

Posibilidades de turismo social en espacios rurales: estudio en la sierra nororiental de Puebla, México*

Prospects of social tourism in rural areas: study in the northeastern mountains of Puebla, Mexico

José Pedro Juárez Sánchez^{1§} y Benito Ramírez Valverde¹

¹Colegio de Postgraduados-Campus Puebla. Carretera Federal México-Puebla km 125.5. C. P7276. Puebla, Puebla. (bramirez@colpos.mx). [§]Autor para correspondencia: pjuarez@colpos.mx.

Resumen

En México, uno de los principales problemas es la persistencia de la población en condiciones de pobreza y en especial la que habita el medio rural. Paralelamente se tienen avances económicos, en particular en el sector turístico. Sin embargo, dicha actividad es practicada generalmente por personas con ingresos importantes y margina a la población y carente de prestaciones de tipo social. En términos generales el turismo se practica por un segmento de población con mayores ingresos y margina a la población de menores recursos y carentes de prestaciones de tipo social. El objetivo de la investigación, fue conocer las prácticas y oportunidades de ocio de las personas de bajos ingresos económicos productoras de café. Se aplicaron 212 cuestionarios a productores de cinco municipios de la sierra nororiental del estado de Puebla. Los entrevistados se ubicaron dentro del turismo senior. Se encontró que un importante porcentaje de productores que tiene deseos de conocer otros lugares, destacando los espacios religiosos. Sin embargo, ante sus escasos ingresos económicos, la posibilidad de realizar esta actividad es difícil. Los agricultores consideran importante conocer otros lugares, y mencionan que requieren financiamiento. La promoción del turismo social puede ser una estrategia para impulsar el desarrollo local, pero se requiere una política social de apoyo a las actividades de esparcimiento a la población con menores recursos.

Abstract

In Mexico, one of the main troubles is the existence of poverty within the population, especially in rural dwelling. There are indeed economic developments, particularly in the tourism sector. However, such activity is generally practiced by people with substantial income, marginalized for the population devoid of social capabilities. Overall, tourism is practiced by a segment of the population with higher incomes and marginalizes the poor population, lacking social benefits. The objective of this research was to understand the practices and leisure opportunities for low-income coffee producers. 212 questionnaires were applied to producers in five municipalities in the northeastern mountains of the State of Puebla. Respondents were within the "senior" tourism. It was found that a significant percentage of producers have a desire to see other places, particularly the religious spaces. However, given their meager income, the possibility of performing this activity is rather difficult. Farmers consider important to know other places and mentioned that require financing. The promotion of social tourism can be a strategy to promote local development, but a social policy to support recreational activities to people with fewer resources required.

Keywords: coffee, peasant, poverty, rural areas.

* Recibido: marzo de 2014
Aceptado: septiembre de 2014

Palabras clave: café, campesino, espacios rurales, pobreza.

Introducción

En las últimas décadas se está brindando una mayor importancia al sector turístico por su contribución al desarrollo económico. Brida *et al.* (2011) menciona que entre sus impactos positivos están los relacionados con el ingreso por divisas, su contribución al ingreso privado y público, la generación de empleo, el incentivo a la creación de tecnologías y a la formación de capital humano y las oportunidades de negocio. En este contexto, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2012) estima que tiene una participación cercana a 5% del producto interior bruto (PIB); y genera entre 6% y 7% del total de puestos de trabajo en el mundo. Además, se incrementó 4% de las llegadas de turistas internacionales, hasta alcanzar los 1 035 millones en 2012 (OMT, 2013).

Este desarrollo del sector turístico muestra al turismo como una actividad elitista, al impulsarse a grupos sociales con altos y medianos ingresos; principalmente de los países desarrollados, como Alemania, Estados Unidos de América, Reino Unido, China y la Federación Rusa. Se puede decir, que cuanto mayor es el nivel de desarrollo de un país, mayor es la demanda turística. En América Latina y en especial México, un segmento importante de la población no tiene acceso al ocio, ya que por su condición socioeconómica, su prioridad es la obtención de los alimentos necesarios para el sustento familiar. En el continente latinoamericano, más de 35% de sus habitantes se encuentran en pobreza o indigencia; acentuándose más en la población rural. México, no es ajeno a esta situación, 36.3% y 13.3% de su población era pobre e indigente respectivamente; y en el medio rural la pobreza alcanzaba a 42.9% y la indigencia estaba presente en 21.3% de la población (CEPAL, 2012).

La política turística en México ha tenido cierto éxito económico al fomentar la concentración de la oferta hotelera en ciertas regiones, y ha sido capaz de atraer al turismo extranjero y generar un importante número de divisas al año; pero marginando los derechos sociales de los mexicanos, plasmados en la legislación nacional. Boltvinik y Damián (2003) mencionan que estos derechos son letra muerta y que el único derecho social que tiene vigencia casi plena, es el derecho a la educación básica. El turismo no debe considerarse solo como una actividad económica, debe tener presente el aspecto social; ya que se considera como

Introduction

In recent decades is being given more importance to the tourism sector's contribution to economic development. Brida *et al.* (2011) mentions that its positive impacts are those related to foreign exchange income, its contribution to public and private income, job creation, incentives for the creation of technologies and the formation of human capital and business opportunities. In this context, the World Tourism Organization (WTO, 2012) estimates that holds a nearly 5% of gross domestic product (GDP); and generates between 6% and 7% of all jobs in the world. In addition, 4% of international tourist arrivals increased, reaching 1 035 million in 2012 (WTO, 2013).

This development of the tourism sector shows the tourism as an elitist activity, to propel social groups with high and middle-income countries; mainly from developed countries, such as Germany, USA, UK, China and the Russian Federation. It can be said that the higher the level of development of a country, the greater the demand for tourism. In Latin America, especially Mexico, an important segment of the population has no access to leisure, since by their socioeconomic status, their priority is to obtain enough food to support the family. In Latin America, more than 35% of the population lives in poverty or indigence; more accentuated in the rural population. Mexico is no stranger to this situation, 36.3% and 13.3% of the population is poor and homeless, respectively; and in rural areas, the poverty rate to 42.9% and indigence was present in 21.3% of the population (CEPAL, 2012).

Tourism policy in Mexico has had some success in fostering economic concentration of the hotels in certain regions, and has been able to attract foreign tourists and generate a significant number of foreign exchange annually; but marginalizing the social rights of Mexicans, reflected in national legislation. Boltvinik and Damián (2003) mentioned that these rights are a dead letter and that the only social law which has nearly full force, is the right to basic education. Tourism should not be considered only as an economic activity, should bear in mind the social aspect as well; as it is considered as a dimension of social development, and an expression of the quality of life of people (Barbini, 2002); because it contributes to improving the quality of life of the population, once it has managed to meet their needs for food, housing and education (Acerenza, 2006).

una dimensión más del desarrollo social, y una expresión de la calidad de vida de las personas (Barbini, 2002); debido a que contribuye a mejorar la calidad de vida de la población, una vez que ésta ha logrado satisfacer sus necesidades de alimentación, vivienda y educación (Acerenza, 2006).

Se puede decir que las formas de organización de la producción -fordista y posfordista- han incidido en la política turística implementada en determinados países; y ha determinado la inclusión o exclusión de los sujetos económicos y sociales que participan en la oferta y demanda turística. Con el triunfo del capitalismo, Amín (2011) menciona que se modificaron las relaciones sociales a favor de la clase obrera; al fomentarse la producción en masa de destinos turísticos estandarizados enfocados al turismo de sol y playa, a bajo precio y con una notable rigidez de la oferta (Donaire 1998 y Enríquez *et al.*, 2012). Se considera que el turismo fordista fue la producción, pero sobre todo el consumo de servicios turísticos, en donde sus productos eran orientados hacia mercados amplios y con escasa segmentación para maximizar el número de visitantes (De la Torre, 1997; (Muñiz, 2001b; Fayos-Solá, 2004).

Esto permitió a una parte de la población asalariada disfrutar de las actividades de ocio, y significó el surgimiento del turismo de masas, entendido como un sistema de producción y consumo masivo, que permitió a la población de las sociedades occidentales acceder a unos niveles de consumo y bienestar hasta entonces impensables (Santana, 2003). El ocio estuvo ligado a la reducción de los horarios, y a las reivindicaciones sociales de los trabajadores. Pasó de ser una necesidad a un derecho laboral. La cantidad de vacaciones pagadas aumentó a partir del fin de la Segunda Guerra Mundial, en el caso de los obreros, como media el periodo de vacaciones pasó de 2 semanas en 1951 a 4-5 semanas en 1999 y la jornada laboral a la semana en la Unión Europea (UE), en 1992 en promedio era de 37.2 h y disminuyó a 32.8 h en 1996 (Tribe, 1999). El turismo social, se define como el movimiento turístico de personas, con escasos medios económicos para pagar los gastos de viaje y estadía; y que busca facilitar su acceso a personas desfavorecidas por razones, económicas y sociales (Cooper *et al.*, 1997; López, 1999; Fayos-Solá, 2004). Molina y Cánoves, 2010). Bajo este modelo, se excluyó a la gente que no tiene un contrato salarial con alguna empresa, como los campesinos.

En la política neoliberal los derechos al ocio se ven amenazados, y solo una parte de la población conserva estos derechos. Las últimas generaciones se caracterizan por

It can be said that the organizational forms of Fordist and post-Fordist production have affected the tourism policy implemented in selected countries; and determined the inclusion or exclusion of economic and social actors involved in tourism supply and demand. With the triumph of capitalism, Amin (2011) mentioned that social working class relations were modified; encouraged the mass production of standardized destinations focused on tourism of sun and beach, at low cost and with a remarkable rigidity of supply (Donaire 1998; Enríquez *et al.*, 2012). It is considered that the Fordist tourism was the production, but especially the consumption of tourist services, where their products were facing larger markets and little segmentation to maximize the number of visitors (De la Torre, 1997; Muñiz, 2001b; Fayos-Solá, 2004).

This allowed a portion of the working population enjoy leisure activities, and marked the emergence of mass tourism, understood as a system of mass production and consumption, which allowed the population of Western societies access to consumption levels and wellness hitherto unthinkable (Santana, 2003). The entertainment was linked to reduced schedules, and social demands of the workers. It went from being a necessity to labor law. The amount of paid leave increased from the end of World War II, in the case of the workers, on average the holiday period spent 2 weeks in 1951 to 4-5 weeks in 1999 and working hours per week in the European Union (EU) in 1992 was on average 37.2 h decreased to 32.8 h in 1996 (Tribe, 1999). Social tourism is defined as tourism movement of people with limited financial means to pay for travel and accommodation; and seeks to facilitate access for disadvantaged people for reasons, economic and social (Cooper *et al.*, 1997; López, 1999; Fayos-Solá, 2004; Molina and Cánoves, 2010). Under this model, people who do not have a wage contract with a company, such as peasants were excluded.

In the neoliberal political, rights for leisure are threatened, and only part of the population retains these rights. The latest generations are characterized by difficulties in finding a job, and when they do, this is unstable and mostly lack of social benefits. Cooper *et al.* (2007) and Muñiz (2001a) mentioned that due to the economic crisis, union activity disclaims social leisure and tourism and job security means that maximum reduction of leisure time and that workers do not take advantage of their social rights. Today tourism has a fully economic view, privileging the artificial social relationships, to transform leisure into merchandise.

tener dificultades para encontrar algún empleo, y cuando lo consigue este es inestable y carecen en su mayoría de prestaciones sociales. Cooper *et al.* (2007) y Muñiz (2001a) mencionan que producto de la crisis económica la actividad sindical se desliga del ocio y del turismo social y que la estabilidad laboral implica que se reduzca al máximo el tiempo de ocio y que los trabajadores no aprovechen sus derechos sociales. Hoy el turismo tiene una visión totalmente economicista, privilegiando las relaciones sociales artificiales, al convertir el ocio en mercancía.

Existen diversos factores que intervienen en la decisión de realizar actividades de ocio, como el nivel educativo; Ramírez (2006) considera otros factores como la posibilidad de tiempo, disponibilidad anímica y capacidad económica. Con respecto a la capacidad económica, es importante la existencia del ahorro que se deriva del ingreso, y que incide directamente en la demanda, que se traduce en el consumo turístico. Las restricciones de tiempo e ingreso, se observa que este último se incrementa a costa del tiempo, repercutiendo en las actividades destinadas al ocio.

Ello significa que el tiempo es un componente esencial del bienestar y que muchas veces puede pasarse por alto, entonces la calidad de vida no solo depende de los recursos económicos y del acceso a los servicios públicos, sino de la calidad de tiempo disponible para cubrir las necesidades de reproducción en el ámbito doméstico, laboral, de recreación y esparcimiento (Damián, 2003). Se puede decir que la alternativa del turismo social ha sido limitada en los países subdesarrollados, ya que la población con menores ingresos tiene otras necesidades que resolver, entre ellas la salud, vivienda, alimentación, vestido y educación (Boullón, 2005).

Materiales y métodos

El objetivo del estudio fue conocer las prácticas y oportunidades de ocio por productoras de café de escasos recursos económicos que habitan municipios rurales con muy alta marginación en la sierra nororiente del estado de Puebla. La región contempló cinco municipios que fueron seleccionados, por tener superficie plantada con café, por poseer población indígena y que fueran de muy alta marginación: 1) Huehuetla; 2) Hueytlalpan; 3) Hermenegildo Galeana; 4) Olintla; y 5) Zapotitlán de Méndez. Estos municipios están enclavados en la sierra nororiente del Estado de Puebla, se ubican entre los 20° de

There are several factors involved in the decision to pursue leisure activities, such as educational level; Ramírez (2006) considers other factors such as the possibility of time, mental and economic capacity availability. Regarding the economic performance, it is important that the existence of savings income are derived, which directly affects the demand, which translates into tourism consumption. Time constraints and income, and we see that the latter is increased at the expense of time, affecting leisure activities.

This means that time is an essential component of well-being and that can often be overlooked, then the quality of life not only depends on the economic resources and access to public services, but the quality of time available to cover needs of reproduction in the domestic, working, recreation and leisure field (Damián, 2003). It can be said that the alternative of social tourism has been limited in developing countries, as people with lower incomes have other needs to be addressed, including health, housing, food, clothing and education (Boullón, 2005).

Materials and methods

The aim was to study the practices and leisure opportunities for coffee producers economically disadvantaged living in rural municipalities with very high marginality in the northeastern mountains of the State of Puebla. The region watched five municipalities, selected for having coffee surface planted, possess indigenous population and were highly marginalized: 1) Huehuetla; 2) Hueytlalpan; 3) Hermenegildo Galeana; 4) Olintla; and 5) Zapotitlán de Méndez. These towns are nestled in the northeastern mountains of Puebla, located between 20 degrees north latitude and 97th longitude west, with an elevation from 180 to 1 500 m (INEGI, 2009) (Figure 1).

The municipalities are characterized by having small populations. The main housing estates are concentrated in the municipalities, other population centers are small and scattered. The municipality has 15 689 inhabitants Huehuetla, Hueytlalpan 5734, Hermenegildo Galeana 7718, 11641 Olintla and, in Zapotitlán de Méndez 5608 inhabitants (CEIGEP, 2010). Its main population centers have access to basic public services and have an intercultural university Huehuetla. The main economic activity in the municipalities is the production of coffee. The economically active population is mainly used as a self-employed worker, laborer and unpaid family workers.

latitud norte y los 97° de longitud occidental, con una altitud sobre el nivel del mar que oscila de los 180 a los 1 500 m (INEGI, 2009) (Figura 1).

Los municipios se caracterizan por tener pequeñas poblaciones. Los principales núcleos habitacionales se concentran en las cabeceras municipales, los demás centros poblacionales son pequeños y dispersos. El municipio de Huehuetla tiene 15 689 habitantes, Hueytlalpan 5 734, Hermenegildo Galeana 7718, Olintla 11 641 y Zapotitlán de Méndez 5 608 habitantes (CEIGEP, 2010). Sus principales centros poblacionales, cuentan con servicios públicos básicos y tienen una universidad intercultural en Huehuetla. La principal actividad económica en los municipios es la producción de café. La población económicamente activa se emplea principalmente como trabajador por su cuenta, jornalero y trabajador familiar no remunerado.

En la investigación se realizó una revisión de fuentes secundarias sobre turismo social, rural y pobreza. La técnica de investigación que se utilizó para recopilar información entre productores fue la aplicación de cuestionarios, aquí se analizaron variables sociales para conocer si los agricultores indígenas han realizado o si están dispuestos a efectuar prácticas turísticas y bajo qué condiciones. Este estudio permite conocer qué tipo de demanda de turismo existe en los espacios indígenas y si puede contribuir a la desestacionalización de esta actividad.

Para calcular el tamaño de muestra de este estudio se utilizó un muestreo estratificado aleatorio, con distribución proporcional al tamaño de los municipios. El universo de muestreo estuvo constituido por los productores de café de los cinco municipios en estudio, tomando como base el censo de caficultores realizado en 2001. La ecuación para estimar el tamaño de muestra es presentada por Gómez (1979) y se especifica de la siguiente forma:

Ecuación 1. Expresión matemática para calcular el tamaño de muestra en un estratificado aleatorio con distribución proporcional.

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 \sum_{i=1}^k N_i s_i^2}{d^2 V + \sum_{i=1}^k N_i s_i^2}$$

Donde: d= Precisión; $Z_{\alpha/2}$ = confiabilidad; N= tamaño de la población; N_i = tamaño de la población; del estrato i; S_i^2 = varianza del estrato i.

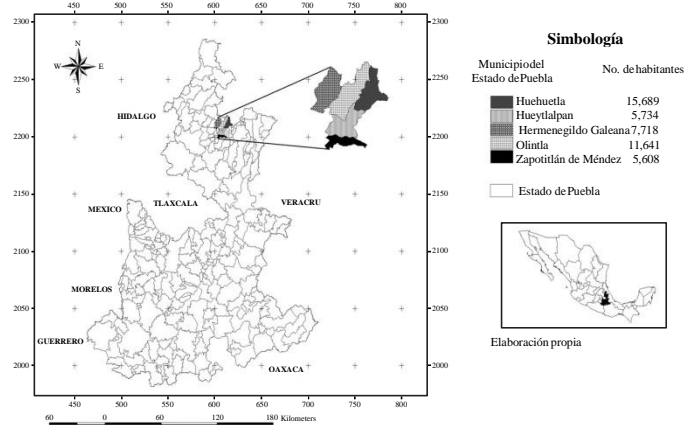


Figura 1. Localización geográfica de los municipios de estudio. Fuente: elaboración propia a partir de síntesis geográfica del estado de Puebla, 2000.

Figure 1. Geographic location of the municipalities under study. Source: own elaboration from geographical synthesis of the State of Puebla, 2000.

In this research, a review of secondary sources on social, rural tourism and poverty was performed. The research technique that was used to collect information from producers was the use of questionnaires, here social variables were analysed to determine whether indigenous farmers have done or are willing to make tourism practices and under what conditions. This study allows us to know what kind of tourism demand exists in indigenous areas and if it can help to change this activity stations.

In order to calculate the sample size of this study, a stratified random sampling with proportional to municipality size distribution was used. The sampling universe consisted of coffee producers in the five municipalities in the study, based on the census of farmers conducted in 2001 equation to estimate the sample size is presented by Gómez (1979) and is specified as follows form:

Equation 1. Mathematical expression to calculate the sample size in a random stratified proportional distribution.

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 \sum_{i=1}^k N_i s_i^2}{d^2 V + \sum_{i=1}^k N_i s_i^2}$$

Where: d= Accuracy; $Z_{\alpha/2}$ = reliability; N= population size; N_i = population size; stratum i; S_i^2 = variance of stratum i.

Con:

$$V = \frac{d^2}{Z_{w/2}^2}$$

Con la información obtenida sobre la población que se dedica a la producción del café para cada uno de los municipios, con una precisión del 15 por ciento de la media y una confiabilidad de 95 por ciento, el tamaño de la muestra para cada uno de los municipios contemplados en el estudio quedo de la siguiente manera: 1) Huehuetla ($n_1= 51$); 2) Hueytlalpan ($n_2= 36$); 3) Hermenegildo Galeana ($n_3= 49$); 4) Olintla ($n_4= 40$); y 5) Zapotitlán de Méndez ($n_5= 36$). El tamaño de la muestra quedo definido en 212 productores, que se seleccionaron mediante un procedimiento aleatorio.

Para analizar los datos se utilizó estadística descriptiva, se realizaron pruebas de t y chi -cuadrada (χ^2), y análisis de correspondencia. En los resultados se hicieron comparaciones entre indígenas productores de café interesados (167) y no interesados (45) en realizar actividades turísticas.

Resultados y discusión

Antes de analizar los datos de la investigación sobre el deseo de los entrevistados de visitar lugares distintos a su residencia, se consideró importante hablar de las características de los entrevistados, para conocer el tipo de personas a las cuales nos estamos refiriendo y que permitan conformar el perfil del turista en potencia. En ese sentido, se tiene que 61.3% de los entrevistados hablan el idioma español y el Totonaco; 26.9% habla solo el Totonaco; y el porcentaje restante dijo hablar español y Náhuatl. Con respecto al idioma, no se encontró diferencia entre el grupo con interés y sin interés de realizar actividades turísticas.

Las familias en promedio están integradas por 4.3 miembros, y tienen tres hijos. La tasa de fecundidad en los municipios de estudio es alta comparada a la que se tiene a escala mundial, que era de 2.5 en 2006 (Bloomy Canning, 2006) y de acuerdo al Consejo Nacional de Población (CONAPO, 2011) en México la tasa de crecimiento intercensal en el periodo 2000-2010 se ubicó en 1.4 por cada cien personas. Con respecto a la edad, se encontró que son personas mayores, similar a los campesinos de otras regiones del país; y caen dentro de la tipología de turista *senior*, que está conformada por personas mayores de 60 años.

With:

$$V = \frac{d^2}{Z_{w/2}^2}$$

With the information obtained on the population is engaged in the production of coffee each municipality, with an accuracy of 15 percent and the average reliability of 95 percent, the sample size for each of the municipalities covered in the study remain as follows: 1) Huehuetla ($n_1= 51$); 2) Hueytlalpan ($n_2= 36$); 3) Hermenegildo Galeana ($n_3= 49$); 4) Olintla ($n_4= 40$); and 5) Zapotitlán Méndez ($n_5= 36$). The sample size was laid out in 212 producers that were selected using a random process.

Data analysis used descriptive statistics, t and χ^2 tests were performed, and correspondence analysis. The results comparisons between indigenous coffee growers interested (167) and not interested (45) in tourist activities were made.

Results and discussion

Before analysing the research data on respondents' desire to visit places other than residence was considered important to talk about the characteristics of the respondents, for the type of people to whom we are talking and allow shaping the profile of the tourist potential. In this regard, it must be 61.3% of respondents speak the Spanish language and Totonaco; 26.9% speak only Totonaco; and the remainder said to speak Spanish and Náhuatl. With regard to language, no difference between the group with interest and interest-free tourist activities was found.

Families on average are composed of 4.3 members, and they have three children. The fertility rate in the municipalities of study is high compared to the worldwide, which was 2.5 in 2006 (Bloom and Canning, 2006) and according to the National Population Council (CONAPO, 2011) in Mexico intercensal growth rate in 2000-2010 stood at 1.4 per hundred persons. With respect to age, we found that older people are similar to farmers in other regions; and fall within the type of "senior" tourist consists of people over 60 years.

Statistically ($t= 1.356$, $p= 0.18$) producers in the municipalities of study are the same age (60 years) than the ejidatarios (SEDATU, 2012). The age of people who want

Estadísticamente ($t= 1.356$; $p= 0.18$) los productores de los municipios de estudio tienen la misma edad (60 años) que los ejidatarios del país (SEDATU, 2012). La edad de las personas que desean (55.3 años) y no (57.6 años) practicar actividades turísticas no influyó estadísticamente ($t= -1.114$; $p= 0.266$) para tomar esta decisión. En los países desarrollados Molina y Cánoves (2010) afirman que las personas adultas han empezado a viajar; y en los países subdesarrollados este sector es cada vez más amplio, pero con escaso ingreso, por lo que sería importante que participe el Estado fomentando el turismo social.

La escolaridad en México, a pesar de que ha tenido logros importantes, su promedio es bajo, el Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE, 2012) informa que alcanzó los 8.3 años en 2008. El sector rural presenta los más bajos niveles de escolaridad y en especial la agricultura familiar de subsistencia, con 4.9 años promedio (SAGARPA-FAO, 2012). La escolaridad de los entrevistados no fue la excepción, en promedio tuvieron 2.8 años, y se observó que influyó en la decisión de las personas que mencionaron tener deseos de conocer (3.1 años) o no (1.4 años) otros lugares diferente al de su residencia. Respecto a la escolaridad, 64.4% de las personas que no desean realizar actividades turísticas son analfabetas. En un estudio realizado en diversos municipios de esta región, Ramírez y Juárez (2008) mencionan que los productores en promedio tienen 4.6 años de escolaridad y 15.7% nunca asistió a la escuela.

Los entrevistados son personas que se dedican al cultivo del café (98.6%), en una superficie promedio de 1.8 ha; se encontró diferencia estadística ($t= 2.744$; $p= 0.007$) entre el número de hectáreas de las personas que desean conocer (1.9 ha) y no conocer (1.3 ha) otros lugares. Esta variable interfiere en la decisión salir a visitar otros lugares. Este tipo de agricultura es de corte minifundista y es similar a la de los cafecultores del país, 64% posee superficies menores a una hectárea y 2.6% posee superficies mayores a 5 hectáreas (AMECAFÉ, 2012). El tipo de tenencia de los productores es privada (98.1%) en su gran mayoría. Los rendimientos promedio que obtienen son bajos ($1037.5 \text{ kg ha}^{-1}$). No existe diferencia estadística ($t= 1.412$; $p= 0.159$) en los rendimientos entre los que desean ($1093.8 \text{ kg ha}^{-1}$) y no desean (828.4 kg ha^{-1}) salir a conocer otros lugares. Se considera que los rendimientos logrados en el aromático son bajos y se debe a la crisis mundial del café y la política de austeridad que están afectando las condiciones de vida de sus productores (Juárez y Ramírez, 2007).

(55.3 years) and not (57.6 years) did not influence practice tourism statistically ($t= -1.114$, $p= 0.266$) for this decision. In developed countries Molina and Cánoves (2010) argue that adults have begun to travel; and in underdeveloped countries this sector is widening, but with little income, so it would be important that the State participates promoting social tourism.

Schooling in Mexico, although it has had significant accomplishments, the average is low, the National Institute for Educational Evaluation (INEE, 2012) reports that reached 8.3 years in 2008. The rural sector has the lowest schooling levels and especially family subsistence agriculture, with average 4.9 years (FAO-SAGARPA, 2012). Schooling of interviewees was no exception, on average had 2.8 years and found that influenced the decision of the people mentioned having a desire to know (3.1 years) or not (1.4 years) other different places. With regard to education, 64.4% of the people who do not want tourist activities are illiterate. In a study conducted in several municipalities of this region, Ramírez and Juárez (2008) mention that the producers are on average 4.6 years of schooling and 15.7% never attended school.

Respondents are people dedicated to coffee cultivation (98.6%) in an average area of 1.8 ha; statistical difference ($t= 2.744$, $p= 0.007$) was found between the number of acres for people who want to know (1.9 ha) and not knowing (1.3 ha) elsewhere. This variable interferes with the decision to leave to visit other places. This type of agriculture is smallholder and is similar to coffee growers in the country, 64% have smaller area than one hectare and 2.6% have areas larger than 5 ha (AMECAFÉ, 2012). The type of ownership is private producers (98.1%) mostly. The average yields obtained are low ($1037.5 \text{ kg ha}^{-1}$). There is no statistical difference ($t= 1.412$, $p= 0.159$) in yields between wanting ($1093.8 \text{ kg ha}^{-1}$) and not wanting (828.4 kg ha^{-1}) out to see other places. It is considered that, the yields obtained are low and due to the global coffee crisis and austerity policies that are affecting the lives of their producers (Juárez and Ramírez, 2007).

Importantly, among those who are considered poor, all of them do not want to see other places and those who are not considered poor 86.8% want to visit other places. When performing a correspondence analysis by comparing the perception of township farmers about their living conditions at the time, the results show that there is statistically significant relationship between the two variables ($\chi^2= 76.004$, $p< 0.001$) (Figure 2).

Es importante destacar que entre las personas que se consideran pobres, la totalidad de ellas no desean conocer otros lugares y los que no se consideran pobres 86.8% desea visitar otros espacios. Al realizar un análisis de correspondencia comparando por municipio la percepción que tienen los agricultores sobre sus condiciones de vida en ese momento, los resultados muestran que existe relación estadísticamente significativa entre las dos variables ($\chi^2=76.004$; $p<0.001$) (Figura 2).

Se conformaron tres grupos de percepción de la pobreza y serían los siguientes: a) municipios con la percepción más baja de condiciones de vida, correspondiendo a Huehuetla y Olintla, que se agrupan alrededor del valor más bajo del indicador; b) municipios con percepción baja-media, en este caso se encuentran los municipios Hueytlalpan y Zapotitlán de Méndez; y c) municipios con percepción media, aquí se ubica el municipio de Hermenegildo Galeana. Estos resultados hablan de la extrema pobreza en que viven los pobladores de estos municipios. Pérez y González (2003) argumentan que ante el crecimiento demográfico sin empleos, y la pobreza a la que se enfrenta la población de numerosos países, adquiere relevancia el concepto del turismo social.

Los resultados muestran que existe un alto porcentaje (78.8%) de entrevistados interesados en visitar otros lugares diferentes a su comunidad. De este porcentaje, solo 10.8% de los que desean visitar otros lugares han gozado de unas vacaciones, visitaron la ciudad de México y Puebla y en menor medida mencionaron Tlaxcala, Veracruz y Zacatlán. Ello significa, que los cafecultores son marginados de las actividades de ocio, en este contexto toma relevancia el turismo social que supone, la inclusión al mercado de los menos favorecidos, propiciando su desarrollo y el de las comunidades visitadas (Pérez y González, 2003). Al grupo que le gustaría salir y no de su comunidad, 91% y 8.9% respectivamente consideró importante realizar actividades de ocio. En general, mencionaron que es importante para distraerse (56%) y conocer otros lugares (33.1%), no se encontró diferencia estadística ($\chi^2=4.985$; $p<0.546$) entre ambos grupos con respecto al por qué es importante vacacionar. Los lugares que les gustaría conocer es la ciudad de Puebla y México (81.4%).

Esta respuesta significa que a pesar de que la población se encuentra en pobreza, tienen deseos de realizar actividades de ocio que contribuya a mejorar su calidad de vida. Armadans (2002) menciona que el término "calidad de vida", no solo

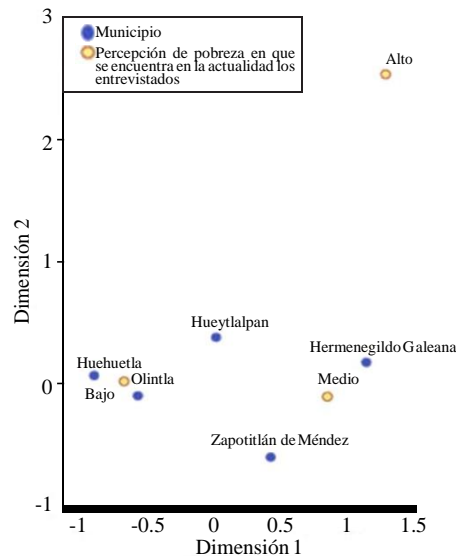


Figura 2. Análisis de correspondencia entre municipios según supercepción de pobreza. Fuente: elaboración a partir de trabajo de campo.

Figure 2. Analysis of correspondence between municipalities according to their perception of poverty. Source: from fieldwork preparation.

Three groups of perception of poverty were formed: a) municipalities with the lowest perception of living conditions, corresponding to Huehuetla and Olintla, grouped around the lower value of the indicator; b) municipalities with low-average perception in this case are the Hueytlalpan, Zapotitlán de Méndez and municipalities; c) Municipalities with average perception Hermenegildo Galeana. These results speak of extreme poverty where people live in these municipalities. Pérez and González (2003) argue that given the population growth without jobs and poverty in the population that many countries face, become relevant the concept of social tourism.

The results show that a high percentage (78.8%) of respondents interested in visiting other places outside their community. Of this, only 10.8% of those who want to visit other places have enjoyed a vacation, visited Mexico City and Puebla and less mentioned Tlaxcala, Veracruz and Zacatlán. This means that coffee farmers are marginalized for leisure activities in this context becomes relevant the social tourism involved, including the market for the less fortunate, promoting their development and that of the communities visited (Pérez and González, 2003). The group that would like to leave and not of their community, 91% and 8.9% respectively considered important leisure activities. In general, they mentioned that it is important for escape (56%) and visit other places (33.1%), no statistical

debe considerar aspectos subjetivos y que debe tener en cuenta los de tipo objetivo con sus respectivas relaciones. Un factor objetivo es el apoyo social disponible que puede estar asociado con el disfrute en las actividades de ocio. Asimismo, menciona que las actividades de ocio así como la participación social de las personas mayores han sido relacionadas de manera positiva con la calidad de vida. Con ello las personas de la tercera edad enriquecen su espacio vital a través del ocio (Martínez, 2008).

Al indagar si les gustaría conocer las ciudades coloniales, sitios de playa o santuarios religiosos, se encontró que en les gustaría conocer más de 2 lugares (promedio 2.6); en primer lugar destacaron los espacios religiosos, en segundo sitio mencionaron las ciudades coloniales y en tercer lugar los espacios de sol y playa. Juárez, Ramírez y Mota (2012) mencionan que los espacios religiosos en América Latina, y en especial en México se caracterizan por tener una importante afluencia de peregrinos, pero con un nivel de gastobajo inferioraleuropeo. El turismo religioso en México en el año 2004 movilizó aproximadamente 24 millones de personas y dejó una derrama económica de 40 mil millones de pesos (Cruz y Monroy, 2005).

El 96.4% de las personas con deseos de conocer otros sitios mencionó que le gustaría visitar los lugares religiosos y los que dijeron que no les gustaría visitar otros lugares, al 9% le agrada visitar estos sitios. El principal lugar sagrado a visitar es el santuario de la Virgen de Guadalupe (52.2%), y el de Juquila (31.7%) en Oaxaca y en porcentajes menores al 6% mencionaron el Santuario del Señor de Chalma en el Estado de México, el de la Virgen de San Juan de los Lagos, en el estado de Jalisco, El del Niño Doctor en Tepeaca y el Señor de las Maravillas ambos en Puebla, y San Miguel del Milagro en el estado de Tlaxcala. Es importante destacar que los lugares que mencionaron los entrevistados, se encuentran entre los santuarios religiosos más importantes del país y coinciden con el lugar de origen de los peregrinos (Juárez, Ramírez y Mota, 2012).

Al 87.4% de los entrevistados les gustaría conocer las ciudades coloniales del país, de este porcentaje, mencionaron que les agrada conocer la ciudad de Puebla (48.6%), ciudad de México (21.2%), Guanajuato (14.4%), Oaxaca (6.2%) y el porcentaje restante le gustaría visitar Michoacán, Querétaro y Chiapas. Estos resultados ponen de manifiesto que los entrevistados tienen interés por conocer las ciudades Patrimonio de la Humanidad de México. También se les preguntó si deseaban conocer las

diferencia ($\chi^2= 4.985$; $p < 0.546$) was found between the two groups with respect to why it is important a vacation. The places they would like to know is the city of Puebla and Mexico (81.4%).

This response means that even though the population is in poverty, it has desires of leisure activities to help improve their quality of life. Armadans (2002) mentions that the term "quality of life", not only must consider subjective aspects and should take account of objective type with their respective relationships. An objective factor is the available social support that may be associated with enjoyment in leisure activities. It also mentions that leisure activities and social participation of older persons have been positively related to quality of life. This people seniors enrich living space through leisure (Martínez, 2008).

When asked if they would like to know the colonial cities, beach sites and religious shrines, it was found that they would like to know more than 2 points (average 2.6); first highlighted religious spaces, second site mentioned in colonial cities and third spaces sunshine (Juárez *et al.*, 2012) mentioned that religious spaces in Latin America, especially in Mexico are characterized by a large influx of pilgrims, but with a lower level low cost. Religious tourism in Mexico in 2004 mobilized about 24 million people and left an economic impact of 40 billion pesos (Cruz and Monroy, 2005).

96.4% of people wanting to meet other sites mentioned that he would like to visit religious places and they said they would not like to visit other places, 9% would like to visit these sites. The main sacred place to visit is the Sanctuary of the Virgin of Guadalupe (52.2%), and Juquila (31.7%) in Oaxaca and percentages below 6% mentioned the Sanctuary of the Lord of Chalma in the State of Mexico, the of the Virgin of San Juan de los Lagos in the State of Jalisco, el niño Doctor in Tepeaca and the Lord of Wonderland both in Puebla, and San Miguel del Milagro in the State of Tlaxcala. Importantly, the places mentioned by respondents are among the largest in the country and coincide with the place of origin of the pilgrims (Juárez *et al.*, 2012) religious shrines.

87.4% of respondents would like to know the colonial cities, this percentage, they mentioned that they would like to know the city of Puebla (48.6%), Mexico City (21.2%), Guanajuato (14.4%), Oaxaca (6.2%) and the remainder would like to visit Michoacan, Queretaro and Chiapas. These results show that respondents are interested in knowing the

playas y contestó afirmativamente, 82% de las personas que desean conocer otros lugares, de este porcentaje, 67.2% quiere conocer Veracruz, 17.5% Acapulco y 11.7% Cancún fundamentalmente. En México los centros integralmente planeados (CIP), son los destinos más importantes de sol y playa; y Cancún, es uno de ellos; las playas de Veracruz y Acapulco son los destinos tradicionales de sol y playa de los turistas nacionales.

Las principales fechas que mencionaron para salir a visitar otros lugares es en marzo (34.7%), mayo (21%) y abril (20.4%) en menor porcentaje mencionaron el mes de diciembre, julio, junio y agosto. La causa por la que decidieron visitar en ese momento estos lugares, 66.5% dijo que es cuando tienen tiempo, y se refieren fundamentalmente al mes de marzo y abril; y 18.6% mencionó que es cuando el tiempo es agradable en el lugar que desea visitar. Este porcentaje habla del conocimiento que tienen los entrevistados del lugar a donde se desean desplazar, y específicamente de la estacionalidad del turismo, que de acuerdo a López y López (2006) está relacionada al mal tiempo y los valores culturales, pero también hacen mención de la disponibilidad laboral y las decisiones personales en el ámbito de lo social.

El grupo de personas que les gustaría salir a conocer otros sitios, 95.2% afirmó que visitarían los lugares mencionados, condicionado a un apoyo que le pueda proporcionar el gobierno para realizar esta actividad. El tipo de apoyo que necesitan, 83.1% dijo que requiere crédito para pagar su traslado y gastos, 8.4% requiere crédito para pagar su diversión, 6% para pagar hospedaje y el 2.4% para el pago de alimentos. Muñiz (2001c) menciona que en la desestacionalización turística, adquiere relevancia el turismo social, donde el apoyo a personas marginadas ha permitido que se muestre como estrategia utilizada por las empresas hoteleras para desestacionalizar la demanda turística, siempre y cuando dispongan del tiempo libre en épocas del año que generalmente no suelen ser vacaciones y, que disponga de un ingreso mínimo para hacer frente a los gastos.

La promoción del turismo social puede adquirir relevancia en épocas y destinos o espacios turísticos donde no se busque solamente el beneficio de las grandes cadenas hoteleras. Para ello se debe promover un turismo justo que pretenda que la actividad turística sea un instrumento para impulsar el desarrollo sostenible de la comunidad, en donde los actores locales dicten su propio modelo de desarrollo y que exista una distribución equitativa y transparente del

World Heritage Cities in Mexico. They were also asked if they wanted to see the beaches and answered yes, 82% of people who want to visit other places, this percentage, 67.2% want to know Veracruz, Acapulco 17.5% and 11.7% primarily Cancun. In Mexico the master-planned resorts (CIP), are the most important destinations for sun and sand; and Cancun, is one of them; the beaches of Veracruz and Acapulco are traditional sun and beach destinations of domestic tourists.

Main dates mentioned for exploring other locations are in March (34.7%), May (21%) and April (20.4%) lower percentage mentioned in December, May, June and August. The reason why they decided to visit these places at that time, 66.5% said it when they have time, and relate primarily to the month of March and April; and 18.6% said that is when the weather is nice in the place they want to visit. This percentage speaks of knowledge among respondents from the place where they want to move, and specifically the seasonality of tourism, according to López and López (2006) related to weather and cultural values, but also mentions labour availability and personal decisions in the social sphere.

The group of people who would like to know other places, 95.2% said they would visit the places mentioned, subject to the support that the government can provide for this activity. The type of support they need, 83.1% said they needed to pay for credit transfer and expenditure, 8.4% required credit to pay their fun, 6% to pay hosting and 2.4% for maintenance payments. Muñiz (2001c) mentions that in the change of seasons in tourism, social tourism becomes relevant, where support for marginalized people allowed to be displayed as a strategy used by hotel companies for the seasons change and tourism demand, provided they have the free time in seasons usually are not usually vacation and has a minimum income to meet expenses.

The promotion of social tourism can become relevant in times and places where tourist destinations look not only benefit for the big chains. This requires to promote fair tourism intended to be a tool to promote sustainable development of the community, where local actors dictate its own model of development and ensure equitable and transparent distribution of value, respect basic human and labour rights and incorporate sustainable practices with the cultural, social and environmental medium (Palomo, 2006).

Funding acquires a cardinal importance because the salaries paid to the respondents is low, on average earn \$390 weekly. Statistically there is no difference ($t = 1.468, p = 0.144$) in

valor, respeto básico a los derechos humanos y laborales e incorpora prácticas sostenibles con el medio cultural, social y medio ambiental (Palomo, 2006).

El financiamiento adquiere un importancia cardinal debido a que el salario que devengan los entrevistados es bajo, en promedio ganan \$390 semanales. Estadísticamente no existe diferencia ($t=1.468$; $p=0.144$) en la percepción de salarios entre los que les gustaría participar en la actividad turística (\$407.6) y los que no tienen planteado salir a otros sitios (\$323.4). Aquí, el gobierno mediante esquemas de financiamiento blandos puede impulsar la demanda de turismo social que adquiere relevancia, al reactivar la demanda turística y contribuir al bienestar de la población a través de la promoción de actividades de ocio entre la población en estado de pobreza. En donde se considera al ocio como una experiencia humana, necesaria y capaz de proporcionar autorrealización, derecho y calidad de vida (Cuenca, 2009).

Conclusiones

En la investigación se encontró que los productores de café en los municipios evaluados tienen una unidad de producción familiar de corte minifundista, son personas mayores, con una escasa escolaridad y están en situación de pobreza. Se considera que los bajos ingresos y rendimientos del café son efecto de la política agrícola y de los bajos precios internacionales del café. A pesar de la situación económica de los entrevistados, y de que tienen necesidades prioritarias, como su alimentación, educación y vivienda; existe un alto porcentaje de personas que desean conocer otros lugares, con el objetivo de satisfacer sus necesidades de autorrealización. Las variables que más influyen en la decisión de conocer otros lugares fue la escolaridad y menor medida la superficie agrícola de la unidad de producción familiar.

Los espacios a ser visitados destacan los principales santuarios religiosos del país, destacando el de la Virgen de Guadalupe en la capital de la república mexicana. Esta demanda responde a las necesidades de satisfacer sus necesidades espirituales, propias de todo ser humano y en específico de las personas católicas. La fecha en la que desean salir a conocer otros sitios puede contribuir a la desestacionalización del turismo y al desarrollo social y económico de los espacios receptores. Se considera que se tiene que impulsar el turismo social que beneficie a la mayor

the perception of salaries among those who would like to participate in tourism (\$407.60) and those who have brought out elsewhere (\$323.40). Here, the government through soft financing schemes may boost the demand for social tourism becoming relevant, to revive tourism demand and to contribute to the welfare of the population through the promotion of leisure activities among the population in poverty. Where it is considered leisure as a human experience, and capable of providing necessary self, right and quality of life (Cuenca, 2009).

Conclusions

The investigation found that coffee producers in the assessed municipalities have a family smallholder production unit, which are seniors, with little education and live under poor circumstances. It is believed that low income and coffee yields are effect of agricultural policy and low international coffee prices. Despite the economic situation of respondents, and they have priority needs, such as feeding, education and housing; a high percentage of people who want to visit other places, with the goal of self needs are met. The variables that influence the decision to visit other places was the school and to a lesser extent the agricultural area of the household production unit.

The areas to be visited include the major religious sanctuaries in the country, specially the Virgin of Guadalupe in the capital of the Mexican Republic. This demand responds to satisfy their spiritual needs, characteristic of every human being and specific needs of the Catholic people. The date in which they wish to leave to know other sites can contribute to changing seasons of tourism and social and economic development of host spaces. It is considered that it is necessary to promote social tourism that benefits the majority of the local population and tourism models that benefit not only the transnational tourism companies taken. They have to implement policies to support economic social tourism to this segment of the population, to enjoy leisure activities as a universal right of every human being.

Social tourism should be seen as a right of every human being, and must stop identifying with tourism to poor, lower quality and lower price. Social tourism, properly organized both the demand and supply can be an important source of income and employment to promote regional development. It should encourage the demand side at a tourism policy that encourages programs that provide quality services at low

partedelapoblaciónlocalynoseadoptenmodelosturísticos quebeneficiensolosalasempresas turísticastransnacionales. Se tienen que implementar políticas de turismo social que apoye económicamente a este segmento de la población, paraquedisfrutedelasactividadesdeociocomounderecho universal de todo ser humano.

El turismo social debe considerarse como un derecho de todo ser humano, y tiene que dejar de identificarse con un turismo para pobres, de menor calidad y de menor precio. El turismo social, adecuadamente organizado tanto en la demandacomoenlaoferta, puedeserunafuenteimportante de ingresos y de empleos para promover el desarrollo regional. Se debe fomentar del lado de la oferta una política turística que impulse programas que presten servicios de calidad a bajos precios en espacios tradicionalmente turísticos. Pero también se requiere una política crediticia dirigida a la demanda turística de bajos ingresos, en donde se fomente el pago de intereses reducidos y su pago en plazos previamente pactados. Se concluye que el estado debe de fomentar espacios turísticos de turismo social, que sean atractivos para la demanda, en beneficio tanto de los receptores como de los demandantes.

Agradecimientos

Los autores agradecen el apoyo económico brindado por la Línea Prioritaria de Investigación 4 del Colegio de Postgraduados en Ciencias Agrícolas: Agronegocios, Agroecoturismo, y Arquitectura de Paisaje, para la realización de esta investigación, dentro del proyecto estructura territorial del turismo en áreas rurales indígenas, caso Huasteca Hidalguense.

Literatura citada

Acerenza, M. Á. 2006. Conceptualización, origen y evolución del turismo. Edit. Trillas. 116 p.

Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café (AMECAFÉ). 2012. Plan integral de promoción del café de México. AMECAFÉ. 63 p.

Amín, S. 2011. Capitalismo, imperialismo, mundialización. Matxingune Taldea. 1-9 pp.

Armada, I. 2002. Actividad de ocio-turístico y personas mayores: análisis de diferencias psicosociales entre "viajeros" y "no viajeros". Tesis doctoral. Facultad de Psicología, Departamento de Psicología Social. Universidad de Barcelona. 321 p.

prices in traditional tourist areas. However, is also needed a credit policy aimed at low-income tourism demand, where reduced interest payments and payment terms previously agreed. We conclude that the state should promote social tourism areas that are attractive to the demand, for the benefit of recipients and applicants.

End of the English version



Barbini, B. M. 2002. El aporte del turismo al desarrollo local: condiciones y posibilidades. Fases. 14:71-86.

Bloom, D. y Canning, D. 2006. Subidas, caídas y ecos. La explosión demográfica más grande de la historia afecta al desarrollo mundial. Finanzas y Desarrollo. 3(43):8-13.

Boltvinik, J. y Damián, A. 2003. Derechos humanos y medición oficial de la pobreza en México. Papeles de Población. 35:101-137.

Boullón, R. 2005. Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista. Editorial trillas. 199 p.

Brida, J. G.; Monterubbianesi, P. D. y Zapata-Aguirre, S. 2011. Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. Pasos. 2(9):291-159.

Comité de Información Estadística y Geográfica del estado de Puebla (CEIGEP). 2010. Fichas municipales. (consultado mayo, 2010). <http://www.coteigep.puebla.gob.mx/est231.php?muni=21068>.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). 2012. Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe. 220 p.

Consejo Nacional de Población (CONAPO). 2011. La situación demográfica de México 2011. CONAPO. 273 p.

Cooper, C.; Fletcher, J.; Fyall, A. Gilbert, D. y Wanhill, S. 2007. El turismo. Teoría y práctica. Editorial Síntesis. 358 p.

Cooper, C.; Fletcher, J.; Gilbert, D. y Wanhill, S. 1997. Turismo. Principios y práctica. Editorial Diana. 942 p.

Cruz, C. y Monroy, P. 2005. México santuario turístico. Fortuna. México <http://revistafortuna.com.mx/opciones/archivo/2005/abril/html/turismo/santuario.htm>.

Cuenca, M. 2009. Más allá del trabajo: el ocio de los jubilados. Mal-estar e subjetividad. 1(9):13-42.

Damián, A. 2003. La pobreza de tiempo. Una revisión metodológica (parte A y B). Estudios Demográficos y Urbanos. 52:127-162.

De la Torre, Ó. 1997. El turismo. Fenómeno social. Fondo de Cultura Económica (FCE). 162 p.

Donaire, J. A. 1998. La reconstrucción de los espacios turísticos. La geografía del turismo después del fordismo. Sociedad e Territorio. 28:2-32.

Enríquez, M. A.; Osorio, M.; Castillo, M. y Arellano, A. 2012. Hacia una caracterización de la política turística. Pasos. 3(10):417-428.

Fayos-Solá, E. 2004. Política turística en la era de la globalización. Colección Mediterráneo Económico: las nuevas formas del turismo. Instituto de estudios socioeconómicos de Cajamar. 5:215-232.

Gómez, R. 1979. Introducción al muestreo. Tesis de Maestría en Ciencias en Estadística. Centro Estadística y Cálculo. Colegio Postgraduados. Chapingo, México. 143 p.

Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE). 2012. Panorama educativo de México 2010. Indicadores del sistema educativo nacional educación básica y media superior. 410 p.

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). 2009. Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos. <http://mapserver.inegi.org.mx/dsis/prontuario/index2.cfm>.
- Juárez, J. P.; Ramírez, B. y Mota, J. A. 2012. Peregrinación y turismo religioso en los Santuarios de México. *Geográfica de Valparaíso*. 46:41-53.
- Juárez, J. P. y Ramírez, B. 2007. El turismo rural como complemento al desarrollo territorial rural en zonas indígenas de México. *Scripta Nova*. 11:236.
- López, F. 1999. Política turística y territorio en el escenario del cambio turístico. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*. 28:23-38.
- López, J. M. y López, L. M. 2006. La concentración estacional en las regiones españolas desde una perspectiva de la oferta turística. *Estudios Regionales*. 77:77-104.
- Martínez, O. 2008. El programa de termalismo social del IMSERSO: la promoción del turismo activo en la tercera edad a través del agua. El caso de Galicia. *Medicina naturista*. 2(2):143-147.
- Molina, M. y Cánoves, G. 2010. Turismo accesible, turismo para todos: la situación en Cataluña y España. *Cuadernos de Turismo*. 25:25-44.
- Muñiz, D. 2001a. Análisis económico de la política de turismo social en España. *Papeles de Trabajo. Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales*. Departamento de Economía Aplicada, Universidad de Málaga. 26:96 p.
- Muñiz, D. 2001b. La política social del turismo. *Junta de Andalucía, Dirección General de Planificación Turística*. 47 p.
- Muñiz, D. 2001c. El turismo social como tipología turística desestacionalizadora de la empresa hotelera. *Cuadernos de CC.EE, y EE*. 41:93-109.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). 2013. Barómetro OMT del turismo mundial y anexo estadístico. OMT. 1-49 pp.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). 2012. Panorama OMT del turismo internacional. OMT. 15 p.
- Palomo, S. 2006. El turismo justo y la creación de sistemas de producción de servicios turísticos responsables. *Estudios Turísticos*. 168:7-46.
- Pérez, D. M. y González, D. J. 2003. Turismo accesible. *Hacia un turismo para todos*. Colección Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad -ceremi.es-. 111 p.
- Ramírez, B. y Juárez, J. P. 2008. Opciones económicas y productivas de reestructuración de las unidades indígenas de producción de café ante la crisis agrícola: estudio en la Sierra Nororiental de Puebla, México. *Perspectivas Sociales*. 2(10):115-138.
- Ramírez, C. 2006. Visión integral del turismo. *Fenómeno dinámico universal*. Ed. Limusa. 239 p.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación y Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (SAGARPA-FAO). 2012. *Agricultura familiar con potencial productivo en México*. 534 p.
- Santana, M. A. 2003. Formas de desarrollo turístico, redes y situación de empleo. El caso de Maspalomas (Gran Canaria). Tesis Doctoral, Departament de Sociologia Universitat Autònoma de Barcelona. 195 p.
- Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano (SEDATU). 2012. En México, 377 ejidatarios tienen entre 12 y 14 años de edad. Comunicado. Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano. <http://www.sedatu.gob.mx/sraweb/noticias/noticias-2012/abril-2012/11163/>.
- Tribe, J. 1999. *Economía del ocio y el turismo*. Edit. Síntesis. 494 p.