

REVISTA DIGITAL



OTEG

Observatorio Turístico
del Estado de Guanajuato

3ERA EDICIÓN

SOSTENIBILIDAD EN ACCIÓN

EXPLORANDO ENFOQUES
DISRUPTIVOS EN EL TURISMO



Guanajuato
Vive Grandes Historias
Secretaría de Turismo

www.observatorioturistico.org

CONTENIDO

Presentación	2
Carta de los editores	3
El Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato (OTEG)	4
Indicadores de la Actividad Turística del Estado de Guanajuato	7
Un acercamiento al estudio del mezcal en el estado de Guanajuato como fortaleza turística	8
Explorando el futuro del turismo: La digitalización para un mundo sostenible	18
Perfil del visitante a la Feria Nacional de la Birria 2022 en Ciudad Guzmán, Jalisco	29
Miembros OTEG	42

PRESENTACIÓN



La sostenibilidad se ha convertido en un objetivo universalmente aclamado en el sector turístico, pero el verdadero reto reside en su aplicación. Las investigaciones de ONU Turismo demuestran una paradoja: mientras que todas las políticas turísticas nacionales reconocen la sostenibilidad como un objetivo estratégico fundamental, existe una notable carencia de herramientas y metodologías procesables para su ejecución real.

Análisis adicionales de la ONU Turismo identifican que las acciones de sostenibilidad exitosas comparten características comunes que conducen a su efectividad y durabilidad. Entre estos elementos pivote se encuentran la interconexión de actores, la comunicación efectiva, la replicabilidad, estructuras de valores sólidas, las características distintivas de los actores principales,

interesados. Esta investigación sugiere que la sostenibilidad debe considerarse como un viaje continuo integrado en las operaciones diarias en lugar de un objetivo estático.

Las iniciativas exitosas se caracterizan por una dedicación al mejoramiento continuo, un profundo compromiso de los interesados y una cultura que abraza la confianza y la innovación. Además, la comunicación abierta, las estrategias inclusivas y un liderazgo decisivo son cruciales para fomentar iniciativas sostenibles efectivas. Esencialmente, la colaboración a través de una variedad de instituciones e interesados es fundamental para recopilar perspectivas e impulsar el cambio hacia adelante.

Con frecuencia, observamos destinos turísticos liderando este cambio transformador. La Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible (INSTO) de la ONU Turismo enlaza estos destinos pioneros. Guanajuato está entre estos destinos líderes y aplaudimos su compromiso sostenido y progreso en esta área.

Por lo tanto, la tercera edición de la Revista Digital OTEG es particularmente significativa, ya que profundiza en la "Sostenibilidad en Acción" a través de enfoques turísticos innovadores. Este tema nos desafía a repensar cómo los desafíos de sostenibilidad pueden transformarse en oportunidades para una acción impactante y significativa. Espero con interés ver las soluciones prácticas y nuevas perspectivas que esta edición aportará a la conversación más amplia sobre turismo sostenible.

Dirk Glaesser
Director de Turismo Sostenible y Resiliente
ONU Turismo



CARTA DE LOS EDITORES

Estimados lectores.

Nos enorgullece presentarles la tercera edición de la revista del Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato (OTEG) que hemos titulado: **"Sostenibilidad en acción: explorando enfoques disruptivos en el turismo"**. Como editores de este número, consideramos este un tema actual y relevante, que fomenta la reflexión y plantea perspectivas innovadoras que enriquecen el desarrollo sostenible del turismo.

La sostenibilidad en el turismo representa un compromiso que requiere un cambio fundamental en la manera cómo concebimos y gestionamos nuestras actividades turísticas. En este sentido, nuestra revista se presenta como un espacio propicio para el intercambio de ideas, experiencias, investigaciones y mejores prácticas, contribuyendo así a transicionar hacia un turismo más sostenible y responsable.

Encontrarán una minuciosa selección de artículos que abordan aspectos vinculados con la sostenibilidad en el turismo. Desde la gestión eficiente de los recursos naturales y la preservación del patrimonio cultural, hasta la integración de las comunidades locales y el fomento del turismo responsable e incluso la digitalización del turismo. Asimismo, contamos con la colaboración de expertos, con perspectivas enriquecedoras que ofrecen una visión amplia de los desafíos y oportunidades que enfrentamos en la actualidad.

El primer artículo explora la historia y la importancia económica y turística del mezcal

en la región, destacando su denominación de origen y su potencial como atracción turística.

El segundo artículo examina cómo la tecnología puede mejorar la experiencia del visitante y promover modelos de negocio eficientes y sostenibles mediante una revisión sistemática de literatura. El tercer artículo analiza los procesos de gestión turística en un Área Natural Protegida (ANP), proponiendo una estrategia eficiente y sustentable de manejo para asegurar la permanencia y la abundancia del sistema ecológico, así como para generar más beneficios para la comunidad local. Por último, el cuarto artículo se enfoca en indagar en las características y preferencias de los turistas que asisten a la Feria Nacional de la Birria, con el propósito de mejorar este evento tradicional a través de la comprensión de las expectativas de los visitantes.

Agradecemos a los autores, colaboradores, revisores y editores que han contribuido a la realización de esta edición. Asimismo, reconocemos el esfuerzo y compromiso de nuestro equipo de trabajo, cuya dedicación es fundamental para ofrecer un contenido de calidad y relevancia a nuestros lectores.

Deseamos que esta lectura sea de su interés y aporte a la reflexión sobre la importancia de la sostenibilidad en el turismo. Confiamos en que los enfoques disruptivos que aquí presentamos contribuirán a avanzar hacia un futuro más justo, responsable, equitativo y sostenible en el turismo.

Atentamente,



Dr. Omar Trejoluna Puente
Profesor-Investigador
Universidad de Guanajuato



Mtra. Adriana Islas Rodríguez
Coordinadora de la Licenciatura en
Turismo y Desarrollo Sostenible
ENES Unidad León de la UNAM



Dr. Rigoberto García Contreras
Profesor-Investigador
ENES Unidad León de la UNAM

Editores de la 3era edición de la Revista Digital del OTEG, 2024

OBSERVATORIO TURÍSTICO DEL ESTADO DE GUANAJUATO

El turismo es una fuerza poderosa que puede impulsar economías, preservar culturas y enriquecer experiencias personales. En México, un país conocido por su riqueza cultural y belleza natural, el turismo desempeña un papel fundamental en el desarrollo económico y la promoción de su patrimonio. Uno de los destinos más destacados de México es el Estado de Guanajuato, famoso por sus ciudades coloniales, su vibrante escena cultural y su impresionante arquitectura. Para garantizar que el turismo en Guanajuato siga siendo un motor de crecimiento sostenible y beneficioso, el Observatorio Turístico.

Análisis adicionales de la ONU Turismo identifican que las acciones de sostenibilidad exitosas comparten características comunes que conducen a su efectividad y durabilidad. Entre estos elementos pivote se encuentran la interconexión de actores, la comunicación efectiva, la replicabilidad, estructuras de valores sólidas, las características distintivas de los actores principales,

Una mirada a la historia del Observatorio Turístico de Guanajuato

El Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato, conocido por sus iniciales como **OTEG**, es un espacio de **análisis, técnico, intersectorial e interdisciplinario** en el que un conjunto de personas y entidades se unen y organizan con el propósito de **vigilar, medir y verificar la evolución del sector turismo** en el Estado de Guanajuato.

El OTEG dio sus primeros pasos en 2010, estableciendo mesas de trabajo para definir indicadores de impacto en el turismo del estado. En el año 2011, se llevó a cabo su puesta en marcha, lo que implicó la definición de indicadores, la conformación de comisiones y la integración de una red de investigadores. Además, se activó el portal de internet como parte de sus operaciones. Para el año 2013, un hito importante fue la celebración del primer Encuentro Nacional e Internacional de Observatorios Turísticos (ENIOT), que congregó a investigadores y expertos en indicadores turísticos, fomentando el intercambio de conocimientos y experiencias.

Avanzando al año 2014, el Observatorio dio un paso hacia la internacionalización al convertirse en **Miembro Afiliado** a la Organización Mundial del Turismo (OMT) y solicitar su incorporación a la **Red de Observatorios Turísticos Sostenibles de la OMT (INSTO)**, logrando en el año 2015 ser el primero en México y el séptimo en incorporarse a esta Red a nivel internacional. Además, se enfocó en la integración de indicadores de sustentabilidad, reflejando su compromiso con un turismo responsable y sostenible.

Actualmente, el Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato coadyuva al desarrollo de nuevos Observatorios a nivel nacional e internacional, confirmándose como pionero en Políticas públicas, metodologías, herramientas técnicas, transparencia y medición de resultados.

Misión y Visión: La Brújula del Observatorio

MISIÓN

Ser un organismo **multidisciplinario**, enfocado a la **identificación, análisis, interpretación** y **evaluación** de los resultados de la actividad turística, a través de **indicadores** que permitan mejorar la **competitividad** del sector, con un enfoque de **sostenibilidad** e **inclusión** social que ayude a la toma de **decisiones**.

VISIÓN

Consolidarnos como el organismo de referencia nacional e internacional que sirve de **guía** a los actores del sector turístico, gestionando el **conocimiento** de esta actividad y que genera los **indicadores** claves que inciden en la **recuperación, competitividad** y **desarrollo** turístico sostenible del Estado de Guanajuato.

Funciones del Observatorio

El OTEG se compromete con una serie de funciones y objetivos que son esenciales para el desarrollo sostenible de la industria turística en el estado. Estos incluyen:

- **Recopilación de Datos:** El observatorio se encarga de recopilar datos relevantes sobre el turismo en Guanajuato. Esto incluye estadísticas sobre el número de visitantes, su procedencia, la ocupación hotelera y otros indicadores clave. Estos datos son fundamentales para comprender la dinámica del turismo en la región.
- **Análisis de Tendencias:** A través del análisis de datos, el observatorio identifica tendencias en la industria turística. Esto permite a las autoridades y a los actores del sector tomar decisiones informadas sobre políticas y estrategias a seguir.
- **Evaluación de Impacto:** El observatorio evalúa el impacto del turismo en la economía local, en el medio ambiente y en la sociedad en general. Esta evaluación es crucial para garantizar que el turismo sea sostenible y beneficioso para la comunidad.
- **Generación de Indicadores Clave:** Una de las funciones más críticas del observatorio es la generación de indicadores clave que sirvan como referencia para medir el desempeño del sector turístico. Estos indicadores incluyen la tasa de crecimiento del turismo, la satisfacción de los visitantes y la contribución económica del turismo al estado.
- **Comunicación de Resultados:** El observatorio se encarga de comunicar de manera efectiva sus hallazgos y resultados a las autoridades, empresas turísticas y al público en general. Esto fomenta la transparencia y la participación en la toma de decisiones relacionadas con el turismo.
- **Asesoramiento y Orientación:** Además de recopilar datos, el observatorio ofrece asesoramiento y orientación a las autoridades y empresas turísticas. Esto ayuda a desarrollar estrategias efectivas y a tomar medidas para promover un turismo sostenible.

Además, el Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato desempeña **funciones específicas** que agregan valor a su labor:

- **Generación de información adecuada** y consensuada que permite definir el actuar del sector turismo. Esto garantiza que las decisiones se basen en datos confiables y sólidos.
- **Transparencia** al poner a disposición de la sociedad la información relativa al turismo en Guanajuato. Esto se hace siguiendo criterios metodológicos, técnicos y de transparencia para asegurar la integridad de los datos.
- **Tablero de control** como mecanismo permanente de medición y monitoreo en aspectos prioritarios del tema. Esto permite un seguimiento constante de los indicadores clave y la toma de decisiones ágiles.
- **Generación de conocimiento útil** a través de estudios e investigaciones que enriquecen la comprensión del turismo en Guanajuato y aporta información valiosa para la toma de decisiones.

Estructura del Observatorio: una toma de decisiones activa

El Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato despliega una relevancia crucial en la gestión y promoción del turismo en la región. Su importancia radica en su capacidad para recopilar, analizar y generar información precisa sobre la actividad turística, lo que facilita la toma de decisiones informadas y estratégicas.

Al **delegar sus funciones en un Grupo Técnico** compuesto por expertos en los sectores educativo, privado, público y del Consejo Consultivo Turístico (COTUEG), con profundos conocimientos en datos estadísticos, investigación y generación de indicadores, el observatorio garantiza una perspectiva integral y rigurosa sobre el estado actual y las tendencias futuras del turismo en Guanajuato.

En última instancia, el objetivo principal del Observatorio Turístico es coadyuvar en el crecimiento y fortalecimiento de la industria turística del estado, contribuyendo así al progreso económico y social de Guanajuato.



Creación propia

Asimismo, el Grupo Técnico del Observatorio Turístico, asigna atribuciones en cinco **comisiones de trabajo**:



Imagen: Comisiones de trabajo OTEG. Fuente: Creación propia

El OTEG es una piedra angular en la promoción y el desarrollo sostenible de esta hermosa región de México. Su misión y visión trascienden las fronteras geográficas, consolidándose como un referente nacional e internacional en la gestión del conocimiento turístico y la generación de indicadores clave.

Indicadores de la Actividad Turística del Estado de Guanajuato 2023



Fuente: Secretaría de Turismo del estado de Guanajuato, Datatur, Estudio del Perfil del Visitante, Grupo Aeroportuario del Pacífico (GAP). Variación con respecto al año 2023.

UN ACERCAMIENTO AL ESTUDIO DEL MEZCAL EN EL ESTADO DE GUANAJUATO COMO FORTALEZA TURÍSTICA

RESUMEN

La ubicación estratégica del estado de Guanajuato lo posiciona como uno de los estados con mayor conectividad y desarrollo en diversos aspectos económicos y sociales. Aunado a ello la importancia de la región durante la guerra de independencia ha dejado un vasto legado cultural para el desarrollo de diversas actividades turísticas.

Como parte de dicha herencia cultural, Guanajuato fue el primer estado de la República Mexicana en producir mezcal (Gallardo, 2020). El mezcal nombrado en ese momento como Destilado Criollo es derivado de la técnica de destilación enseñada por los españoles y la utilización del agave silvestre encontrado en la región del estado de Guanajuato.

Bajo este legado histórico el objetivo de este artículo es identificar el potencial turístico que posee la región guanajuatense productora de mezcal, con la intención de poder desarrollar actividades de turismo rural en torno a ellos. Este artículo es considerado con un diseño no experimental, documental en el cual se obtuvo un análisis FODA que favorece la identificación del potencial turístico.

Palabras clave: Mezcal, turismo, Guanajuato, potencial turístico.

ABSTRACT

The strategic location of the state of Guanajuato positions it as one of the states with the greatest connectivity and development in various economic and social aspects. Added to this, the importance of the region during the war of independence has left a vast cultural legacy for the development of various tourist activities. As part of this cultural heritage, Guanajuato was the first state in the Mexican Republic to produce mezcal.

The mezcal named at that time as Destilado Criollo is derived from the distillation technique taught by the Spanish and the use of wild agave found in the region of the state of Guanajuato. Under this historical legacy, the objective of this article is to identify the tourism potential that the mezcal-producing region of Guanajuato has, with the intention of being able to develop rural tourism activities around them. This article is considered with a non-experimental, documentary design in which a SWOT analysis was obtained that favors the identification of tourism potential.

Keywords: Mezcal, tourism, Guanajuato, tourism potential.



UN ACERCAMIENTO AL ESTUDIO DEL MEZCAL EN EL ESTADO DE GUANAJUATO COMO FORTALEZA TURÍSTICA

INTRODUCCIÓN

La palabra mezcal deriva del nahuatl mezcalli, que significa agave horneado. Esta bebida histórica del país ha destacado en primer lugar por su sabor característico, pero al mismo tiempo por el legado ancestral que trae consigo.

Se dice que el primer mezcal fue enviado por los dioses. Derivado de un mito que narra cómo cayó desde el cielo un fuerte rayo sobre un agave, tatemándolo de manera instantánea (Canché, 2022), aunado a ello se dice que el mezcal es una bebida espirituosa, debido a que con ella se bendice la tierra y se abraza el alma.

De manera histórica se considera que el mezcal tiene aproximadamente 400 años de tradición. Durante la conquista, los españoles trajeron consigo el proceso de destilación, el cual fue enseñado a los antiguos mexicanos. Este mismo proceso fue transmitido de los árabes a los europeos. Y llegó a México en el siglo XVI, logrando tomar un lugar prioritario sobre el pulque que se utilizaba durante los rituales o celebraciones religiosas (García, 2005).

Durante la revolución mexicana, esta bebida tuvo un gran auge, pero su crecimiento fue muy lento. Para la década de los 80's la producción artesanal de mezcal era considerada ilegal, por lo que muchas familias productoras lo elaboraban de manera clandestina (Bautista, Orozco & Terán, 2015).

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Se sabe que la producción del mezcal en el estado de Guanajuato tiene trascendencia en la época colonial, sin embargo, existen muy pocos documentos que contengan información relevante con respecto a los orígenes de esta bebida. Uno de los principales autores del mezcal que se producía en el estado de Guanajuato fue Henry George Ward (1797-1860), quien fue diplomático, político y administrador de la corona inglesa (Valdez, 2018).

Para el año de 1828 se publicó el libro titulado “México in 1827. His Majesty's Charge d'affaires in that country”, obra compuesta por dos tomos, que recopilan descripciones específicas de los lugares visitados y las experiencias vividas en México por el diplomático inglés. Como parte de esas experiencias, se describe en el tomo II su travesía en la hacienda “El Jaral”. Al respecto de esta hacienda, menciona las características y la importancia de la misma. Siendo esta construcción propiedad del Márquez del Jaral, uno de los terratenientes más ricos de la época. Como parte de las actividades desarrolladas a su paso por esta hacienda menciona haber probado el vino mezcal, que lo describe de la siguiente manera:

...Una bebida fuerte llamada vino mezcal, similar al whisky de sabor, pero extraído del maguey, en una destilería de reciente creación por el conde (Ward, 1828 como se citó en Valdez, 2018).

Para el año de 1880, como parte del inventario nacional de la producción agrícola, se menciona que el estado de Guanajuato en el año de 1879 produjo 4,524 barriles de mezcal corriente, teniendo una derrama económica con dicha producción de \$45,240 pesos (Valdez, 2018).

UN ACERCAMIENTO AL ESTUDIO DEL MEZCAL EN EL ESTADO DE GUANAJUATO COMO FORTALEZA TURÍSTICA

Otra referencia sobre la producción de mezcal en el estado, es la del guanajuatense Emiliano Busto (1844 Mineral de San Nicolás, Guanajuato-1897 Ciudad de México), publicando la obra Estadística de la República Mexicana, documento en el cual se concentran los informes rendidos a la Secretaría de Hacienda en los rubros de Agricultura, Industria, Minería y Comercio, mencionando como uno de los productos el Mezcal corriente, cuya producción en el estado de Guanajuato fue de 4,524 barriles, teniendo un valor de 45,240 pesos.

Así mismo el abogado, literato y periodista Alfonso Luis Velasco Tamayo (Citado por Gallardo, 2018) menciona en el año de 1890 que se publicó la obra “Geografía y Estadística de la República Mexicana”, en la cual describe de manera particular las características geográficas e históricas de los 20 estados y territorios en los que en ese entonces estaba dividido el país, destacando la producción de mezcal.

Para el año 1904, se publicó el libro “Geografía Local del estado de Guanajuato”, escrito por Don Pedro González, político e historiador del estado, en el que se menciona que el estado es productor de aguardiente de caña, mezcal, pulque y tlachique obteniendo de la venta de estas bebidas un monto de \$307,178.

Otro documento importante que hace referencia sobre la producción de mezcal en el estado de Guanajuato, es la obra del General Pedro Rincón Gallardo, presidente de la Comisión Agrícola Mexicana, quien publicó en 1901 la memoria “El Maguey” en 1898, destacando la variedad de agave que cubre campos inmensos y áridos (Gallardo, 2018).

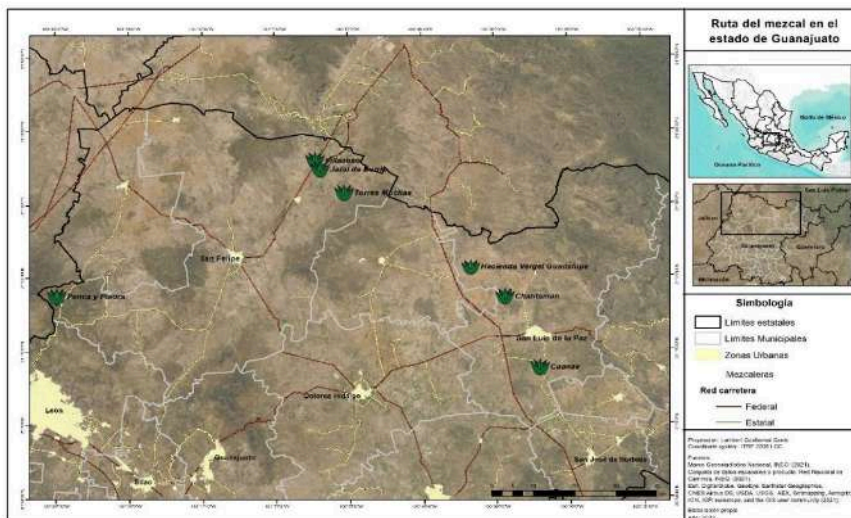
Durante cada una de estas épocas de la historia de México, la producción del mezcal tenía como objetivo el abastecimiento de esta bebida al mercado consumidor, pero es hasta el año 2015 que el estado obtiene la denominación de origen.

Principales regiones productoras de mezcal en el Estado de Guanajuato

Actualmente en México se producen alrededor de 7.2 millones de litros de mezcal, en torno de los estados que cuentan con la denominación de origen; Oaxaca, Guerrero, Michoacán, Durango, San Luis Potosí, Tamaulipas, Puebla, Aguascalientes, Estado de México, Morelos y Guanajuato (Statista Research Department, 2022).

Particularmente en el estado de Guanajuato la producción de mezcal se encuentra en los municipios de San Felipe y San Luis de la Paz quienes fueron distinguidos con la denominación de origen en el año 2001 y 2015 respectivamente.

Ilustración 1: Ruta turística del mezcal en el estado de Gto.

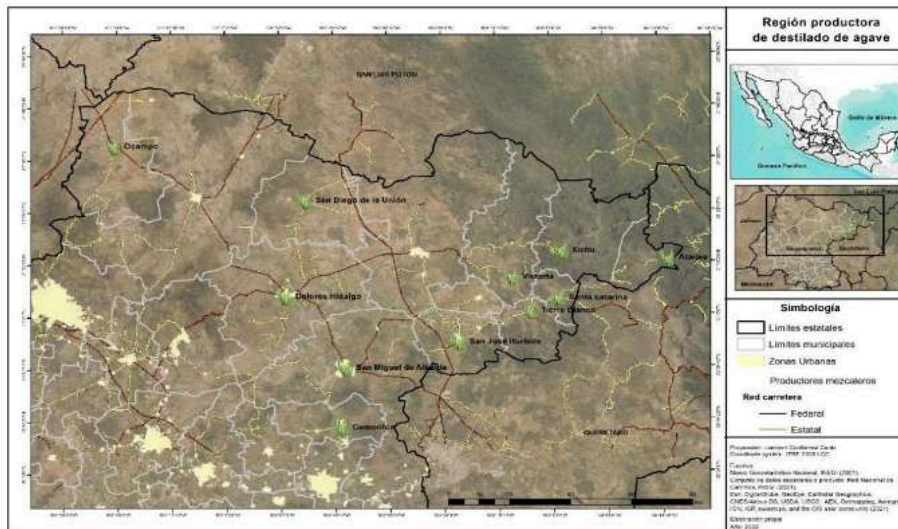


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del OTEG (2023)

UN ACERCAMIENTO AL ESTUDIO DEL MEZCAL EN EL ESTADO DE GUANAJUATO COMO FORTALEZA TURÍSTICA

Sin embargo, existen referencias históricas desde el siglo XIX que marcan como regiones productoras de mezcal a otros municipios, los cuales aún no cuentan con la Denominación de Origen: San Miguel de Allende, Dolores Hidalgo, San Diego de la Unión, Ocampo, San José Iturbide, Tierra Blanca, Victoria, Atarjea, Santa Catarina, Xichú y Comonfort (Valdés, 2018).

Ilustración 2: Productores de mezcal sin DO



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del OTEG (2023)

METODOLOGÍA

Esta investigación es considerada no experimental. Las investigaciones no experimentales son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos (Hernández, et. al 2014).

Así mismo se realiza un acercamiento para identificar el potencial turístico que posee la región guanajuatense productora de mezcal, siendo este el objetivo principal como se mencionó anteriormente.

En términos generales, la investigación se desarrolla en dos momentos. El primero de ellos durante la investigación de gabinete, en donde se recurrió a bibliografía científica para conocer el proceso de elaboración del mezcal y los antecedentes históricos del mismo. Posterior a ello, en el segundo momento de la investigación se realizó el trabajo de campo, el cual consistió en recorrer algunos de los municipios y casas productoras del mezcal para identificar su potencial turístico, a partir de los productores regionales de mezcal.

RESULTADOS

A continuación, se desarrollan los hallazgos obtenidos, divididos en dos grandes apartados. En la primera parte se muestran algunas gráficas que reflejan el comportamiento de los flujos de turistas que desarrollan actividades turísticas en torno a la visita de las casas productoras de mezcal en el estado, a la vez que se presenta el perfil de dichos flujos de turistas, esto con la intención de identificar la preferencia de los propios turistas, mientras que en la segunda parte se observa un análisis FODA y una matriz estratégica que favorecen la identificación del potencial turístico.

UN ACERCAMIENTO AL ESTUDIO DEL MEZCAL EN EL ESTADO DE GUANAJUATO COMO FORTALEZA TURÍSTICA

Análisis de la demanda

Con respecto a la demanda de la ruta turística se identifica el perfil del turista, con la finalidad de conocer el interés de visitar la región productora de mezcal. Para el municipio de San Luis de la Paz, según datos del Observatorio Turístico del estado de Guanajuato, (OTEG, 2020) corresponde el 53% a hombres de 42 años en promedio y el 47% mujeres de la misma edad promedio. Siendo el 99% de procedencia nacional y el 1% estatal.

Asimismo, el 21% son considerados turistas, mientras que el 79% son excursionistas, que viajan acompañados en promedio con 3.6 personas. (OTEG, 2023).

Con respecto al total de afluencia turística la gráfica 1 muestra los segmentos de turistas que llegan al municipio.

Nota: El principal segmento de turismo en el municipio de San Luis de la Paz corresponde al de ocio y recreación, mientras que el turismo wellness es menos practicado. Tomado de OTEG, (2023).

Dentro del segmento correspondiente a gastronomía se engloban los turistas que recorren la ruta turística, los cuales corresponden a un estimado de 8,892 personas y una derrama estimada de 162.6 millones de pesos para el municipio por el total de los segmentos.

Para el caso de San Felipe, los datos son similares, solo que para esta cuestión se obtuvo información referente al turismo gastronómico del OTEG (2022), debido a que la información relacionada con la ruta del tequila y el mezcal está basada en la asistencia al festival del tequila y el mezcal del año 2013, datos que por ende no se encuentran debidamente actualizados.

En términos estatales el 1% de los turistas que llegan al estado practican turismo gastronómico, dentro del cual se ubica la ruta del mezcal. Del total de personas que llegan, el 79% son considerados excursionistas, mientras que el 21% son turistas (OTEG, 2023).

La denominación de origen

La Denominación de Origen (DO) es un signo distintivo que identifica un producto como originario del país o de una región o localidad del territorio nacional, cuando la calidad, reputación y otra característica del mismo sea imputable, fundamentalmente a su origen geográfico, teniendo en consideración, además, otros factores naturales y humanos que inciden en la caracterización del producto (INAPI, 2018).

Gráfica 1: Segmentos turísticos San Luis de la Paz



UN ACERCAMIENTO AL ESTUDIO DEL MEZCAL EN EL ESTADO DE GUANAJUATO COMO FORTALEZA TURÍSTICA

La ventaja fundamental de la denominación de origen es que garantiza al consumidor un nivel de calidad. A cambio, los productores obtienen una protección legal, así como el fomento de organización del sector productivo y facilita el acceso de productores a mercados nacionales e internacionales, (Martínez, 2015).

En México el Instituto de la Propiedad Industrial (IMPI) es la máxima autoridad regulatoria respecto a la DO, es esta dependencia quien se encuentra facultada para otorgar y tramitar nuevos registros de marca. El IMPI (2018) es quien determina también, las condiciones para otorgar un registro a:

- Un producto de características únicas o calidad especial que lo individualizan entre los productos de su misma especie.
- Un producto con características derivadas exclusivamente de factores naturales y humanos.
- El producto identificado o designado con el nombre del lugar en que se produce

La Denominación de Origen del mezcal fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 28 de noviembre de 1994, donde se establecieron las entidades que contaban con las características que establece esta denominación, siendo de manera oficial 9 estados del país que conforman el territorio protegido por figura jurídica de la Denominación de Origen Mezcal (DOM), siendo estos Oaxaca, que fue el primero en recibirla junto con Guerrero, Durango, Zacatecas y San Luis Potosí (DOF, 1994); a los que posteriormente se incorporaron Guanajuato (San Felipe; DOF, 2001; San Luis de la Paz, 2015) y Tamaulipas (DOF, 2003), Michoacán (DOF, 2012) y Puebla (DOF, 2015), (Gallardo, 2018).

Tabla 1 Regiones productoras de mezcal en el estado de Guanajuato en el siglo XIX

Departamentos	Partidos	Municipalidades
Allende	Allende	San Miguel de Allende
	Hidalgo	Dolores Hidalgo
	San Diego	San Diego de la Unión
	San Felipe o Ciudad Manuel González	San Felipe Ocampo
Sierra Gorda	San Luis de la Paz	San Pedro de Pozos
	Iturbide	San José de Iturbide
		Tierra Blanca
	Victoria	Victoria
		Atarjea
		Santa Catarina
	Xichú	

Fuente: Velasco (1895)

Actualmente la Agencia Informativa (Conacyt), en el Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y Diseño del Estado de Jalisco (Ciatej) está realizando un proyecto financiado por el Fondo Mixto (Fomix) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) y el Gobierno del estado de Guanajuato, para abrir a once municipios del estado de Guanajuato el que sean incluidos en la denominación de origen del Mezcal (DOM).

UN ACERCAMIENTO AL ESTUDIO DEL MEZCAL EN EL ESTADO DE GUANAJUATO COMO FORTALEZA TURÍSTICA

La denominación de origen como fortaleza de las actividades turísticas

La Denominación de Origen del mezcal en el estado de Guanajuato ha traído consigo una serie de beneficios no solo para las haciendas y casas productoras del mezcal, sino en términos generales a los dos municipios poseedores de la DO aumentando el flujo de turistas, la derrama económica y con ello el apoyo de la Secretaría de Turismo para la difusión y desarrollo del mezcal de las casas productoras y la ruta.

Tabla 2: FODA de la región con DO

FACTORES EXTERNOS	
AMENAZAS (A) 1. Presencia de mezcal apócrifo a menor precio. 2. Productores mezcaleros sin DO que van en crecimiento. 3. Poca producción de agaves en la región	OPORTUNIDADES (O) 1. Crecimiento de la demanda
FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F) 1. Protección legal a los productores. 2. Estándares de calidad 3. Reconocimiento a nivel global 4. Las casas productoras se han convertido en atractivos turísticos 5. Consumo del producto en crecimiento	DEBILIDADES (D) 1. Las nuevas generaciones no se encuentran interesadas en continuar con los conocimientos de producción del mezcal 2. No existe una asociación de mezcaleros en Guanajuato 3. Las rutas turísticas están definidas pero aún tienen carencias

Fuente: Elaboración propia

Las diversas especies de agaves que se encuentran en la región norte del estado de Guanajuato son aptas para la producción del destilado, como lo mencionan Mandujano, et. al (2018), el 25% de estos agaves silvestres se han distribuido y reproducido de manera natural en la región y han evolucionado como vegetación nativa y su aprovechamiento ha sido mediante la recolección, lo que ha contribuido al proceso de fabricación del mezcal como un atractivo potencial de turismo rural, capaz de propiciar el desarrollo de las regiones productoras.

Esto lo retoma Barrera, (2012) quien desarrolla cinco estrategias de aprovechamiento del turismo rural:

- Estrategia de agregación de valor a la producción: aportar valor o reconocimiento a la elaboración de productos rurales.
- Estrategia de diversificación del turismo: el turista tiene una alternativa más para desarrollar actividades turísticas y de ocio.
- Estrategia de inserción laboral de la mujer rural: La mujer rural tiene opciones de aportar a las actividades turísticas a partir de sus conocimientos y actividades cotidianas.
- Estrategia de inserción laboral de los jóvenes rurales: al igual que las mujeres, los jóvenes pueden encontrar en el turismo rural actividades laborales.
- Estrategia de valorización de la cultura rural: a partir de la llegada de turistas a las comunidades rurales se puede dar a conocer la importancia de estas mismas.

UN ACERCAMIENTO AL ESTUDIO DEL MEZCAL EN EL ESTADO DE GUANAJUATO COMO FORTALEZA TURÍSTICA

Cada una de ellas pretende en términos integrales involucrar a las comunidades en el desarrollo de actividades turísticas responsables y apegadas al cuidado del medio ambiente, factibles cuando las propias comunidades se encuentran involucradas en la creación del producto turístico.

Aunado a las estrategias enlistadas previamente y lo identificado durante las visitas, se desarrollaron las siguientes estrategias para favorecer el desarrollo de actividades turísticas en torno a la producción del destilado sin DO, la tabla 3 identifica dichas estrategias acorde a la matriz FODA presentada anteriormente.

Estrategias para fortalecer la actividad turística

Tabla 3: Matriz estratégica

Estrategia	Fortaleza Explotar	Oportunidades Aprovechar	Debilidades Superar	Amenazas Neutralizar
Capacitar a los pequeños productores	1	2	3	1
Organizar a los pequeños productores	1	1, 2	1, 2	1
Vinculación entre universidades y pequeños productores	1	1, 2	1	
Diseñar experiencias	1	1	3	
Diseñar Rutas turísticas	1	1	3	

Fuente: Elaboración propia a partir de información recaba en el trabajo de campo

Habiendo revisado la tabla anterior es pertinente hacer referencia al interés de resaltar la importancia de obtener la denominación de origen, por ello la conveniencia de que aquellos productores del destilado que aún no poseen dicha denominación, es necesario que conozcan la relevancia de la misma, para estimular el impulso a obtenerla.

REFLEXIONES FINALES

A lo largo del documento se ha expresado la importancia de la DO para la ruta del mezcal, representando una forma de fomento al turismo, sin embargo, este impulso se ha visto exclusivo a los municipios de San Luis de la Paz y San Felipe, dejando de lado a los productores del destilado sin DO, quienes también ofrecen recorridos turísticos dentro de sus casas productoras, pero con una planeación y difusión local.

Para el caso de las casas destiladoras de mezcal se considera pertinente iniciar el proceso de trámite de la DO para obtener los beneficios enfocados al sector turismo. Si bien, esta es una acción a mediano plazo, es necesario comenzar con el desarrollo de una planeación de actividades turísticas que los involucren y los incluyan como parte de la oferta de los municipios.

UN ACERCAMIENTO AL ESTUDIO DEL MEZCAL EN EL ESTADO DE GUANAJUATO COMO FORTALEZA TURÍSTICA

Conociendo la importancia que tiene la producción del destilado en los municipios de Guanajuato, es imprescindible identificar las necesidades que la propia región demanda, no solo en cuanto a la promoción y planta turística, sino a la capacitación pertinente para los propios productores, la organización para el desarrollo de las actividades turísticas en comunión con la comunidad receptora, el desarrollo e implantación de modelos de turismo rural, comunitarios o agroturismo, respetando el medio ambiente y finalmente la captación de inversión o financiamiento y comercialización.

BIBLIOGRAFÍA

- Barrera, E. (2012). Política agropecuaria: multifuncionalidad y turismo rural van de la mano. Diario Agro empresario, 30(22). Disponible en http://argentinambiental.com/wp-content/uploads/pdf/AA44-34-Turismo_Rural_Politica_Agropecuaria_Multifuncionalidad_Turismo_Rural_Van_De_La_Mano.pdf consultado el 20 de diciembre de 2023.
- Bautista, J., Orozco, S., Terán, E., (2015). La disminución de la producción artesanal del mezcal en la Región del mezcal de Oaxaca, México. Revista Mexicana de ciencias agrícolas 6(6) 1291-1305. Disponible en https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-09342015000600012 consultado el 22 de diciembre de 2023.
- Canché, E. (2022). La leyenda del agave en México. Disponible en <https://www.mexicodesconocido.com.mx/la-leyenda-del-agave-y-su-historia-en-mexico.html> consultado el 20 de diciembre de 2023.
- Diario Oficial de la Federación de México. (2001, 29 de septiembre). Resolución por la que se modifica la declaración general de protección de la denominación de origen Mezcal, publicada el 28 de noviembre de 1994. Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Disponible en https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=759069&fecha=29/11/2001#gsc.tab=0 consultado el 20 de diciembre de 2023
- Diario Oficial de la Federación de México. (2015, 02 de octubre). Resolución por la que se modifica la declaración general de protección de la denominación de origen mezcal. Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Disponible en https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5410331&fecha=02/10/2015#gsc.tab=0 consultado el 20 de diciembre de 2023.
- Gallardo, J. (2020) Historia del Mezcal Guanajuatense. Su producción en las haciendas del norte del Estado. CIATEJ Ciencia y Tecnología para el Desarrollo Sostenible. Disponible en https://ciatej.mx/files/divulgacion/divulgacion_5f63be20712ef.pdf consultado el 21 de diciembre de 2023.
- García, R., (2005). Los árabes de México. Asimilación y herencia cultural. Con fines relaciones internacionales y ciencia política, 1(2), 52-81.
- Gobierno del estado de Guanajuato (2015). Se integra San Luis de la Paz a la Denominación de Origen del Mezcal. Boletines del estado de Guanajuato. Disponible en <https://boletines.guanajuato.gob.mx/2015/10/02/se-integra-san-luis-de-la-paz-a-la-denominacion-de-origen-del-mezcal/> consultado el 21 de diciembre de 2023.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGraw Hill.
- Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (2018). IMPI. Disponible en <https://www.inapi.cl/sello-de-origen/tipos-de-sello/denominacion-de-origen#:~:text=es%20un%20signo%20distintivo%20que,factores%20naturales%20y%20humanos%20que> consultado el 21 de diciembre de 2023.
- Martínez Tenorio, S. (2015) Guía para el registro y obtención de marcas ante el – Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) y la solicitud para el uso de la Denominación de Origen Mezcal. Disponible en <http://www.magueymezcal.mx/documentacion/> consultado el 21 de diciembre de 2023.
- OTEG, (2022). Perfil del visitante 2022, Mineral de Pozos. Observatorio Turístico del estado de Guanajuato. Disponible en http://www.observatorioturistico.org/publicaciones/ver_tod_os/6 consultado el 20 de diciembre de 2023.
- OTEG, (2023). Resumen estatal. Disponible en <https://www.observatorioturistico.org/admin-oteg/reports/31/> consultado el 21 de diciembre de 2023.
- Statista Research Department, (2022). Producción de mezcal en México de 2014 a 2021(en millones de litros). Disponible en <https://es.statista.com/estadisticas/1228940/produccion-mezcal-mexico/> consultado el 21 de diciembre de 2023.
- Valdez, J. (2018). Historia del Mezcal Guanajuatense. Su producción en las haciendas del Norte de estado. México: CIATEJ
- Velasco, A. (1895). Geografía y Estadística de la República Mexicana, Segunda Edición corregida y Aumentada. Geografía y Estadística del Estado de Guanajuato.

UN ACERCAMIENTO AL ESTUDIO DEL MEZCAL EN EL ESTADO DE GUANAJUATO COMO FORTALEZA TURÍSTICA

SEMBLANZA

Dra. Rocío Esquivel Ríos

La Dra. Rocío Esquivel Ríos es Licenciada en Administración de Recursos Turísticos por la Universidad de Guanajuato y egresada del programa de Maestría en Administración de Personal por la misma institución. Dra. en Ciencias Administrativas con mención honorífica por el Instituto de Estudios Universitarios de Puebla.

Actualmente es directora del cuerpo académico de Turismo de la Universidad Tecnológica de San Miguel de Allende, en donde trabaja las líneas de investigación de turismo cultural, conflictos sociales del turismo y estudios turísticos del estado de Guanajuato.



Forma parte del Colegio Internacional de Profesionales Especializados en Turismo y Gastronomía del estado de Guanajuato, A.C. (CIPETURG) como encargada de la comisión de Educación, Posgrado e Investigación.

Es profesora investigadora de tiempo completo en la Universidad Tecnológica de San Miguel de Allende para la licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico. Cuenta con perfil deseable PRODEP y pertenece al Sistema Nacional de Investigadores en el nivel de candidata.

Es autora de diversos artículos para revistas nacionales e internacionales, así como algunos capítulos de libros y ha participado como ponente en diversos Congresos a nivel nacional e internacional.

EXPLORANDO EL FUTURO DEL TURISMO: LA DIGITALIZACIÓN PARA UN MUNDO SOSTENIBLE

RESUMEN

El objetivo de este artículo es realizar una revisión sistemática de la literatura sobre el turismo, la digitalización y la sostenibilidad. Esta síntesis se llevó a cabo mediante el método PRISMA a partir de los datos de 29 artículos seleccionados. Los resultados del estudio destacaron 4 tópicos principales sobre la tendencia del turismo mundial: sostenibilidad, digitalización, destino del visitante y modelos de negocio. Los hallazgos encontrados conforman un marco conceptual sobre los factores que caracterizan el turismo en la actualidad y sus principales tendencias que pueden servir para futuras líneas de investigación sobre el tema.

Palabras clave: Turismo, sostenibilidad, digitalización, destino del visitante, modelos de negocio.

ABSTRACT

The aim of this paper is to conduct a systematic literature review on tourism, digitalization, and sustainability. This synthesis was carried out using the PRISMA method from the data of 29 selected articles. The results of the study highlighted 4 main topics on the trend of global tourism: sustainability, digitalization, visitor destination, and business models. The findings allowed us to build a conceptual framework on the factors that characterize tourism today and its main trends that can serve as a basis for future research lines on the subject.

Keywords: Tourism, sustainability, digitalization, visitors experience, business models.

INTRODUCCIÓN

Los seres humanos son viajeros innatos y exploradores de nuevos lugares. El turismo es una actividad económica global que no está representada por estructuras comunes; algunos lugares son experiencias en gastronomía local, otros más eco-turismos en montañas o playas, entre otros (Verma et al., 2022). El escenario del sector turístico es complejo, marcado por profundas crisis e impactos debido a la pandemia de COVID-19 y el cambio climático (Confetto et al., 2023).

La tecnología ha acompañado al turismo desde sus primeras etapas y en el surgimiento de nuevos desafíos (Cuomo et al., 2021). La transformación digital del sector es un proceso en curso, potenciado por un conjunto de innovaciones disruptivas y la búsqueda constante del uso de los recursos naturales, sociales y económicos de manera responsable y consciente (Bowen & Whalen, 2017).



EXPLORANDO EL FUTURO DEL TURISMO: LA DIGITALIZACIÓN PARA UN MUNDO SOSTENIBLE

ANTECEDENTES

La digitalización y la sostenibilidad en el turismo son dos tendencias importantes que han evolucionado a lo largo de los años.

La conciencia sobre la sostenibilidad en el turismo surgió en las décadas de 1960 y 1970 en respuesta a preocupaciones ambientales y sociales, posteriormente en la década de los 90s se desarrolló un enfoque más formal y específico convirtiéndose en un tema fundamental en la planificación y gestión de destinos turísticos en todo el mundo (Pröbstl-Haider et al., 2021).

La digitalización del turismo comenzó a desarrollarse a finales del siglo XX y se consolidó en la década de los noventa con la popularización del internet (Cuomo et al., 2021). A partir de esta década, las agencias de viajes en línea, los motores de búsquedas de vuelos y hoteles, las reservaciones en línea y otros servicios relacionados con la tecnología han revolucionado la forma en que las personas planifican sus viajes.

En 2019, 1,461 millones de personas viajaban alrededor del mundo e investigaciones pasadas apuntaban a la tecnología como herramienta para las futuras tendencias en turismo (Bowen & Whalen, 2017).

En 2020, la crisis por la pandemia por COVID-19 cambió el comportamiento del consumidor dejando enormes pérdidas en la industria del turismo, abriendo paso a que los investigadores explorarán los sentimientos a través de las redes sociales (Verma et al., 2022).

METODOLOGÍA

La revisión sistemática de la literatura implica el análisis de un tema definido mediante el uso de métodos sistemáticos y explícitos para detectar, elegir y valorar una investigación relevante recopilando y analizando datos de los estudios que son incluidos en la revisión (Moher et al., 2009).

Para lograr este objetivo en este artículo se realizó una revisión de la literatura a través del método PRISMA (Moher et al., 2009) para investigar la relación entre turismo y digitalización e identificar las metodologías aplicadas, sujetos de estudio y principales tópicos que podrían contribuir a investigaciones futuras.

El primer paso consiste en la identificación de las fuentes (García-Contreras et al., 2023). Para definir los términos más apropiados se analizó la literatura existente y relevante sobre el tema para identificar las palabras clave.



EXPLORANDO EL FUTURO DEL TURISMO: LA DIGITALIZACIÓN PARA UN MUNDO SOSTENIBLE

Después de una lluvia de ideas y discusión se probaron diferentes combinaciones de términos de búsqueda, determinando como cadena final: “SMART TOURISM” OR “DIGITAL TOURISM” AND “SUSTAINABLE DEVELOPMENT” OR “SUSTANABILITY”. SCOPUS y SpringerLink fueron las bases de datos elegidas ya que se consideran las más completas en cobertura de datos científicos y revisión por pares (Kontogianni & Alepis, 2020). La búsqueda se realizó mediante el siguiente procedimiento (Figura 1):

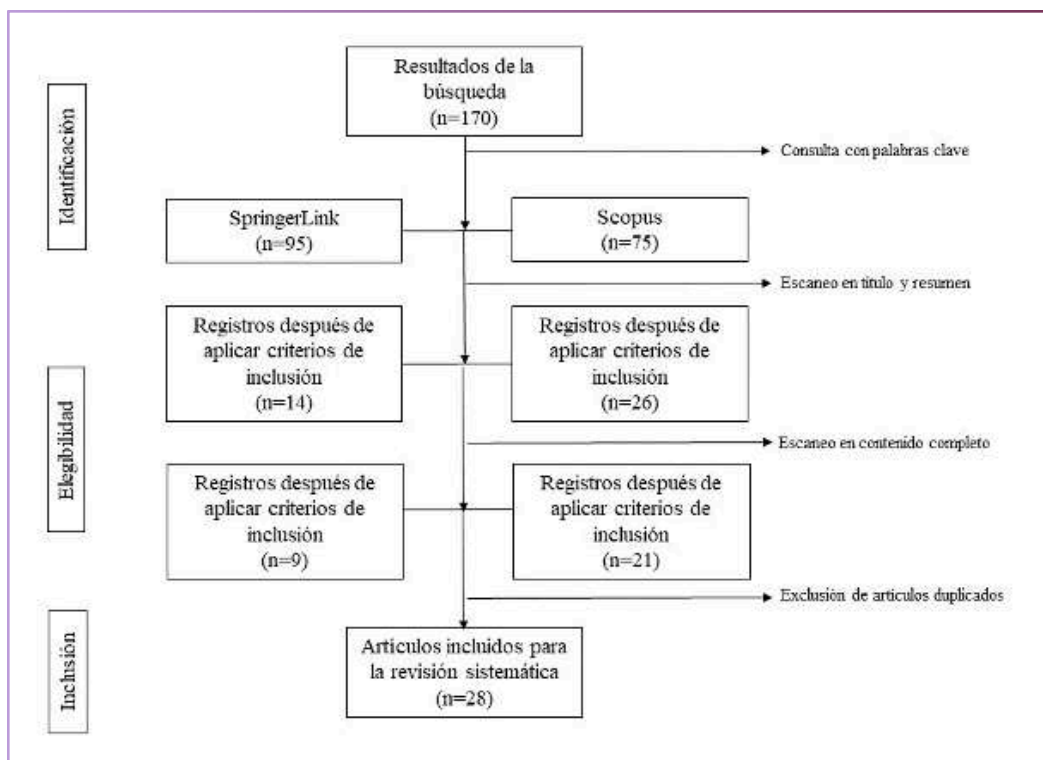


Figura 1. Diagrama de flujo basado en el enfoque PRISMA.
Fuente: Elaboración Propia.

La fase de identificación fue completada buscando documentos, artículos, libros o autores utilizando la cadena de búsqueda: “SMART TOURISM” OR “DIGITAL TOURISM” AND “SUSTAINABLE DEVELOPMENT” OR “SUSTANABILITY”. Se obtuvieron un total de 170 registros.

El escaneo de contenido completo que es la primera etapa de la fase de elegibilidad consiste en aplicar los criterios de inclusión (García-Contreras et al., 2023). Se llevó a cabo filtrando los 170 registros obtenidos por artículo respecto al tipo de contenido, fechas de publicación de los años 2019 a 2023, Negocios, Administración y Ciencias Sociales en cuanto a disciplinas e inglés y español como idiomas. Se obtuvieron 40 artículos. En la segunda etapa se realizó la exclusión de artículos duplicados. Se excluyeron 2 publicaciones.

Para la última fase que es la de inclusión se llevó a cabo un análisis individual por título, resumen y palabras clave de cada artículo para asegurar su confiabilidad para el estudio. Los estudios teóricos y empíricos se consideraron válidos para el análisis si se centraban en cuestiones relacionadas con el turismo digital y la sostenibilidad. Los documentos que pasaban por alto una de estas dimensiones o que abordaban el tema de manera insignificante proporcionando información limitada, se excluyeron del proceso de revisión de la literatura. Se consideraron un total de 29 registros como elegibles e incluidos para este análisis.

EXPLORANDO EL FUTURO DEL TURISMO: LA DIGITALIZACIÓN PARA UN MUNDO SOSTENIBLE

RESULTADOS

Mapeo general de los artículos o contexto geográfico.

La elección de los años a incluir depende de la naturaleza del tema de investigación y de la disponibilidad de evidencia relevante, aunque se sugiere que se consideren referencias de los artículos de investigación que sean de los últimos 5 años (Hernández et al., 2014). El número de investigaciones que estudian el turismo y su relación con la digitalización y la sostenibilidad se ha incrementado desde su primera publicación en 2014 (Graziano, 2014).

Durante los últimos años ha habido una cantidad significativa de estudios sobre turismo, la mayoría fueron registrados los años 2022 y 2023 con el 62.07% del total, debido al incremento en el uso de tecnologías en la industria del turismo y el surgimiento de segmentos de sostenibilidad dentro de la demanda turística (Filipiak et al., 2023). En 2020, el número de publicaciones podría justificarse por la crisis debido a la pandemia de COVID-19 que aceleró el proceso de digitalización en el sector turístico, junto con la necesidad de impulsar modelos de desarrollo más sostenibles (Solazzo et al., 2022; Torabi et al., 2023).

Entre los artículos seleccionados para la revisión sistemática, la región geográfica predominante es Asia (43.48%), seguida por Europa (30.43%), Reino Unido (8.70%), Oceanía (8.70%), África (4.35%) y América del Norte (4.35%). Lo que sugiere que tanto los países asiáticos como europeos podrían estar un paso adelante en la implementación de soluciones tecnológicas hacia la sostenibilidad.

En cuanto a México y/o el resto de América Latina no se encontraron artículos dentro de la selección.

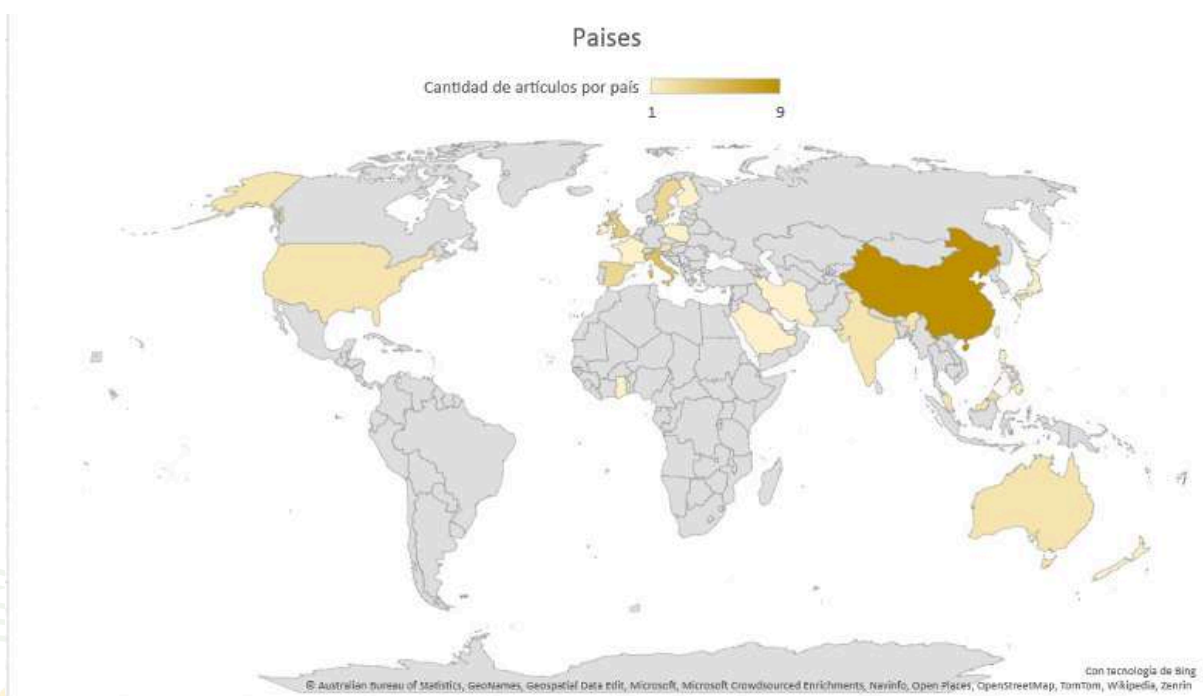


Figura 2. Distribución geográfica de los artículos incluidos.
Fuente: Elaboración Propia.

EXPLORANDO EL FUTURO DEL TURISMO: LA DIGITALIZACIÓN PARA UN MUNDO SOSTENIBLE

Análisis palabras clave

De los 29 documentos identificados, los temas relevantes son “Tourism”, “Digital Tourism”, “Digitalization”, “Sustainability”. Esto permite confirmar que los artículos incluidos en el estudio son los adecuados para indagar sobre los aspectos relacionados con el tema y construir el marco sobre la digitalización y sostenibilidad del turismo (García-Contreras et al., 2023).

Adicionalmente, en las palabras clave fueron detectadas un total de 94 palabras. De estas, “tourism” aparece 17 veces (17.53%), “digital” o “digitalization” 5 veces (6.19%) y “sustainable” o “sustainability” solo 1 vez (1.03%). La poca prevalencia de palabras clave podría justificarse por el número de documentos de análisis, pero principalmente debido a que algunos términos (ej. smart tourism, digital tourism, virtual tourism) se utilizan en gran cantidad y se aplican a una amplia gama de constructos. Todos los términos que tuvieran al menos una aparición fueron incluidos en la red para lograr una visualización más precisa.



Figura 3. Palabras más frecuentes incluidas en los artículos.
Fuente: Elaboración Propia.

EXPLORANDO EL FUTURO DEL TURISMO: LA DIGITALIZACIÓN PARA UN MUNDO SOSTENIBLE

TÓPICOS DE INVESTIGACIÓN

1. Sostenibilidad

Las publicaciones sobre turismo y cambio climático han tenido un gran incremento en la última década, debatiendo sobre el impacto, adaptación y alternativas para el turismo basado en la naturaleza y recreación al aire libre (Pröbstl-Haider et al., 2021). El desarrollo sostenible ha surgido como un objetivo fundamental en la toma de decisiones sobre turismo (Li et al., 2023). Muchos estudios empíricos han examinado los posibles factores responsables de los daños ambientales como las emisiones de carbono y los gases efecto invernadero. Siendo la industria del turismo una de las más grandes alcanzando un valor estimado de 1,8 millones para el año 2030, surge como uno de los grandes desafíos el crear y desarrollar un sector turístico sostenible resultado del consumo de energía y la utilización de recursos naturales (Y. Wei & Liu, 2023).

2. Digitalización

Hoy en día la extracción de datos es más accesible y la información está disponible en tiempo real (Ezzaouia & Bulchand-Gidumal, 2020; Iorio et al., 2020). El fenómeno de la revolución industrial ha ganado atención tanto en la literatura sobre administración como en la del turismo, resaltando que las tecnologías de la información y la comunicación han estado ayudando al sector turístico en el desarrollo de estrategias de mercadotecnia efectivas para atraer visitantes y proveer experiencias únicas de visita (Lapuz, 2023; Pencarelli, 2020). La industria del turismo también ha sido transformada por los avances tecnológicos y el internet (Wider et al., 2023). Históricamente, la digitalización ha contribuido en la innovación de nuevas estructuras de mercado, el uso de comunidades y redes sociales para análisis estadísticos y predicción del comportamiento del usuario, la aparición del fenómeno de los influencers como un modelo de comunicación más directa y honesta, entre otros (Díaz-Meneses, 2019; Jansson, 2022; Verma et al., 2022; Werthner, 2022).

3. Destino del visitante

La pandemia por COVID-19 paralizó la industria del turismo con las órdenes de quedarse en casa y las prohibiciones de viaje (Wong et al., 2022). Recientemente, la literatura sobre turismo ha adoptado teorías que proporcionan diversos medios para interpretar y orientar las posibles acciones de los turistas para dirigir el diseño de servicios con el fin de mejorar la interacción con el visitante, lograr la innovación en las organizaciones turísticas a través de las redes sociales y como impactar potencialmente en las intenciones de visita (Fan et al., 2022; D. Wei, 2022; Zhang & Wang, 2023). Diversos aspectos tangibles e intangibles influyen en la satisfacción de los turistas, identificando tópicos de interés a partir de las redes sociales, sugiriendo que la experiencia del servicio del turismo tiene que ser mejorada respecto a cómo los clientes perciben e interactúan con estos servicios (Chen et al., 2022; Kar et al., 2023). En particular, tecnologías como la realidad aumentada permite a los consumidores co-crear experiencias de turismo ecológico en línea que pueden llevar a que se sientan emocionalmente vinculados a una marca de destino ecológico (Huang & Liu, 2021; McLean et al., 2023; D. Wei, 2022).

EXPLORANDO EL FUTURO DEL TURISMO: LA DIGITALIZACIÓN PARA UN MUNDO SOSTENIBLE

4. Modelos de negocio

El aumento del uso del internet durante los viajes y actividades turísticas han impulsado la innovación en este sector, con la aparición de nuevos negocios que son cada vez más innovadores y están destinados a proporcionar a los usuarios un valor agregado en sus viajes (Perelygina et al., 2022). Los modelos de negocio ayudan a comprender cómo las organizaciones generan, entregan y capturan valor, al mismo tiempo que reflejan la estrategia organizacional. Se consideran herramientas efectivas para comercializar, explorar nuevas ideas y tecnologías (Cranmer et al., 2021). El modelo de negocio más reciente utilizado en el sector turístico son el uso de aplicaciones móviles que proporcionan servicios turísticos y funciones de gestión, creatividad, productividad o juegos (Palos-Sanchez et al., 2021).

CONCLUSIONES

La evaluación y estudio de los recursos turísticos, así como la capacidad de carga ambiental, son fundamentales para entender y reducir la tensión entre la conservación de recursos naturales y medio ambiente, asegurando de esta manera un desarrollo turístico sostenible con el apoyo de la digitalización y el uso de nuevas tecnologías.

La revisión sistemática realizada siguiendo el método PRISMA ha proporcionado una comprensión detallada de la interacción entre el turismo, la digitalización y la sostenibilidad. Los datos indican un crecimiento significativo en la literatura enfocada en estos temas, especialmente en los años 2022 y 2023, lo que refleja una respuesta directa a los cambios acelerados inducidos por la pandemia de COVID-19. Este auge en la investigación sugiere una toma de conciencia de la necesidad de adaptación rápida dentro de la industria para mantener su relevancia y eficacia.

El análisis geográfico demuestra una concentración predominante de la investigación en Asia y Europa, lo que podría indicar un avance en la implementación de tecnologías sostenibles en estos destinos. Este desequilibrio regional señala una oportunidad para ampliar la investigación en otras áreas como América Latina, donde la representación es mínima.



EXPLORANDO EL FUTURO DEL TURISMO: LA DIGITALIZACIÓN PARA UN MUNDO SOSTENIBLE



La evidencia recopilada ilumina varias tendencias importantes. Primero, hay un reconocimiento creciente de la sostenibilidad como un pilar fundamental en el turismo, particularmente en respuesta al cambio climático y los daños ambientales. Segundo, la digitalización ha transformado la industria turística, creando nuevas estrategias de mercadotecnia y modelos de negocio que prometen mejorar la experiencia del visitante y la eficiencia operativa. La pandemia ha actuado como un catalizador en este sentido, forzando una transición hacia lo digital que parece perdurable.

La integración de tecnologías emergentes como la realidad aumentada abre nuevas posibilidades para la co-creación de experiencias turísticas, lo que resalta el potencial de la tecnología para influir en la percepción y el comportamiento del consumidor. Finalmente, el desarrollo de modelos de negocio innovadores refleja la necesidad de estrategias que abarquen tanto la generación de valor como la sostenibilidad, aspecto crucial para asegurar un futuro viable para el turismo.

Aun cuando las implicaciones prácticas de estos hallazgos son vastas y sugieren un cambio hacia un turismo más consciente, tecnológicamente integrado y ecológicamente sostenible, no solo como una ventaja competitiva sino también como una necesidad imperativa en el mundo pospandémico. Es evidente que la intersección del turismo, la tecnología y la sostenibilidad es un campo fértil para futuras investigaciones. Por lo que es recomendable que los investigadores generen más información sobre turismo y sostenibilidad tanto en México como en el resto de los países de América Latina.

EXPLORANDO EL FUTURO DEL TURISMO: LA DIGITALIZACIÓN PARA UN MUNDO SOSTENIBLE

BIBLIOGRAFÍA

- Bowen, J., & Whalen, E. (2017). Trends that are changing travel and tourism. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 9(6), 592–602. <https://doi.org/10.1108/WHATT-09-2017-0045>
- Chen, J., Becken, S., & Stantic, B. (2022). Assessing destination satisfaction by social media: An innovative approach using Importance-Performance Analysis. *Annals of Tourism Research*, 93, 103371. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103371>
- Confetto, M. G., Conte, F., Palazzo, M., & Siano, A. (2023). Digital destination branding: A framework to define and assess European DMOs practices. *Journal of Destination Marketing & Management*, 30, 100804. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100804>
- Cranmer, Eleanor. E., Urquhart, C., Claudia tom Dieck, M., & Jung, T. (2021). Developing augmented reality business models for SMEs in tourism. *Information & Management*, 58(8), 103551. <https://doi.org/10.1016/j.im.2021.103551>
- Cuomo, M. T., Tortora, D., Foroudi, P., Giordano, A., Festa, G., & Metallo, G. (2021). Digital transformation and tourist experience co-design: Big social data for planning cultural tourism. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120345. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120345>
- Díaz-Meneses, G. (2019). A multiphase trip, diversified digital and varied background approach to analysing and segmenting holidaymakers and their use of social media. *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 166–182. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.07.005>
- Ezzaouia, I., & Bulchand-Gidumal, J. (2020). Factors influencing the adoption of information technology in the hotel industry. An analysis in a developing country. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100675. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100675>
- Fan, X., Jiang, X., & Deng, N. (2022). Immersive technology: A meta-analysis of augmented/virtual reality applications and their impact on tourism experience. *Tourism Management*, 91, 104534. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104534>
- Filipiak, B. Z., Dylewski, M., & Kalinowski, M. (2023). Economic development trends in the EU tourism industry. Towards the digitalization process and sustainability. *Quality & Quantity*, 57(S3), 321–346. <https://doi.org/10.1007/s11135-020-01056-9>
- García-Contreras, R., Muñoz-Chávez, J. P., & Barrios-Quiroz, H. (2023). Liderazgo en el sector público en tiempos de COVID-19 y más allá. *Lúmina*, 24(2), E0040. <https://doi.org/10.30554/lumina.v24.n2.4911.2023>
- Graziano, T. (2014). Boosting Innovation and Development: The Italian Smart Tourism, a critical perspective. *European Journal of Geography*, 5(4), 6–18.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta.). McGraw Hill Education.
- Huang, T.-L., & Liu, B. S. C. (2021). Augmented reality is human-like: How the humanizing experience inspires destination brand love. *Technological Forecasting and Social Change*, 170, 120853. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120853>
- Iorio, C., Pandolfo, G., D'Ambrosio, A., & Siciliano, R. (2020). Mining big data in tourism. *Quality & Quantity*, 54(5–6), 1655–1669. <https://doi.org/10.1007/s11135-019-00927-0>
- Jansson, A. (2022). Guided by data: A logistical approach to tourism in the platform economy. *Digital Geography and Society*, 3, 100040. <https://doi.org/10.1016/j.diggeo.2022.100040>
- Kar, A. K., Choudhary, S. K., & Ilavarasan, P. V. (2023). How can we improve tourism service experiences: insights from multi-stakeholders' interaction. *DECISION*, 50(1), 73–89. <https://doi.org/10.1007/s40622-023-00338-z>
- Kontogianni, A., & Alepis, E. (2020). Smart tourism: State of the art and literature review for the last six years. *Array*, 6, 100020. <https://doi.org/10.1016/j.array.2020.100020>
- Lapuz, M. C. M. (2023). The role of local community empowerment in the digital transformation of rural tourism development in the Philippines. *Technology in Society*, 74, 102308. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102308>
- Li, G., Zhang, Y., Wang, Y., Wang, Y., & Tian, J. (2023). Evaluation and analysis of tourism resources and environmental carrying capacity (TRECC) of 278 cities in China: A pressure-support perspective. *Journal of Cleaner Production*, 420, 138359. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.138359>
- McLean, G., AlYahya, M., Barhorst, J. B., & Osei-Frimpong, K. (2023). Examining the influence of virtual reality tourism on consumers' subjective wellbeing. *Tourism Management Perspectives*, 46, 101088. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101088>
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., & Altman, D. G. (2009). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement. *PLoS Medicine*, 6(7), e1000097. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>

EXPLORANDO EL FUTURO DEL TURISMO: LA DIGITALIZACIÓN PARA UN MUNDO SOSTENIBLE

BIBLIOGRAFÍA

Palos-Sanchez, P., Saura, J. R., Velicia-Martin, F., & Cepeda-Carrion, G. (2021). A business model adoption based on tourism innovation: Applying a gratification theory to mobile applications. *European Research on Management and Business Economics*, 27(2), 100149. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2021.100149>

Pencarelli, T. (2020). The digital revolution in the travel and tourism industry. *Information Technology & Tourism*, 22(3), 455–476. <https://doi.org/10.1007/s40558-019-00160-3>

Perelygina, M., Kucukusta, D., & Law, R. (2022). Digital business model configurations in the travel industry. *Tourism Management*, 88, 104408. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104408>

Pröbstl-Haider, U., Wanner, A., Feilhammer, M., & Damm, A. (2021). Tourism and climate change – An integrated look at the Austrian case. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 34, 100361. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2020.100361>

Solazzo, G., Maruccia, Y., Ndou, V., & Del Vecchio, P. (2022). How to exploit Big Social Data in the Covid-19 pandemic: the case of the Italian tourism industry. *Service Business*, 16(3), 417–443. <https://doi.org/10.1007/s11628-022-00487-8>

Torabi, Z.-A., Rezvani, M. R., Hall, C. M., & Allam, Z. (2023). On the post-pandemic travel boom: How capacity building and smart tourism technologies in rural areas can help - evidence from Iran. *Technological Forecasting and Social Change*, 193, 122633. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122633>

Verma, S., Warriar, L., Bolia, B., & Mehta, S. (2022). Past, present, and future of virtual tourism-a literature review. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100085. <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2022.100085>

Wei, D. (2022). Gemiverse: The blockchain-based professional certification and tourism platform with its own ecosystem in the metaverse. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 10(2), 322–336. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2022.05.004>

Wei, Y., & Liu, Q. (2023). How does the travel and tourism industry contribute to sustainable resource management? The moderating role of ICT in highly resource-consuming countries. *Resources Policy*, 82, 103536. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2023.103536>

Werthner, H. (2022). A digital humanism view on e-tourism. *Information Technology & Tourism*, 24(3), 347–360. <https://doi.org/10.1007/s40558-022-00237-6>

Wider, W., Gao, Y., Chan, C. K., Lin, J., Li, J., Tanucan, J. C. M., & Fauzi, M. A. (2023). Unveiling trends in digital tourism research: A bibliometric analysis of co-citation and co-word analysis. *Environmental and Sustainability Indicators*, 100308. <https://doi.org/10.1016/j.indic.2023.100308>

Wong, I. A., Lin, S. K., Lin, Z. (CJ), & Xiong, X. (2022). Welcome to stay-at-home travel and virtual attention restoration. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 51, 207–217. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.03.016>

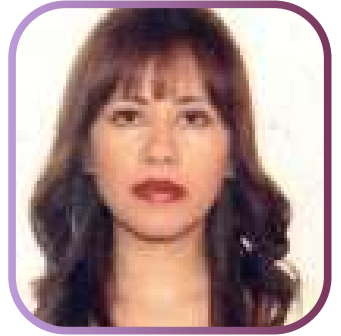
Zhang, W., & Wang, Y. (2023). An empirical study of the impact of metaverse storytelling on intentions to visit. *Information Technology & Tourism*, 25(3), 411–432. <https://doi.org/10.1007/s40558-023-00261-0>

EXPLORANDO EL FUTURO DEL TURISMO: LA DIGITALIZACIÓN PARA UN MUNDO SOSTENIBLE

SEMBLANZA

M.A. Silvia Alejandra Cuevas Villa

Maestra en Administración con especialidad en Gestión Organizacional por la Universidad Autónoma del Estado de México. Docente de la modalidad On Line de la Universidad del Valle de México. Socio de franquicia. Docente en las modalidades presencial/distancia en la Licenciatura y Maestría en Administración de la Facultad de Contaduría y Administración en la UAEMex por más de 10 años. Certificador de Competencias Laborales en la UAEMex Colaborador de empresas de servicios financieros como HSBC y Santander.



Dra. en Ed. Renata Nanyelín Cuevas Villa

Doctora en Educación por el Instituto de Estudios Superiores ISIMA. Docente de la Universidad Autónoma del Estado de México por más de 20 años. Coordinadora del Departamento de Planeación y Delegada del Área de Control Escolar de la Facultad de Contaduría y Administración de la UAEMéx. Docente en la Modalidad presencial y On Line en la Universidad del Valle de México. Miembro Investigador de la Red de Investigación Latinoamericana en Competitividad Organizacional (RILCO).



Dra. A. Sandra Miriam Alcántara Ramírez

Doctora en Administración por el Instituto de Estudios Superiores ISIMA. Docente de la Universidad Autónoma del Estado de México por más de 18 años. Coordinador de Carrera y Jefe del Área de Control Escolar de la Facultad de Contaduría y Administración de la UAEMéx. Docente en la Modalidad On Line en la Universidad Digital del Estado de México. Miembro Investigador de la Red de Investigación Latinoamericana en Competitividad Organizacional (RILCO).



PERFIL DEL VISITANTE A LA FERIA NACIONAL DE LA BIRRIA 2022 EN CIUDAD GUZMÁN, JALISCO

Tema: **Gestión de destinos turísticos sostenibles.**

RESUMEN

Se presentan los resultados de un trabajo de investigación sobre el perfil de los visitantes en la "Feria Nacional de la Birria" en su edición del año 2022 en Ciudad Guzmán, Jalisco.

Se abordan conceptos y antecedentes de la feria de la birria, como parte del turismo de reuniones y se analiza el perfil de los visitantes.

El objetivo se centra en dar a conocer los resultados del análisis del perfil de los visitantes a la "Feria Nacional de la Birria", en el año 2022 con el fin de contribuir en la mejora y en su caso incidir en el posicionamiento del evento como un atractivo turístico.

Su metodología, se sustenta primordialmente, en trabajo de campo a través de encuestas a los turistas y observación directa durante los días de la feria, mínimamente se realiza investigación documental.

Los resultados obtenidos, permitirán conocer mejor las preferencias de viaje de los visitantes, que serán difundidas a todos los interesados mediante la página del Observatorio Turístico Universitario del Sur de Jalisco, el cual está ligado al Laboratorio de Gestión del Turismo en Sur de Jalisco del Centro Universitario del Sur de Jalisco de la Universidad de Guadalajara.

La presente investigación tiene un carácter académico por estar centrada en la Licenciatura en Desarrollo Turístico Sustentable, sin embargo, la redacción de sus resultados se realiza en términos accesibles a la población local, prestadores de servicios, los propios turistas y con mayor facilidad para la comunidad académica y científica.

ABSTRACT

The results of a research work on the profile of the visitors of the National Birria Fair in its 2022 edition in Ciudad Guzmán, Jalisco are presented.

Concepts and background of the birria fair are addressed, as part of meeting tourism also the profile of the visitors is analyzed.

The objective focuses on making known the results of the analysis of the profile of the visitors of the National Birria Fair, in 2022 in order to contribute to the improvement and, if it's appropriate, influence the positioning of the event as a tourist attraction.

Its methodology is based primarily on field work through surveys to the visitors and direct observation during the days of the fair, minimally documentary research is made.

PERFIL DEL VISITANTE A LA FERIA NACIONAL DE LA BIRRIA 2022 EN CIUDAD GUZMÁN, JALISCO

Tema: **Gestión de destinos turísticos sostenibles.**

The results obtained will allow us to better understand the travel preferences of the visitors, which will be spread to all interested parties through the page of the University Tourism Observatory of Southern Jalisco, which is linked to the Tourism Management Laboratory in the South of Jalisco from the University Center of South Jalisco of the University of Guadalajara.

This research has an academic nature as it is focused on the Bachelor's Degree in Sustainable Tourism Development, however, the writing of its results is made out in terms accessible to the local population, service providers, the visitors themselves and with greater ease for the community. academic and scientific.

INTRODUCCIÓN

“La Feria Nacional de la Birria comenzó su primera edición en el año 2014 bajo el apoyo de la Triple Hélice, la cual es un modelo de vinculación entre las instituciones de educación superior de la población, el gobierno municipal y los empresarios a través de su organismo representativo. Durante los primeros seis años se realizó en la plaza Las Fuentes, ubicada en el centro histórico de Ciudad Guzmán con éxito, luego fue suspendida por la pandemia, para posteriormente cambiar de lugar en dos ocasiones, donde disminuyó la afluencia de visitantes. Se han encontrado publicados dos estudios que se realizaron en función del evento, uno de ellos es un libro que versa sobre la creación de la feria como un caso de éxito de la triple hélice, (Hernández, 2018), el otro es un artículo científico donde se analizan los impactos de la feria del año 2014 al 2017 en función de la sustentabilidad. (Hernández, et al, 2019).



PERFIL DEL VISITANTE A LA FERIA NACIONAL DE LA BIRRIA 2022 EN CIUDAD GUZMÁN, JALISCO

ANTECEDENTES

El origen de la feria inició con la colaboración de la Triple Hélice, donde se conjuntaron, La Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo, representando a los birrieros; El Ayuntamiento de Zapotlán el Grande Jalisco, municipio cuya cabecera es Ciudad Guzmán y la parte académica, representando a el Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Guzmán, el Centro Regional de Educación Normal y el Centro Universitario del Sur, (CUSUR) de la Universidad de Guadalajara, a propuesta de los organizadores de la Feria Nacional de la Birria y la Torta Ahogada en Guadalajara, Jalisco. Esta feria no tuvo continuidad en Guadalajara, pero si su propuesta en Ciudad Guzmán sin el nombre de torta ahogada, sólo quedó como "Feria Nacional de la Birria", agregándole el año de edición.

El CUSUR, optó en participar, siguiendo la recomendación de una investigación previa sobre el potencial del turismo en Zapotlán el Grande, municipio de Ciudad Guzmán, cuyos resultados orientaban a la necesidad de crear eventos de interés ya no solo para la población local, sino para los turistas. (Hernández, 2015). En ese sentido ante la propuesta se sumaron estudiantes y profesores de las Licenciaturas en Desarrollo Turístico Sustentable y la de Nutrición en su organización e investigación, de las cuales surgieron las dos investigaciones antes mencionadas. (Hernández, 2018). A partir de la pandemia por covid 19, la participación del CUSUR, ha sido únicamente con diversas investigaciones, como es el caso del perfil del turista que visita los diferentes eventos en la ciudad.

El perfil turístico, de acuerdo con (Fernández, et al, 2012), permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos. En ese sentido se aplicó este concepto al perfil del visitante en la "Feria Nacional de la Birria" en el año 2022.

En otro orden de ideas de acuerdo con la (OMT, 2008), el turismo de negocios, está relacionado con la industria de reuniones, el cual es un tipo de actividad turística en la que los visitantes viajan por un motivo específico profesional y/o de negocio a un lugar situado fuera de su lugar de trabajo y residencia con el fin de asistir a una reunión, una actividad o un evento. Los componentes clave del turismo de negocios son las reuniones, los viajes de incentivos, los congresos y las ferias, por lo que, para efectos de este escrito, se considera que las ferias de cualquier tipo, que son utilizadas como estrategia de atracción turística, corresponden al segmento del turismo de reuniones, mismos que incluyen ferias y festivales, cabe mencionar que, en algunas poblaciones del país, se utiliza los dos términos de manera similar para referirse a un evento.



PERFIL DEL VISITANTE A LA FERIA NACIONAL DE LA BIRRIA 2022 EN CIUDAD GUZMÁN, JALISCO

Este evento gastronómico, se rige bajo el concepto de Feria y no de Festival, como el caso de Latinoamérica, en México, no existe una norma que estipule el concepto a utilizarse, solo se rigen en cada estado por la forma de operar, en ese sentido para este texto se utiliza el término feria aludiendo a la promoción de un producto y no festival, que se refiere a algo festivo, al respecto (Lee & Arcodia, 2011) citado por (Carvache, et al 2020), define un festival gastronómico como "un festival de comida que realmente destaca la especialidad regional/local de la comida o las actividades y programas relacionados con la comida".

METODOLOGÍA

El presente trabajo tiene un enfoque cuantitativo, que permite "la selección subjetiva e intersubjetiva de indicadores (a través de conceptos y variables) de ciertos elementos de procesos, hechos, estructuras y personas" (Cárdenas et al., 2017), así mismo se puede decir que "los métodos cuantitativos producen datos numéricos y los cualitativos dan como resultado información o descripciones de situaciones, eventos, gentes, acciones recíprocas y comportamientos observados, citas directas de la gente y extractos o pasajes enteros de documentos [...]" (Cook, 1979, citado por Cárdenas et al., 2017).

**Gracias a ustedes
superamos las
expectativas.
¡Los esperamos en
la 10ma edición!**

Por lo tanto, el método cuantitativo analiza los resultados obtenidos de manera estadística con relación a los criterios de los visitantes a los que se aplicó de manera aleatoria durante los días de la feria de manera in situ.

Tiene un diseño exploratorio-descriptivo, esto con la finalidad de cumplir con los objetivos que se plantearon. Se justifica la naturaleza exploratoria porque son fenómenos que no han sido previamente investigados y es necesario recabar sus datos; en lo referente a la naturaleza descriptiva se define las características de los visitantes, de igual manera las propiedades y más elementos que involucran en el tema de investigación. (Hernández et al., 2010).

Para la recolección de datos en el método cuantitativo se utilizan instrumentos como: cuestionarios y escalas de actitudes, pruebas estandarizadas, recolección de información factual e indicadores (análisis de datos secundarios de registros públicos y documentación) y metaanálisis, entre otros tipos de mediciones (Hernández, 2014). Es por esto que en la presente investigación se utilizó una encuesta semiestructurada, (preguntas cerradas y abiertas), para determinar una muestra representativa de los visitantes que asisten a la "Feria Nacional de la Birria 2022", se consideró un nivel de confianza de un 95%, para la obtención de los datos se utilizó el método de muestreo probabilístico – aleatorio simple, con esto la selección de la encuesta se aplicó al azar, garantizando que cualquier visitante a la Feria tuviera la misma probabilidad para ser seleccionado en el grupo de la muestra. Con los ítems utilizados se obtuvo la respuesta al perfil del visitante con el fin de analizar las características de estos. Para efectos de esta investigación se diseñó una encuesta con 28 preguntas, de las cuales, se exponen resultados de 12, al aplicarles a 100 personas encuestadas resultó lo siguiente.

PERFIL DEL VISITANTE A LA FERIA NACIONAL DE LA BIRRIA 2022 EN CIUDAD GUZMÁN, JALISCO

RESULTADOS

En el tema demográfico, se identificó mayor presencia masculina con un 58%, quizá el dato se inclina de esa manera en virtud de que el consumo de birria está asociado más hacia los hombres en virtud de ser un platillo oloroso, grasoso y tomatoso, que suele acompañarse con gaseosas o aguas azucaradas, aspectos que en últimas fechas no coinciden con los hábitos alimenticios de la mayoría de las mujeres. Al respecto (Lozano et al 2019), comentan que los hombres mencionan comer una mayor cantidad de alimentos no saludables, mientras que las mujeres presentan mayor automonitoreo y consumo de alimentos saludables.

En esta ocasión sólo se contó con un extranjero que provenía de Pittsburg, California, el 29% fueron nacionales de los estados de, Michoacán, Ciudad de México, San Luis Potosí, Guadalajara y Colima, mientras que el 70% restante se dividieron entre las poblaciones cercanas, lo cual invita pensar que el evento, pese a tener ya 8 años, no ha logrado posicionarse a nivel nacional y mucho menos internacional, quedando como evento estatal, sin embargo, es necesario mencionar que en otras investigaciones sobre este mismo evento, se ha detectado mayor presencia de extranjeros, también es válido tomar en cuenta que durante la pandemia se suspendió y apenas es ésta la primera edición post pandemia. Las estrategias de comunicación para dar a conocer la feria, son a través de radio regional, estatal, televisión local y estatal y redes sociales.



Con referencia a la edad de los visitantes, es notorio el ambiente juvenil de personas entre 25 y 30 años, seguido de gente más joven con 18 a 24 años, quedando en tercer lugar las familias y personas mayores de 30 años, sin superar los 50. Se deduce que debido a que el platillo en festejo es grasoso, muchos adultos prefieren buscar otros alimentos, sin embargo, en este evento también se vende birria vegetariana hecha a base de setas, además los eventos culturales son de ambiente familiar. Cabe señalar, que la ingesta de bebidas alcohólicas está limitada a las personas consumiendo dentro de un local.

En términos de escolaridad, se encontró que el 60% cuentan con estudios a nivel licenciatura, seguido de la preparatoria, muy pocos, casi nulo son los extremos niveles educativos, es decir con posgrado y primaria, lo que puede indicar que pese a que la birria, nació siendo un platillo popular, económico y para algunos despreciado, en la actualidad, es un referente en la gastronomía en el estado de Jalisco.

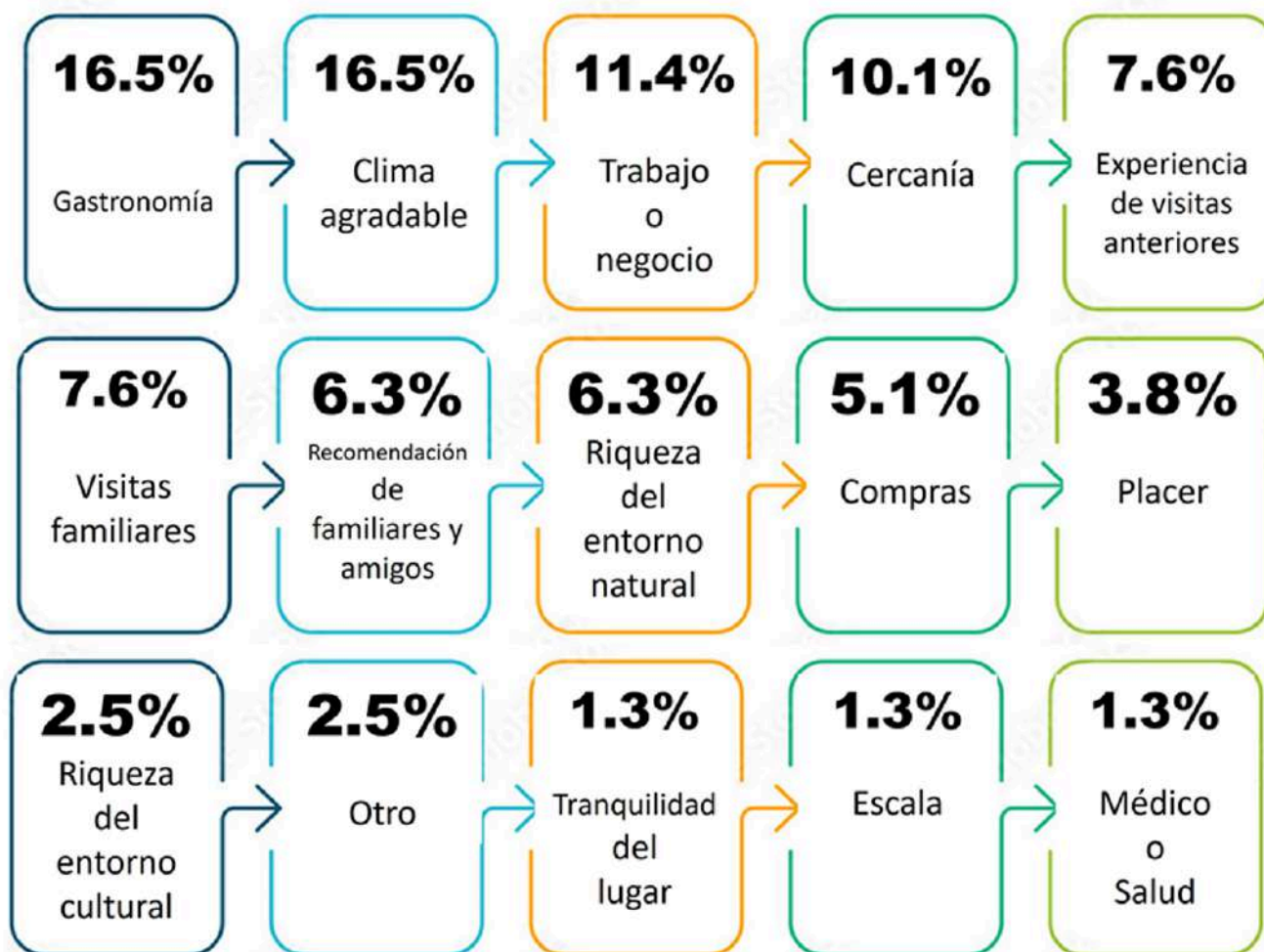
La situación laboral de los encuestados arroja que un poco más del 50% son empleados, mientras que casi el 12% corresponde al segmento de comerciantes, sólo un 6% de presencia de estudiantes y el resto se divide entre las amas de casa y personas jubiladas, por lo que, conjuntando edad, nivel socioeconómico y académico, se puede inferir que, de acuerdo a la diversidad de los visitantes a este evento, se requiere innovar para motivar a mayor mercado con ideas más llamativas en su programa cultural.

PERFIL DEL VISITANTE A LA FERIA NACIONAL DE LA BIRRIA 2022 EN CIUDAD GUZMÁN, JALISCO

Los visitantes encuestados, manifestaron en sus respuestas que son personas que han visitado la ciudad por varias ocasiones, quedando un 90% más de 10 veces, sólo el 5% fue su primera vez, el resto entre 2 y 6 veces.

Los motivos de su viaje se centran en vacaciones y/o placer con el 25%, visita familiar y/o amigos el 10% y negocios casi el 20% y fueron a la feria porque estaban de paso, el resto por aspectos distintos y se rescata que el 6% fue exclusivamente a asistir a la “Feria Nacional de la Birria”. En ese sentido se comenta que a nivel de observación no estructurada se detecta un gran número de personas locales o de los municipios aledaños, los cuales van un día de los tres que dura la feria y se retiran sin pernoctar. Es necesario decir que es recomendable mejorar la difusión hacia los turistas.

En el tema de las motivaciones de los visitantes se tiene datos muy interesantes para tomar en cuenta en el diseño de productos y/ rutas de turistas en la ciudad.

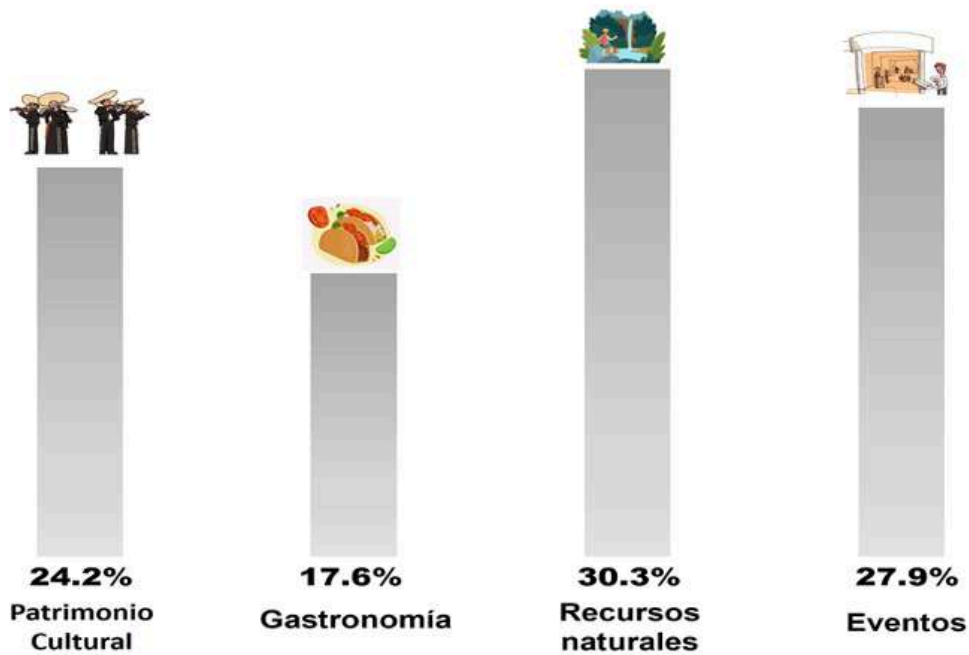


Nota. Esta figura representa un desglose a profundidad de los motivos por los cuales los turistas se desplazan a Ciudad Guzmán, independientemente de su asistencia a la Feria Nacional de la Birria. Elaboración propia con base en investigación de campo.

Los lugares más solicitados por los turistas en su visita a Ciudad Guzmán, son variados.

PERFIL DEL VISITANTE A LA FERIA NACIONAL DE LA BIRRIA 2022 EN CIUDAD GUZMÁN, JALISCO

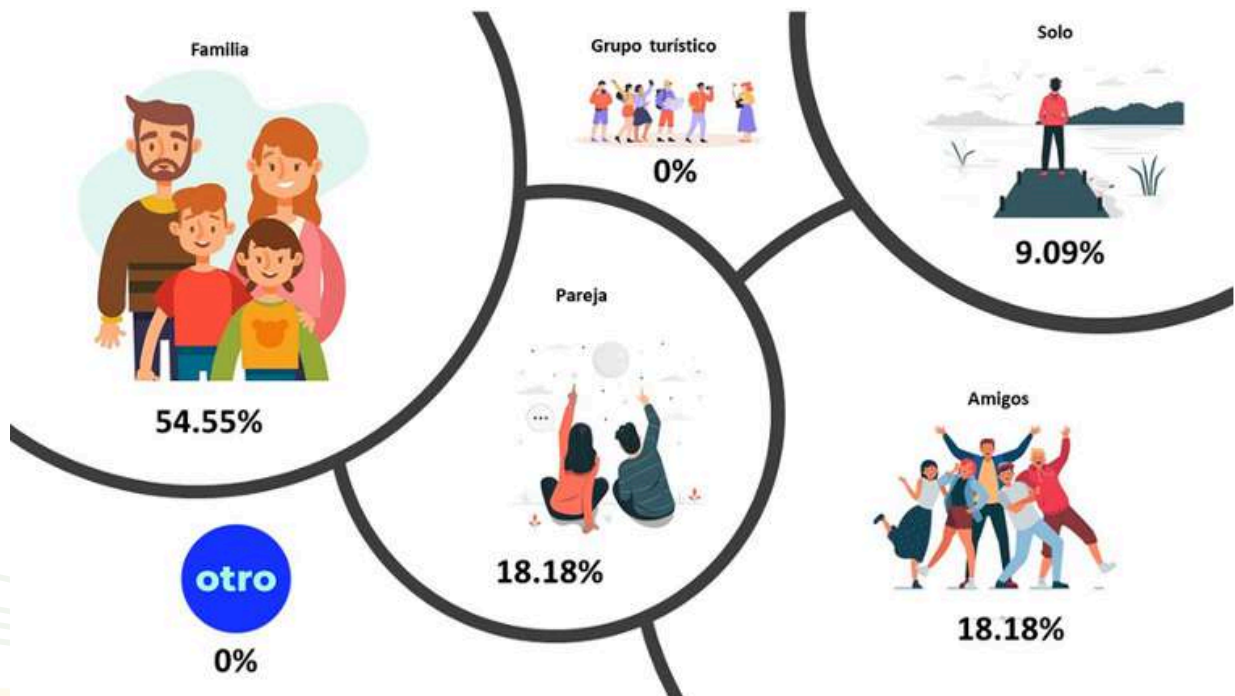
Figura 2. Lugares más visitados por los turistas.



Nota. Destaca el porcentaje de visitantes que buscan los recursos naturales, seguido de la asistencia a eventos, que en este caso coincide con la Feria Nacional de la Birria y otros, sin dejar de nombrar el patrimonio cultural y la gastronomía de la localidad, que si se suman los eventos con la gastronomía podría interpretarse como el porcentaje más alto, expresado en un 45%. Elaboración propia con base en investigación de campo.

La forma de viaje de los turistas, se centra en las familias, con una estancia promedio de una noche por parte del 42%, dos noches lo hace el 34% y el resto de 3 a 5 noches, que van por motivos de negocios, a continuación, un desglose de su forma de viajar.

Figura 3. Forma de viaje



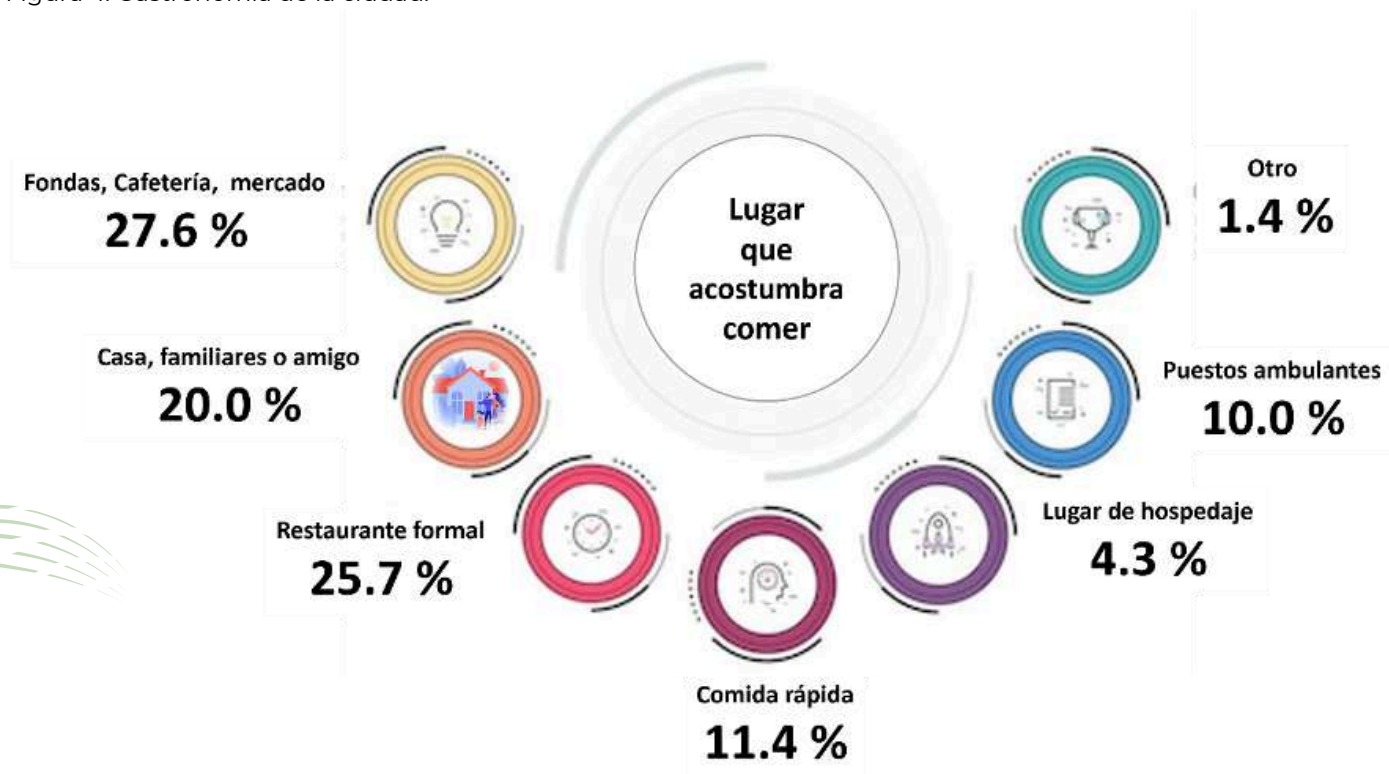
Nota. En esta figura se evidencia que un poco más de la mitad de los turistas viaja en familia, el segundo modo de viaje y de manera similar es el segmento de parejas y amigos, con un mínimo de viajeros solos. Elaboración propia con base en investigación de campo.

PERFIL DEL VISITANTE A LA FERIA NACIONAL DE LA BIRRIA 2022 EN CIUDAD GUZMÁN, JALISCO

En cuanto a lugar de hospedaje en su visita a Ciudad Guzmán, los encuestados manifestaron quedarse a dormir en casa de familiares o amigos, así lo expresó el 37%, un 10% en casas de huéspedes y sólo el 20% pernoctó en hoteles, mientras que el resto no especificó el lugar de hospedaje, sin mencionar ninguno de ellos el uso de Airbnb.

Uno de los objetivos de la creación de la Feria Nacional de la Birria en el año 2014, ha sido el de la creación de un corredor gastronómico por sus numerosos platillos que identifican al Sur de Jalisco, por lo que resulta interesante analizar que los turistas buscan las fondas y los mercados, tal como se expresa continuación.

Figura 4. Gastronomía de la ciudad.



Nota. En esta figura se expresa que el área de fondas, cafeterías y mercados, son el punto de mayor preferencia, seguidos de los que buscan los restaurantes formales y los que suelen comer en casa de familiares y amigos, sin dejar de nombrar la comida rápida y los típicos puestos ambulantes. Sólo un 9% suele comer en sus lugares donde se hospedan. Elaboración propia con base en investigación de campo.

Ciudad Guzmán, Jalisco, es la segunda localidad más grande del estado, se ubica entre dos ciudades capitales muy importantes, la de Guadalajara y la de Colima, ambas con infraestructura carretera de autopista que permite trasladarse en un tiempo máximo de 80 minutos, esta posición permite que los visitantes se desplacen por diferentes motivos donde tienen diversas opciones para realizar en su estancia.

PERFIL DEL VISITANTE A LA FERIA NACIONAL DE LA BIRRIA 2022 EN CIUDAD GUZMÁN, JALISCO

Figura 5. Actividades durante su estancia en la ciudad



Nota. Se muestra la variedad de actividades realizadas por los turistas que presenciaron la Feria de la Birria 2022 y que una vez estando en Ciudad Guzmán, los visitantes buscan el entretenimiento mediante la visita a lugares turísticos conociendo la zona, para realizar compras además de visitar amigos y familia.

Al igual que la mayoría de las ciudades medias de México, el centro es el punto donde se encuentran los principales atractivos para los visitantes, en este destino, el centro histórico denota la herencia española de la construcción en cuadro donde se conjunta los 4 poderes:

1. La iglesia, representada por la Catedral de Santa María de Asunción.
2. El comercio, representado por los pequeños negocios que rodean al segundo Zócalo más grande Jalisco y el mercado Paulino Navarro
3. El gobierno, presentado por el Ayuntamiento de Zapotlán y
4. La educación representada por la escuela primaria más antigua llamada María Mercedes Madrigal

Elaboración propia con base en investigación de campo.

HALLAZGOS

Se encontraron numerosas interpretaciones que permiten conocer con mayor acercamiento el perfil del visitante y, en consecuencia, son elementos de alta importancia para rediseñar los productos turísticos de la ciudad, sin embargo, es necesario conjuntar esta postura con otras investigaciones en proceso que permitan tener una visión más amplia del contexto turístico, como es el caso del perfil del visitante en la ciudad en los siguientes momentos:

1. Festival de la Tostada
2. Feria de la Miel
3. Fiestas de Octubre (religiosas y civiles)
4. Fines de semana y puentes
5. Vacaciones de semana santa y navidad.
6. Eventos académicos

PERFIL DEL VISITANTE A LA FERIA NACIONAL DE LA BIRRIA 2022 EN CIUDAD GUZMÁN, JALISCO

Una vez terminadas estas investigaciones se podrá contar con un perfil más claro, mientras tanto se percibe a la ciudad como un destino en desarrollo, con carácter familiar, promovido principalmente por sus atractivos naturales, además de ser un espacio para el disfrute gastronómico con gran potencial para continuar con la creación de una ruta alimentaria.

Es notorio el agrado de los turistas al visitar la “Feria de la Birria”, misma que, mientras se siga realizando de manera anual y en el centro histórico, podrá recobrar la confianza que se tenía antes de la pandemia.

Se encontró que los lugares turísticos más solicitados suelen ser los naturales, por ello cabe mencionar que, aunque en la ciudad existen más de 25 atractivos de carácter cultural, estos cuentan con poca difusión, mientras los tres naturales existentes se encuentran muy bien posicionados, como es el caso del Parque Nacional Volcán Nevado de Colima, la Laguna Zapotlán y el Parque Ecológico las Peñas.

Llama la atención la ausencia de visitantes en grupos, lo que orienta a pensar en aprovechar otro tipos de recursos con potencial turístico de la ciudad que no han sido promovidos, como el caso de los sistemas productivos de la elaboración del ponche, la miel, el aguacate, los berries o las típicas palanquetas, los cuales pueden ser de interés a los grupos con el fin de presenciar su elaboración. En ese sentido, se denota la necesidad de promover de una manera diferente los atractivos turísticos.

Se rescata que la ciudad cuenta con espacios en el centro alrededor del Mercado Municipal, donde se concentra la venta de los platillos típicos o de mayor consumo por la población local y los visitantes.

CONCLUSIONES Y/O REFLEXIONES FINALES

El perfil del visitante en Ciudad Guzmán durante los festejos de la “Feria Nacional de la Birria”, se caracteriza por una ligera presencia mayor de hombres, en ambos géneros predomina la edad de los 18 a los 30 años, un alto porcentaje cuenta con estudios de licenciatura ocupando su vida laboral como empleados y comerciantes, la presencia de jubilados es muy baja. La gran mayoría suele visitar la ciudad por más de 10 veces, sin especificar que va exclusivamente a la “Feria de la Birria”, en todo caso su presencia fue casual. El principal motivo de su viaje se centra en la visita a familiares, amigos y vacacionar, solo el 20% manifiesta estar en la ciudad para asistir a algún evento.

La forma de viaje de los visitantes suele ser en familia, pareja o amigos, existe una clara ausencia de viajes en grupo a este evento, llama la atención que no está presente el sistema de hospedaje por medio de Airbnb entre los visitantes de este estudio, sigue permeando el sistema tradicional del hotel para efectos de pernocta y en mayor grado el dormir en casa de familiares y amigos.

Es necesario mantener este tipo de investigaciones y generar otras que permitan conocer más sobre los gustos y preferencias de los visitantes, sean turistas o excursionistas, ambos forman parte de la visita. En ese sentido la creación del Observatorio Turístico Universitario del Sur de Jalisco, será la punta de lanza para evidenciar la realidad del turismo en la región y servir de apoyo en la toma de decisiones de todos los actores del turismo.

PERFIL DEL VISITANTE A LA FERIA NACIONAL DE LA BIRRIA 2022 EN CIUDAD GUZMÁN, JALISCO

BIBLIOGRAFÍA

Alegre-Brítez, M., A. (junio del 2022). Aspectos relevantes en las técnicas e instrumentos de recolección de datos en la investigación cualitativa. Una reflexión conceptual. *Población y desarrollo*, 28, 93-100. <http://scielo.iics.una.py/pdf/pdfce/v28n54/2076-054x-pdfce-28-54-93.pdf>

Cárdenas Iñiguez, P., Rendón Medel, R., Aguilar-Ávila, J., Salinas-Cruz, E., de la Cruz-Morales, F., d.R., Sangerman-Jarquín, D., M. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 8. <https://www.redalyc.org/journal/2631/263153520009/html/>

Hernández Sampieri, R. (2014). Recolección de datos cuantitativos. *Metodología de la investigación* (pp. 196 – 268). Mac Graw Hill Education. https://ciberinnova.edu.co:10004/archivos/plantilla-ovas1-slide/documents-UCNCanvas/proyecto-integrador-II/lecturas%20unidad%201/TEMA%203/Capitulo%209_Sampieri-Recoleccion%20de%20datos%20cuantitativos-196-268.pdf

Hernández Vega, C. et al. (2019). Impactos socioeconómicos y ambientales del turismo de reuniones: Caso feria nacional de la birria en Ciudad Guzmán, Jalisco del año 2014 al 2018. *Academia Journals* (Ed.), *Diseminación de la investigación en la educación superior: Celaya 2019* (1658-1663). Editorial Academia Journals.

Hernández Vega, C. (2018). *La Feria Nacional de la Birria: Caso de éxito de la triple hélice* (Primera ed., Vol. 1). Universidad de Guadalajara.

Hernández Vega, C. Villafania Góngora, P. P. & Juárez González, J.A. (2015). Potencialidad turística y sustentabilidad desde la visión de los actores sociales: Aplicación en Zapotlán el Grande, Jalisco. Gámez, A. Palafox Muñoz, A. & Gutiérrez, M. (Ed.). *La Construcción del espacio turístico: Procesos, actores e impactos*. (225-234). Ed. Academia Mexicana de Investigación Turística

Hernández Vega, C. (2014). *Baco en Zapotlán: consumidores y vendedores de vino en Ciudad Guzmán, Jalisco* (Primera ed., Vol. 1). Editorial Staudeg (Sindicato de Trabajadores Académicos de la Universidad de Guadalajara).

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. P. (2010). *Metodología de la investigación*. (Quinta ed., Vol. 1). McGraw-Hill Interamericana de España S.L.

Lee, I., & Arcodia, C. (2011). The role of regional food festivals for destination branding. *International Journal of Tourism Research*, 13(4), 355–367. <https://doi.org/10.1002/jtr.852>

Lozano Marroquín, Cristina, Calvo Díaz, Gabriela, Armenta Hurtarte, Carolina, & Pardo, Romina. (2021). La influencia de los grupos sociales en la alimentación de estudiantes universitarios mexicanos. *Psicumex*, 11, e346. Epub 23 de agosto de 2021. <https://doi.org/10.36793/psicumex.v11i1.346>

Organización Mundial del Turismo. (2008). *Glosario de términos de turismo*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Pat Fernández, L. A., & Calderón Gómez, G. (2012). Caracterización del perfil turístico en un destino emergente, Caso de estudio de Ciudad del Carmen, Campeche, México. *Gestión Turística*, (18), 47-70. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223326490002>

PERFIL DEL VISITANTE A LA FERIA NACIONAL DE LA BIRRIA 2022 EN CIUDAD GUZMÁN, JALISCO

SEMBLANZA

Dr. Carlos Hernández Vega

Licenciado en turismo con especialidad en mercadotecnia, maestría en administración del tiempo libre, doctorado en desarrollo sustentable y turismo.

Profesor docente en la licenciatura en desarrollo turístico sustentable del Centro Universitario del Sur de la Universidad de Guadalajara, profesor de la maestría en administración de los recursos humanos del Centro Educativo Superior de Zapotlán. Perfil PRODEP.

Responsable del Laboratorio de Gestión del Turismo en el Sur de Jalisco y del Observatorio Turístico Universitario del Sur de Jalisco. Director de CAVITUR, distribuidor oficial de Vinícola San Patricio, consultor empresarial. Autor de 3 libros, 10 capítulos de libro y 5 artículos de divulgación.





Revista Realizada en Colaboración con los miembros del Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato - OTEG



UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO





OTEG

Observatorio Turístico
del Estado de Guanajuato



Guanajuato
Vive Grandes Historias
Secretaría de Turismo

www.observatorioturistico.org

 @ObservaTur_GTO

 /observatoriotgto