

La construcción de los productos turísticos alternativos en la comunidad de San Francisco Oxtotilpan, México. Estudio sobre los valores y significados de la población

Joana Zarza Ballina* Maribel Osorio García**
 Universidad Autónoma del Estado de México (México)

Alejandro Mantecón***
 Universidad de Alicante (España)

Resumen: En la planeación turística de un destino, es común considerar elementos técnicos y características físicas del territorio, sin embargo, poco se aprecia la influencia de los elementos sociales, que tienen un papel medular en el desarrollo de la actividad. Por lo anterior el objetivo del presente documento es distinguir los valores y significados subjetivos de los miembros de la comunidad rural de San Francisco Oxtotilpan, México, para establecer su influencia en la conformación de los productos turísticos alternativos que ofrecen. La investigación es de tipo cualitativa, con fundamento en la construcción social de la realidad de Berger y Luckmann. Se utilizó la entrevista a profundidad como técnica de investigación y se aplicó el modelo de Lalive para interpretar los resultados. Se identificó un ethos denominado “Indígena Campesino”, cuyo perfil se subdivide en dos vertientes: uno “tradicional”, caracterizado por el conservadurismo poco flexible y el apego a las tradiciones, y uno “renovado”, con apertura a lo nuevo y orgulloso de su cultura; este último es el gestor de la construcción de los productos turísticos en el lugar.

Palabras Clave: Comunidad rural; Turismo; Ethos; Procesos sociales; México.

The construction of alternative tourism products in the community of San Francisco Oxtotilpan, Mexico. Study on the values and meanings of the population

Abstract: In the tourist planning of a destination, it is common to consider technical items and physical characteristics of the territory, however, the influence of social items, which have a central role in the development of the activity, is little appreciated. Therefore, the objective of this document is to distinguish the values and subjective meanings of the members of the rural community of San Francisco Oxtotilpan, Mexico, to establish their influence in the conformation of the alternative tourism products they offer. The research is qualitative, based on the social construction of reality by Berger and Luckmann. The in-depth interview was used as a research technique and the Lalive model was applied to interpret the results. An ethos called “Indigenous Peasant” was identified, whose profile is subdivided into two aspects: a “traditional” one, characterized by inflexible conservatism and attachment to traditions, and a “renewed” one, open to the new and proud of your culture; the latter is the manager of the construction of tourist products in the place.

Keywords: Rural community; Tourism; Ethos; Social processes; Mexico.

1. Introducción

El turismo alternativo surge como una opción al turismo de masas, a partir de considerar actividades que contemplen la realización plena del ser humano; diversas modalidades que van desde el turismo

* Universidad Autónoma del Estado de México (México); E-mail: ovinikzrbl@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-4413-1403>

** Universidad Autónoma del Estado de México (México); E-mail: maribelosorio2@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-3336-6231>

*** Universidad de Alicante (España); E-mail: alejandro.mantecan@ua.es; <https://orcid.org/0000-0002-3208-2114>

de aventura, el ecoturismo y el agroturismo, como las variantes más populares, hacen de esta forma de turismo una opción atractiva para el impulso y desarrollo de las comunidades, (Cardozo, Fernandes, Soares, & Holm, 2016; Gessa & Toledano, 2011; Giampiccoli *et al.*, 2015; Narvaez, 2014; Palomino, Gasca & López, 2016; Reyes, Ortega & Machado, 2016).

Desde la adopción del discurso del desarrollo sustentable aplicado al turismo a finales del siglo XX, la actividad busca un ambiente natural y nuevos espacios para el desarrollo de un producto turístico más auténtico (Cayo-Velásquez, Apaza-Tarqui, & Yapuchura-Saico, 2019). En este sentido, los productos turísticos, según Nasimba & Cejas (2015) y Martínez (2017), comprenden un conjunto de elementos tangibles e intangibles relacionados entre sí, que según Rodríguez, Pulido-Fernández, & Rodríguez (2017) son ofrecidos en un mercado para la atención, adquisición, uso o consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad (García & Doumet 2017). Particularmente, en la modalidad del turismo alternativo comunitario es reconocido que se requiere del involucramiento de la comunidad y de su capacidad de creación y gestión colectivas para un adecuado funcionamiento de la oferta recreativo-turística (Albrieu, Ferrari & Navarro, 2013; Domínguez & Palmas, 2016; Mtapuri, Giampiccoli & Spershott, 2015; Giampiccoli, Jugmohan, & Mtapuri, 2015; Butcher, 2015; Mtapuri & Giampiccoli, 2014; Navarro, 2019; Vinasco, 2017).

Las nuevas exigencias sociales, económicas y ambientales del mercado turístico hacen necesario el diseño de productos turísticos, donde la comunidad local sea considerada como el pilar fundamental para su creación y desarrollo (Manaf, Purbasari, Damayanti, Aprilia & Astuti, 2018; López & Palomino, 2013), evaluando su viabilidad, costo social y problemáticas a las que se enfrenten (Bekele, 2019; Cañada, 2015; Méndez, Serrano & Ibarra, 2016; García, Aledo, & Ullán, 2017). Por tanto, en coincidencia con la postura de (García-Rosell, Haanpää, Kylänen & Markuksela, 2007), se asume que el desarrollo de productos turísticos no solo debe considerarse como un proceso de gestión, sino como una construcción de múltiples actores y elementos intangibles, la cual depende de nociones, prácticas, capacidades y organización de los actores involucrados, así como de su potencial y capital social (Cardozo, Fernandes, Soares & Holm, 2016; Mendoza, Rodríguez & Enciso, 2013; Osorio-García & Domínguez, 2019).

En esta perspectiva de análisis, se considera necesario identificar los patrones de comportamiento socioculturales de las comunidades rurales vinculadas a la actividad turística alternativa, dado que la comunidad es uno de los actores más importantes en el desarrollo de la actividad turística. Por medio de este, se ve reflejada la cultura turística, la identidad y tradiciones de un lugar, sin duda alguna, es el corazón latiente que va transformando el lugar a lo largo del tiempo y junto con él, las actividades que allí se realizan.

El caso de la construcción de los productos turísticos alternativos de la comunidad de San Francisco Oxtotilpan es distintivo, ya que muestra un mayor desarrollo que el resto de las diez ofertas turísticas de las comunidades ejidales localizadas en el contexto del área natural protegida Nevado de Toluca (Osorio-García & Domínguez, 2019). Incluso ha dado muestras de mejorar la gestión de sus atractivos recreativo-turísticos una vez superada la fase de confinamiento ocasionada por la pandemia de COVID-19. Su singularidad consiste en ser la única comunidad que aún conserva vivas la lengua y cultura ancestral Matlatzincan, y que a partir del presente siglo inició la conformación de un producto turístico biocultural de gestión comunitaria. Sin embargo, el valor de los recursos no es el único elemento que ha favorecido su desarrollo turístico, ya que la comunidad ha tenido éxito en conseguir financiamiento público, capacitación técnica y consenso en la construcción de sus productos turísticos, lo cual conduce a reconocer que existen elementos subjetivos particulares en la población que han sido propicios para dicho desarrollo. En este sentido, y con el propósito de reconocer los elementos subjetivos que son propicios – o adversos – a construir y gestionar un producto turístico de naturaleza (López-Guzmán, Sánchez-Cañizares & Pavón, 2011; Vallejo, *et al.* 2013), el presente artículo tiene como objetivo distinguir los valores y significados subjetivos de los miembros de la comunidad rural de San Francisco Oxtotilpan, México, con la intención de reconocer su influencia en la conformación de los productos turísticos alternativos.

2. Encuadre teórico

Como fundamentación teórica de la investigación, se tomó la Fenomenología Sociológica de Schütz (1962), cuyos supuestos se basan en la sociología del conocimiento, y la construcción social de la realidad de Berger & Luckmann (1968), quienes asumen a "...la realidad social como una construcción consensual, establecida en la interacción y la comunicación, consecuencia de la atribución de significados al mundo (Pérez, 2012: 9).

Para tal efecto, Schütz (1962), afirmaba que era preciso distinguir entre significados y motivos; los significados, hacen referencia al modo en que los actores determinan qué aspectos del mundo social son importantes para ellos, y los motivos se refieren a las razones que explican la acción de los actores. En el caso de Berger y Luckmann (1968), la realidad es construida a través de un proceso dialéctico entre la “realidad objetiva” la cual se compone de las tipificaciones recíprocas de actividades habitualizadas que conforman la institucionalización de la realidad, y “la realidad subjetiva” que se integra a partir del proceso de socialización, tanto primaria como secundaria, donde el individuo, internaliza esa realidad por medio del aprendizaje de roles y significados, además de la adquisición de sus propios intereses.

Para su concepción en la investigación que se reporta, se acudió a la propuesta interpretativa elaborada por Lalive D’Epinay (1990), quien propone un modelo operativo a partir del concepto de *ethos*, entendido como “...el conjunto de creencias, valores, normas y modelos de comportamiento del individuo, que constituye su identidad sociocultural y se hace evidente a través del relato de vida” (Vallejo et al., 2013: 432). En la misma línea de trabajo aplicada por Vallejo y coautores, se retoman como dimensiones de análisis la temporal, social y espacial de la narrativa del sujeto de estudio, a partir de asumir la idea de que la vida de los hombres se inserta en un espacio tridimensional independiente: la inserción del hombre en el tiempo, en el espacio y en lo social. La dimensión temporal ilustra la historia de vida del sujeto y su particular inserción en el contexto histórico; la dimensión social refiere las relaciones con uno mismo (yo-yo) y con los otros (yo-tú, yo-nos, yo-ellos, nos-ellos); y la dimensión espacial refiere los hábitats de vida, así como los espacios que son propios y los ajenos. Cada dimensión cobra sentido a partir de una llave de interpretación que se construye en el proceso inductivo propio de la investigación cualitativa.

3. Área de estudio

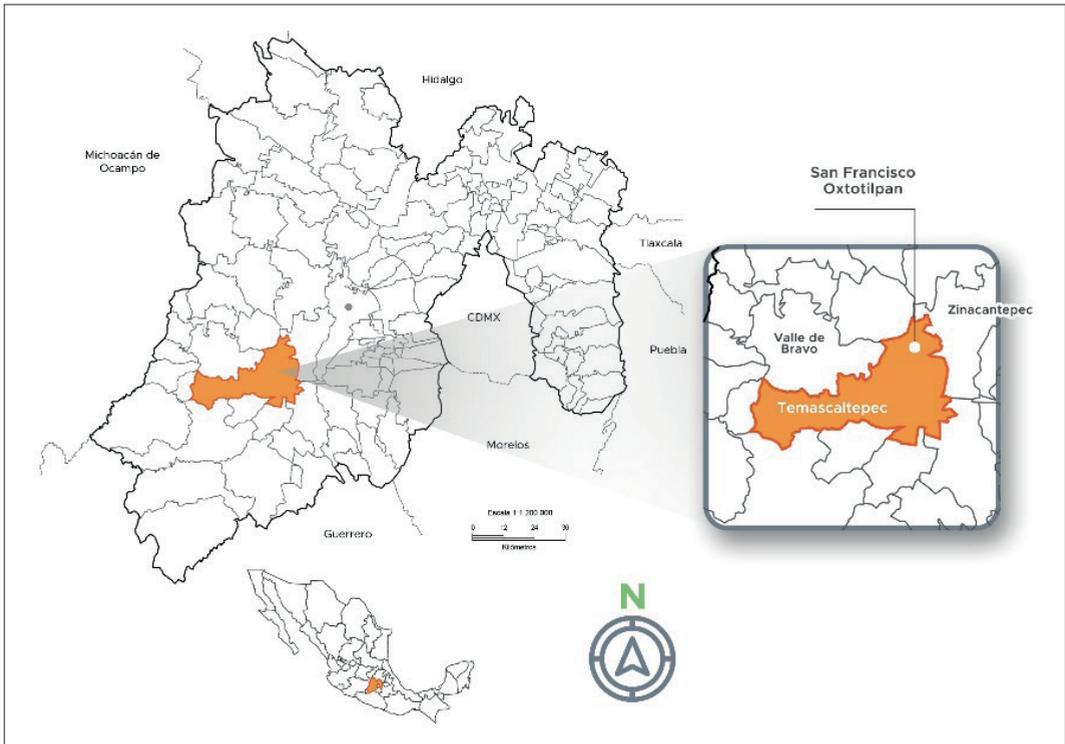
El Área de Protección de Flora y Fauna Nevado de Toluca (APFF), se sitúa en el centro Sur del Estado de México, a 23 km. al Suroeste de Toluca. (CONANP, *et. al.* 2018); durante las últimas décadas, esta ha formado parte de los atractivos turísticos más importantes del Estado de México; cada año, entre diciembre y febrero registra la máxima afluencia -en promedio 8,000 personas al mes- debido a las nevadas que se presentan en la montaña (CONANP, 2013).

Es importante resaltar que la tenencia de la tierra, es determinante para el aprovechamiento del territorio, puesto que según el Registro Agrario Nacional, de las 53,590 hectáreas que lo conforman, 45,101 corresponden a la propiedad social (ejidal o comunal), en donde se incluyen 54 núcleos agrarios, entre los que se encuentra San Francisco Oxtotilpan. De acuerdo a Gallegos (2011), el poblado en cuestión se encuentra en la parte de la región montañosa, en la zona Noreste del municipio de Temascaltepec al poniente del Nevado de Toluca, a los 19°10” N y 99°54” O e, a 50 km de la ciudad de Toluca, capital de la entidad.

El poblado de San Francisco Oxtotilpan, se encuentra en la parte de la región montañosa, en la zona Noreste del municipio de Temascaltepec, colinda por el Noroeste las montañas de El Ídolo y Piedra Herrada, por el Sureste, con San Miguel Oxtotilpan y el riachuelo y al Este, con el cerro de La Cañada y el ejido del poblado de Mesón Viejo, finalmente al sudoeste limita con el ejido del poblado de San Mateo Almomoloa; tiene un clima frío, con inviernos rigurosos y frecuentes heladas durante dicha estación. La temporada de lluvias va de abril-mayo y la de secas, de noviembre a marzo o abril. El clima es húmedo y su temperatura media anual es de 13° C; el tipo de vegetación que predomina es el de coníferas, principalmente pino (*pinus*), encino (*quercus*) y oyamel (*abies religiosa*). Hay una variedad de plantas silvestres y otras, que son cultivadas, como el magüey. (Gallégoz, M., 2011). Respecto a la hidrografía, el ejido de San Francisco tiene varios cuerpos de agua, destacando el río Temascaltepec y Tilostoc; este último da origen a varios arroyos que desembocan en la presa de Valle de Bravo, cuya relevancia es estratégica para el Sistema Cutzamala que surte de agua a la zona metropolitana de la ciudad de México (CONANP, 2016). La estructura del suelo presenta una gran inestabilidad, que combinada con la deforestación, los cambios de uso de suelo, el sobrepastoreo, las fuertes pendientes y las lluvias torrenciales generan intensos procesos de erosión.

Según datos oficiales del Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI, 2021), el matlatzinca es uno de los pueblos indígenas del país que mayor desintegración ha sufrido, desde la época de la Conquista hasta la actualidad. De haber sido un grupo con amplio territorio en la época prehispánica, el correspondiente a los actuales estados de Michoacán, Guerrero y México, se ha reducido a una sola comunidad: San Francisco Oxtotilpan, en el municipio de Temascaltepec, Estado de México.

Ilustración 1: Localización de la comunidad de San Francisco Oxtotilpan, México.



Fuente: elaborado por Alfredo Rosas Heredia, con base en la información del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) de México.

De acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2020 del Instituto Nacional de Estadística y, publicados por la Unidad de Microrregiones de la Secretaría de Desarrollo Social, se registró un total de 1506 habitantes de los cuales 708 son hombres y 798 son mujeres. La población de San Francisco se dedica esencialmente a la agricultura, cuyos productos principales, el maíz y el frijol, son generalmente para el consumo interno. Para la venta se siembra papa (*Solanum tuberosum*), chícharo (*Pisum sativum*), avena (*Avena sativa*), trigo (*Triticum*), caña de azúcar (*Saccharum officinarum*) y diversas frutas (INPI, 2021). Así mismo, se practican una serie de oficios y actividades que realizan en las ciudades para obtener recursos bajo contratos temporales, y la venta de productos elaborados por ellos mismos o bien de artículos para reventa.

La última comunidad indígena Matlatzinca sobreviviente en el país distingue por su indumentaria, la cual fue rescatada recientemente por el colectivo de mujeres “*Techiti*”, quienes, además, preservan la práctica tradicional de la elaboración de prendas y textiles en telar de cintura. Adicionalmente, la gastronomía presenta un elemento característico: platillos a base de hierbas del campo y la elaboración de pan, tamales de ceniza, tortillas hechas a mano de diferentes maíces, el tradicional licor de zarza o “*xipe*”, el “*totapi*” o pulque y los tradicionales “honguitos” de temporada. Lo mismo ocurre respecto a la medicina tradicional y herbolaria, conocimientos antiguos que se han extendido por generaciones.

La religiosidad popular ha llevado a una serie de prácticas culturales, costumbres y tradiciones, muy características y propias del lugar, dictando el calendario de celebraciones y eventos importantes, siendo las fechas más representativas el 29 de noviembre, que celebran el nuevo año Matlatzinca, y el Día de Muertos, fecha de gran importancia y tradición a nivel nacional.

El desempleo y alto índice de marginación, provocados por la falta de oportunidades de empleo en la región se ven reflejados en la gran migración que se da en los habitantes de la comunidad. Tampoco existe diversificación de las actividades productivas, lo que ha orillado a la solicitud de inserción en el turismo por parte de la comunidad, sin que estuvieran informados de las consecuencias que la actividad

turística no planificada podía traer consigo (González-Domínguez, I., López-Ojeda, A., Thomé-Ortiz, H. & Guzmán-Hernández, C. 2017.). Al momento, San Francisco Oxtotilpan cuenta con un emprendimiento de tipo comunitario denominado “Parque Matawi” (ver ilustración 2), cuyo financiamiento provino de un organismo público denominado Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (ahora INPI), otorgado en el año 2015 por un monto aproximado de \$74, 000 USD. El proyecto estuvo detenido por aproximadamente un año, reactivándose desde el año 2017 gracias a la constitución de un Comité Ejidal de Turismo (CET) dedicado a la administración del Parque y a la obtención de nuevos financiamientos públicos provenientes de la CONANP.

Así también, a través del CET se gestionaron distintas capacitaciones para los miembros de la comunidad por parte de consultoras y organizaciones no gubernamentales (como GIZ, <https://www.giz.de/en/worldwide/33041.html> y La Mano del Mono, <https://lamanodelmono.org>), y de la academia (Universidad Autónoma del Estado de México), que orientaron la creación del producto. El Parque es un espacio natural localizado a 4.6 km del centro del pueblo, en el que se localizan tres cabañas que dan servicio de hospedaje y alimentación tradicional indígena. Adicionalmente, el producto turístico comprende la venta de paquetes de actividades como talleres de educación ambiental, elaboración de textiles en telar de cintura, pláticas sobre la cosmovisión matlatzinca y visitación a sitios naturales de la comunidad, como Peña Blanca o el Paraje de las Luciérnagas (ver <https://www.facebook.com/parqueecoturisticoaatawioficial>).

Ilustración 2: Imagen del Parque Matawi, San Francisco Oxtotilpan, México.



Fuente: Archivo personal.

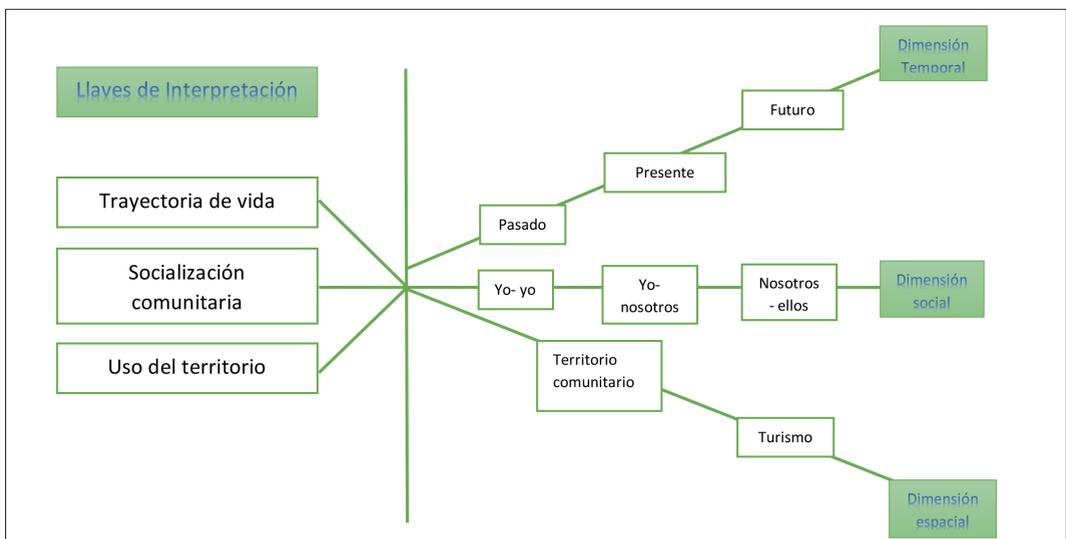
A pesar de que la construcción de su producto turístico aún se encuentra en desarrollo, los miembros del CET afirman que el emprendimiento ya cuenta con una demanda muy bien definida, según sus registros estadísticos (Comité Ejidal de Turismo de San Francisco Oxtotilpan, 2021). De esta información se obtiene que el visitante presenta el siguiente perfil: procede del Estado y Ciudad de México, principalmente; tiene un rango de edad de entre los 18 y 40 años y una educación mayoritariamente de nivel superior. Los viajes se realizan en parejas o en familia y con regularidad se acompañan de mascotas. Las motivaciones principales del traslado son la convivencia familiar y de amistad, el contacto con la naturaleza, el descubrimiento de nuevos destinos y la generación de nuevos conocimientos. Los paquetes que se ofrecen incluyen el hospedaje, la participación en talleres, seguro médico, caminatas y alimentación, con un costo promedio de \$1,250.00 mxn (\$61.59 USD), por persona al día.

Los habitantes de la comunidad ya se han adaptado a la dinámica del turismo, incluso durante la pandemia por COVID-19. Desde el inicio en el año 2020, el comité ejidal empezó a trabajar con nuevos protocolos de seguridad, dar servicio a una sola familia o grupo a la vez, usar constantemente el cubrebocas y el gel antibacterial, y permitir el acceso únicamente con reservación, para mantener a salvo a la comunidad y al turista. Después de dos años de pandemia, el comité prevé recibir más visitantes, suponiendo que la tendencia continuará siendo salir a lugares abiertos de tipo natural, al representar menor peligro a la integridad; así mismo reciben financiamiento de la CONANP, así como capacitaciones constantes de ONG's como la Mano del Mono, y la GIZ, para mantener al destino saludable, sustentable y rentable.

4. Metodología

La investigación se llevó a cabo con enfoque cualitativo, la cual intenta hacer una aproximación global de las situaciones sociales para explorarlas, describirlas y comprenderlas a partir de los conocimientos que tienen los diferentes actores involucrados en ellas, puesto que los individuos interactúan con los otros miembros de su contexto social compartiendo el significado y el conocimiento que tienen de sí mismos y de su realidad social (Bonilla-Castro & Rodríguez, 2005; Villamil, 2003). Para la aplicación de una metodología cualitativa en la comunidad de San Francisco Oxtotilpan, se seleccionaron tres claves de interpretación de acuerdo al modelo de Lalive: trayectoria de vida, socialización comunitaria y uso del territorio, las cuales orientaron la indagación de la información en consistencia con las tres dimensiones del modelo que se muestran de manera esquematizada en la ilustración 3:

Ilustración 3: Modelo interpretativo.



Elaboración con base en el modelo de Lalive (1990).

La trayectoria de vida se alineó a la dimensión temporal, y se definieron tres unidades de análisis para estudiar el flujo histórico de los habitantes de la comunidad: el pasado, rememorando vivencias de sus etapas de niñez, adolescencia y juventud; el presente, con sus ocupaciones actuales; y el futuro, a través de su proyección de vida. La socialización comunitaria se alineó a la dimensión social, para analizar las interacciones del sujeto consigo mismo (yo-yo), con quienes forman parte de su familia y comunidad (yo-nosotros), y con los turistas (yo-ellos), quienes son ajenos a la comunidad. El uso del territorio se alineó con el análisis de la dimensión espacial, considerándose las unidades de análisis del territorio de uso comunitario y de uso turístico, para reconocer la valoración y expresiones culturales que otorgan identidad a la comunidad y el territorio destinado a la actividad turística.

El análisis interpretativo del modelo se aplicó al meta-texto producido por las narrativas obtenidas de los miembros de la comunidad a través de la técnica de entrevista a profundidad. Las entrevistas se realizaron durante los años 2020 y 2021, en modalidad virtual, ya que el confinamiento por la pandemia de COVID-19 impidió la realización de manera presencial. La entrevista se diseñó de forma semiestructurada con preguntas abiertas que pudieran dar apertura al entrevistado a reseñar sus vivencias, interacciones y valoraciones, de acuerdo a las llaves de interpretación elegidas. El perfil de los habitantes entrevistados se indica en la tabla 1.

Tabla 1: Perfil de los habitantes entrevistados.

| No. | Género | Edad | Formación | Ocupación | Clave |
|-----|-----------|------|-----------|---------------------|-------|
| 1 | Femenino | 23 | Superior | Campo y profesional | E.M |
| 2 | Femenino | 24 | Superior | Campo y profesional | MC |
| 3 | Masculino | 24 | Superior | Campo y profesional | VC |
| 4 | Masculino | 26 | Superior | Campo y profesional | DC |
| 5 | Femenino | 29 | Superior | Campo y profesional | LG |
| 6 | Masculino | 49 | Básica | Campo y oficios | IR |
| 7 | Femenino | 49 | Básica | Campo y oficios | RC |
| 8 | Femenino | 54 | Básica | Campo y oficios | SC |
| 9 | Masculino | 62 | Básica | Campo y oficios | GA |
| 10 | Femenino | 64 | Básica | Campo y oficios | GG |
| 11 | Femenino | 64 | Básica | Campo y oficios | MD |
| 12 | Masculino | 70 | Básica | Campo y oficios | PR |
| 13 | Masculino | 73 | Básica | Campo y oficios | UG |

Fuente: Elaboración propia.

Todos los entrevistados son habitantes originarios de la comunidad y han tenido algún tipo de intervención en la construcción de los productos turísticos de San Francisco, ya sea como autoridades del Comisariado Ejidal, como miembros del Comité Ejidal de Turismo o como prestadores de servicios. Cabe destacar que en la tabla 1, claramente se puede apreciar una diferencia entre los entrevistados con edad menor a los 30 años, de los mayores a 40 años, ya que los primeros declaran una ocupación profesional además de su dedicación al campo, lo que refleja un nivel educativo superior que influirá en la conformación del ethos, como se mostrará en el siguiente apartado.

Una vez realizadas las entrevistas, el meta-texto se sometió a un análisis del discurso de acuerdo a las unidades de análisis establecidas y organizando los datos a partir de cada una de las dimensiones del modelo para la conformación de los hallazgos. Con esta caracterización se logró identificar el ethos del habitante de la comunidad de San Francisco Oxtotilpan, su valoración respecto a la actividad turística y su influencia en la construcción de los productos.

5. Hallazgos

Se presentan a continuación los hallazgos organizados de acuerdo a las dimensiones del modelo.

5.1. Dimensión Temporal

La comunidad de San Francisco Oxtotilpan es de gran tradición familiar y sus miembros acostumbran a vivir en familia nuclear. La niñez y la juventud de los entrevistados se vieron envueltas entre juegos y experiencias de trabajo en el campo, en el bosque, en “el monte”, un lugar por el que el habitante muestra sentimientos de filiación absoluta, pues las experiencias vividas en dicho espacio han generado vínculos de identidad, pertenencia y amor por la tierra que los ha visto nacer a ellos, a sus predecesores y a su descendencia (GA, GG y PR).

En el pasado, bajo la dinámica de una socialización primaria vivida en el núcleo familiar, los habitantes de mayor edad incorporaron los roles de comportamiento dominantes de acuerdo a su género: las mujeres se dedicaban al cuidado de los niños, de los animales y de la casa; los hombres a la siembra y cosecha de diferentes productos agrícolas, principalmente maíz y frijol, los que constituían su base alimentaria. (IR, RC, SC, GA, GG, MD, PR y UG). Por mucho tiempo, la mujer mantuvo el rol de cocinar y limpiar la casa, lo cual se replicó en los quehaceres que tuvo a su cargo al inicio de la prestación del servicio turístico en Matawí.

En el presente, la mayoría de los adultos que habitan San Francisco Oxtotilpan se dedican a trabajar el campo, y practican una serie de oficios y actividades, como la albañilería, carpintería, entre otras, que realizan en las ciudades para obtener recursos bajo contratos temporales, la venta de productos elaborados a mano, o bien artículos para reventa. Los jóvenes, además de apoyar en estas actividades a sus padres y abuelos, salen a estudiar para tener más oportunidades que les permitan desarrollar sus emprendimientos y apoyar así a su comunidad (EM, MC, VC, DC y LG). En su visión de futuro, llama la atención que la población adulta manifestó una proyección de su persona y actividades a diez años que no dista de la actual, pues se visualizan en el campo realizando las mismas tareas y/o actividades, muy diferente a la visualización de los jóvenes, quienes se proyectan como profesionales más capacitados para desarrollar y emprender proyectos que les permitan apoyar a sus familias y a su comunidad en general (IR, RC, SC, GA, GG, MD, PR y UG).

5.2. Dimensión social

San Francisco Oxtotilpan es una comunidad de raíces indígenas que aún conserva su lengua matlatzincan original, lo que para los adultos mayores fue un conflicto importante en el desarrollo de su socialización secundaria, motivo por el cual las generaciones subsecuentes fueron educadas de manera bilingüe, perdiendo en gran medida la práctica de la lengua propia (GG, MD, PR y UG).

La población está apegada a costumbres y tradiciones que se han dictado por roles sociales a lo largo de los años, enmarcados en la dinámica de la tenencia de la tierra, los roles de género e inclusive el deber ser que dicta la religión (SC, GA y PR). Uno de los rasgos que identifican a la comunidad, es el papel protagónico otorgado a los adultos mayores dentro de su dinámica social. El adulto mayor es tan significativo para los jóvenes, que con respeto y estima se refieren a él como “tío” o “tía”, e incluso como “tata” a los más sabios, aunque no sean parte de su familia. (EM, MC, VC, DC y LG): “...son los sabios, los meros gallos, porque ellos saben cómo se hacen todos los rituales.” (VC).

El apego a las prácticas marcadas por la doctrina cristiana, en conjunto con las formas de uso y apropiación de la tierra, son aspectos tan determinantes en la vida social que los cargos vinculados a responsabilidades conmemorativas de la iglesia o de representatividad ejidal brindan estatus, orgullo y bienestar a los miembros que las ostentan y a sus familias (GG, MD, PR y UG). En este sentido los habitantes tienen distintos tipos y niveles de identificación y unión con su comunidad y su territorio, expresadas desde dos perspectivas: colectiva e individual. La colectiva refiere la visión conjunta de la comunidad, puesto que se proyecta una unidad como grupo, que se genera desde las prácticas culturales; en la perspectiva individual hay una identificación con el territorio desde un aspecto profundamente personal (DC y VC).

Sin embargo, en la búsqueda de mejores oportunidades laborales o de vida, muchos de los pobladores han salido de su comunidad, lo que les permite internalizar otras realidades, muy diferentes a las que aprendieron en sus núcleos familiares cuando niños. Esto ha hecho que muchos de ellos cuestionen en gran medida los paradigmáticos roles sociales y el papel tan importante que tiene la iglesia en su vida cotidiana, en prácticas como el divorcio o el disentir del consenso social (SC).

De cualquier forma, la población es celosa en permitir que gente extraña entre a su territorio o que llegue a vivir a él. En el pasado, estaba prohibido que los pobladores se casaran con personas de otros

pueblos (GG, MD, PR y UG). Actualmente ya no es impedimento, sin embargo, no se permite que personas externas adquieran bienes raíces en el pueblo (EM, MC, VC, DC y LG). La actividad turística abrió una opción más para que “personas extrañas” ingresen al territorio, aunque su movilidad y comportamiento están sujetos a itinerarios y alcances prestablecidos que no se contraponen a las prohibiciones señaladas. Por ello, la comunidad se declara a favor de la actividad, ya que ha experimentado sus beneficios: el rescate de costumbres y tradiciones, la inclusión de diálogos en matlatzínca en los recorridos turísticos y la venta de productos y servicios que coadyuvan a su subsistencia.

Al habitante le gusta convivir con el visitante, mostrarle la riqueza de su tierra, atenderle y darle la mejor impresión. En un principio fue muy problemático entender el rol y comportamiento del anfitrión con el visitante, ya que tenían carencias de habilidades y conocimientos, no sabían cómo tratar a la gente, qué darles de comer y cómo hablarles, lo que implicó todo un reto para la creación de los productos. (IR, RC, SC, GA, GG y MD). La construcción de una nueva realidad por la relación “anfitrión-visitante” (nosotros-ellos), se pensó podía solucionarse a través de un proceso de capacitación, pero esta fue insuficiente (GG) ante lo desconocido de los platillos, palabras, materiales y vivencias en las que no sabían cómo conducirse. La experiencia del contacto directo con el visitante fue dando la pauta para aprender cómo interactuar con ellos, otorgar un “trato personalizado” y acoplarse a sus necesidades y características (IR, RC, SC, GA, GG y MD). Hoy comprenden que el visitante busca en el campo un respiro de la vida cotidiana, así como conocer la “esencia de la comunidad”: la comida típica, las fiestas y las costumbres.

Los prestadores de servicios identifican que el turista que llega a visitarlos se complace de la naturaleza de una forma más responsable y procuran fomentarles mayor consciencia y sensibilidad ante la problemática ambiental. Sin embargo, también hay comportamientos que disgustan a la comunidad, vinculados a relaciones de poder y discriminación hacia las personas que otorgan el servicio (EM, MC, VC, DC y LG): “...es gente *tepetonguera* a la que les falta sobre todo educación y humildad..” (DC).

5.3. Dimensión espacial

De acuerdo con los testimonios, el entorno ha cambiado bastante, rememorando la imagen que con antelación proyectaba el pueblo: más limpio, seguro y con un cielo estrellado (SC, MD y RC). La valoración que la comunidad siente por su territorio es resultado de la cosmovisión de la población, por ejemplo el “cerro” es un espacio valorado, pues hay un nivel de conexión personal del individuo con la naturaleza, lo cual se asocia con pensamientos y sentimientos de bienestar al procurarle el sustento diario, paz, armonía, felicidad y buenos recuerdos de su infancia y juventud.

La mayor parte de las actividades y experiencias que la comunidad adquiere en el día a día, están relacionadas con la naturaleza, lo que más valora y le agrada del lugar en donde vive (EM, MC, VC, DC y LG): “... me gusta la naturaleza, los árboles, el agua, y el agua aquí, gracias a dios, hay mucha, eso es maravilloso...” (SC). Entre los lugares más mencionados se encuentran el cerro y el bosque, que les vinculan con la naturaleza, les dan un sentido de pertenencia e identificación. En el centro del pueblo, se realizan la mayoría de las fiestas o reuniones comunitarias, al igual que en la iglesia central, el lugar más valorado por los adultos debido a la importancia de las celebraciones litúrgicas que santifican sus fiestas. En este sitio se encuentra “El Gigante”, un árbol venerado por la comunidad como un emblema de identidad.

La localización del Parque Matawi fue seleccionado por el tipo de terreno comunal y la cercanía con el paraje denominado Peña Blanca. El sitio es privilegiado por una particular riqueza natural en su entorno, además de sus características paisajísticas, siendo uno de los lugares más valiosos y representativos para el pueblo (IR y RC). Estos lugares sirven como escenario de la actividad turística y los externos pueden visitarlos sin perturbar la vida del habitante. Todo cambia cuando el espacio está en uso de la comunidad para la realización de un festejo, pues las fiestas y tradiciones son rituales íntimos. En algunas ocasiones, se permitieron las visitas y renta de cabañas, pero el visitante se volvía un agente externo que llegaba a incomodar por su comportamiento o grabaciones. Por ello, la administración de Parque Matawi optó por no agendar visitas en esas fechas y evitar las perturbaciones externas (RC y MD).

6. Ethos del habitante de la comunidad del Nevado de Toluca

A partir de la interpretación realizada y en seguimiento del método de Lalive, se logra identificar un ethos general del habitante de la comunidad (ver tabla 2) al que se le denominó “El indígena campesino”, pero que se subdivide en tradicional y renovador, en virtud de observar ciertas constantes en el conjunto de prácticas, creencias y valores entre sus miembros, pero a la vez algunas diferencias entre las distintas generaciones.

Tabla 2: Ethos del indígena campesino

| Ethos del indígena campesino | |
|--|--|
| Tradicional | Renovado |
| Principales valores | |
| <p>Apego a la tierra: El indígena campesino tradicional, muestra un profundo apego a la tierra, al “cerro”, a su espacio natural; aprecia de sobremanera que recibe lo necesario para vivir en abundancia: agua, granos, plantas y semillas para alimentarse, además de un paisaje hermoso que le satisface en lo profundo de su ser.</p> <p>Sentido de pertenencia comunitaria Debido a la tenencia de la tierra, la comunidad es la máxima que domina las acciones del habitante, de esta manera, todo lo aprendido, los hábitos y tradiciones enseñadas en su núcleo familiar, van encaminados a identificarse, conectarse y ser aceptado por el grupo, fuente de la fuerza. Por lo tanto, el respeto por la naturaleza, el trabajo duro, el apego a tradiciones y costumbres que conforman su comunidad, son valores que regulan su vida cotidiana.</p> <p>Identidad cultural indígena El indígena campesino tradicional tiene una fuerte identidad con sus raíces y costumbres inculcadas, asumiéndose como “indígena”, aun cuando ignore muchos significados o la lengua misma, pues su cultura va más allá del lenguaje y se manifiesta en sus prácticas diarias, las ritualidades de sus diferentes celebraciones y en su linaje mismo.</p> | <p>Apego y cuidado de la tierra: Muestra el mismo apego a la tierra que el tradicional, la diferencia es que este aprovecha y se forma en buenas prácticas sustentables que le permiten cuidar más y mejor su tierra.</p> <p>Sentido de pertenencia y apoyo comunitario renovados Adicional a los valores del <i>ethos</i> tradicional, el renovado presenta factores como la formación académica, que se aprovecha y aplica para apoyar a la comunidad. El encontrar la conexión, aceptación y unidad con la comunidad partiendo de buenas acciones que ayuden al desarrollo de las potencialidades de la misma, es uno de los motivos por los que las nuevas generaciones se dirigen con proactividad para el desarrollo y administración de los proyectos productivos.</p> <p>Identidad, orgullo, rescate y conservación cultural indígena Tiene una fuerte identidad con sus raíces indígenas y se asume como tal, formándose en los significados culturales de sus ritualidades, rescatando y difundiendo sus tradiciones y costumbres, investigando y reconstruyendo lo perdido, para perpetuar el acervo para las próximas generaciones.</p> |
| Valores expresados | |
| <p>Religiosidad popular La religión católica es un factor determinante en la vida de la comunidad, a tal grado que muchos de los roles sociales respecto a su liderazgo, distribución del poder, usos, costumbres y tradiciones giran alrededor de ésta.</p> <p>Pérdida de representatividad de los adultos mayores Para el indígena campesino tradicional, los adultos mayores son concebidos como los poseedores del conocimiento cultural, dominan el idioma y la ritualidad de las tradiciones y acontecimientos sociales relevantes, pero fuera de las prácticas culturales, su representatividad ha perdido peso.</p> | <p>Religiosidad popular resignificada A partir de una formación profesional, comprensión y conocimiento de la cultura, el indígena campesino renovado resignifica estas prácticas de identidad comunitaria.</p> <p>Respeto a los adultos mayores Para el indígena campesino renovado, los adultos mayores son concebidos como la piedra angular de la cultura Matlatzinca, pues son los poseedores del conocimiento cultural, hablan el idioma y manejan la ritualidad de las tradiciones y acontecimientos sociales relevantes.</p> |
| Valores contrarios | |
| <p>Unión/ desvinculación comunitaria El tradicionalista se ciñe a las “buenas costumbres”, aprendidas en la familia, sin embargo, debido al tipo de tenencia de tierra se conforman grupos que concentran el poder y la toma de decisiones. En esta dinámica el indígena campesino tradicional tiene que apearse a las decisiones grupales, incluso cuando le afecten personalmente, con la finalidad de unirse a la comunidad, pero justo cuando se afectan sus intereses personales, se desvincula, intentando encontrar su bienestar propio.</p> | <p>Unión/ desvinculación comunitaria Al pertenecer a una sociedad tradicionalista, y ceñirse a las “buenas costumbres” y decisiones de los grupos de poder, tal como el indígena campesino tradicional, cuando esto afecta sus intereses personales, el indígena campesino emprendedor se desvincula intentando encontrar sus propios intereses y bienestar, pero partiendo del control del poder, por medio de la persuasión y el don de convencimiento otorgados por la formación profesional.</p> |

Fuente: Elaboración propia.

Como es observable la comunidad de San Francisco Oxtotilpan, exhibe un mismo *ethos* que presenta una fuerte identidad y sentidos de pertenencia y conexión con su cultura, su territorio, con la máxima de la búsqueda del bienestar de la comunidad y la toma de decisiones grupales. Sin embargo, se pueden distinguir dos variantes: la tradicional, manifestada principalmente en las generaciones adultas, enfocada en la preservación de costumbres y tradiciones, tal cual se le han transmitido de manera generacional, sin cuestionamientos, enmarcada en un conservadurismo poco flexible y basado en la moral y el deber ser. La segunda variante, denominada renovada, se presenta en las nuevas generaciones y se asienta en la búsqueda constante de soluciones y en la reinterpretación y rescate de su cultura, donde el factor de la formación educativa a nivel profesional ha jugado un papel fundamental. Es la vertiente del *ethos* renovado, el que no sólo introduce la actividad turística como parte de la diversificación de las actividades productivas de la comunidad, sino logra gestionar la construcción del producto turístico alternativo que hoy existe.

Es interesante señalar que, el *ethos* obtenido en esta investigación observa algunas coincidencias con el del Campesino poseedor identificado por Vallejo et al. (2013) en la comunidad de La Peñuela del área natural Nevado de Toluca, tales como la identidad comunitaria y el respeto por los adultos mayores, pero se distingue una diferencia con respecto a los valores vinculados al territorio: en el caso de La Peñuela, la tierra tiene un valor de posesión, de propiedad; en cambio, en el caso de San Francisco Oxtotilpan prevalece un valor de apego por la tierra, un sentido de raíz, de identidad. Desde nuestra perspectiva, esto se explica por la historia ancestral indígena de la comunidad de San Francisco Oxtotitlán, ya que la comunidad de La Peñuela es un asentamiento cuya historia apenas data del siglo XX (Anastasio-Martínez, Nava-Bernal & Franco-Maass, 2014).

7. Consideraciones finales

Los hallazgos presentados en el estudio fortalecen la postura de que la construcción social de los productos turísticos de la comunidad de San Francisco Oxtotilpan se articula con los procesos sociales que la comunidad vive al interior y exterior y no sólo es producto de la riqueza natural y paisajística con la que cuenta el territorio. Al interior, por ejemplo, la unidad comunitaria se manifiesta como “el grupo”, como la manera en que la institucionalización de la realidad, (la realidad objetiva, aceptada y asimilada por el grupo social) domina las acciones de la población, en donde el bienestar de la comunidad es la finalidad de las acciones que se realizan, y en la que todos, o la mayoría, deben de estar de acuerdo. Lo anterior responde directamente a la habituación de las acciones que la comunidad lleva a cabo en las diferentes interacciones a su interior, en la vida cotidiana, resultado del proceso de socialización.

Dicho proceso de socialización, permite establecer relaciones consigo mismo, (yo-yo), y con el núcleo cercano (yo-nosotros), que enmarcan los valores y significados que el habitante otorga a su comunidad, a su territorio, y su cultura, así mismo dicta los usos que el habitante implementa sobre ellos, y justo en estas atribuciones se produce el desarrollo de la actividad turística, en la que surgen nuevas relaciones y procesos sociales al exterior de su grupo, con quienes le son ajenos (nosotros-ellos), es decir la relación que se construye con el visitante (comunidad- visitante).

Es observable que a lo largo del tiempo, los habitantes han desarrollado un fuerte sentido de identidad y vínculo tripartita con su territorio, sus raíces culturales y su comunidad; gracias a esto, el turismo es bien aceptado como un detonador de beneficios para los pobladores, pero también como la oportunidad para mostrar su riqueza cultural y paisajística que los hace sentir orgullosos, concibiendo a la actividad turística como una opción para el desarrollo comunitario.

La comunidad vive un proceso de renovación particular en el que las nuevas generaciones enfrentan una revalorización de su patrimonio natural y cultural, el cual enaltecen y aprovechan para implementarlo como materia prima de proyectos productivos en la actividad turística, lo cual se debe principalmente al capital cultural adquirido en la formación educativa. Se infiere que gracias a la formación educativa de nivel superior, consecuencia de la socialización secundaria, algunos de los habitantes han adquirido conocimientos, habilidades y una visión fortalecida de su realidad, que les ha concedido reinterpretar su propia cultura, lo que les permite valorar y participar en mayor medida en el desarrollo y administración de productos turísticos.

La proactividad de las nuevas generaciones en el desarrollo y administración de los proyectos productivos muestran más y mejores frutos, además de originar nuevos proyectos. Los jóvenes reeducan y persuaden a sus adultos de nuevas y mejores estrategias de trabajar su territorio. Se identifica, entonces, un nuevo punto de partida que influye en la construcción social de los productos turísticos de

la comunidad, en el que los jóvenes actualizan sus conocimientos por medio de la educación; y a través de la comprensión y resignificación cultural, pueden tener un mejor desempeño en la administración del turismo.

Se considera que aún hay grandes retos que enfrentar en la conformación y diversificación de los productos turísticos de tipo comunitario en el Nevado de Toluca, ya que cada una de las comunidades en cuestión debe encontrar en sus propios valores y significados la esencia que guiará la construcción de sus productos turísticos.

Bibliografía

- Albrieu, C., Ferrari, S. & Navarro, V. 2013. “Desarrollo de nuevos productos turísticos a partir de recursos naturales en áreas urbanas de la Patagonia Austral”. En *Revista de Investigación y Desarrollo Rural*. 6 (15): 1-19. Recuperado en 27 de febrero de 2022, de <https://www.academia.edu/13775964>
- Anastacio-Martínez, N., Nava-Bernal, G. & Franco-Maass, S. 2014. El desarrollo agropecuario de los pueblos de alta montaña: La Peñuela, Estado de México. *Economía, sociedad y territorio*, 14(45): 397-418. Recuperado en 27 de febrero de 2022, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212014000200004&lng=es&tlng=es.
- Barbini, B. & Roldán, N. & Cacciutto, M. & Cruz, G. 2009. Modelos de desarrollo y visiones sobre el turismo. “Aportes de la teoría del capital social al paradigma alternativo”. *Aportes y Transferencias*, 13(1): 11-26.
- Barbini, B. 2005. “Viabilidad social para el desarrollo turístico”. *Aportes y Transferencias*, 9(2):27-61.
- Bekele G. 2019. “Attitude of Local Communities Towards Sustainable Tourism Development .The Case Of Nech Sar National Park, Ethiopia”. *International Journal for Advance Research*. 7(3): 650-663. Recuperado en 27 de febrero de 2022, de http://www.journalijar.com/uploads/897_IJAR-26498.pdf
- Berger P. & Luckman T. 1968. “La Construcción social de la Realidad”. Argentina. Recuperado en 27 de febrero de 2022, de <https://zoonpolitikonmx.files.wordpress.com/2014/09/la-construccion-social-de-la-realidad-berger-luckmann.pdf>
- Bonilla-Castro E., Rodríguez S, P. 2005. “Más allá del dilema de los de los métodos: La investigación en las ciencias Sociales”. Bogotá. Recuperado en 27 de febrero de 2022, de <https://laboratoriociudadut.files.wordpress.com/2018/05/mas-alla-del-dilema-de-los-metodos.pdf>
- Cañada E. 2015. “La comercialización internacional del turismo comunitario. La experiencia en América Latina” *Ara Journal*, 5(2). pp. 33-47.
- Cardozo, P., Fernandes, D., Soares, J., y Holm, C. 2016. “Cooperación y participación en el proceso de planificación y desarrollo turístico: un estudio de caso en comunidades étnico-rurales en el estado de Paraná-Brasil”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25(1): 88-109.
- Cayo-Velásquez, N.; Apaza-Tarqui, A.; Yapuchura-Saico, C. 2019. Percepción y desarrollo turístico en áreas naturales el caso del lago Titicaca. *Investigación Valdizana*. Recuperado en 27 de febrero de 2022, de <https://doi.org/10.33554/riv.13.4.483>
- Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP) 2013. En Borrador del Programa de Manejo Área de Protección de Flora y Fauna “Nevado de Toluca”. Recuperado en 27 de febrero de 2022, de https://www.ipomex.org.mx/recursos/ipo/files_ipo/2015/53/8/912905c6ce91eafd6d5aa20d9b495b2c.pdf
- Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP), Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMex), Universidad del Caribe 2018. Plan de acción “estrategia general para el desarrollo turístico sustentable (DTS) en el área de protección de flora y fauna Nevado de Toluca (APFFNT)” (PADETS).
- Domínguez, I., y Palmas, D. 2016. “El método investigación-acción en el diseño e implementación de estrategias de gestión del turismo rural comunitario en México: el caso San Francisco Oxtotilpan, Temascaltepec”. *Revista Latino-Americana de Turismología*, 2(2): 59-76.
- Flores, M. L., Miranda, P., Alvarado, M., y Padilla, A. 2010. “Elementos básicos para el diseño de productos turísticos comunitarios: experiencia desarrollada en el Golfo de Nicoya, Costa Rica”. *Suma de Negocios*, 1(1): 25-44.
- García R, N, & Doumet C. N. Y. 2017. “El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador”. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 13(1): 105-116.
- García, H.; Aledo, A.; Ullán, J. 2017 ¿Es viable a largo plazo el turismo comunitario? Lecciones aprendidas del caso de Prainha do Canto Verde (Brasil). *Gazeta de Antropología*, 33(1): s/p. artículo 03. Recuperado en 27 de febrero de 2022, de <http://hdl.handle.net/10481/44378>

- García-Rosell, J.-C., Haanpää, M., Kylänen, M., y Markuksela, V. 2007. "From firms to extended markets: A cultural approach to tourism product development". *Tourism*, 55(4), 445-459.
- Gessa, A., y Toledano, N. 2011. "Turismo, emprendimiento y sostenibilidad en los espacios naturales protegidos. El caso de Andalucía-España". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(5): 1154-1174.
- González D. A. 2007. "La sociología constructivista de Berger y Luckman como perspectiva para el estudio del turismo". En Tesis Doctoral. Universidad Iberoamericana.
- González-Domínguez, I., López-Ojeda, A., Thomé-Ortiz, H. & Gúzman-Hernández, C. 2017. "Estrategias de información, sensibilización y desarrollo de capacidades para la gestión del turismo rural. Caso de San Francisco Oxtotilpan". En *Thomé-Ortiz, Humberto Y Martínez-Campos, Ángel Roberto Calificación, Valorización y turismo*. Aproximaciones Al Patrimonio Agroalimentario. México (México): Colofón.
- Goodwin, H. 2002. "Local community involvement in tourism around national parks: Opportunities and constraints". *Current Issues in Tourism* 5(3-4): 338-360.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía 2022. Censo de Población y Vivienda, Recuperado en 27 de febrero de 2022 <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>
- Instituto Nacional de Población Indígena (INPI). 2021 "Etnografía del pueblo Matlatzinca del Estado de México". Recuperado en 27 de febrero de 2022 de <https://www.gob.mx/inpi/articulos/etnografia-del-pueblo-matlatzinca-del-estado-de-mexico#:~:text=Etnograf%C3%ADA>
- Kwan, B., Frankish, J., Quantz, D., y Flores, J. 2003. A synthesis paper on the conceptualization and measurement of community capacity. Vancouver: Institute of Health Promotion Research; University of British Columbia. Recuperado en 27 de febrero de 2022, de <https://blogs.ubc.ca/frankish/files/2010/10/Frankish-CJ-Measurement-of-Community-Capacity-6795-15-2001-4-440006.pdf>
- López, G., y Palomino, B. 2013. Las empresas comunitarias de turismo de naturaleza: factores de éxito y fracaso. Trabajo presentado en el Congreso de Investigación Turística Aplicada de 2014. *Sectur; UNAM; Ictur; Conacyt*.
- López-Guzmán, T., Sánchez-Cañizares, S., y Pavón, V. 2011. "Community-based tourism in developing countries: A case study". *Tourismos*, 6(1): 69-84.
- Manaf, A., Purbasari, N., Damayanti, M., Aprilia, N., y Astuti, W. 2018. "Community-based rural tourism in inter-organizational collaboration: How does it work sustainably? Lessons learned from Nglangeran Tourism Village, Gunungkidul Regency, Yogyakarta". *Sustainability*, 10(7): 21-42.
- Martínez, V. 2017. "El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible". *Arbor*, 193(785): 396. Recuperado en 27 de febrero de 2022, de <https://doi.org/10.3989/arb.2017.785n3002>
- Méndez, A., García, A., Serrano, M., & Ibarra V. 2016. Determinantes sociales de la viabilidad del turismo alternativo en Atlautla, una comunidad rural del Centro de México. *Investigaciones geográficas*, (90): 119-134 Recuperado en 27 de febrero de 2022, de <https://doi.org/10.14350/riig.48297>
- Mendoza, M., Rodríguez, G., y Enciso, M. J. 2013. "Actitud de la comunidad local como factor de éxito en un proyecto turístico". *Cultur: Revista de Cultura e Turismo*, 7(1), 4-30.
- Mtapuri O. & Giampiccoli, A. 2014. "Towards a comprehensive model of community-based tourism development", *South African Geographical Journal*. 8(1): 154-16. Recuperado en 27 de febrero de 2022, de <https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.1080%2F03736245.2014.977813>
- Mtapuri, O. & Giampiccoli, A. 2013. "Interrogating the role of the state and nonstate actors in community-based tourism ventures: Toward a model for spreading the benefits to the wider community", *South African Geographical Journal*, 95 (1): 1-15. Recuperado en 27 de febrero de 2022, de <https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.1080%2F03736245.2013.805078>
- Narvaez, E. L. 2014. "El Turismo Alternativo: Una Opción Para El Desarrollo Local"; *REV IISE, San Juan*, 6 (6).
- Nasimba, C. y Cejas, M. 2015. "Diseño de productos turísticos y sus facilidades". *Qualitas*, 10: 22-39.
- Navarro, M., Vazquez, V., Van't, A., y Reyes, J. 2019. Participación comunitaria y turismo alternativo en zonas indígenas en el contexto mexicano: cuatro estudios de caso. *El periplo sustentable*, (36): 7-33. Recuperado en 27 de febrero de 2022, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362019000100007&lng=es&tIng=es.
- Osorio-García, M., & Domínguez Estrada, J. 2019. "Experiencias de turismo comunitario en el Área Natural Protegida del Nevado de Toluca, México: hacia la construcción de productos turísticos patrimoniales alternativos". *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 16(83): 1-28.
- Ostrom, E. 2011. "El gobierno de los bienes comunes: la evolución de las instituciones de la acción colectiva". Ciudad de México: Facultad de Ciencias Económicas (FCE); *Universidad Autónoma de México (UNAM); Instituto de Investigaciones Sociales (IIS)*.

- Palomino, B., Gasca, J., López, G. 2016. "El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas", *El Periplo sustentable*. 30., Recuperado en 27 de febrero de 2022, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000100006
- Pérez, R. A. 2012. "Sobre el Constructivismo: construcción social de lo real y práctica investigativa". *ReLMeCS*, 2(2): 5-21.
- Ramírez, O. 2019. "Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. Retos" *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17): 127-143.
- Reyes M., Ortega, Á., Machado, E. 2016. Modelo para la gestión integrada del turismo comunitario en Ecuador, caso de estudio Pastaza. *REVESCO. Revista De Estudios Cooperativos*, 123: 250-275.
- Ritzer, G. 1993. "Teoría Sociológica Contemporánea. España". *Editorial Mc Graw-Hill Interamericana de España*, S. A.
- Rodríguez, S., Pulido-Fernández, J. & Rodríguez I. 2017. "El producto turístico en los Pueblos Mágicos de México. Un análisis crítico de sus componentes". *Revista de Estudios Regionales*, (108): 125-163 Recuperado en 27 de febrero de 2022, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=75551422005>
- Schutz, A. 2003. "El problema de la realidad social". *En Comp: Maurice Natanson. Trad. Néstor Miguez. Amorrotu*. 1ª reimpresión. Buenos Aires.
- tapuri, O., Giampiccoli, A. and Jugmohan, S. 2015. Community-based tourism affinity index: a visitor's approach. *African journal of hospitality, tourism and leisure*, 4(2): 1-13. , Recuperado en 27 de febrero de 2022, de https://www.researchgate.net/publication/279952366_Community-based_tourism_affinity_index_a_visitor's_approach
- Vallejo, B., Osorio García, M., Ramírez, I., Nava, G., & Maass, F., 2013. Análisis social sobre los habitantes de la Comunidad de la Peñuela, Parque Nacional Nevado de Toluca, México: Valores y comportamiento entorno al turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 22(3): 425-449. Recuperado en 16 de febrero de 2022, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322013000300004&lng=es&tlng=es.
- Vallejo, B., Osorio, M., Ramírez, I., Nava, G. & Franco, S. 2013. Análisis social sobre los habitantes de la comunidad de La Peñuela, parque nacional Nevado de Toluca, México. Valores y comportamiento entorno al turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(3): 425-449. Recuperado en 27 de febrero de 2022, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180726463004>
- Villamil, O. 2003. "Investigación cualitativa, como propuesta metodológica para el abordaje de investigaciones de terapia ocupacional" en *Comunidad Umbral Científico*. Recuperado en 27 de febrero de 2022, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30400207>
- Vinasco, M. 2017. Marco teórico para la construcción de una propuesta de turismo rural comunitario. *Revista de Investigación Agraria y Ambiental*. 8(1): 95-106. Recuperado en 27 de febrero de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6285715>

Recibido: 16/09/2021
Reenviado: 09/09/2022
Aceptado: 20/09/2022
Sometido a evaluación por pares anónimos