

Cadena de valor turística en el estado de Durango: fortalezas y oportunidades de desarrollo

Tourism value chain in the state of Durango: strengths and opportunities of developing

María Quetzalcihuatl Galván Ismael ^a, Juana Hernández Chavarría ^b, Iván González Lazalde ^c

Abstract:

The tourism value chain represents a developing potential for those regions that manage to detonate the indirect linkages in an optimistic way, therefore, analyzing touristic activities under this tool allows visualizing the strengths and opportunities aimed at integrating the associated links. This investigation focuses in the links of origin-destination analysis according to the proffer of Value Chains in Tourism of World Tourism Organization (2013), analyzing the planification and development activities as much as direct and indirects that develop in the municipality Pueblo Nuevo in Durango state. The tourism in the region of Pueblo Nuevo contains the elements for the development of alternative tourism that considers ecotouristic activities, adventure tourism and rural tourism, however, the touristic activities in the municipality has been distinguished by emerging as traditional tourism spontaneously devoid of proper planning and adapting itself to the needs and desires the residents and/or providers of tourist services perceive. The results portray the links that are present in the touristic activities of Pueblo Nuevo and the level of development, precariousness or inexistence in which they are found

Keywords:

Tourism, chain of touristic value and ecotourism

Resumen:

La cadena de valor turística representa un potencial de desarrollo para aquellas regiones que consiguen detonar los encadenamientos indirectos de manera óptima, por lo que analizar las actividades turísticas bajo esta herramienta permite visualizar las fortalezas y oportunidades encaminadas a la integración de los eslabones asociados. Esta investigación se enfoca al análisis de los eslabones de origen-destino de acuerdo a la propuesta de la Cadena de Valor Mundial de Turismo de la Organización Mundial de Turismo (2013), analizando las actividades de planificación y desarrollo tanto directas como indirectas que se desarrollan en el municipio de Pueblo Nuevo en el estado de Durango. El turismo en la región de Pueblo Nuevo contiene los elementos para el desarrollo del turismo alternativo que considera actividades ecoturísticas, turismo de aventura y turismo rural, sin embargo, la actividad turística en el municipio se ha caracterizado por surgir como turismo tradicional de forma espontánea desprovisto de una planeación adecuada y adaptándose a las necesidades y deseos que perciben los pobladores y/o prestadores de servicios turísticos. Los resultados retratan los eslabones que están presentes en las actividades turísticas de Pueblo Nuevo y el nivel de desarrollo, precariedad o inexistencia en las que se encuentran.

Palabras Clave:

Turismo, cadena de valor turística y ecoturismo

Introducción

El objetivo de este trabajo es identificar y analizar los diferentes eslabones que conforman la cadena de valor

turística del municipio de Pueblo Nuevo en el estado de Durango. El análisis de la cadena de valor turística permitirá identificar las fortalezas y áreas de oportunidades que tiene el municipio en las actividades ecoturísticas que actualmente

^a Autor de Correspondencia, Tecnológico Nacional de México/I. T. Durango, <https://orcid.org/0000-0003-3117-5121>, Email: ggalvan@itdurango.edu.mx

^b Conacyt/Tecnológico Nacional de México/I. T. Durango, <https://orcid.org/0000-0003-0268-6280>, Email: juana.hernandez@itdurango.edu.mx

^c Tecnológico Nacional de México/I. T. Durango, <https://orcid.org/0000-0002-6728-4381>, Email: igonzaalez@itdurango.edu.mx

Fecha de recepción: 01/04/2023, Fecha de aceptación: 20/04/2023, Fecha de publicación: 05/07/2023

DOI: <https://doi.org/10.29057/est.v9i17.10872>



tiene un crecimiento y dinamismo en la región de la sierra de Durango. De acuerdo la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019) “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (p. 8).

Desde la perspectiva de la OMT la industria turística es una actividad compleja, ya que además de la gran cantidad de actores que la componen, involucra diversos sectores económicos necesarios para su desarrollo, el turismo es visto como la exportación de una región o país hacia el lugar de destino, ya que se generan ganancias, empleos y se incentivan las actividades empresariales (OMT, 2019).

La industria turística a nivel mundial ha tenido un crecimiento exponencial en el número de visitantes y en las divisas que genera, en consecuencia, han surgido nuevos modelos de oferta turística que han llevado a la diversificación y/o creación de nuevos destinos y atracciones, como el caso del ecoturismo que se enfoca en el contacto directo con la naturaleza y con experiencias al aire libre en zonas protegidas e incluso vírgenes años atrás.

El turismo, en todas sus variantes, es altamente rentable y competitivo, en México las actividades turísticas generan 6 de cada 100 empleos a nivel mundial, México ocupa el lugar número seis como destino turístico más visitado (INEGI, 2018; SECTUR, 2018). Para el caso del estado de Durango, el turismo aporta el 8.7% al Producto Interno Bruto (PIB), lo que representa 1,300 millones de pesos. En relación con el personal ocupado en actividades turísticas representa el 0.33% de la economía de la entidad. Debido a su gran potencial, el turismo se ha incluido como prioridad en el Plan Estatal de Desarrollo 2016-2022 (Gobierno del estado de Durango, 2016). La oferta turística es rica y diversa, existen cuatro vertientes principales en las que se clasifican las actividades turísticas: cultural, reuniones, cinematografía y aventura y naturaleza (Proyectos México, 2021).

El impacto económico que generan las actividades turísticas ha ocasionado que regiones sin vocaciones turísticas, como el caso de Pueblo Nuevo, comiencen a generar servicios turísticos que incentivan el empleo y detonan el desarrollo regional a nivel social y económico, debido a la creación y modernización de infraestructura que permite la generación de servicios que atraen turistas, tanto locales como foráneos. En el caso de Pueblo Nuevo, en la última década ha habido un crecimiento significativo de servicios turísticos enfocados al ecoturismo, renta de cabañas en la zona de la sierra, el turismo rural, de aventura y distintas actividades al aire libre que han permitido que la región crezca y se generen actividades económicas que han tenido derramas en la población de la región.

Sin embargo, dicho crecimiento no ha sido planeado desde ningún enfoque o institución coordinadora, si no ha sido una suerte de intereses desde lo público y lo privado, donde las regulaciones y el ordenamiento territorial van detrás. Es por ello que este trabajo busca identificar y categorizar los elementos de la cadena de valor, desde la propuesta de la Organización Mundial del Turismo del 2013, en la que se identifican tanto las actividades secuenciales primarias

como las de apoyo y el tipo de organizaciones directas en indirectas, así como la infraestructura y las etapas que interactúan en la concepción de una actividad turística, lo cual muestra la gran complejidad e interacción interinstitucional. El análisis de los elementos de la cadena de valor turística para el caso del Municipio de Pueblo Nuevo permitirá tener nuevo conocimiento sobre el nivel de desarrollo de las actividades turísticas de la región, así como identificar los eslabones que muestran debilidades o aún no se han desarrollado.

Marco Teórico

Cadena de valor

La connotación de cadena de valor fue iniciada por Michael Porter quién en su libro Ventaja Competitiva de 1985 clasificó las actividades realizadas en una empresa como actividades primarias y secundarias de acuerdo a su relación con el proceso productivo con el fin de determinar aquellas que aportan valor para la empresa (Porter, 2015).

La cadena de valor se define como la consecución de acciones que se llevan a cabo con el propósito de identificar los factores que estimulan la generación de valor en la elaboración de un producto o servicio. Para mejorar su competitividad las empresas y organizaciones creadoras de valor analizan los eslabones de la cadena con el objetivo de maximizar lo más posible cada etapa para crear y mejorar una ventaja competitiva (Robben, Quatrebarbes, & Martín Serra, 2018).

La Organización Mundial de Turismo define cadena de valor como aquella secuencia de actividades principales y secundarias importantes a nivel estratégico para que el sector turismo resulte provechoso, en este sector intervienen procesos primarios y de apoyo de diversas organizaciones y empresas, donde debe intervenir el gobierno, por el provecho que se puede obtener de territorios con el planteamiento y planificación de políticas, impulso y presentación al mercado de productos, promoción mercadotecnia operación de los destinos, hasta transporte e infraestructura y desarrollo de recursos humanos, tecnológicos y de servicios complementarios relacionados con el turismo (OMT, 2019).

Cadena de valor turística

Las cadenas de valor turísticas se ejecutan de manera que la estructura se diseña con un nivel interno para prestar servicios a un nivel externo, conformándose por empresas de transporte, de hospedaje, agencias de viajes, operadores turísticos, restaurantes, aerolíneas, tanto en el lugar de origen como en el plano externo, lugar de destino, provocando enlaces entre los diversos eslabones necesarios para cubrir la necesidad de recreación del cliente (Benavides, 2019).

La cadena global de valor del turismo se describe a partir del análisis efectuado por Dörry (2008), donde visualiza el diseño de paquetes turísticos a partir de las relaciones comerciales, cambiando de paradigma al proponer la cadena de valor a partir de la perspectiva de la demanda del turista, es decir las etapas que este sigue para poder cubrir sus necesidades en caso de decidir efectuar un viaje, las

categorías de empresas no son mutuamente excluyentes y muchas de ellas asumen diversas funciones (Dörny, 2008). En la figura 1 la cadena se integra por segmentos que siguen las actividades que realiza un turista internacional. Los segmentos se dividen entre los servicios y productos que adquiere desde donde viaja (salientes) hasta dónde llega el turista (entrante) lo que incluye la distribución internacional que comprende distribución internacional, opciones como agencias de viajes u operador turístico, transporte internacional, distribución nacional y transporte en el destino, alojamiento y actividades de excursión. En el segmento de salientes donde se integran los servicios del país de salida, las necesidades del turista se desglosan en la distribución con los eslabones agente de viajes, operador turístico, otros servicios independientes y el transporte internacional que se compone de transporte aéreo y crucero. Para el caso de los requerimientos donde las necesidades se cubrirán en el país de entrada, las actividades del turista son: distribución donde el agente de viajes nacional lo cubrirá, tanto en lo nacional como en lo local; transporte regional, transporte aéreo nacional y servicios de transporte terrestre; alojamiento en hoteles de lujo, grandes hoteles y pequeños hoteles y excursiones, operadores de excursiones, guías locales y minoristas. Además, en esta cadena se reconocen los bienes nacionales en los destinos turísticos como son fauna, flora, medio ambiente, sitios históricos, y grupos de identidad (Staritz and Reis, 2013).

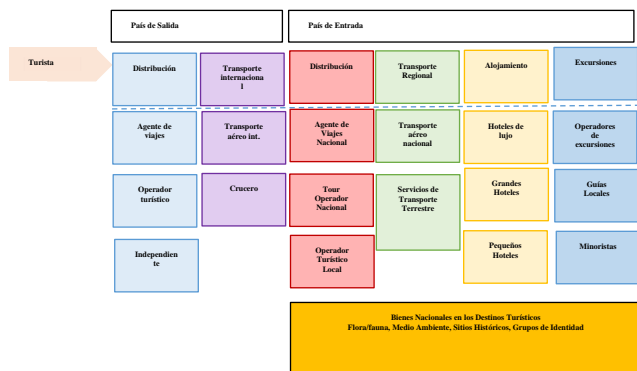


Figura 1. Cadena de valor global
Fuente: (Organización Mundial del Turismo, 2013)

Existe otra propuesta de cadena de valor en el turismo internacional, la cadena de valor mundial del turismo (figura 2) propuesta por la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2013) al igual que la referida con anterioridad las actividades se dividen en dos aquellas que se realizan en el país emisor y aquellas efectuadas en el país destino. Además, se incluyen actividades directas en origen como: internet, centro de llamadas como en destinos en tránsito como agente de viajes, compañías aéreas y operadores turísticos y mayoristas que incluye tanto en origen como destinos en tránsito; y actividades indirectas como los bienes y servicios relacionados con la promoción, actividades promocionales y comunicación, prensa y medios.

En la parte central se establecen las necesidades del turista a cubrir como son la organización y reserva de viajes, transportación, alojamiento, alimentos y bebidas, activos

turísticos en destino, ocio, excursiones y recorridos y servicios de apoyo. En la parte superior se representan las actividades indirectas al turismo mientras que la parte inferior las directamente relacionadas. Además, se agregan las actividades de soporte de infraestructura en desperdicio, materiales de construcción, energía, agua, educación, comunicaciones y seguridad y salud pública. Esta cadena incluye por medio de código de color aquellas actividades de planificación y actividades de desarrollo tanto directas como indirectas a lo largo de la cadena (Organización Mundial del Turismo, 2013).



Figura 2. Cadena de valor mundial del turismo
Fuente: Organización Mundial del Turismo, 2013

Para entender al turismo con una visión sistemática, estratégica e integral se debe visualizar desde la perspectiva de la demanda, considerando las necesidades del turista en un sistema de tres tipos de actividades: aquellas de naturaleza turística (alojamiento, alimentación, agencias de viajes, información, animación y transporte), de apoyo al turismo (servicios públicos y privados demandados por los turistas al momento permanecer por tiempo limitado en el destino) y aquellas de aplicación turística conformadas por las necesidades a cubrir en relación a lo que motivó al turista a trasladarse a ese destino en específico (recreación, aventura, convivencia familiar, etc.) (Pulido-Fernández and López-Sánchez, 2013).

La cadena de valor de un destino turístico propuesta por Pulido y López (2013), se diseña considerando los eslabones a través de los que se agrega valor a la experiencia que en el destino disfruta el turista.

El modelo se integra de nueve eslabones organizados en tres etapas secuenciales, por lo que su estructura está centrada en tres etapas principales: la primera elección de valor, tiene como propósito planificar el territorio, efectuar las

adecuaciones pertinentes para el uso turístico al que se va a destinar el territorio, en esta etapa además se organiza el producto destino, es decir generar oferta de productos y servicios que respondan a las necesidades del público objetivo seleccionado, acorde a las características presentadas en el territorio del destino. La segunda etapa, la comercialización es en la que se establecen las acciones y estrategias para llamar la atención del público objetivo hacia la oferta generada, es decir se trata de la comunicación y distribución; la tercer y última etapa, la creación de valor donde se efectúa la prestación y consumo, incluyendo los eslabones de accesibilidad, consumo producto-destino y postconsumo (Pulido-Fernández and López-Sanchez, 2013). Además, a lo largo de la cadena se integran dos eslabones más que de acuerdo a los autores deben efectuarse de manera consecutiva como referencia para la creación de valor añadido, el conocimiento, seguimiento y evaluación. Este modelo (figura 3) se diseñó a partir de la aplicación del método Delphi en la sostenibilidad del modelo turístico español (Pulido-Fernández and López-Sanchez, 2013).

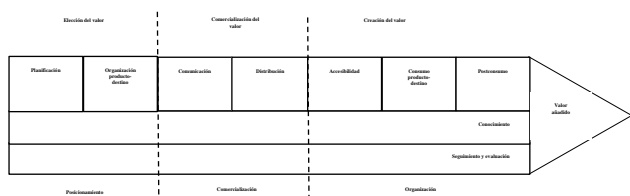


Figura 3. Cadena de valor de un destino turístico

Fuente: (Pulido-Fernández and López-Sanchez, 2013).

Los servicios turísticos se centran en el valor percibido por el turista, identificando los componentes recibidos y entregados; en los recibidos se integran tanto los elementos tangibles, es decir, el conjunto de recursos físicos, instalaciones de alojamiento, restauración, etc., e intangibles que son las más importantes y que se establecen alrededor del servicio como son: trato, emociones, marca, imagen, interacción con otros turistas, etc., en cambio en los componentes entregados se encuentran el precio, el tiempo, incomodidades y el riesgo percibido (Bigné, Font and Luisa, 2000).

El sector turístico ha adquirido diversas tipologías y modalidades en función del motivo del viaje como turismo masivo y turismo alternativo. En el turismo masivo la clasificación se efectúa considerando las visitas relacionadas con sol y playa, actividades culturales en grandes ciudades y otras actividades en lugares de esparcimiento con lujosa infraestructura. En cambio, el turismo alternativo se categoriza en ecoturismo, dirigido al ofrecimiento de talleres de educación ambiental, senderismo interpretativo, observación sideral de flora y fauna, ecosistemas, geológica de atractivos naturales y rescate de flora y fauna, turismo de aventura donde se promueven actividades de montañismo, rappel, cabalgata, escalada, espeleismo, ciclismo de montaña y caminata y el turismo rural con talleres artesanales, etnoturismo ecoarqueología, agroturismo, preparación y uso de medicina tradicional, talleres y disfrute gastronómico, fotografía rural, aprendizaje de dialectos y vivencias místicas (Ibáñez y Cabrera, 2011).

Benseny (2007), al estudiar la evolución turística determina que en México en 1960 inicia la creación de centros turísticos integralmente planificados argumentando el impulso a la composición nacional por medio de la cultura y la identidad nacional de los habitantes, sin embargo, la oferta de servicios turísticos emanaba de inversiones extranjeras. Hasta ese momento sólo existían centros turísticos espontáneos o tradicionales donde el sector turístico representa una actividad secundaria que se desarrolla de forma desordenada, adaptándose a las condiciones físicas del ambiente, lo que implica una reorganización de la zona, con ausencia de cuidado ambiental con un manejo inadecuado de eliminación de desperdicios, muchas de las veces con ausencia de legislación.

Descripción del objeto de estudio

El municipio de Pueblo Nuevo se localiza al sureste en la Sierra de Durango. Su extensión es de 6,943.2 kilómetros cuadrados, representa el 5.16% del total del territorio del Estado, está compuesto por 19 ejidos divididos en 195 localidades (Centro Nacional de Estudios Municipales-Secretaría de Gobernación, 2016). Para el año 2020 la población total de Pueblo Nuevo fue 51,269 habitantes, donde 25,887 (50.5%) son población femenina y 25,382 (49.5%) población masculina las localidades con mayor población son: El Salto, La Ciudad y San Jerónimo con 26,678 (52%), 2,693 (5.3%), 1,192 (2.3%) habitantes respectivamente. La escolaridad promedio es secundaria trunca, es decir, educación básica incompleta; el grado de penetración de las Tecnologías de la Información (TIC) son bajas donde solamente el 19.1% tiene computadora, 12.5% línea fija de teléfono, y 19.2% acceso a internet, (INEGI, 2019). Las principales carencias sociales identificadas en Pueblo Nuevo son el acceso a la seguridad social (51.3%), carencia por acceso a los servicios básicos en la vivienda (49%) y rezago educativo (15.1%) (CONEVAL, 2020).

Según datos del Censo Económico del 2019, los sectores económicos que concentraron más unidades económicas en Pueblo Nuevo fueron el comercio al por menor con el 49.8% (754 unidades), otros servicios excepto actividades gubernamentales 14.9% (226 unidades), industrias manufactureras 12.9% (195 unidades) y servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas 12.4% (188 unidades) (Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2019).

Debido a su rica diversidad natural y sus increíbles paisajes, el municipio de Pueblo Nuevo ofrece a sus habitantes y a los turistas distintas opciones de ecoturismo enfocados al esparcimiento y aventura. En cuanto a parques ecoturísticos resaltan: a) el parque de Mexiquillo, un sitio de más de trece mil hectáreas, con bosques naturales y cascadas, se puede acampar, hacer rapel, kayak, fotografía y caminata; b) el parque ecológico Tecuán, en la sierra madre occidental, es un bosque de pinos con cabañas para acampar y descansar (Datatur, 2022).

De acuerdo a información de la Secretaría de Turismo del Estado de Durango (SETUED), se tienen identificados 48 centros ecoturísticos, de los cuales 33% se ubican en el Municipio de Pueblo Nuevo.

Metodología

Con el propósito de determinar y analizar la actividad ecoturística en Durango, se efectúa el estudio con un diseño transversal aplicando encuestas en periodo vacacional denominado de “Semana Santa” del 2022, por su profundidad la investigación se define como descriptiva al identificar las actividades turísticas desarrolladas en el municipio ubicándolas en los eslabones que conforman la cadena de valor turística. Para la obtención de la información se efectuaron entrevistas a los administradores de los centros ecoturísticos para conocer su organización, reserva, procesos internos, mercadotecnia y proveedores. También se aplicaron entrevistas encuestas a los turistas donde se indagó con respecto a transportación y activos turísticos utilizados en el destino, ocio, excursiones y tours contratados. Para conocer los servicios de apoyo y soporte de infraestructura se efectuó un análisis de la disponibilidad de centros de información, tienda de abarrotes, seguridad e instituciones bancarias y café internet, además de estación de servicios, empresas comerciales y mayoristas y únicos proveedores con información secundaria a través del mapa digital V6 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Como criterios de inclusión la Secretaría de Turismo del Estado de Durango identificó los centros ecoturísticos principales aplicando los instrumentos a administrativos con disponibilidad. En el diseño de las encuestas efectuadas a los turistas se adaptó el instrumento elaborado por el Centro de Estudios Superiores de Turismo de la Universidad Anáhuac para pueblos mágicos y ciudades patrimoniales (SECTUR, 2011) sustituyendo los aspectos relacionados con patrimonio cultural por aspectos relacionados a las propias actividades ecoturísticas. En cuanto a los administradores los instrumentos se elaboraron analizando los procesos internos en los centros.

La cadena de valor utilizada en el análisis fue la establecida por la OMT (2013) al reflejar de manera concreta los eslabones necesarios para los requerimientos del turista apoyadas a través de actividades directas e indirectas que son otorgadas tanto por organizaciones públicas como privadas, lo que confieren un ordenamiento planificado (ver tabla 1).

Tabla 1. Actividades directas e indirectas relacionadas con la experiencia turística

Actividades relacionadas con la experiencia del turista	Actividades directas	Actividades indirectas
Organización y reserva de viajes	Internet, agente de viajes, centro de llamadas, compañías aéreas, operadores turísticos y mayoristas.	Bienes y servicios relacionados con la promoción, actividades promocionales, comunicación, prensa y medios.
Transportación	Alquiler de coches,	Agencia de inmigración, ministerio

	transporte en autobús, compañía de taxis, transbordador por río y transporte informal.	de transportación, autoridad portuaria, oficina de aduana proveedores agrícolas y acuícolas e instituciones de apoyo.
Alojamiento	Hoteles, apartamentos, casa de invitados albergues juveniles.	Marketing y ventas, mantenimiento, tiendas (en alojamiento), constructora y bienes raíces y muebles y equipo.
Alimentos y bebidas	Bares y restaurantes, clubs nocturnos, comida rápida, puestos ambulantes de comida, kioscos, comida típica.	Proveedores de alimentos, almacenamiento y distribución fábricas de alimentos y zonas rurales.
Activos turísticos en destino	Bienes culturales, arqueológicas, etnias, museos, atracciones turísticas, bienes culturales, intangibles (música, danza, leyendas). Bienes naturales, lagos, ríos, arrecifes y montañas, bosques.	Mantenimiento, administración, restauración, señalización, libros, CD'S y DVD.
Ocio, excursiones y tours	Espectáculos, organización de guías turísticos, guías turísticos independientes, paquetes turísticos, guías de transporte y bienestar y SPAS.	Folletos.
Servicios de apoyo	Centros de información,	Estación de aceite, fábricas industriales,

	tienda de abarrotes, ropa sucia, seguridad y dependencias bancarias, café internet.	tiendas de tecnología/importacion es, mayoristas y únicos proveedores, empresas comerciales.
--	---	--

Fuente: Organización Mundial del Turismo, 2013

Análisis de resultados

Al analizar la cadena de valor turística de los centros ecoturísticos en el municipio de Pueblo Nuevo se optó por describir cada eslabón de acuerdo al desarrollo de sus actividades.

Organización y reserva de viajes

La actividad ecoturística considerada la cuarta actividad económica por su proporción en unidades económicas en Pueblo Nuevo se ha desarrollado a partir del concepto de centros turísticos tradicionales o espontáneos por la explotación de un recurso natural propicio para disfrutar de la naturaleza, adaptando la oferta al mercado, es decir este tipo de centros se inician de manera espontánea adaptándose a las condiciones que presenta el espacio físico, reorganizando el territorio sin planificación ni legislación alguna (Benseny, 2007). Esta actividad genera gran interés por parte de los pobladores por considerarse uno de los nichos turísticos de mayor crecimiento en los últimos años, quienes ofrecen alojamiento temporal en cabañas.

En este municipio se encuentran 16 centros ecoturísticos, entre las principales características en cuanto a su organización es el origen de la inversión para iniciar el negocio, el 50% son ejidales, el 40% privados, para la realización de los registros de hospedaje, el 42% lo realizan en una hoja de Excel, el 25% en libro, el 17% en libreta, y el 16% restante no lleva registros o se negó a contestar, para la realización del mantenimiento de la infraestructura el 67% lo realizan a través de una lista de verificación y el resto no lleva registro. Estos centros fijan sus objetivos de manera verbal, el 50%, el 42% los fija a corto plazo y sólo el 8% efectúan plan estratégico, en cuanto al seguimiento de objetivos el 67% no le da seguimiento, el 25% lo establece a través de un libro, pizarra o cuaderno y el 8% se reusó a contestar. Al interrogarlos acerca de la existencia de organigrama de la empresa el 25% manifestó tenerlo actualizado el 16% inexistente y el resto se reusó a contestar, sin embargo, el 67% manifestó que tiene manual de funciones actualizado, el 25% que sus empleados conocen sus funciones, aunque no se tengan por escrito y el resto de los centros se administra sin manual de funciones. Al indagar con respecto al manejo de hojas de registro de huésped y entrega de cabañas, el 83% mencionó contar con registro de entrega de cabaña, el 16% registro de huésped y el resto sin registro alguno, en cuanto mantener bitácoras de reparaciones y limpieza de cabañas la mayoría (58%) cuenta con bitácoras de limpieza de cabañas.

Estos centros efectúan su publicidad y utilizan como métodos de reserva tanto los medios tradicionales como los medios y aplicaciones digitales, el 91% cuenta con página de redes sociales, el 33% con página de internet, el 16% con publicidad tanto en radio como prensa, el 50% con WhatsApp y el 25% con aplicación para reservas, en la figura 4 se esquematiza el eslabón de la cadena de valor correspondiente a la organización y reserva de viajes de origen a destino de las actividades encontradas en Pueblo Nuevo.

Dadas las características de la región al encontrarse en un área con restricciones en cuanto a las vías de comunicación que aunque existen se pueden ver limitadas, generando deficiencias de acceso a internet, telefonía y telefonía celular provocando dificultades en uso de sistemas de registro remoto, de la misma forma el acceso a estos centros se debe hacer con vehículos propios por el limitado número de corridas de transporte público; aunque se ha visto un crecimiento en la presencia de los centros en redes sociales y páginas web todavía presentan deficiencias en cuanto a actualización de la información.

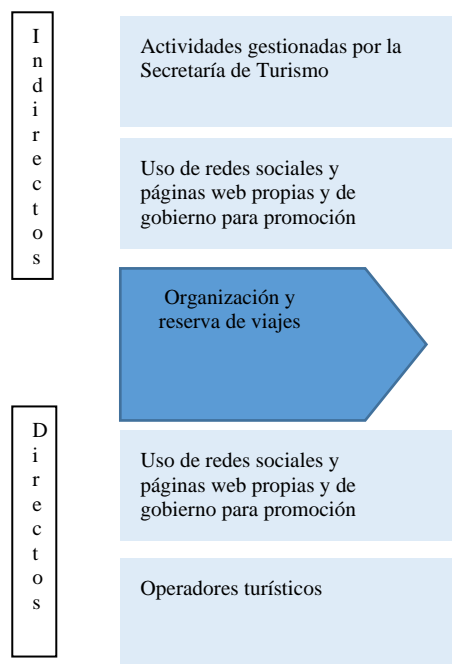


Figura 4. Eslabón organización y reserva de viajes de la cadena de valor turística en el municipio de Pueblo Nuevo. Fuente: Elaboración propia

Con lo anterior se puede reafirmar el enfoque de centros espontáneos al organizarse de manera adaptativa al medio sin planificación, teniendo áreas de oportunidad en su administración y organización para la mejora en los servicios que ofrecen.

Activos turísticos en destino

En la Sierra de Durango se tienen bienes naturales muy atractivos que han permitido el desarrollo de actividades ecoturísticas, entre los más destacados se tiene el jardín de

piedras ubicado en el parque natural Mexiquillo, las formaciones rocosas están constituidas por roca ígnea extensiva y riolita. De igual forma se cuentan con cascadas extensas de tamaño y longitud en medio del bosque, diversidad de parajes naturales, ríos y senderos en medio del bosque. En cuanto a la flora y la fauna, se cuentan con diversidad de especies de aves que se pueden observar e incluso estudiar. En cuanto a la fauna, además de los pinos y diversidad de vegetación, crecen variedad de hongos silvestres de diversos tipos, algunos de ellos comestibles que han permitido el surgimiento de actividades complementarias en torno a la gastronomía, como la feria del hongo, donde los participantes recolectan los hongos en el bosque y después participan en talleres de cocina y degustación, lo cual forma parte de los bienes culturales de la región.

Dentro de los bienes culturales están la observación de estrellas, ya que en la sierra de Durango los cielos son despejados y permiten la observación de astros y estrellas, de igual forma se ofrecen talleres especializados en el manejo y conservación de los recursos naturales, dirigidos al turismo académico (ver figura 5).

Las actividades antes mencionadas tienen un impacto positivo en el desarrollo turísticos de Pueblo Nuevo, ya que demandan hospedaje, alimentación y servicios adicionales para los distintos participantes, lo cual es una derrama económica para las comunidades y los centros ecoturísticos.

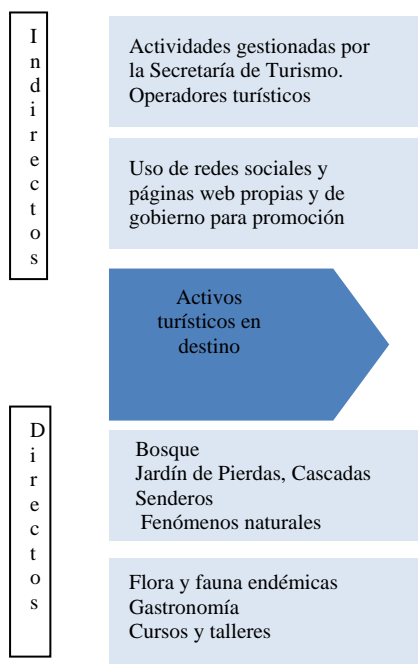


Figura 5. Eslabón activos turísticos en destino de la cadena de valor turística en el municipio de Pueblo Nuevo.

Fuente: Elaboración propia

Ocio, excursiones y tours

El municipio de Pueblo Nuevo por su ubicación geográfica y su belleza natural ha permitido el desarrollo de distintos servicios y actividades asociadas al ocio, excursiones y tours en la sierra de Durango.

Las actividades que se pueden realizar en las zonas turísticas de Pueblo Nuevo son visitas, excursiones, recorridos y tours en las atracciones naturales como cascadas, parajes en el bosque, ríos, senderos, monumentos naturales, observación de flora, fauna y de fenómenos naturales a cielo abierto, rapel, tirolesa, pesca y cursos y talleres sobre temáticas de uso y manejo de los recursos naturales. Para la realización de esta variedad de actividades se ofrece la renta de bicicletas, caballos, lancha, kayak y renta de equipo para actividades de aventura.

Por otro lado, la Secretaría de Turismo del estado de Durango desarrolla distintas actividades que atraen a visitantes a nivel local, nacional e internacional que favorecen el desarrollo de las actividades turísticas en Pueblo Nuevo y la participación de los centros ecoturísticos de la región, actividades deportivas como el tour ciclista, campamentos, talleres de fotografía nocturna, travesías en vehículos motorizados cuatro por cuatro por la Sierra.

En el estado de Durango se tienen registrados 17 operadores turísticos, dos de ellos son sede en el municipio de Pueblo Nuevo. Dichos agentes realizan actividades de promoción, venta de servicios y traslados a los centros turísticos del estado de Durango. La mayoría se encuentran físicamente en la capital del estado, se tienen dos instalados en Pueblo Nuevo (ver tabla 2).

Tabla 2. Operadores turísticos registrados en el estado de Durango

Nombre	Municipio
Operadora turística pata de perro	Durango
Durangoxtremo	Durango
Tour Mapimí Ojuela	Mapimí
La operadora.com Durango	Durango
La cueva aventura extrema	Durango
Durango incomparable	Durango
Coyote tours vip	Durango
Operadora aventura pantera	Durango
Operadora travel tours	Durango
Eco tour tierra norte	Durango
Operadora desafío aventura	Durango
Monkey business	Durango
Baluart tours	Durango
Sujey delgado	Pueblo Nuevo
Fredy Valenzuela	Pueblo Nuevo
GerardoTrejo	Durango
Jair Roberto Morales	Durango

Fuente: Elaboración con base en la Secretaría de Turismo del Estado de Durango, 2022.

Para el caso de Pueblo Nuevo, los operadores turísticos sirven como enlace entre varios eslabones de la cadena turística, como el hospedaje y el ocio, donde también participan actores locales como guías para los recorridos, en los términos de Benavides (2019) son importantes para cubrir la necesidad de recreación del cliente y los servicios adicionales. A continuación, se presenta gráficamente el eslabón de la cadena de valor turística de acuerdo OMT (2013) sobre las actividades de ocio, excursiones y tours en Pueblo Nuevo (ver figura 6).

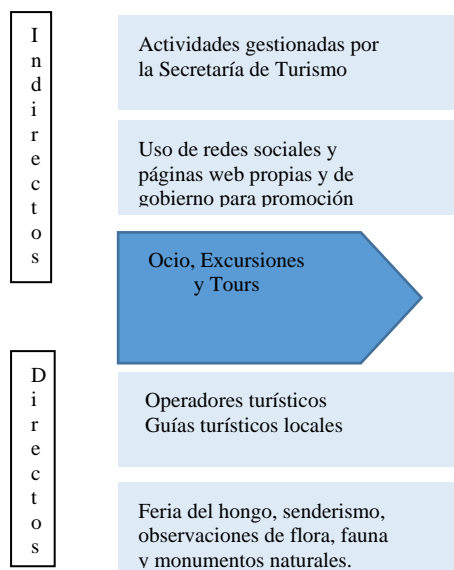


Figura 6. Eslabón Ocio, Excursiones y Tours de la cadena de valor turística en el municipio de Pueblo Nuevo.
Fuente: Elaboración propia

Alojamiento

El alojamiento es un elemento fundamental en las actividades turísticas de cualquier categoría, en términos de Pulido-Fernández y López-Sánchez (2013), es uno de los eslabones con más alta creación de valor para el turista, en los centros ecoturísticos del municipio de Pueblo Nuevo, como destino receptor, ofrecen hospedaje en cabañas instaladas con todos los servicios para una estancia completa y la modalidad de hostel es una modalidad de hospedaje inferior al hotel que ofrece alojamiento y servicio de comedor, en la mayoría de los casos se comparte el baño entre varios huéspedes. Uno de los elementos de valor en la cadena de valor de este destino es la prestación de servicios de alojamiento temporal con características muy peculiares como el hecho de dormir en una cabaña en medio del bosque en la Sierra de Durango, este tipo de alojamiento es considerado uno de los productos más atractivos de los centros ecoturísticos de Pueblo Nuevo, el tipo de servicio va desde una cabaña para dos personas, hasta una familiar con capacidad hasta para 12 personas.

Según el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE, 2022) y de la Secretaría de Turismo del estado al 2022 se encuentran registradas 10 unidades económicas dedicadas al servicio de alojamiento temporal en el municipio de Pueblo Nuevo (Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2022). Para la demanda de turistas que visitan los parajes naturales y realizan alguna actividad recreativa, pero que no desean vivir la experiencia de hospedarse en una cabaña en medio de la naturaleza, pero sí desean visitar destinos naturales, se tiene el servicio de hostel y servicios de hospedaje tradicional en pequeños hoteles en la cabecera municipal.

Los centros ecoturísticos ofrecen servicios con y sin hospedaje, es decir, puedes hospedarte y al mismo tiempo

acceder a actividades de ocio y recreación en contacto con la naturaleza y actividades de aventura, o solamente realizar las actividades recreativas. Además, se ofrece gastronomía local con características particulares preparados con ingredientes regionales.

La mayoría de los establecimientos de alojamiento temporal cuentan con un portal web, donde brindan información sobre la ubicación, el contacto, los servicios, reservaciones y las actividades recreativas que ofrecen. Las redes sociales juegan un papel importante para la difusión de información de los centros ecoturísticos, ya que por medio de ellas se busca hacer hincapié en la promoción de los servicios, las actividades y la disponibilidad de fechas para alojamiento e incluso costos. Los operadores turísticos tienen un papel importante en la promoción y venta de los servicios ecoturísticos de la región, están instalados en la capital del Estado donde promocionan y ofrecen paquetes de traslado. La capacidad instalada de hospedaje de los centros ecoturísticos es de 628 huéspedes (ver tabla 3).

Tabla 3. Capacidad instalada de los establecimientos de alojamiento en los centros ecoturísticos de Pueblo Nuevo.

Nombre del centro turístico	Localidad de ubicación	Capacidad de huéspedes por centro turístico
Rancho Santa Isabel	El Salto	78
Arroyo del Agua	El Salto	44
Puentecillas	Ejido el Brillante	40
Parque la Pirámide	Ejido Chavarría Viejo	58
Brillo de Luna	El Salto	28
Mil Diez	El Salto	24
Parque Mexiquillo	La Ciudad	128
Cabañas Rústicas Mi Ranchito	La Ciudad	60
Villas de Coronado	La Ciudad	48
Hostal Mexiquillo	La Ciudad	120

Fuente: Secretaría de Turismo del estado de Durango, (2022).

En algunas temporadas del año la capacidad instalada no es suficiente, principalmente en eventos como la carrera panamericana de automovilismo, que pasa por Pueblo Nuevo y culmina en la ciudad Victoria de Durango. Eventos de ciclismo y motociclismo en la temporada vacacional de semana santa, donde el destino final es el Puerto de Mazatlán. En estos casos se ha originado hospedaje informal, donde las casas particulares reciben huéspedes durante estos eventos y rentan habitaciones dentro de sus hogares.

A continuación, se presenta gráficamente el eslabón de la cadena de la cadena de valor, de acuerdo a la propuesta de la OMT (2013) (ver figura 7).

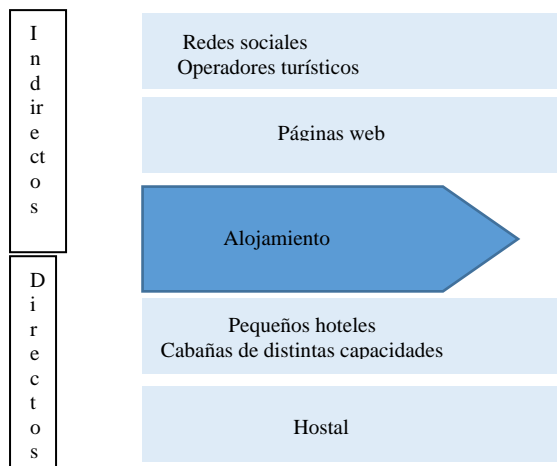


Figura 7. Eslabón alojamiento de la cadena de valor turística en el municipio de Pueblo Nuevo.

Fuente: Elaboración propia

Alimentos y bebidas

La alimentación al ser una necesidad básica es uno de los eslabones que acompaña la cadena de valor del turista. Como ya se mencionó dentro de los centros ecoturísticos se puede contar con servicio de alimentación, 25% de ellos lo tienen ofreciendo sus servicios con cierta temporalidad y con horarios restringidos. Estos establecimientos se abastecen en la cabecera municipal Pueblo Nuevo y en ocasiones se trasladan hasta el municipio de Durango para algunos insumos. En la localidad La Ciudad de acuerdo al DENEU, (2022) se localizan 16 unidades económicas dedicadas a la preparación de alimentos y bebidas y en El Salto están localizados 149 establecimientos, sin embargo, el turista tendría que trasladarse desde el centro ecoturístico hasta estas localidades. La figura 8 muestra las actividades directas e indirectas que se desarrollan relacionadas con el eslabón alimentos y bebidas.

Servicios de apoyo

Una parte esencial para el desarrollo del sector turístico y el incremento de gasto por turista en el lugar son los servicios de apoyo dentro de los cuales la cadena de valor turística considera entre otros a gasolineras (estaciones de gasolina), talleres de servicio automotriz, refaccionarias, tiendas de abarrotes, de licores, lavanderías, bancos o cajeros automáticos bancarios. Considerando las localidades que contiene los centros ecoturísticos con mayor capacidad en el municipio de Pueblo Nuevo como son “La Ciudad” con cuatro centros que concentran el 52% de las cabañas y el 48% de la capacidad de huéspedes, El Salto (la cabecera municipal) 23% de las cabañas y el 24% de capacidad de huéspedes, y otros ejidos que tienen 25% de las cabañas y el 28% de la capacidad de huéspedes.

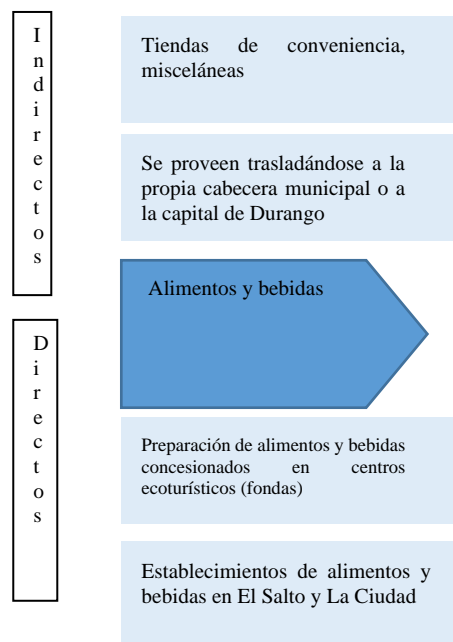


Figura 8. Eslabón alimentación y bebidas de la cadena de valor turística en el municipio de Pueblo Nuevo.

Fuente: Elaboración propia

La localidad de La Ciudad se encuentra aproximadamente a 47 km de distancia de El Salto por la carretera Federal 40, una carretera de dos carriles, red primaria (tipo B2) (DOF, 2004), sin embargo, el tiempo de traslado puede variar entre 45 minutos a 1 hora dado las condiciones del trazado de la ruta a través de zona montañosa (INEGI, 2023). Esta localidad cuenta con una gasolinera (estación de gasolina), una bomba expendedora para gasolina regular y una más para diésel; cuatro tiendas de conveniencia o super mercados dentro de estos un OXXO en el cual se pueden hacer algunos pagos de servicios y depósitos hacia algunas instituciones bancarias, no se cuenta con institución bancaria o cajero automático bancario. La localidad cuenta con un taller automotriz, sin embargo, no hay estación de grúas o camiones de arrastre por lo que si el turista tiene un desperfecto y el vehículo no puede llegar al taller se tiene que buscar el servicio en la cabecera municipal. Como elemento dentro del eslabón de soporte de infraestructura se cuenta con la Unidad de Medicina Familiar No. 19 del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) que atiende a derechohabientes a través de servicios de medicina familiar, urgencias, planificación familiar, etc. El IMSS (2021) establece “Los servicios preventivos, médicos, auxiliares de diagnóstico y tratamiento a no derechohabientes se

proporcionarán en los términos de la Ley General de Salud, Ley del Seguro Social y acuerdos que en la materia emita el Consejo Técnico” (p. 12). La localidad tiene una farmacia, no cuenta con super mercados (INEGI, 2023).

La cabecera municipal de Pueblo Nuevo es la localidad “El Salto” con una población de 26,678 habitantes (el 52% de la población total del municipio) (INEGI, 2021), se encuentra interconectada por dos ejes viales, la carretera Federal 40, una carretera de dos carriles, red primaria (tipo B2) (DOF, 2004) a 112.7 km de la capital del estado de Durango la ciudad Victoria de Durango y una carretera de cuota carretera Federal 40D (tipo A2) (DOF, 2004) a 97.8 km y un tiempo de traslado de 1h 26min, 56min respectivamente; estas carreteras rumbo al Puerto de Mazatlán llegan al entronque de los ejes de la carretera Federal 15, 15D (cuota), y se encuentran a una distancia de 194 km y 135 km con un tiempo de traslado de 4h y 1h 30min respectivamente (INEGI, 2023). En esta localidad urbana al ser la cabecera municipal del municipio cuenta con mayor variedad de servicios de apoyo a la actividad turística de la región, se tienen instaladas tres gasolineras (estación de gasolina) con una bombas expendedoras para gasolina regular, de alto octanaje y diésel, sobre la carretera Federal 40 que atraviesa la localidad; en el rubro de super mercados y/o tiendas de conveniencia se ubican 17, principalmente por la rúa 40 y la zona centro de la localidad que incluyen cinco tiendas OXXO; hay solamente una tienda que entra dentro de la clasificación de tiendas departamentales; en relación a instituciones bancarias y cajeros son seis, ubicadas en la zona centro de la localidad. Al ser la localidad con mayor población del municipio y atender una demanda de otras actividades económicas diferentes al turismo existen una mayor variedad de servicios mecánicos, llaneros, refaccionarias para vehículos, así como el servicio de grúas, ubicando 46 de estos establecimientos (puntos en verde) principalmente sobre la carretera Federal 40 figura 9.

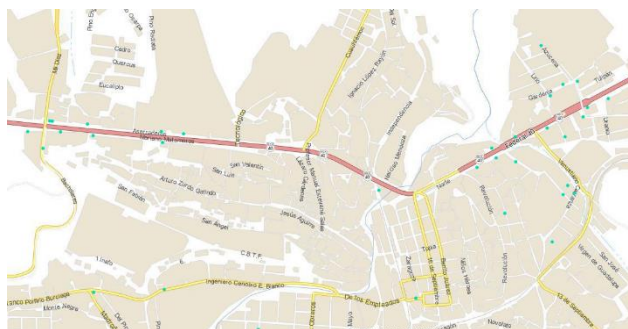


Figura 9. Servicios mecánicos ubicados en El Salto, Pueblo Nuevo Durango.

Fuente: INEGI, Sistemas de Consulta, Mapa Digital de México (INEGI, 2023).

En lo referente a hospitales como elemento dentro del eslabón de soporte de infraestructura se cuenta con un Hospital General de Sub Zona No 2 del IMSS, el cual cuenta con camas de hospital, médicos, generales y especialistas, además de contar con una UMF, se tiene por parte de la Secretaría de Salud del Gobierno del Estado una Unidad de

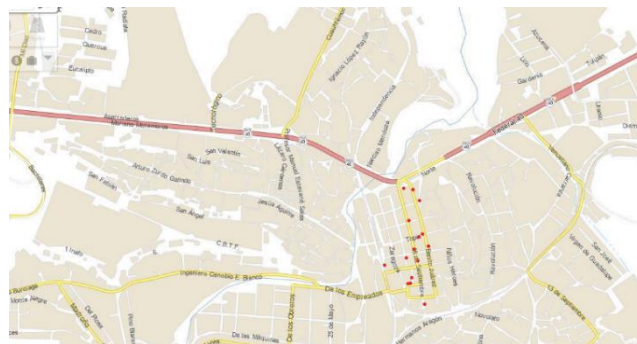


Figura 10. Farmacias establecidas en El Salto, Pueblo Nuevo Durango.

Fuente: INEGI, Sistemas de Consulta, Mapa Digital de México (INEGI, 2023).

Medicina Familiar del Salto y un Centro de Rehabilitación y Educación Especial (CREE) y una unidad de servicio de la Cruz Roja. En la figura 10 se puede apreciar el rubro de farmacias hay 15 establecimientos (puntos en rojo) ubicados principalmente en la zona centro (INEGI, 2023).

Una vez analizados los servicios de apoyo existentes en el municipio se puede clasificar el eslabón servicios de apoyo ofrecidos en el municipio de Pueblo Nuevo (ver figura 11).

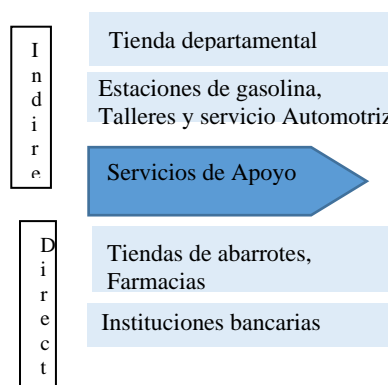


Figura 11. Eslabón servicios de apoyo de la cadena de valor turística en el municipio de Pueblo Nuevo.

Fuente: Elaboración propia

Transportación

Los medios de transporte que van para El Salto, saliendo de la ciudad Victoria de Durango son 15 corridas de autobús, la primera es a las 5:30 am y la última a las 7:00 pm, con tiempo de traslado que oscila entre 1h 13min a 2h 30min. Para la localidad La Ciudad, solamente se ofrecen cuatro corridas la primera a las 5:30 am y la última a las 3:30 pm con tiempo de traslado de tres horas aproximadamente. Considerando como origen el Puerto de Mazatlán, Sinaloa, se ofertan cuatro corridas, la primera a las 6:00 am y la última a las 5:30 pm, con tiempos de traslado de 4h en tres corridas y una de siete horas, teniendo como destino La Ciudad se ofrece una corrida, saliendo a las 6:00 am y tiempo de traslado de 6h (Grupo Estrella Blanca, 2023). Los destinos El Salto y La Ciudad no cuentan con infraestructura para el abordaje y

bajada de los pasajeros, este proceso se realiza en paradas de autobuses establecidas a un costado de la carretera Federal 40. La figura 12 muestra el eslabón transportación de la cadena de valor turística en el municipio de Pueblo Nuevo.

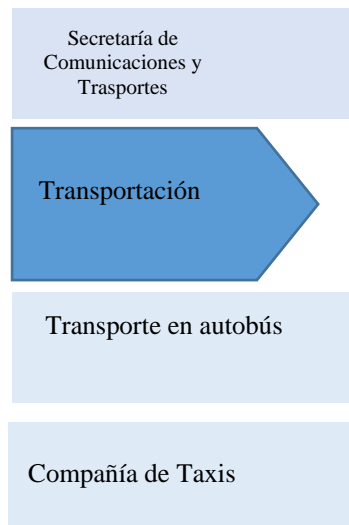


Figura 12. Eslabón transportación de la cadena de valor turística en el municipio de Pueblo Nuevo.
Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Las principales fortalezas de la cadena de valor turística en los centros ecoturísticos del municipio de Pueblo Nuevo son los bienes naturales y la diversidad de vegetación, alojamiento temporal en cabañas, servicios ofrecidos por los operadores turísticos. Presentando oportunidades en actividades de planeación, organización y uso de redes sociales y páginas web, coordinación entre las instancias de gobierno y las empresas para dar ordenamiento al sector en el municipio.

Los bienes naturales y la diversidad de vegetación de Pueblo Nuevo han sido los detonadores del desarrollo de las actividades ecoturísticas. El alojamiento temporal es uno de los eslabones de la cadena de valor con mayor desarrollo, el cual va de la mano con los operadores turísticos, ha permitido que la capacidad instalada crezca, con un servicio diferenciado que se caracteriza con el contacto directo con la naturaleza y la comodidad de sus instalaciones. Las empresas de este eslabón tienen fortalezas a nivel organizacional y de marketing como el uso de página web, redes sociales y alianzas con operadores del centro del país. Sin embargo, aún tienen áreas de oportunidad, principalmente en los mecanismos de cobro, ya que no tiene el servicio de pago directo con tarjeta en el lugar.

La actividad turística implica cubrir las necesidades de la persona que quiere viajar por recreación, placer o cultura, que comprende desde la planificación y organización de lo necesario para trasladarse desde el lugar de origen hasta el lugar de destino cubriendo las necesidades que pueden surgir antes y durante el viaje (Dörny, 2008), es decir, intervienen los proveedores de productos y servicios que conforman la

experiencia del turista, incluyendo, hospedaje, alimentación, recreación entre otras.

La actividad turística del municipio de Pueblo Nuevo se analiza a partir de la Cadena de Valor Mundial del Turismo propuesta por la OMT (2013), esta cadena refleja la planeación, desarrollo y el ordenamiento que debe existir entre los proveedores de los productos y servicios que forman parte de la experiencia teniendo como eje central los eslabones inherentes al turista, sin olvidar las actividades directas y las indirectas, que son suministradas por aquellas instituciones y empresas de apoyo. En el municipio analizado la actividad turística al surgir como una actividad espontánea (Benseny, 2007), se encuentra en constante adaptación produciendo un proceso desprovisto de planificación.

En la cadena se puede visualizar los desencadenamientos que existen entre algunos de los eslabones de la cadena al estar desprovistos de muchas de las actividades de planeación y las pocas que se efectúan se realizan como esfuerzos aislados. Se tienen algunas actividades de desarrollo que van surgiendo de acuerdo a los requerimientos de necesidades que algunos lugareños visualizan como oportunidades. En cuanto al soporte de infraestructura la falta de legislación ocasiona las irregularidades para el manejo de los desperdicios, además al hablar de turismo alternativo donde principalmente en el municipio se desarrolla el ecoturismo y turismo de aventura (Ibañez y Cabrera, 2011) donde la mayoría de las actividades a realizar no requieren de infraestructura física robusta en comunicaciones, energía, agua, etc., los propios centros ecoturísticos gestionan estos servicios, sin embargo, pueden generar una sobrecarga en los bienes naturales al no realizarlos de una manera regulada. Es necesario la integración de los actores que participan en estas actividades de una manera coordinada para el desarrollo de las actividades ecoturísticas en el municipio de Pueblo Nuevo, Dgo.

Referencias

- Benavides, G. F. (2019) 'Cadenas de valor y tendencias en innovación en actividades turísticas', Cuadernos Latinoamericanos de Administración Univeridad El Bosque, VX(29). <https://www.redalyc.org/journal/4096/409661113009/html/>.
- Bigné, E. J., Font, X. and Luisa, A. (2000) Marketing de destinos turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo. Edited by E. Editorial. Madrid, España.
- Centro Nacional de Estudios Municipales- Secretaría de Gobernación (2016) Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México- Los Municipios de Durango, Talleres Gráficos de la Nación 5 de octubre de 202. <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM10durango/municipios/10034a.html> (5 Octubre 2020).
- CONEVAL, C. N. de E. de la P. de D. S. (2020) 'Informe de Pobreza y Evaluación 2020', in CONEVAL, C. N. de E. de la P. de D. S. (ed.) Informe de Pobreza y Evaluación 2020 Durango. 2020th edn. Durango, México., pp. 13-15.

- Datatur (2022) Estadísticas de la secretaria de turismo. Available at: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/PueblosMagicos/10Dgo.aspx>.
- DOF. (04 de junio de 2004). Diario Oficial de la Federación DOF: 04/06/2004. Recuperado el 21 de febrero de 2023, de Proyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-034-SCT2-2003, Señalamiento horizontal y vertical de carreteras y vialidades urbanas, Secretaría de Comunicaciones y Transportes: <http://sidof.segob.gob.mx/notas/668546>
- Dörry, S. (2008) 'Business Relations in the Design of Package Tours in a Changing Environment: the Case of Tourism from Germany to Jordan', Relaciones Empresariales en el Diseño de Paquetes Turísticos en un Entorno Cambiante: el Caso del Turismo de Alemania a Jo.', in 'Tourism and Mobilities. Local-Global Connections', Turismo y Movilidades. Conexiones Locales-Globales. Reino Unido: Brighton, Reino Unido: CAB International., pp. 204–218.: <http://sherekashmir.informaticspublishing.com/744/1/9781845934040.pdf#page=230>.
- Gobierno del estado de Durango (2016) Plan Estatal de Desarrollo 2016-2022. Durango, México.
- Grupo Estrella Blanca. (22 de 02 de 2023). Compra de boletos en linea. Obtenido de <https://estrellablanca.com.mx>
- INEGI (2018) PIB y Cuentas Nacionales: México. Available at: <https://goo.gl/phCXUy>.
- INEGI (2019) Resultados de la encuesta nacional de ocupación y empleo (ENOE), cifras durante el segundo trimestre de 2019 para el estado de Durango. México. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/enoe_ie/enoe_ie2019_08.pdf.
- INEGI. (15 de 02 de 2023). Mapa Digital en Línea RUTEO, V6. Obtenido de <http://gaia.inegi.org.mx/mdm6/?v=bGF0OjZLjc1MjgxLGxvbjotMTA1LjU2NDc1LHo6OQ==>
- INEGI. (21 de febrero de 2023). Sistema de Consulta. Obtenido de Mapa Digital de México en Línea: <http://gaia.inegi.org.mx/mdm6/?v=bGF0OjZLjc1MjgxLGxvbjotMTA1LjU2NDc1LHo6OQ==>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2019) Censos Económicos. México. Available at: <https://datamexico.org/es/profile/geo/pueblo-nuevo?fdiYearSelector=2018&peaSelector=peaOption&populationType=totalPopulation>.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2022) Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE). México. Available at: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>.
- IMSS. (2021). Norma para la atención integral a la salud en la Unidades de Medicina Familiar del Instituto Mexicano del Seguro Social. CDMX: IMSS. <https://www.imss.gob.mx/sites/all/statics/pdf/manualesynormas/2000-001-029.pdf>
- OMT, (2013). Aid for trade and value chains in tourism. Obtenido de https://www.oecd.org/dac/aft/AidforTrade_SectorStudy_Tourism.pdf
- OMT, (2019) Introducción al turismo. Organización Mundial del Turismo (2013) Aid for trade and value chains in tourism. https://www.oecd.org/dac/aft/AidforTrade_SectorStudy_Tourism.pdf.
- Porter, M. E. (2015). Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior. México: Grupo Editorial Patria, S. A. de C. V.
- Proyectos México (2021) 'Desarrollo Regional', Proyectos México, oportunidades de inversión, <https://www.proyectosmexico.gob.mx/por-que-invertir-en-mexico/desarrollo-regional/>.
- Pulido- Fernández, J. I., & López- Sánchez, Y. (2013). Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos. Universidad Internacional de Andalucía, Servicio de Publicaciones, ed. Obtenido de Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos: https://www.researchgate.net/profile/Jordi-Gascon-2/publication/322509371_La_gestion_de_los_impactos_en_el_destino_turistico/links/5a5d2814a6fdcc68fa96f3d6/La-gestion-de-los-impactos-en-el-destino-turistico.pdf
- Pulido-Fernández, J. I. and López-Sanchez, Y. (2013) 'Propuesta de contenidos para una política turística sostenible en España', Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, pp. 525–546.
- SECTUR (2011). Secretaría de Turismo . Obtenido de Evaluación de desempeño de los destinos turísticos en el marco de los Convenios de Coordinación en materia de Reasignación de Recursos: <https://www.sectur.gob.mx/sub/conacyt/temas/documentos/pdf/respuestas/11/2-Evaluaci%C3%B3n-de-desempe%C3%B1o-de-los-destinos-tur%C3%ADsticos-en-el-marco-de-los-Convenios-de-Coordinaci%C3%B3n.pdf>
- SECTUR (2018) México, sexto lugar Del ranking mundial en arribo de turistas internacionales, confirma OMT. Available at: <http://cort.as/-9jCc>.
- Staritz, C. and Reis, J. G. (2013) 'Global Value Chains, Economic Upgrading, and Gender: Case Studies of the Horticulture, Tourism, and Call C', in Cadenas de valor globales, mejora económica y género: estudios de caso de las industrias de la horticultura, el turismo y los centros de llamadas. Banco Mundial. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/16976>.