

Medición del potencial turístico basado en la producción de artesanías de ónix en Tecali de Herrera, México

Abdiel Menchaca Aguilar* José Pedro Juárez Sánchez**

Benito Ramírez Valverde***

Ángel Bustamante González****

Colegio de Postgraduados (México)

Lina María Bastidas Orrego*****

Corporación Universitaria Remington (Colombia)

Resumen: La producción artesanal es una opción complementaria para la generación de empleos rurales, se constituyen como unidades productivas de baja escala y competitividad. Su proceso de producción está vinculado a las prácticas culturales de los artesanos y es una actividad generadora de ingresos complementaria a los talleres artesanales de ónix y mármol. Este trabajo buscó medir el potencial turístico de los talleres artesanales de ónix y mármol en el municipio de Tecali de Herrera, Puebla. La investigación utilizó un enfoque mixto para recopilar, procesar y analizar datos, y también se construyó un índice de potencial turístico. Esto dio como resultado que los talleres tienen un alto valor cultural, pero no cuentan con infraestructura, servicios ni seguridad para implementar actividades turísticas artesanales. Se concluye que es necesario mejorar las condiciones de los talleres y el proceso productivo para desarrollar el turismo, y convertirse en una opción de generación de ingresos.

Palabras clave: Pluriactividad; Talleres artesanales de ónix; Potencial turístico; Turismo creativo; Tecali de Herrera.

Measurement of the tourism potential of onyx handicrafts in Tecali de Herrera, Mexico.

Abstract: Craft production is a complementary option for generating rural jobs, which are mainly low-scale, scarcely competitive production units. The production is linked to the cultural practices of artisans and is a complementary income-generating activity in the onyx and marble craft workshops. This work sought to measure the tourism potential of the onyx and marble craft workshops in the municipality of Tecali de Herrera, Puebla. The research used a mixed approach to collect, process and analyse data, and an index of tourism potential was constructed. This proved that the workshops have great cultural value but do not have infrastructure, services, or security to implement artisanal tourism activities. It is concluded that there is a need to improve the conditions of the workshops and the production to develop tourism and represent an alternative option for generating income.

Keywords: Multi-activity; Onyx craft workshops; Tourism potential; Creative tourism; Tecali de Herrera.

* <https://orcid.org/0000-0003-4335-0580>; E-mail: menchaca.abdiel@colpos.mx

** <https://orcid.org/0000-0001-8417-1752>; E-mail: pjjuarez@colpos.mx

*** <https://orcid.org/0000-0003-2482-5667>; E-mail: bramirez@colpos.mx

**** <https://orcid.org/0000-0002-0727-9505>; E-mail: angelb@colpos.mx

***** <https://orcid.org/0000-0002-4279-0296>; E-mail: lina.bastidas@uniremington.edu.co

Cite: Menchaca Aguilar, A.; Juárez Sánchez, J. P.; Ramírez Valverde, B.; Bustamante González, A. & Bastidas Orrego, L. M. (2025). Medición del potencial turístico basado en la producción de artesanías de ónix en Tecali de Herrera, México. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 23(3), 861-875. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2025.23.054>.

1. Introducción

Las artesanías se han convertido en un importante sector productivo en los espacios rurales en el mundo (después de la agricultura) y está generando productos de exportación para países en desarrollo, lo que implica que tiene un mercado creciente y en algunos casos exigente (Barber y Krivoshlykova, 2006), es importante destacar que China es un país dominante en la exportación de artesanía para el hogar. Pero, en determinados países de Europa está reapareciendo por su contribución al Producto Interno Bruto (PIB) y a la generación de empleos. Este contexto ha influido para que España, Italia, Colombia, Venezuela, Brasil, Costa Rica, India, Pakistán y Sudáfrica promuevan programas de apoyo a este sector (Hernández-Ramírez et al., 2016; Yang et al., 2018; Sharma et al., 2020).

La producción de artesanías mexicanas es diversa, destacando la alfarería y cerámica, madera, textiles, metalistería, joyería y orfebrería, además de la lapidaria y cantería. En el 2021 en su conjunto contribuyeron con el 20,8% del PIB del sector de la cultura, y este representó, el 3% del PIB nacional, teniendo una aportación de 36 471 millones de dólares¹ (Instituto Nacional de Estadística y Geografía-INEGI, 2022). Las actividades económicas de dicho sector crearon en total 1 273 158 puestos laborales, y la actividad dedicada a las artesanías generó 37,7% de los mencionados puestos (INEGI, 2022). El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART, 2017) alude que 4 millones de personas se involucraron en la producción artesanal (establecimientos fijos y semifijos) y dicha cifra fue superior a la registrada por INEGI frente a la generación de empleos formales. Por lo que respecta sus salarios, FONART (2017) publicó que en el 2016 los artesanos percibieron un salario promedio de \$ 200 dólares² mensuales, el cual, no logró satisfacer sus necesidades básicas. En general, los talleres dedicados a la producción de artesanías son poco competitivos, carecen en algunos casos de innovación, se caracterizan por escasos volúmenes de producción e ingresos económicos, en comparación con la producción manufacturera (Barber y Krivoshlykova, 2006).

En el país, aproximadamente el 98% de las empresas artesanales son pequeñas y medianas, las cuales utilizan una gran diversidad de materiales de origen natural, mineral y animal (Sales Heredia, 2013). Los talleres de artesanía en México se caracterizan por emplear mano de obra familiar (Correa-García et al., 2015), llevándolas a ser unidades empresariales informales (Manikandan & Baskaran, 2017). Sumado a lo anterior, su proceso productivo se considera parte de sus costumbres y tradiciones.

Las condiciones de los talleres artesanales en México llevan a que sean poco competitivos, tanto por sus bajos volúmenes de producción como en sus niveles de ganancias. Se discurre que, en un contexto de baja rentabilidad económica, el turismo artesanal puede ser un complemento a los ingresos económicos de la producción de artesanías, al actuar como un factor estratégico de desarrollo que permite sostener las fuentes de empleo e incrementar los ingresos de las familias artesanas (Díaz, 2017; Correa-García, 2015 y Arias, 2013). En este contexto, se plantea la hipótesis de que en los talleres artesanales de ónix y mármol se pueden ofertar recorridos turísticos. Para responder a la hipótesis se tiene como objetivo de investigación el valorar el potencial turístico de los talleres artesanales de ónix y mármol del municipio de Tecali de Herrera, Estado de Puebla, México.

Este artículo es parte de los resultados de un trabajo tesis de maestría titulado “El turismo artesanal postindustrial como estrategia para mejorar las condiciones de vida en el medio rural” (Menchaca, 2021). El trabajo se realizó para optar al título de Maestro en Ciencias del Posgrado en Estrategias para el Desarrollo Agrícola Regional del Colegio de Postgraduados.

2. El turismo artesanal en el desarrollo de la economía rural

El modelo económico que impera actualmente se considera que ha impactado negativamente el bienestar social y económico de la población, contribuyendo al incremento de la pobreza, la polarización social, el deterioro ambiental y el agotamiento de los recursos naturales y sociales (Díaz Cárdenas et al., 2018). Además, se fomenta la deslocalización industrial, generando procesos de migración rural (Pecqueur, 2013), lo que ha llevado a que los países en desarrollo analicen sus estrategias para mitigar dicho éxodo. Es por ello que, los espacios rurales no han sido ajenos a estos impactos, y según la Organización Internacional del Trabajo -OIT- (2017), gran parte de su población vive en condiciones de pobreza derivado de que sus ingresos dependen en gran medida de la producción agrícola y esta se encuentra en crisis fundamentalmente la producción de granos.

Se considera que, la economía rural va más allá de la actividad agrícola y pecuaria, es la suma de otras actividades no agrícolas como el turismo, la comercialización, la prestación de servicios ecosistémicos,

procesamiento y comercialización de productos agrícolas (OIT, 2017). En este sentido la transformación productiva de la agricultura y del desarrollo de las actividades rurales no agrícolas pueden ser un complemento para la creación de empleos, así como retener la mano de obra joven y contribuir a mejorar la economía rural. En esta misma línea O'Brien et al. (2015) sugieren un modelo de abajo hacia arriba que busca influir en una serie de elementos integrados regionalmente para impulsar el crecimiento a través de un enfoque elaborado y ejecutado por instituciones locales, como una estrategia para reducir la pobreza. Esto conlleva a un desarrollo territorial rural basado en la adaptación de los efectos de la globalización, permitiendo a sus diferentes actores reorganizar su economía, permitiendo potenciar a las actividades no agrícolas.

En este contexto, el desarrollo del territorio puede concebirse como un estado o proceso en el cual se materializa la apropiación social del espacio (Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL, 2019). Se entiende como un proceso originado a partir de acciones coordinadas que impulsan la transformación socioeconómica y ambiental en los territorios rurales, buscando crear empleos, reducir la disparidad de ingresos entre distintas regiones, mejorar la calidad de vida y el bienestar de la población rural, así como frenar la migración de las zonas rurales a urbanas y disminuir los niveles de pobreza (Riffo-Pérez, 2013; Tulla, 2019). Este enfoque de desarrollo territorial se sustenta en el reconocimiento de la complejidad inherente a los territorios rurales, abarcando sus recursos, cosmovisiones y dinámicas políticas.

Dumitru et al. (2019) y la OIT (2017) consideran que el desarrollo rural debe ser impulsado a través de programas de inversión que estimulen la diversificación productiva y el desarrollo de productos y servicios, esto implica la inclusión de diversas actividades rurales no agrícolas, permitiendo que los ingresos de los hogares rurales estén ligados a estas actividades, es el caso del empleo asalariado en empresas de agro procesamiento y construcción, trabajo por cuenta propia como la comercialización, el turismo rural y otras actividades (Kay, 2009). Esta diversificación de actividades ha permitido el establecimiento de comercios y talleres artesanales (Dumitru et al., 2019). Debe tenerse en cuenta que existen espacios rurales en dónde, puede tener mayor importancia los ingresos no agrícolas que los agrícolas (Vasco & Tamayo, 2017).

Es el caso de las empresas de la extracción de ónix y mármol, estas, dejaron tiempo atrás el viejo pensamiento de desarrollo rural, en ella participan varios agentes y actores que trabajan en la explotación, transporte, transformación y comercialización, y se estima que son mínimas las empresas o talleres que tienen la infraestructura física, material y el capital humano especializado. Esto es importante debido a que la eficiencia económica y competitividad se alcanza por medio del factor trabajo, la capacitación del recurso humano y por la innovación en el factor capital (Becerril-Torres et al., 2019). Las características inherentes a la informalidad y la falta de innovación en los talleres artesanales, los hacen poco rentables y competitivos. En este contexto, el turismo rural artesanal emerge como una alternativa viable para diversificar los ingresos de las familias artesanas, ofreciendo una oportunidad concreta de desarrollo.

El turismo artesanal rural puede considerarse como una nueva modalidad turística en la Nueva Era del Turismo o turismo posfordista (Fayos-Solá, 2004), en donde adquiere importancia el turismo alternativo sobre el convencional. En el entendido que el turismo rural es un concepto complejo que se desarrollan en el medio rural y que las actividades turísticas que se realizan son diversas, al igual que los lugares donde se practica, es el caso de las fincas, haciendas, explotaciones agrícolas, antiguas explotaciones mineras, espacios de naturaleza, así como de pequeñas y medianas compañías artesanales (Bakovi , 2020). Se puede decir que, debido a la pandemia de la COVID-19 el sector turístico fue uno de los más afectados durante este período y ahora está experimentando una reactivación, adquiriendo los espacios rurales una mayor ventaja comparativa. Es importante tener en cuenta que el turismo ha presentado cambios significativos en las últimas dos décadas, buscando adaptarse a las nuevas demandas y tendencias, y ello, ha llevado a una reconsideración de sus métodos de gestión y concepción. Se observa un fenómeno interesante, los "post turistas", que son menos dependientes del turismo convencional, buscan experiencias culturales que han sido pasadas por alto por el turismo tradicional (Santana Talavera, 2003 y Condevaux et al., 2016), entonces la tendencia turística actual busca lugares que posibiliten la vivencia de experiencias de manera activa y creativa (González et al., 2019), reflejandose en un cambio en la preferencia de los turistas hacia entornos que fomenten este tipo de actividades.

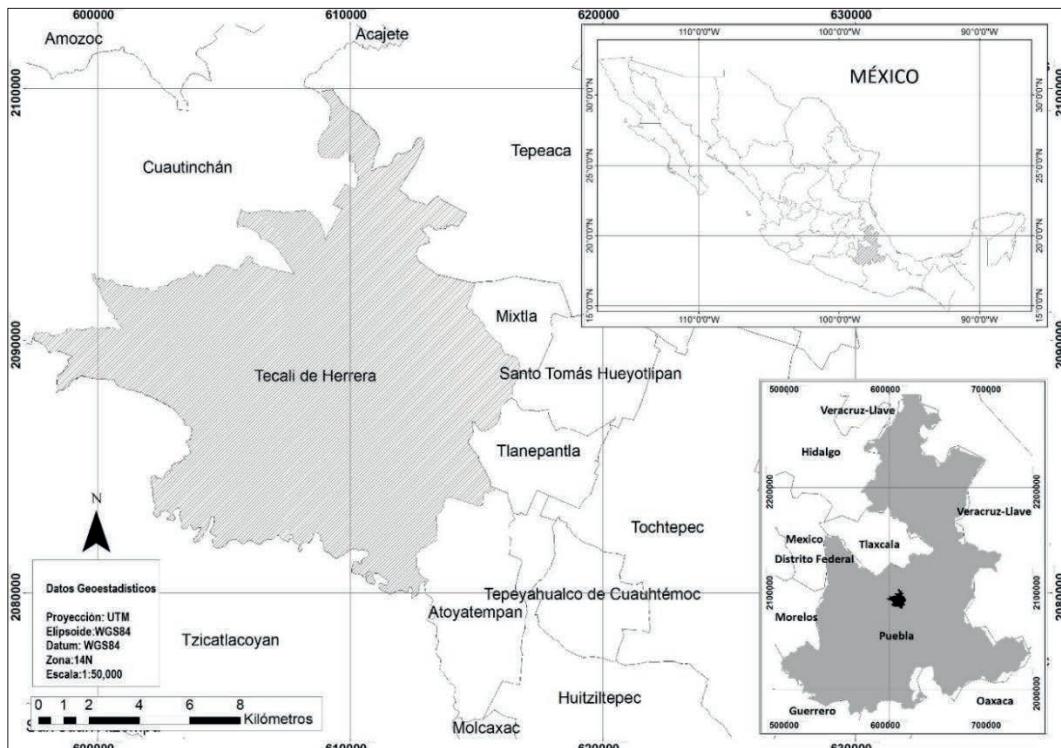
Hoy en día, hay pueblos que se han convertido en destinos turísticos que son conocidos a escala global, desempeñando un papel destacado en la economía de las zonas rurales (Radović & Vasiljević, 2018). Este fenómeno se observa especialmente en espacios con una importante herencia histórica y cultural, los cuales han catalizado el desarrollo del turismo cultural creativo (Duxbury & Richards, 2019) ganando reconocimiento como destinos destacados en diferentes partes del orbe. Estas iniciativas

no solo han contribuido a la integración de varios sectores productivos, sino que además han forjado nuevos productos y servicios turísticos (Navarro et al., 2018).

En entornos rurales donde la producción artesanal juega un papel significativo tanto en la economía local como en las tradiciones, el turismo artesanal creativo emerge como una respuesta para satisfacer la demanda turística mediante la integración de oficios artesanales con el turismo (Hieu & Rasovska, 2017). En este contexto, la actividad artesanal turística no solo podría ser una fuente de empleo suplementaria para diversas familias rurales, sino también una oportunidad para compartir su estilo de vida, pensamiento y costumbres (Bayoumi et al., 2016). La posibilidad de que los turistas admiren o participen en el proceso de fabricación de artesanías podría llevar a que adquieran los productos que observaron o produjeron ellos mismos directamente en el taller, lo que potencialmente incrementaría el gasto turístico (Indrahti & Andini, 2019). En este sentido, Pavlovic (2016) sostiene que el turismo rural tiene el potencial de generar empleo e ingresos adicionales.

Al fusionar la actividad artesanal turística con la cultura en entornos rurales, se busca abordar las nuevas expectativas de los turistas, pudiendo generar un impacto positivo, tanto en el bienestar social como en el económico. La integración de talleres artesanales con la oferta turística artesanal tiene como objetivo diversificar las actividades de estos talleres (Bakas & Duxbury, 2018). Este enfoque responde a la demanda turística emergente, al combinar conocimientos, habilidades, patrimonio y capital social, ofreciendo un lugar propicio para el desarrollo del potencial creativo de los visitantes (Einali et al., 2019). El éxito de los talleres artesanales y su relación con el turismo dependerá de la habilidad para compensar estas actividades con las productivas, considerando que la producción artesanal seguirá siendo la actividad económica primordial (Liu et al., 2018). En este contexto, la combinación efectiva de turismo y producción artesanal puede ser clave para optimizar tanto la experiencia del turista como la sostenibilidad económica de los talleres.

Figura N° 1: Mapa de ubicación del municipio de Tecali de Herrera, Puebla



Fuente: Elaboración propia con datos a partir del INEGI (29/01/2021). México.

En estos lugares, Liu y Wang (2019) proponen que para desarrollar el turismo creativo se tiene que basarse en la identificación de productos y servicios exclusivos, diseñar actividades turísticas altamente participativas y experiencias únicas, complementar estas experiencias con elementos visuales atractivos, y una gestión y respaldo efectivo para la creación de productos turísticos. Dada esta perspectiva, resulta crucial evaluar la viabilidad de transformar los talleres artesanales de ónix en un producto turístico que no solo enriquezca la experiencia de los visitantes, sino que también complemente los ingresos de los propietarios de estos talleres.

3. Materiales y métodos

Área de Estudio

La investigación se ejecutó en el municipio de Tecali de Herrera (figura 1), se ubica geográficamente en los paralelos $18^{\circ} 48' 24''$ y $18^{\circ} 57' 54''$ de latitud norte y los meridianos $97^{\circ} 57' 54''$ y $98^{\circ} 05' 42''$ de longitud occidental (INEGI, 2015). En 2020 el municipio poseía 23,625 habitantes, equivalen al 0.36% de la población estatal (Estado de Puebla), de ellos, el 51.3% son mujeres (Data México, 2023).

En el año 2020, la población empleada se dedicaba fundamentalmente a la actividad industrial (28%), el comercio y servicios diversos (32%), construcción (12%), actividades de gobierno (2%) y pocos laboran en el sector agropecuario (26%), la PEA (Población Económicamente Activa) en el 2020 ascendía a 10.829 personas (INEGI, 2020).

Metodología

Para realizar la investigación se aplicó un enfoque mixto, con el objetivo de recabar, procesar y analizar variables cuantitativas y cualitativas. A través del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENU), la unidad de estudio fueron las unidades económicas dedicadas a la fabricación de productos hechos de minerales de Tecali de Herrera en 2019. El tamaño de la muestra fue obtenido a través de un muestreo cualitativo utilizando la varianza máxima (0,50), mediante la siguiente ecuación estadística:

$$n = \frac{NZ^2 \alpha/2 p_n q_n}{Nd^2 + Z^2 \alpha/2 p_n q_n} = \frac{(236)(1.96)^2 \alpha/2 (0.50)(0.50)}{(236)(0.121)^2 + (1.96)^2 \alpha/2 (0.50)(0.50)} = 51.33 \approx 51$$

Donde:

n = Tamaño de Muestra

$Z_{\alpha/2}$ = Confiabilidad. Valor de Z (distribución normal estándar)

N = Tamaño de la Población

d = Precisión

p = Posibilidad de ocurrencia

q = Posibilidad de no ocurrencia

La población fue de 236 talleres, la confiabilidad fue del 95% ($Z_{\alpha/2} = 1.96$) y con una precisión de 12,1% ($d = 0.12$), el tamaño muestral fue de 51 entrevistas, y considerando un 10% de seguridad (confiabilidad), en total se aplicaron 56 entrevistas. La herramienta de recolección de datos utilizada fue el cuestionario estructurado considerando variables socioeconómicas y productivas. Las variables se categorizaron en 3 grupos: I) recursos simbólicos, II) recursos materiales y III) recursos humanos. El potencial turístico de los talleres dependió de cuatro variables: el valor cultural de la actividad, infraestructura, servicios básicos y el proceso productivo de los talleres.

Se elaboró un índice de potencial turístico compuesto (IPTA). La evaluación se realizó con datos recabados en campo. El valor cultural se evaluó conforme a la percepción de los artesanos sobre la antigüedad en esta actividad, reconocimiento nacional e interés de turistas en el proceso productivo y las artesanías. Se evaluó si la infraestructura es apta para recibir turistas según el tipo de material, condiciones, extensión y acceso a cada taller. También se valoró la disponibilidad y condiciones de los servicios de electricidad, agua potable, sanitario, telefonía e Internet. El potencial turístico del proceso productivo se valoró en función a la posibilidad de participación de los turistas en alguna fase productiva. Los criterios de medición fueron:

Cuadro N°1: Criterio y valoración de los recursos que inciden en el potencial turístico

Variable/componente	Criterio de medición	Rangos de valoración
Valor cultural y participación de turistas en la actividad (VC)	Alto	67-100
	Medio	34-66
	Bajo	0-33
Condiciones del acceso al taller (INF)	Alto	67-100
	Medio	34-66
	Bajo	0-33
Servicios básicos del taller (SERB)	Alto	67-100
	Medio	34-66
	Bajo	0-33
Participación del proceso productivo (PAPP)	Alto	67-100
	Medio	34-66
	Baja	0-33

Se obtuvo el producto individual por componente de acuerdo a su evaluación. Para el índice compuesto se ponderó cada componente con la misma ponderación (0.25) y se sumaron. Se formuló un modelo matemático de acuerdo a la siguiente expresión:

$$IPTA = (VC)(0,25) + (INF)(0,25) + (SERB)(0,25) + (PAPP)(0,25)$$

Donde:

$$0 \leq IPTA \leq 100$$

IPTA = Índice de Potencial Turístico Artesanal

VC (Valor cultural) = \sum de valores con respecto a la percepción de la antigüedad, reconocimiento e interés del proceso productivo y artesanías.

INF (Infraestructura) = \sum de valores con respecto a las condiciones de la infraestructura del taller.

SERB (Servicios básicos) = \sum de valores con respecto a las condiciones y disponibilidad de los servicios del taller.

PAPP (Participación en proceso productivo) = \sum de valores de la posibilidad de participación de turistas en alguna fase del proceso productivo.

El potencial turístico dentro del proceso productivo se evaluó utilizando 3 escalas, la baja, indica que existe una nula participación del turista; la media, una participación contemplativa y activa; y alta, totalmente participativa. De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo-UNWTO (2016), la estadística es usada en el análisis del turismo porque permite sistematizar su realidad, significa que se puede conocer sus dinámicas para avanzar en una gestión enfocada a resultados y a la toma de decisiones políticas objetivas. Para interpretar los datos fue a partir de estadística paramétrica destacando la prueba de t Student y en la no paramétrica, se ocupó la prueba de Chi cuadrada con el fin de analizar si existía diferencias estadísticas significativas entre el grupo de artesanos pluriactivos, quienes además de fabricar artesanías cuentan con otra actividad económica (18) y el de artesanos (38) que solo se dedican a esta actividad.

4. Resultados y discusión

En cuanto a las características de los entrevistados, se observó que la mayoría (94,6%) son originarios del municipio, y una proporción significativa de artesanos se encuentra casada (73,2%). Es importante mencionar que el 67,9% trabaja en otra actividad además de las artesanías, siendo las más comunes la agricultura (38,9%), la ganadería (16,7%), y algunos tienen negocios propios (11,1%), generalmente

ubicados en el mismo hogar. Estos resultados concuerdan con hallazgos de Fierros y Ávila (2017), quienes mencionaron que el 50% de los hogares rurales generan ingresos mediante diversas actividades económicas, evidenciando que la pluriactividad es una estrategia para complementar sus ingresos.

En cuanto a la edad, los artesanos entrevistados tienen en promedio 46,4 años, y estadísticamente ($t = 2,965$; $p = 0,004$) presentan una edad similar a la de los artesanos del país, que es de 41 años (Sales, 2013). Los artesanos pluriactivos tienen una edad promedio más elevada (51,2 años) en comparación con aquellos que se dedican exclusivamente a la artesanía (44,2 años). En cuanto a la escolaridad, el promedio fue de 8,5 años, y es estadísticamente similar ($t = -1,141$; $p = 0,259$) al promedio nacional que es de 9,2 años (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social-CONEVAL, 2018).

En el municipio, predominan los talleres artesanales de pequeña escala (83,9%), en contraste con los medianos (14,3%) y grandes (1,8%). Los pequeños enfrentan desafíos tecnológicos, económicos, comerciales y financieros que afectan su competitividad. Por otro lado, los talleres medianos y grandes se dedican a la producción a una mayor escala, lo que les permite abarcar mercados más extensos, llegando a exportar. A nivel general, las empresas presentaron una relación Beneficio-Costo positiva (1,4). A pesar de ello, solo una minoría (12,5%) consideró muy rentable su empresa, mientras que la mayoría la clasificó como rentable (33,9%), medianamente rentable (30,4%), poco rentable (17,9%) o nada rentable (5,4%). En este contexto, se considera que el turismo rural podría contribuir a aumentar la rentabilidad de estos negocios al incrementar el consumo de productos locales, como las artesanías, y al diversificar el uso de su infraestructura productiva. Esto, a su vez, podría potenciar la generación de ingresos y empleo (García, 1996). Además, se destaca que el valor cultural como recurso turístico que puede ser una estrategia clave para respaldar el desarrollo local (Rodríguez Basso et al., 2021).

En las actividades turísticas, no se encontró diferencia estadística ($\chi^2=0,15$ $p=0,904$) entre artesanos pluriactivos (77,8%) y artesanos (76,3%) sobre el conocimiento del turismo artesanal, este resultado se considera alto y se explica porque los que compran artesanías son las personas que provienen de otros espacios. Los entrevistados mencionaron que este tipo de actividad económica pueden contribuir a mejorar sus ingresos, al respecto, Pérez y Camberos (2015) afirman que el nivel de bienestar de los pobladores que viven en zonas rurales turística es superior a los espacios que no tienen turismo. Lo que indica que si se promueve esta actividad en este tipo de lugares el nivel de bienestar de la población puede incrementarse.

Los entrevistados destacaron que el principal motivo para involucrarse en los servicios turísticos es para promocionar sus artesanías (35,7%). Consideran que esta estrategia puede acercar a los visitantes a sus talleres, contribuyendo así a impulsar las ventas. Otra motivación fue la de obtención de ingresos adicionales (32,1%), mediante el cobro de una cuota por la entrada al taller. Según la experiencia de los artesanos pluriactivos, esperan cobrar en promedio \$10 USD (221,0 pesos mexicanos) por visitante, mientras que los artesanos tienen una expectativa de \$6,5 USD (126,4 pesos mexicanos). Se percibe que estos costos se consideran elevados, por lo que se sugiere la necesidad de proponer tarifas más accesibles para los visitantes.

Además de las consideraciones económicas, se encontró que también intervino para que participen los propietarios de talleres en este tipo de actividades, fue el deseo de divulgar los saberes locales (21,4%) y compartir sus experiencias (7,1%). Lo que manifiesta cierta dependencia y relación entre el turismo y la producción de artesanías (Iuva De Mello & Ciliane Ceretta, 2015), resaltando que el turismo puede contribuir al desarrollo y protección del patrimonio cultural, el cual es el pilar para fomentar el turismo cultural y artesanal (Liu et al., 2018).

En relación al análisis del proceso productivo y de las empresas dedicadas a la elaboración de artesanías, Rivera y Hernández (2018) señalaron que los talleres enfrentan dificultades para ofrecer productos turísticos culturales, como recorridos por los talleres y la enseñanza de la elaboración de artesanías. Sin embargo, los artesanos pluriactivos (94,4%) como los artesanos (100%) consideraron que si se pueden llevar a cabo estas actividades. Esta respuesta se justifica por la percepción de los productores de artesanías de que sus talleres pueden ser considerados como un recurso turístico. Al respecto, Arnandis y Agramunt (2019) señalan que tanto los elementos materiales como los inmateriales son susceptibles de transformarse en productos turísticos. La principal razón para considerar que estos talleres tienen potencial turístico es que tanto los artesanos pluriactivos (94,4%) como los artesanos (92,1%) han observado que las personas tienen interés en conocer el proceso de elaboración de las artesanías. Además, el 50% mencionó que conocen experiencias similares en otro tipo de obras turísticas. Este hallazgo sugiere que hay una demanda e interés por parte de los visitantes para participar y aprender sobre la creación de artesanías, respaldando así la viabilidad de desarrollar actividades turísticas en estos talleres.

Frente a lo que se puede ofertar en un taller artesanal a los turistas, Navarro (2015) afirma que los recursos turísticos pueden provocar distintas actitudes relacionadas con los sentidos (contemplativas), intelectuales (interpretativas) o ambas. En este contexto, los artesanos en general (55,4%) mencionaron que en sus talleres pueden observar y participar en la elaboración de artesanías. Además, consideran que los visitantes pueden aprender algo nuevo e interesante (58,9%), participar activamente en la vida cotidiana de la localidad (14%), y valorar la cultura local (26,8%). Estos resultados concuerdan con Ciliane-Ceretta et al. (2014), quienes argumentan que el consumo simbólico de la cultura que identifica a un territorio puede contribuir a mejorar los ingresos.

En cuanto al análisis de la capacidad para convertir a las unidades de producción artesanales en atractivo turístico, se evaluó el valor cultural de la localidad, su infraestructura, los servicios disponibles y su proceso productivo. En el primero, los artesanos percibieron que la localidad tiene un alto valor cultural (87,5%) y medio valor cultural (12,5%). Estos hallazgos fueron muy semejantes entre los grupos, debido a que los artesanos pluriactivos consideraron un valor alto (77,8%) y medio (22,2%), mientras que los artesanos evaluaron un valor alto (92,1%) y medio (7,9%). La antigüedad y tradición de los talleres adquiere relevancia como factores que benefician el impulso de esta actividad, ya que puede representar un valor agregado. Se observó similitud estadísticamente ($\chi^2=0,739$, $p=0,691$), en los artesanos pluriactivos (88,9%) como los artesanos (81,6%) al mencionar que los talleres con más tradición disfrutarían de una mayor aceptación turística. Estos factores deben ser considerados al promover el turismo artesanal.

Tanto los artesanos pluriactivos (77,8%) como aquellos que se dedican exclusivamente a las artesanías (78,9%) opinaron que el proceso productivo puede ser atractivo para los turistas. Respecto a las artesanías producidas en los talleres, los entrevistados pluriactivos (83,3%) y los no pluriactivos (94,7%) estadísticamente ($\chi^2=7,066$, $p=0,070$) tuvieron la misma opinión de que los productos elaborados son atractivos para los turistas. Sin embargo, señalaron que pocos sabrían tratar adecuadamente a los turistas, siendo el caso de los artesanos pluriactivos (33,3%) y los artesanos (36,8%). La infraestructura de los talleres es un elemento significativo, ya que los turistas buscan espacios que les ofrezcan seguridad y comodidad; y su valoración puede contribuir a la toma de decisiones a la hora de planificar y fomentar las actividades turísticas (Pérez-Rives & Echarri-Chávez, 2021). Según la infraestructura de las empresas, se identificó un potencial alto (14,3%), medio (67,9%) y bajo (17,9%). De manera específica, los talleres pluriactivos poseen un potencial alto (22,2%), medio (61,1%) y bajo (16,7%), y los artesanos tienen un potencial alto (10,5%), medio (71,1%) y bajo (18,4%). Es importante señalar que un recurso turístico en potencia generalmente no cuenta con los servicios indispensables para satisfacer las necesidades de los turistas.

En cuanto a los espacios de los talleres artesanales, la mayoría (98,2%) cuenta con un lugar al aire libre para seleccionar las piedras, el 100.0% tiene un lugar destinado al corte y la forma, el 96,4% dispone un área para el armado y el 94,6% para realizar el acabado, pero solo unos pocos (7,1%) cuentan con un horno para pintar piezas y una zona de exhibición (57,1%), ya sea en su hogar o en su tienda de artesanías. Se considera que estas áreas son funcionales solo para llevar a cabo las actividades productivas, es decir, que fueron diseñadas cada una de sus áreas para el tránsito y desarrollo de las actividades productivas de los trabajadores y no para los turistas. Por lo tanto, se hace necesario reorganizar los espacios para facilitar la movilidad de los turistas. Por tipo de taller (ver cuadro 2), se observa que los talleres de artesanos pluriactivos y artesanos presentan condiciones similares, siendo en su mayoría talleres con piso de tierra, techo de lámina y paredes de block. De acuerdo a Risti et al. (2016), las empresas turísticas exitosas son aquellas que mejoran constantemente su infraestructura y las condiciones generales de sus instalaciones.

Se observó que un número reducido de talleres de reciente creación (con menos de tres años de existencia) se encuentran en condiciones desfavorables, ya que cuentan con paredes de hule (4,1%), lona (4,1%), y techos improvisados de lona (10,7%), y carecen de servicios sanitarios o utilizan letrinas. Ello hace que presenten condiciones deficientes que limitan su capacidad para llevar a cabo la actividad de manera adecuada y ofrecer productos turísticos.

En relación al tercer componente, se analizaron los tipos y condiciones de los servicios disponibles en los talleres. La importancia de este aspecto radica en que los servicios y su funcionalidad debido a que son elementos esenciales para satisfacer a los turísticos (Pulido Fernández, 2008). En este contexto, los talleres muestran un potencial alto (12,5%), medio (78,6%), y bajo (8,9%). El comportamiento entre los grupos fue muy similar, ya que los talleres pluriactivos tienen un potencial alto (5,6%), medio (88,9%), y bajo (5,6%), mientras que los artesanos presentan un potencial alto (15,0%), medio (73,7%), y bajo (10,5%). Es fundamental mejorar este aspecto de acuerdo con las nuevas tendencias turísticas, evitando

que se convierta en una limitante para convertir la actividad en un atractivo turístico. Esto implica realizar inversiones en la adecuación de las instalaciones físicas de los talleres.

Cuadro N°2: Condiciones de los espacios de los talleres artesanales de ónix

Espacio del proceso productivo	Cuenta con él (%)	Principal material de construcción (%)				Extensión (m ²)	Condición * (Promedio)	Acceso ** (Promedio)
		Piso de tierra	Techo de lámina	Pared de block	Pasillo de tierra			
Talleres de artesanos pluriactivos								
Selección de piedra	100	88,9			78,6	70,9	2,8	3,5
Corte	100	77,8	88,9	87,5	83,3	31,3	2,7	3,4
Forma	100	88,9	88,9	87,5	83,3	31,8	2,7	3,4
Armado	94,4	82,4	82,4	81,3	82,4	34,8	2,8	3,4
Acabado	94,4	88,2	93,8	86,7	88,2	36,7	2,7	3,5
Pintura	11,1	100	100	100	100	14,5	2,5	2,5
Zona para muestra	72,2	15,4	15,4	100	7,7	38,2	3,9	4,2
Talleres de artesanos								
Selección de piedra	94,7	94,6			84,4	46,5	2,7	3,7
Corte	100	86,8	71,1	84,8	83,3	33,4	2,5	3,6
Forma	100	84,2	71,1	85,3	81,1	42,4	2,5	3,6
Armado	94,7	84,2	71,1	85,3	81,1	32,0	2,5	3,6
Acabado	94,7	88,9	69,4	84,4	82,9	35,1	2,5	3,7
Pintura	5,0	0,0	100	100	0,0	20,0	3,5	3,5
Zona para muestra	50,0	33,3	7,1	85,7	29,4	48,9	3,4	4,2

* Condiciones: 1) Malas 2) Regular 3) Buenas 4) Muy buenas 5) Excelentes

** Acceso: 1) Muy malo, es imposible movilizarse. 2) Malo, es difícil pero posible movilizarse 3) Regular, tiene lo justo para movilizarse 4) Bueno, es fácil movilizarse 5) Muy bueno, pueden movilizarse trabajadores y visitantes

En cuanto a los servicios básicos disponibles, se observó que la mayoría de los talleres carece de instalaciones eléctricas adecuadas, ya que el 69,9% tiene su cableado completamente visible. Aunque la mayoría dispone de agua potable (76,8%) y cuenta con instalaciones sanitarias (82,1%) conectadas a la red municipal. La mayoría de los talleres (73,2%) dispone de algún medio telefónico, pero un porcentaje bajo (35,7%) tiene acceso a internet. Al analizar por grupo de estudio (ver Cuadro 3), se encontró que los talleres cuentan con los servicios básicos necesarios para llevar a cabo sus actividades de producción artesanal, pero no cumplen con las condiciones esenciales para satisfacer las necesidades de los turistas. La visibilidad del cableado, la falta de acceso a internet y la limitada infraestructura eléctrica son aspectos que podrían afectar negativamente la experiencia de los visitantes y que, requieren atención y mejora para potenciar la actividad turística en los talleres.

Cuadro N°3: Condiciones de los servicios de los talleres artesanales en el municipio de estudio

Servicio	Talleres de artesanos pluriactivos			Talleres de artesanos		
	Cuenta con él (%)	Tipo* (%)	Condición** (Promedio)	Cuenta con él (%)	Tipo* (%)	Condición** (Promedio)
Eléctrico	100	66,7	2,6	100	71,1	2,5
Agua	100	72,2	2,8	100	78,9	2,7
Sanitario	83,.	100	2,6	81,6	93,5	2,8
Servicio telefónico	66,7	75	2,8	76,3	69,9	3,1
Internet	38,9	14,3	3,4	34,2	53,8	3,4

* Tipo: Eléctrico: Totalmente visible, Agua: potable, Sanitario: conectado a red, Servicio telefónico: celular, Internet: Alámbrica y wifi.

** Condiciones: 1) Malas 2) Regular 3) Buenas 4) Muy buenas 5) Excelentes

En el cuarto elemento se evaluó el potencial turístico del proceso productivo. Se encontró que los turistas tienen la oportunidad de interactuar con los artesanos, aunque en su mayoría en actividades de carácter contemplativo, es decir, desde la observación. Sin embargo, en las condiciones actuales, resulta difícil que los visitantes tengan la oportunidad de participar directamente en los procesos de producción de las artesanías y aprender técnicas específicas sobre su elaboración (ver Cuadro 4). En orden de importancia, los artesanos destacaron que las actividades que podrían resultar más atractivas para los turistas son el corte (39,3%), el armado (19,6%), la selección de material (17,9%), y el tallado (8,9%).

Por otro lado, en cuanto a los productos que podrían ser más atractivos en los talleres, se mencionó principalmente fue la decoración de interior (42,9%), figuras de ornato (32,1%), esculturas (10,7%), y otros productos diversos (14,2%). Estos hallazgos proporcionan valiosa información sobre las áreas y productos específicos que podrían ser resaltados y promocionados para enriquecer la experiencia turística en los talleres artesanales.

Cuadro N°4: Proceso productivo y participación de los turistas

Actividad	Si puede participar (%)	Tipo de participación				Potencial
		Contemplativa (%)	Activa (%)	Ambas (%)	Promedio*	Escala
Selección de piedra	96,4	68,5	14,8	16,7	1,5	Bajo
Corte	96,4	72,2	14,8	13,0	1,4	Bajo
Forma	94,6	64,2	24,5	11,3	1,5	Bajo
Armado	96,4	66,7	11,1	22,2	1,6	Bajo
Acabado	94,5	57,4	16,7	25,9	1,7	Bajo
Pintura	100	100	0	0	1	Bajo

*Participación promedio: 1) Solo contemplando la actividad 2) activa 3) totalmente participativa

Fuente: Elaboración propia con datos de campo

De acuerdo con los resultados, el proceso productivo actual presenta un potencial bajo, debido a las condiciones en las que se llevan a cabo las actividades productivas de la artesanía del ónix. Concretamente, se identifica que la selección de la piedra (mineral) implica una labor pesada y riesgosa para los turistas, lo que implica que deba realizarse en condiciones de operación que disminuyan el riesgo no solo para los artesanos sino también para las personas que los visitan. Otro riesgo identificado se presenta en los procesos del corte y de la forma del mineral, debido al uso de maquinaria especializada que requiere cierto nivel de capacitación para su manejo. En las etapas de armado y acabado, se utilizan adhesivos

y ácidos dañinos para la salud; mientras que en la fase de pintura se deben usar hornos, exponiendo a los visitantes a riesgos de quemaduras. Se considera que, para fomentar el turismo participativo y creativo, es imperativo mejorar el proceso productivo en su totalidad y adaptarlo a las necesidades de los turistas. Para lograr esto, se requiere que los artesanos reciban capacitación en temas de protección y seguridad.

Otro desafío destacado es la capacitación relacionada con el turismo, ya que el 46,3% de los artesanos considera que necesita formación para ofrecer servicios turísticos, abordando aspectos como la comunicación (79,2%), cursos didácticos (4,2%), ambas áreas (4,2%), y las relaciones humanas (12,5%). Este hallazgo resalta la necesidad de desarrollar programas de capacitación específicos para fortalecer las habilidades necesarias en el ámbito turístico y mejorar la experiencia global de los visitantes.

Sumado a lo anterior, se identificó otro problema, que para emprender talleres turísticos hay una falta de conocimiento sobre el mercado turístico en la región, tanto para artesanos pluriactivos (47,1%) como para artesanos (25,0%). Este desconocimiento se percibe como una problemática relevante, ya que, según Debreczeni (2003), para convertir un recurso en un producto turístico es esencial comprender el mercado, a los consumidores, los canales de distribución y utilizar herramientas efectivas de comercialización.

Después de analizar el valor cultural, la infraestructura y servicios disponibles, así como el potencial del proceso productivo, se calculó el Índice de Potencial Turístico Artesanal (IPTA) para evaluar el potencial turístico de los talleres. Considerando la integración de todos los indicadores, se determinó que el potencial turístico de los talleres es de nivel medio (56,2), y esta evaluación fue estadísticamente similar entre los artesanos pluriactivos (54,9) y los artesanos (56,8) ($t=-0,652$, $p=0,517$). Estos resultados señalan que el potencial turístico de los talleres artesanales está fuertemente vinculado a las condiciones en las que se encuentra el establecimiento, los servicios disponibles para los turistas para garantizar una estancia cómoda y la posibilidad de participación directa, aprendizaje e interacción con los artesanos en el proceso de creación de las artesanías.

5. Conclusiones

La industria de transformación de ónix y mármol en su mayoría está compuesta por pequeños talleres artesanales familiares, que no solo proporcionan empleo sino también ingresos para una parte significativa de la población. Los antecedentes indican que la elaboración de artículos de ónix en esta región es una práctica ancestral, y los artesanos han adaptado su proceso a lo largo del tiempo, ajustándose a las transformaciones sociales y tecnológicas para consolidarse en la forma de talleres artesanales.

Debido a los bajos ingresos generados por estos talleres, poco menos del cuarenta por ciento de los artesanos combinan sus actividades con otros empleos, como la agricultura, la cría de animales y negocios propios dentro de sus hogares. En este contexto, el turismo artesanal surge como una opción interesante para diversificar sus fuentes de ingresos.

Los talleres dependen directa o indirectamente de los turistas que llegan de lugares cercanos para adquirir sus productos. Por este motivo, los entrevistados reconocen la importancia del turismo en la localidad. Sin embargo, hasta el momento, no se ha aprovechado completamente el potencial de los propios talleres para desarrollar el turismo artesanal, a pesar de que se reconoce que esta actividad podría ser atractiva para los visitantes. En este sentido, los establecimientos podrían satisfacer las demandas de las nuevas tendencias turísticas al ofrecer interacción directa con los artesanos, actividades participativas relacionadas con la vida local y compartir aspectos de la cultura de la región.

Utilizando un modelo cuantitativo, se desarrolló un índice compuesto de potencial turístico Artesanal (IPTA) que identificó cuatro potencialidades esenciales para la implementación del turismo artesanal en los talleres. Como resultado de la aplicación del índice, en primer lugar, se resalta que los talleres poseen un alto valor cultural, sugiriendo que aquellos con mayor antigüedad y tradición tienen un mayor potencial turístico en comparación con los de reciente creación. Sin embargo, a pesar de este valor cultural, el potencial turístico general de los talleres artesanales se sitúa en niveles bajos y ello, está ligado a las condiciones actuales de los establecimientos, la disponibilidad de servicios que puedan proporcionar una un producto turistas adecuado a los turistas, dando oportunidad de que los visitantes participen directamente, aprendan e interactúen con los artesanos durante el proceso de creación de las artesanías. Estos aspectos deben ser mejorados, ya que en las condiciones actuales los talleres enfrentan dificultades para diversificar sus productos y generar proyectos turísticos. La atención y mejora en estas áreas son imperativas para elevar el potencial turístico de los talleres artesanales.

En cuanto al proceso productivo, los artesanos reconocen que este forma parte integral de su cultura y tradiciones, lo que podría convertirlo en un atractivo turístico. Sin embargo, en la actualidad, solo serían factibles actividades contemplativas, ya que la manera en que se lleva a cabo la producción de las artesanías impide la participación del turista. Se ha observado que esta actividad se encuentra descuidada en términos de prevención, seguridad y protección personal, lo que resalta la necesidad de capacitar a los artesanos en estos aspectos.

Otros problemas significativos están vinculados a la carencia de capacitación para brindar servicios turísticos, especialmente en áreas como comunicación y relaciones humanas. Además, los artesanos muestran desconocimiento sobre el funcionamiento del mercado turístico en la región. El éxito del turismo artesanal en la localidad dependerá en gran medida de la preparación de los artesanos en estos aspectos. Este objetivo puede lograrse mediante la implementación de programas integrales que abarquen capacitación, asistencia técnica, estrategias de marketing y apoyo financiero, promovido por instituciones vinculadas al turismo y gobiernos locales. Estas iniciativas serían fundamentales para fortalecer las habilidades y conocimientos necesarios para brindar experiencias turísticas de calidad y aprovechar eficazmente el potencial del turismo artesanal en la región.

Bibliografía

- Arias, M. P. (2013). La situación del empleo en turismo rural en España. *Estudios de Economía Aplicada*, 31(1), 1-21. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7637281>
- Arnandis, I., & Agramunt, R. (2019) ¿Qué es un recurso turístico? Un análisis Delphi a la academia hispana. *Cuadernos de turismo*, (43), 39-68. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/374691>
- Bakas, F. E., & Duxbury, N. (2018). Development of rural areas and small cities through creative tourism: The CREATOUR project. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 8(3), 74-84. Disponible en: <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/86973>
- Baković, N. (2020). Regional development of rural tourism: The case of the Gorska Hrvatska region. *Naše gospodarstvo/Our economy*, 66(2), 28-41. Disponible en: <https://journals.um.si/index.php/oe/article/view/2130>
- Barber, T., & Krivoshlykova, M. (2006). Global market assessment for handicrafts. *United States Agency for International Development*, 1, 1-78. Disponible en: https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNADN210.pdf
- Bayoumi, Y., Sheta, S., & Kalifa, M. (2020). Emphasizing the Role of Craftsmanship in Urban Planning Interventions to Promote Tourism-Case Study Zaanse Schans, the Netherlands. *MEJ. Mansoura Engineering Journal*, 41(2), 15-23. Disponible en: https://journals.ekb.eg/article_98978_0.html
- Becerril Torres, O. U., Munguía Vázquez, G., & Demuner Flores, M. (2019). Cultura y creatividad: eficiencia de las industrias creativas en México. En A. Crucita, K. Rodríguez, P. Mora Cantellano, S. Eréndira, O. Serrano, & N. Baca Tavira (Eds.), *Migración, cultura y estudios de género desde la perspectiva regional* (pp. 248-266). Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C. Disponible en: <http://ru.iiec.unam.mx/4799/>
- Díaz Cárdenas, S., Peña Olvera, B., Escobedo Garrido, J., Díaz Cervantes, R., Macías López, A., & Escamilla Prado, E. (2018). Desarrollo armónico rural. Una propuesta teórica desde los sujetos. *Textual: análisis del medio rural latinoamericano*, (72), 152-184. Disponible en: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2395-91772018000200152&script=sci_arttext
- Ciliane Ceretta, C., Zamberlan dos Santos, N., & Flores dos Santos, V. (2014). La valoración de las artesanías en el sur de Brasil a través del turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 23(4), 668-684. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322014000400002&script=sci_arttext
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2019). Planificación para el desarrollo territorial sostenible en América Latina y el Caribe (LC/CRP.17/3). Santiago de Chile, CEPAL. Disponible en: <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/44731>
- Condevaux, A., Djament-Tran, G., & Gravari-Barbas, M. (2016). El antes y el después del turismo. Evolución de los lugares y papel de los actores del turismo “fuera de lo común”. Análisis bibliográfico. *Via. Tourism Review*, (9). Disponible en: <https://journals.openedition.org/viatourism/414>
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). (2018). Estudio Diagnóstico del Derecho a la Educación 2018. Ciudad de México: CONEVAL.

- Correa García, L., González Acolt, R., & García Martínez, B. (2015). Análisis De La Influencia Familiar En Los Talleres Artesanales De México (Influence Analysis of Family Craft Workshops in México). *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 8(3), 93-102. Disponible en: <https://ssrn.com/abstract=2500964>
- Data México. (s.f.). Tecali de Herrera. [Base de datos en línea]. Recuperado el 16 de agosto de 2023, de: <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/tecali-de-herrera#education-and-employment>
- Debrezeni, E. (2003). Gestión del turismo sostenible y patrimonio cultural. *Portal iberoamericano de gestión cultural*, 1-10. Disponible: https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-04/semana3/lecturas/1_1316770834_EDebrezenit_GestionTuristica.pdf
- Díaz, G. (2017). Turismo y desarrollo local. PASOS *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(2), 333-340. Disponible: http://www.pasosonline.org/Publicados/15217/PS217_04.pdf
- Dumitru, E., Micu, M., & Tudor, V. (2019). Conceptual approaches regarding the Romanian rural area. *Scientific Papers: Management, Economic Engineering in Agriculture & Rural Development*, 19(2). Disponible en: <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20193521564>
- Duxbury, N., & Richards, G. (2019). Towards a research agenda for creative tourism: Developments, diversity, and dynamics. *A research agenda for creative tourism*, 1-14.
- Einali, J., Mohammadi Yeganeh, B., & Ghasemlou, H. (2019). The role of creative tourism in sustainable development of rural areas (Case study: historic-cultural villages in north-west of Iran). *Journal of Research and Rural Planning*, 8(2), 19-39. Disponible en: https://jrrp.um.ac.ir/article/view/article_32199.html
- Fayos-Solá, E. (2004). Política turística en la era de la globalización. *Mediterráneo económico*, 5, 215-232. Disponible en: <https://publicacionescjamar.es/wp-content/uploads/2023/04/5-61.pdf>
- Fierros, Isael, & Ávila Foucat, V. Sophie. (2017). Medios de vida sustentables y contexto de vulnerabilidad de los hogares rurales de México. *Revista Problemas del Desarrollo*, 191(48), 107-131.
- Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART). (2017). *Artesanos y artesanías, una perspectiva económica*. Recuperado el 6 de julio de 2023, de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/330994/ARTESANOS_Y_ARTESANIAS_UNA_PERSPECTIVA_ECONOMICA.pdf.
- Pérez Rives, L., & Echarri Chávez, M. (2021). Retos y perspectivas de los Sistemas de Información en Destinos Turísticos. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 5(1), 125-146. Disponible en: <https://doi.org/10.21071/riturem.v5i1.13424>
- García, J. (1996). El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria. *Estudios turísticos*, (132), 47-61. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2199428>
- González R., Merlos, M., & Contreras Moris, F. (2019). Post turismo en clave territorial. Una indagación teórica desde el diálogo posmodernidad-territorialidades. *Aportes y Transferencias*, 17(2), 1-16. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/3304/>
- Hernández Ramírez, V., Pineda Domínguez, D., & Andrade Vallejo, M. (2016). Estrategias para impulsar la innovación artesanal en comunidades del estado de Hidalgo. *En XV Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas 2016* (pp. 18-34).
- Hieu, V., & Rasovska, I. (2017). Craft villages and tourism development, a case study in Phu Quoc island of Vietnam. *Management*, 21(1), 223-236. Disponible en: <https://sciendo.com/abstract/journals/manment/21/1/article-p223.xml>
- Indrahti, S., & Andini, B. (2019). The Existence Culture and Environmental Development Of Monel Crafts In The North Coast Of Jawa (Jepara Coastal Community). En *E3S Web of Conferences* (p. 09003). Disponible en: https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2019/51/e3sconf_ice-nis2019_09003.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Dirección General de Estadísticas Sociodemográficas. Encuesta Intercensal 2015 [Consultado en enero de 2021]. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/intercensal/2015/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Cuenta satélite de la cultura de México. Anuario estadístico del estado de Puebla Volumen II [Consultado el 31 de agosto de 2023]. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/historicos/1334/702825158477-2/702825158477-2_3.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Comunicado de prensa No. 661/22. Cuenta satélite de la cultura de México. [Consultado en enero de 2022]. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/CSC/CSC2021.pdf>

- Iuva de Mello, C., & Ciliane Ceretta, C. (2015). El souvenir artesanal y la promoción de la imagen del lugar turístico. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(2), 188-204. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322015000200001&script=sci_arttext&tlang=en
- Kay, C. (2013). Development strategies and rural development: exploring synergies, eradicating poverty. Critical perspectives in rural development studies (p. 94-128). Disponible en: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315875729-5/development-strategies-rural-development-exploring-synergies-eradicating-poverty-crist%C3%B3bal-kay> .
- Liu, F., Li, G., & Destech Publicat, I. (2018). Research on tourism development model of national intangible cultural heritage (traditional skills) in Guizhou province. En: *AI (AISRC) International Conference on E-commerce and Contemporary Economic Development (ECED 2018), Hangzhou, China* (341-347).
- Liu, Y., & Wang, R. (2020). Creative Research on Rural Tourism Products Based on TAIM Model—Take Xintian Village of Quanzhou County as an Example. En: *E3S Web of Conferences*. EDP Sciences (p. 01036). Disponible en: [https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2020/03/e3sconf_arfee2020_01036.html](https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2020/03/e3sconf_arfee2020_01036/e3sconf_arfee2020_01036.html)
- Manikandan, K., & Baskaran, B. (2017). Problems faced by craft tourism sectors in Thanjavur District of Tamilnadu. *Asia Pacific Journal of Research*, 1, 126-129. Disponible en: https://web.archive.org/web/20180423015107id_/http://www.apjor.com/downloads/1910201721.pdf
- Menchaca Aguilar, A. (2021). El turismo artesanal postindustrial como estrategia para mejorar las condiciones de vida en el medio rural [Tesis de maestría, Colegio de Postgraduados]. Recuperado de <http://colposdigital.colpos.mx:8080/xmlui/handle/10521/4746>
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de turismo*, (35), 335-357. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/221641>
- Navarro, F., Labianca, M., Cejudo, E., De Rubertis, S., Salento, A., Maroto, J., & Belliggiano, A. (2018). Interpretation of innovations in rural development. The cases of LEADER projects in Lecce (Italy) and Granada (Spain) 2007-2013 period. *European Countryside*, 10(1), 107-126. Disponible en: <https://sciendo.com/article/10.2478/euco-2018-0007>
- O'Brien, P., Sykes, O., & Shaw, D. (2015). The evolving context for territorial development policy and governance in Europe—from shifting paradigms to new policy approaches. *L'Information géographique*, 79(1), 72-97. Disponible en: <https://www.cairn.info/revue-l-information-geographique-2015-1-page-72.htm>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). La economía rural: Una fuente sin explotar de empleos, crecimiento y desarrollo. [Consultado el 07 de noviembre de 2023]. Disponible en: https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_547261/lang--es/index.htm
- Organización Mundial Del Turismo (UMWTO). (2016). Compendio de Estadísticas de Turismo, edición 2014. Organización Mundial del Turismo (UNWTO). Disponible en: <https://www.unwto.org/es/archive/news/2013-03-26/compendio-de-estadisticas-de-turismo-edicion-2014>
- Pavlovic, N. (2016). Entrepreneurial idea as a chance for rural tourism development. En *Tourism International Scientific Conference Vrnjačka Banja-TISC*. 552-568. Disponible en: <http://www.tisc.rs/proceedings/index.php/hitmc/article/view/237>
- Pecqueur, B. (2013). Territorial development.: A new approach to development processes for the economies of the developing countries. *INTERthesis: Revista Internacional Interdisciplinar*, 10(2), 8-32. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5175761>
- érez, A., & Camberos, M. (2015). Impacto del turismo en el bienestar de los mexicanos por regiones. En A. Gamez, A. Palafox, & M. Gutiérrez (Eds.), *La construcción del espacio turístico. Procesos, autores e impactos. Memorias del IX Congreso Internacional de la Academia Mexicana de Investigación Turística* (pp. 355-368). La Paz, Baja California Sur: Instituto Sudcaliforniano de Cultura-Academia Mexicana de Investigación Turística-Universidad Autónoma de Baja California Sur.
- Pulido Fernández, J. (2008). *El turismo rural. Estructura económica y configuración territorial en España*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Radović, G., & Vasiljević, Z. (2018). Current forms of rural tourism in Serbia and modalities of financing. En *Tourism International Scientific Conference Vrnjačka Banja-TISC*, 521-537. Disponible en: <http://www.tisc.rs/proceedings/index.php/hitmc/article/view/73>
- Riffó Pérez, L. (2013). *50 años del ILPES: Evolución de los marcos conceptuales sobre desarrollo. CEPAL - Serie Desarrollo Territorial (LC/L.3593)*, Santiago. Disponible en: <https://hdl.handle.net/11362/7248>
- Ristić, L., Vujović, M., & Leković, M. (2016). Tourism as a factor of sustainable development of rural areas belonging to Rudnička Morava. *Economics of Agriculture*, 63(2), 665-680. Disponible en: <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20163230844>

- Rodríguez Basso, S., Ramírez Pérez, J. F., & Pérez Hernández, I. (2021). Turismo desde la cultura. Contribución al desarrollo local. *Cooperativismo y Desarrollo*, 9(3), 747-763. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2310-340X2021000300747&script=sci_arttext
- Sales Heredia, F. (2013). *Análisis de la situación actual del turismo cultural en México [PDF]*. Cámara de Diputados. Recuperado de: http://biblioteca.diputados.gob.mx/janum/bv/cesop/lxii/art_mex_sitact_re.pdf
- Santana Talavera, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes antropológicos*, 9, 31-57. Disponible en: <https://www.scielo.br/j/ha/a/bPNDRqnv5mDzhQy54zVDbvF/>.
- Sharma, A., Bhowmick, B., & Patnaik, J. (2020). Innovation Through hub and Spoke Model: E-Commercializing Regional India's Handicraft Industry. En: *European Conference on Innovation and Entrepreneurship*. Academic Conferences International Limited, 614-XXI. DOI:10.34190/EIE.20.174
- Yang, Y., Shafi, M., Song, X., & Yang, R. (2018). Preservation of Cultural Heritage Embodied in Traditional Crafts in the Developing Countries. A Case Study of Pakistani Handicraft Industry. *Sustainability*, 10(5), 1336. <https://doi.org/10.3390/su10051336>

Notes

- ¹ La aportación al PIB nacional fue de 736,725 millones de pesos mexicanos. El valor en dólares se calculó de acuerdo al tipo de cambio promedio del 2021, publicado por el Banco de México (Banxico).
- ² En pesos mexicanos el salario promedio fue de 3 750. El valor en dólares se calculó de acuerdo al tipo de cambio promedio del 2016, publicado por el Banco de México (Banxico).

Recibido: 01/03/2024
Reenviado: 20/06/2024
Aceptado: 20/06/2024
Sometido a evaluación por pares anónimos