quien o quienes las realizas? ¿Qué te motiva en el turismo? ¿Qué te gustaría transmitir?

¿Qué sientas que se necesita para que puedas alcanzar el desarrollo de la actividad turística que deseas? ¿Te sientes capaz de hacerlo solo? ¿Cuál es tu relación con los otros actores de turismo? ¿Cuál es la percepción del turismo en la comunidad?

¿Tus actividades de turismo se relacionan con el patrimonio (legado/herencia) de Ozolco o De tu familia? ¿Te identificas con ellas? ¿Te definen?

¿Cómo difundes tus actividades turísticas? ¿Qué medios usas? ¿Cuáles crees sea tu público meta o el perfil del turista interesado en tus actividades? ¿De dónde es originario?

Si es negocio familiar o un grupo de actores: ¿Cómo funciona la toma de decisión en el grupo? ¿Una sola persona toma las decisiones o es consensuado?

3. Preguntas para conocer la situación en la comunidad / las relaciones de poder

¿Cómo percibes la comunicación en la comunidad? ¿Crees que sea de arriba-abajo? ¿Basada en relaciones de poder o una sociedad patriarcal?

¿Cuál es tu relación con las autoridades, tanto del municipio de Calpan como de la junta auxiliar? ¿Te sientes apoyado por las autoridades o representado por ellas?

¿Sabes de algún apoyo que exista para actividades turísticas? ¿Ya has recibido alguno? ¿De quién? ¿Cuándo?

¿Qué cambios, según tu ha traído la migración a la comunidad? ¿Cómo te has adaptado? ¿Cómo te ha afectado a ti o tu familia

¿Te sientes apoyado o escuchado por otros actores (familiares/ autoridades / grupos externos / amigos)?

¿Cómo se solucionan problemas en la comunidad? ¿Quiénes son los verdaderos detentores del poder en Ozolco? ¿Y tú, a nivel personal cómo solucionas tus problemas? ¿te acercas a otros miembros de la comunidad?

¿Cuáles crees sean las barreras más fuertes para que se puedan desarrollar actividades de turismo en Ozolco, la infraestructura, la seguridad, comunicación, inversión, otras?

4. Sustentabilidad

¿Cómo percibes el futuro de la comunidad? ¿Cuál es tu punto de vista sobre la actitud actual de los jóvenes adolescentes en Ozolco? Aquí si nos referimos a jóvenes de edad para conocer la percepción de la generación futura

¿Cuál es tu relación con la naturaleza? ¿Crees que la herencia que te han dejado es importante? ¿Ves algún futuro en la comunidad? ¿Sabes de personas que piensan igual o diferente? ¿Cómo lo perciben ellos?

¿Cómo es el manejo de los residuos sólidos en la comunidad? ¿Crees que podría ser diferente? ¿Cómo y por qué? ¿Existen campañas como de limpieza o reforestación? ¿Cómo se maneja el sistema de ejidos en Ozolco? ¿Cuál es tu relación con el manejo del agua?

¿Cuáles son las fechas importantes del campo? ¿Aún usan los sistemas tradicionales como la milpa y el metepantle? ¿Qué se cosecha más? ¿Se hace uso de algún agroquímico? ¿Se hace uso de semillas transformadas? ¿Se produce para el autoconsumo o venden en el mercado? ¿Transforman los productos cosechados (conservas, mermeladas, alcohol, otros)?

¿Cómo es la gastronomía local? ¿Cuáles son tus platillos favoritos? ¿Por qué?

¿Son importante las tradiciones en Ozolco? ¿Cuáles y por qué?

¿Cómo percibes a la ciudad y la gente que vive allá?

5. Organización entre actores locales y del negocio turístico

¿Estás dispuesto a trabajar con otros miembros de la comunidad en temas agrícolas? ¿En temas de turismo? ¿Por qué?

¿Cómo te relacionas con los otros actores del turismo a nivel local? ¿municipal?

¿Cuáles son las relaciones con actores de otras comunidades cercanas?

¿Existen organizaciones de algún tipo en temas de turismo en Ozolco? ¿Has participado en ellas? ¿Por qué?

6. Relación con actores externos:

¿Has recibido algún tipo de capacitación en el turismo? ¿Sobre temas de organización o sustentabilidad, producción? ¿Algún otro tema? ¿Si, sí, quienes los han impartido, cuándo y dónde? ¿Tú los buscaste o te encontraron?

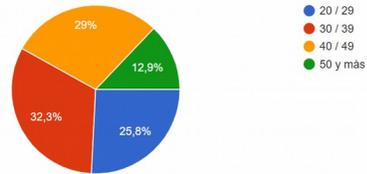
¿Cuál es tu percepción de los foráneos? ¿Cuál ha sido tu experiencia con ellos?

¿Te ha servido de algo el conocimiento que te han brindado en los diferentes intercambios que has tenido con gente externa a la comunidad, ya sean de instituciones de gobierno como SEMARNAT o INPI, Secretaría de Turismo; capacitadores independientes, agencias de turismo o alguna otra?

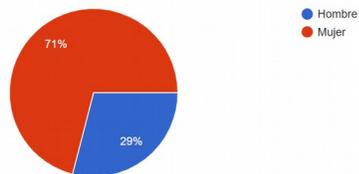
Anexo 7. Resultados de las encuestas realizadas

Resultados de las encuestas realizadas a través de internet

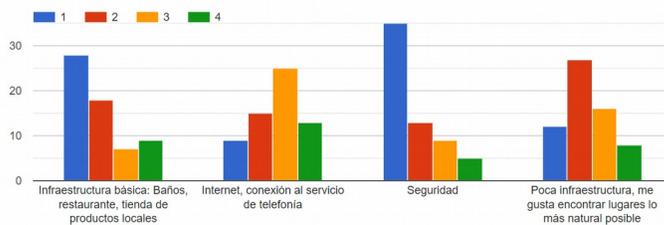
Rango de edad
62 respuestas



Sexo
62 respuestas

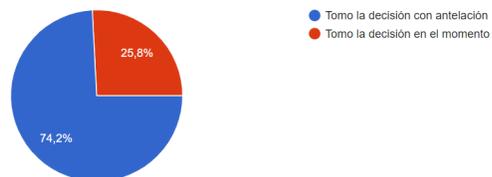


5.-Si acudes a un centro ecoturístico qué criterios son más importantes (Ordenar de más a menos importante, 1 siendo más importante y 4 menos importante), añadir si consideras que otro criterio es importante para ti:



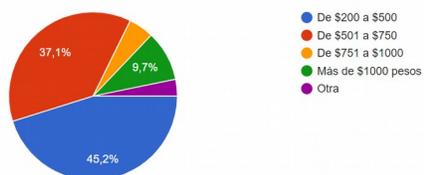
8.-¿Planearías con antelación este tipo de actividades o tomas la decisión en el momento?

62 respuestas



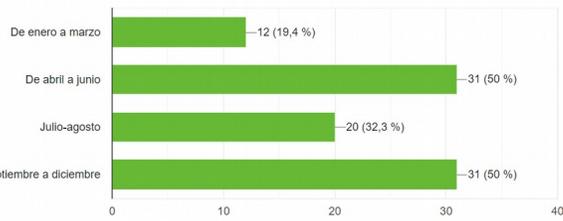
10.- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar como máximo en un centro ecoturístico? (por persona/por día – sin noche, sin incluir traslado)

62 respuestas



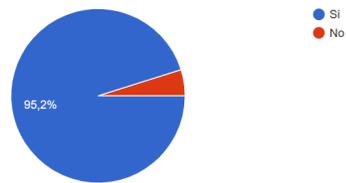
11.-En qué épocas del año te gustaría más hacer actividades en espacios naturales y al aire libre

62 respuestas



13.-Consideras que a los niños en edad escolar les interesaría un viaje educativo con actividades al aire libre en espacio naturales (senderismo, granja, huerto orgánico, entre otras)

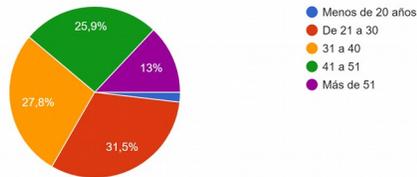
62 respuestas



Resultados de las encuestas realizadas durante la Feria del pulque en San Mateo Ozolco

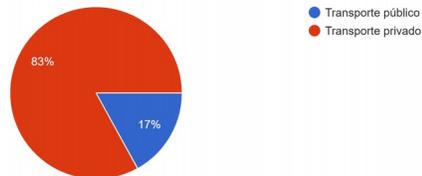
¿Cuál es tu edad?

54 respuestas



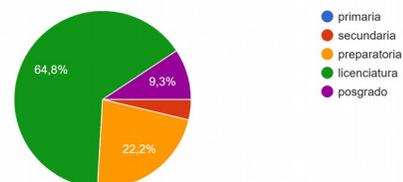
Medio de transporte utilizado para llegar a la feria

53 respuestas



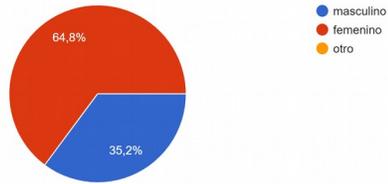
¿Cuál es tu último grado de estudios concluido?

54 respuestas



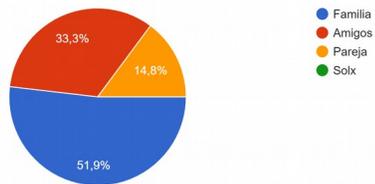
Genero

54 respuestas



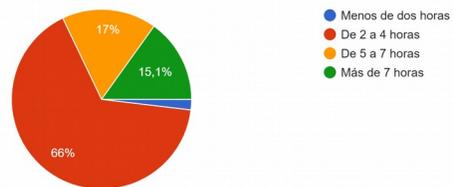
Su viaje lo realiza con...

54 respuestas



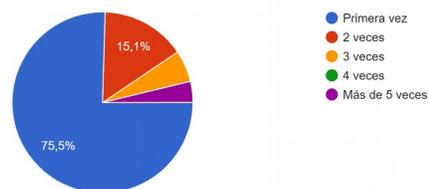
¿Cuánto tiempo estimado estarás en la feria?

53 respuestas



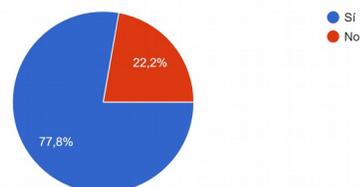
¿Antes ya habías venido a la Feria del Pulque?

53 respuestas



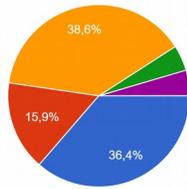
Sueles salir de excursión los fines de semana

54 respuestas



¿Con qué frecuencia?

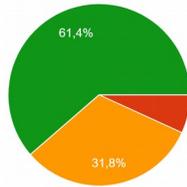
44 respuestas



- Cada fin de semana
- Cada 15 días
- 1 vez al mes
- 1 vez cada tres meses
- 2 veces al año

¿Qué tan lejos viajas de tu casa?

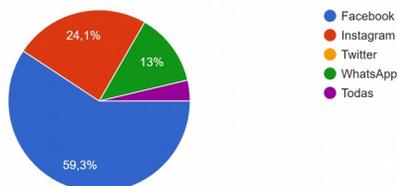
44 respuestas



- 30 min
- 31-59 min
- 1- 2 horas
- Más de 2 horas

Anexo 8: Guion de preguntas para el grupo focal

¿Cuál es la red social que más utilizas?
54 respuestas



Tema de interés: turismo alternativo y agencia en jóvenes campesinos indígenas de Ozolco

Lugar: San Mateo Ozolco

Preguntas guía:

1. ¿Les gustaron los talleres?
2. ¿Cómo se sintieron durante el

proceso de capacitación?

3. ¿Qué les pareció el proceso de entrega del taller?
4. ¿Les fueron de uso los conocimientos brindados?, ¿Por qué?
5. ¿Creen que les apoyaron en la organización de la ruta turística?
6. ¿De sus propios negocios?
7. ¿Cuál es el punto que más te marco durante el proceso de capacitación?
8. ¿Cuáles conocimientos pudieron aplicar?
9. ¿Qué entiendes por sustentabilidad?
10. ¿Te es útil en tu vida cotidiana, en el manejo de tu negocio?
11. ¿Te sientes más cómodo comunicando?
12. ¿Entiendes porque es importante el trabajo en equipo a comparación del trabajo individual?
13. ¿En qué sentido?
14. ¿Sientes que tienes las ideas más claras de lo que buscas en el turismo? (planificación hacia el futuro)
15. ¿Sientes un mayor control sobre tus actividades turísticas?
16. ¿Sientes que el turismo puede apoyar a fortalecer la revaloración de la identidad indígena?
17. ¿En qué más creen que necesitan apoyo para gestionar el negocio de turismo con el cuál que sueñan?
18. ¿En qué se podría mejorar el proceso de capacitación?
19. ¿En qué creen que se podría mejorar el facilitador?
20. ¿Sienten que se construyó un intercambio de conocimiento o que fue nada más unilateral (del facilitador hacia ustedes)?
21. ¿Sienten que el facilitador fue a la escucha?
22. ¿El hecho que se cambiará de lugar y que las instalaciones no fueron siempre adecuadas, sienten que impidió la aplicación del taller?
23. ¿Se entendieron los puntos de conocimiento?
24. ¿Sienten que son un grupo más unido, confían más en el otro?
25. ¿Se sienten más abiertos a ser apoyados /acompañados en sus negocios por un agente externo?
26. ¿Cambiaron su actitud o creencia hacia apoyos externos (actores externos)?
27. Los temas abordados, patrimonio, comunicación, sustentabilidad, trabajo en grupo y organización, ¿Según ustedes fueron los temas adecuados? ¿Hay otros que les hubiera gustado tratar?
28. ¿Después del proceso de capacitación, que quiere decir ser joven para ustedes? ¿Ha cambiado desde el inicio del proceso ¿en su capacidad de acción, de ser reconocidos?

