

TURISMO POSTPANDEMIA EN EL VALLE DE TEOTIHUACÁN Y SU POSIBLE RELACIÓN CON UN MODELO RESPONSABLE Y SUSTENTABLE

**Verónica Ortega
Cabrera**

Universidad Autónoma del
Estado de México - UAEMéx
Centro Universitario UAEM
Valle de Teotihuacán, México

 0000-0002-1696-1194

 vortegac@uaemex.mx

**Susana Esquivel
Ríos**

Universidad Autónoma del
Estado de México - UAEMéx
Centro Universitario UAEM
Valle de Teotihuacán, México

 0000-0002-8198-5555

 sesquivelr@uaemex.mx

**Norma Lizbet González
Corona**

Universidad Autónoma del
Estado de México - UAEMéx
Centro Universitario UAEM
Valle de Teotihuacán, México

 0000-0002-1678-8491

 nlgonzalezc@uaemex.mx

RESUMEN

La pandemia por Covid-19 modificó las formas y procedimientos en que muchas actividades turísticas se desarrollaban. Este fenómeno comenzó a principios de marzo del año 2020, con la implementación de largos periodos de confinamiento social en todas las regiones del mundo y las consecuentes prohibiciones de entrada y salida de diversos países, impactando inmediatamente en el turismo y generando un escenario de pérdida de empleos e ingresos para miles de familias.

Los prestadores de servicios turísticos buscaron nuevas formas de trabajo para mantener sus ingresos, aplicando la normatividad de seguridad sanitaria en una actividad que tradicionalmente involucraba el contacto cara a cara. Este trabajo analiza, bajo una metodología mixta, la situación de los prestadores de servicios turísticos de Teotihuacán, Estado de México, uno de los principales destinos turísticos del país. Para tal fin, se apoyó en los lineamientos establecidos para el sector identificando las modalidades implementadas para mantener la actividad y la participación de los organismos públicos en la generación de un turismo sustentable y responsable en esta región, caracterizada por el turismo masivo prepandemia, enfocándose en la visita del sitio arqueológico Patrimonio Mundial. Los resultados muestran el nivel de participación de los involucrados y su reacción ante la pandemia.

PALABRAS CLAVE

Turismo responsable ► turismo sustentable ► pandemia Covid-19 ► prestadores de servicios ► Teotihuacán

**TURISMO POSTPANDEMIA EN
EL VALLE DE TEOTIHUACÁN Y
SU POSIBLE RELACIÓN CON
UN MODELO RESPONSABLE Y
SUSTENTABLE**

Autores:

Verónica Ortega Cabrera - Susana Esquivel Ríos - Norma Lizbet González Corona

Recibido

6 de julio, 2022

Aprobado

8 de febrero, 2023

DOI

<https://doi.org/10.24215/27186717e034>

Ayana Revista de Investigación en Turismo
Vol. 3 | N°2 Junio - Noviembre 2023
ISSN 2718- 6717

Entidad editora Instituto de Investigaciones
en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas
(Universidad Nacional de La Plata)
La Plata | Buenos Aires | Argentina

<http://revistas.unlp.edu.ar/ayana>



POST-PANDEMIC TOURISM IN THE TEOTIHUACAN VALLEY AND ITS POSSIBLE RELATIONSHIP WITH A RESPONSIBLE AND SUSTAINABLE MODEL

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic changed the ways and procedures in which many tourist activities were developed. This phenomenon began in early March 2020, with the implementation of long periods of social confinement in all regions of the world and the consequent bans on entry and exit from various countries, immediately impacting tourism and generating a scenario of loss of jobs and income for thousands of families.

Tourism service providers sought new forms of work to maintain their income, applying health security regulations, in an activity that traditionally involved face-to-face contact. This work analyzes, under a mixed methodology, the situation of tourism service providers in Teotihuacán, State of Mexico, one of the main tourist destinations in the country. To this end, it relies on the guidelines established for the sector, identifying the modalities implemented to maintain the activity and participation of public agencies in the generation of sustainable and responsible tourism in this region, characterized by mass tourism pre-pandemic, focusing on the visit of the archaeological site World Heritage. The results show the level of participation of those involved and their reaction to the pandemic.

KEYWORDS

Responsible tourism ► sustainable tourism ► Covid-19 pandemic ► service providers ► Teotihuacán

TURISMO PÓS-PANDEMIA NO VALE DE TEOTIHUACÁN E SUA POSSÍVEL RELAÇÃO COM UM MODELO RESPONSÁVEL E SUSTENTÁVEL

RESUMO

A pandemia de Covid-19 modificou as formas e procedimentos em que muitas atividades turísticas eram realizadas. Esse fenômeno teve início no começo de março de 2020, com a implementação de longos períodos de confinamento social em todas as regiões do mundo, e as consequentes proibições de entrada e saída de diversos países, impactando de imediato o turismo e gerando um cenário de perda de empregos e renda para milhares das famílias. Os prestadores de serviços turísticos procuraram novas formas de trabalho para manter sua renda, aplicando as normas de segurança sanitária, numa atividade que tradicionalmente envolvia contato face a face. Este trabalho analisa, através de uma metodologia mista, a situação dos prestadores de serviços turísticos em Teotihuacán, Estado do México, um dos principais destinos turísticos do país. Para isso, baseia-se nas diretrizes estabelecidas para o setor, identificando as modalidades implementadas para manter a atividade e a participação dos órgãos públicos na geração de um turismo sustentável e responsável nesta região, caracterizada pelo turismo de massa pré-pandêmico, com foco na visita ao sítio arqueológico Patrimônio Mundial. Os resultados mostram o nível de participação dos envolvidos e sua reação à pandemia.

PALAVRAS CHAVE

Turismo responsável ► Turismo Sustentável ► Pandemia Covid 19 ► prestadores de serviços ► Teotihuacán



Ayana se encuentra bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Introducción

Hasta antes de la pandemia por Covid-19, la actividad turística era una de las fuentes económicas más importantes para México; el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) reportaba que en el año 2018 un 8,7% del PIB nacional provenía de este sector, generando alrededor de 2.3 millones de ocupaciones remuneradas, esto es el 6% del total de la ocupación formal del país (Gobierno de México, 2021).

Aunque se reconoce que el turismo genera un aporte económico significativo para el desarrollo y crecimiento de los países –principalmente por la entrada de divisas–, el movimiento de personas también crea riesgos importantes en la seguridad nacional y la salud, como se ha manifestado en lo que va de este siglo. Tal es el caso de los atentados terroristas, las guerras, los conflictos políticos, las enfermedades y los fenómenos naturales; del mismo modo, lo son los factores sociales como la delincuencia, el racismo, la discriminación y la trata de personas (Rodríguez, 2011, p. 1088).

En el año 2019 México ingreso al ranking de los 10 países con mayor número de visitas turísticas a nivel mundial, pero a mediados del mes de marzo de 2020 comenzó a experimentar los efectos de la pandemia por Covid-19 a través de la interrupción de vuelos aéreos, viajes terrestres y el confinamiento social, provocando el cierre de servicios y comercios relacionados con los viajes. Los datos indican que hubo una caída del 34.4% de visitantes extranjeros al territorio nacional sólo en el primer trimestre de 2020 (CICOTUR, 2020).

En lo que se refiere al turismo en el centro de México, específicamente en el Valle de Teotihuacán –mundialmente conocido por los vestigios arqueológicos de la cultura prehispánica–, la cifras oficiales registran un promedio anual de tres millones de visitantes (INAH, 2020), generando una oferta de turismo cultural enfocada en el área monumental de la ciudad antigua, en torno a la cual se distribuye la mayor parte de los negocios enfocados en atender las necesidades de los visitantes, como restaurantes, tiendas de artesanías, globopuertos y servicios de recorrido turístico. Los empleos relacionados con esta oferta iban en aumento, pero el enfoque centrado en la visita a la zona monumental administrada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (en adelante, INAH), generaba un turismo masivo que favorecía a pequeños sectores de la sociedad, desplazando a las comunidades aledañas al principal atractivo.

Ante el confinamiento social derivado de la pandemia por Covid-19, la zona arqueológica fue cerrada por más de seis meses, lo que alteró de manera evidente la dinámica turística con las consecuencias económicas inherentes. Tras la apertura de este espacio cultural en el mes de noviembre de 2020, con restricciones al 30% de su aforo (tres mil personas al día), el INAH informó que en la reapertura se establecería una nueva condición de visita, clausurando el ascenso a las pirámides del Sol, la Luna y la Serpiente Emplumada, así como a los dos museos, con un nuevo horario que sólo permitiría laborar a los prestadores de servicios turísticos durante seis horas y tomando en cuenta las medidas de seguridad sanitaria (uso de cubrebocas, guardar sana distancia, toma de temperatura y el uso de desinfectante) (INAH, 2020).

Debido a estas restricciones y a un nuevo cierre de la zona arqueológica entre diciembre de 2020 y febrero de 2021, ocasionado por un aumento de los casos en el Estado de México, aunado además a la restricción numérica de visitantes a los grandes monumentos prehispánicos, los prestadores de servicios turísticos se vieron obligados a buscar alternativas para mantener sus fuentes de ingreso estableciendo estrategias como la promoción de antiguos servicios turísticos y la generación de innovaciones *ad hoc*.

Ante este contexto, es indispensable identificar los cambios y continuidades en las prácticas turísticas que se desarrollan en el Valle de Teotihuacán, con el objetivo de analizar la aplicación de protocolos de seguridad sanitaria, pero principalmente para revisar cuáles fueron los criterios que marcaron los emprendimientos turísticos, así como las tendencias que surgieron. Es importante verificar si tienen principios de sustentabilidad y responsabilidad social, ya que dichos enfoques proporcionarían beneficios reales a la población local, garantizando la seguridad sanitaria para ellos y los visitantes.

Objetivo

Identificar los cambios y continuidades que manifiestan los servicios turísticos en el Valle de Teotihuacán, México, a partir del fenómeno de la pandemia por Covid-19, desde el enfoque del turismo sustentable y responsable.

El turismo en el Valle de Teotihuacán antes de la pandemia

La actividad turística en México ha adquirido gran relevancia hasta convertirse en uno de los sectores económicos de mayor impacto, dados los efectos positivos que genera al incentivar flujos de capital y la creación de empleos, así como alternativas de vida para importantes porcentajes de la población. En las dos primeras décadas del siglo XXI, México se mantuvo entre los quince países más visitados del mundo, adquiriendo un gran prestigio tanto por sus destinos, como por la calidad de los servicios e infraestructuras asociados a la actividad. La Secretaría de Turismo federal (SECTUR), órgano rector de esta actividad, ha desarrollado altos niveles de coordinación con otras dependencias de gobierno para diversificar la oferta, continuando con la política de vinculación con el sector empresarial para participar en los procesos de desarrollo del país (Mateos, 2008).

El posicionamiento de México en el mercado del turismo internacional se debe a la diversidad de sus atractivos y la variada oferta de destinos, donde conviven centros turísticos tradicionales y los conocidos como “integralmente planeados” (Benseny, 2007, p. 13). Siguiendo modelos turísticos de otras regiones, la SECTUR ha desarrollado una serie de programas para diversificar productos y abrir nuevos mercados a partir de la promoción del patrimonio natural y cultural del país. En este ámbito, en el año 2001 la dependencia formuló, en colaboración con diversas dependencias públicas federales, gobiernos estatales y municipales, el Programa Pueblos Mágicos, incorporando inicialmente treinta localidades con la finalidad de revalorar sus atributos históricos y manifestaciones socio culturales, mejorar la imagen urbana y coordinar esfuerzos para formalizar alternativas turísticas de calidad (Pérez y Antolín, 2015). Actualmente, dicho programa incluye 132 localidades entre las que se encuentran San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides compartiendo una misma nominación desde el año 2015, con lo cual se ha buscado reorientar la actividad turística de esta región del Estado de México —a través del aprovechamiento de recursos culturales diversos como la gastronomía, la artesanía y las fiestas tradicionales— para descentralizar la visita a la Zona Arqueológica de Teotihuacán. Los municipios de Teotihuacán y San Martín de las Pirámides ubicados en el Estado de México (ver Figura 1) comparten territorio con el sitio Patrimonio Mundial, que alberga los vestigios arqueológicos más visitados de México (ver Figura 2), como muestran las figuras a continuación:

Figura 1
MAPA DE UBICACIÓN DE LOS MUNICIPIOS DE TEOTIHUACÁN Y
SAN MARTÍN DE LAS PIRÁMIDES, ESTADO DE MÉXICO



Fuente: Google

Figura 2
ZONA ARQUEOLÓGICA DE TEOTIHUACÁN, SITIO PATRIMONIO MUNDIAL,
VISTA DESDE UN GLOBO AEROSTÁTICO



Fuente: Fotografía de Verónica Ortega Cabrera.

Con esta acción se buscó descentralizar la oferta turística hacia las comunidades aledañas ofreciendo oportunidades a otros actores sociales para participar en una actividad que, de acuerdo con las estadísticas oficiales, atraía a cerca de cuatro millones de visitantes a este valle anualmente (Ortega, González y Esquivel, 2021). El programa federal otorgó recursos económicos para mejorar la infraestructura urbana, cabe mencionar que entre los años 2015 y 2017 se financió un sendero interpretativo en torno al área monumental prehispánica para interconectar a la zona arqueológica con las

localidades vecinas (Ortega, González y Esquivel, 2021). En virtud de lo anterior, se impulsó a los municipios del Valle de Teotihuacán a que desarrollen una oferta de servicios turísticos que permitiera a los visitantes de la zona arqueológica invertir mayor tiempo en su estancia en la región, a través del recorrido por los Pueblos Mágicos. De tal forma, se incorporaron a la oferta nuevas empresas de hospedaje, alimentos y bebidas así como tiendas de artesanías; también se mejoró la imagen urbana del primer cuadro de las cabeceras municipales. Pero la promoción oficial de la nueva oferta turística fue escasa pues las empresas se promovieron mayormente de manera independiente y la mayoría de los visitantes que llegaban a la zona arqueológica las desconocían, ya que éstas no se articulaban con los municipios, impidiendo que los visitantes se involucraran con la comunidad anfitriona para conocer su gastronomía, costumbres, tradiciones y actividades de la vida cotidiana, como parte de su patrimonio cultural (Herrera y Castro, 2021).

Marco Teórico

La crisis sanitaria generada por la pandemia de Covid-19 puede ser vista también como una oportunidad para cambiar las políticas públicas y enfocarnos en crear un turismo responsable, que otorgue y reconozca valores a nuestra cultura y biodiversidad, pues es momento de valorar el impacto de las actividades humanas en los ecosistemas. Es por ello que toda actividad o proceso relacionado con el uso turístico debe concentrarse a la protección de los recursos naturales, los comportamientos ambientales y el ser humano (Lesmes, 2020). Hoy en día es necesario recuperar el concepto de turismo sustentable que, antes de la pandemia, comenzaba a permear las políticas turísticas de México. En la década de los noventa, durante la *Conference: Tourism Stream. An Action Strategy for Sustainable Tourism Development* (Vancouver, marzo de 1990) se estableció el concepto de turismo sustentable como “una forma del desarrollo dirigida a mejorar la calidad de vida de las comunidades receptoras, proveer una máxima calidad de experiencia para los visitantes y mantener la calidad del ambiente del cual ambos dependen” (Venturini, 1998, p. 33). Este tipo de turismo se caracteriza por utilizar racionalmente todos los recursos, manteniendo la esencia cultural y los ecosistemas para satisfacer las necesidades económicas, sociales y ambientales de las regiones, ya sea a corto o largo plazo (EcuRed, 2019).

De acuerdo con Miroglio (2021), el turismo sustentable en su sentido más puro es una industria comprometida a generar impactos mínimos en el medio ambiente y la cultura local, contribuyendo a generar ingresos y empleo, situaciones que cada vez son más necesarias ante las metas establecidas por diversos gobiernos (entre ellos México) a través del cumplimiento de la Agenda 2030 de la Organización de Naciones Unidas. Es importante mencionar que, a partir del nuevo milenio, nuestro país incorporó vertientes turísticas innovadoras, aprovechando su diversidad ecológica y cultural, pues cuenta con diversos compromisos internacionales que lo aprestan a generar políticas como el Certificado de calidad ambiental turística manejado por la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat), el programa Ciudades Turísticas que fue coordinado por la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol) a través del programa Hábitat, como una respuesta a la enorme degradación ambiental y social provocada por el turismo de masas y la sobreexplotación de los nichos turísticos de sol y playa (Torres, 2019).

Los enfoques surgidos en torno al concepto de sustentabilidad han sido muy variados, pero todos derivan de la propuesta de una interacción compleja entre los objetivos sociales, económicos y ambientales (tres pilares de la sustentabilidad). Por ello,

cuando dicho concepto pasó al ámbito turístico, se hizo necesaria la incorporación de una amplia gama de perspectivas para el sistema turístico-medio ambiente dentro de las zonas de destino (Chávez, Romo y Espinoza, 2013; y Bertoni, 2008).

Para lograr la sustentabilidad se puso mayor énfasis en el desarrollo local, recuperando la dimensión ambiental, la conservación, el patrimonio cultural y natural, además de reconocer y revalorar las redes sociales como forma de apoyo al turismo y al desarrollo local sustentable, otorgando al turismo comunitario un papel preponderante. Otros temas abordados con frecuencia fueron el turismo alternativo, el turismo rural, los impactos del turismo en general y en particular, del turismo de naturaleza; el papel de la planeación estratégica en el logro de los objetivos del turismo, el desarrollo y la sustentabilidad (Chávez, Romo y Espinoza, 2013).

El turismo sustentable ha sido relacionado con la innovación, considerando que ésta requiere de tres elementos fundamentales: creatividad, aproximación a la resolución de problemas y una nueva forma de pensar. La innovación consiste en ampliar la participación pública y el empoderamiento local en el desarrollo turístico e incluye algunos elementos específicos como el manejo de visitantes, las nuevas formas de alojamiento y hospedaje, el turismo asociado a la conservación y a las áreas naturales protegidas y el llamado *slow tourism* (Chávez, Romo y Espinoza, 2013).

Derivado de lo anterior, surge otro concepto de gran utilidad para abordar el tema que nos interesa: el turismo responsable, entendido como un fenómeno que busca contribuir al mantenimiento y la protección de los bienes patrimoniales, culturales y naturales de los destinos, así como a la propia comunidad para generar un desarrollo sostenible en el que los productos locales sean protagonistas de una oferta competitiva en el mercado turístico, pero preservando la esencia local (De Juan Alonso, 2012). Esto implica que hay un compromiso con el entorno y para practicarlo se requiere asumir y exigir responsabilidades de todos los sectores involucrados, procurando que los efectos de la actividad redunden en el beneficio común. También fomenta el respeto por la comunidad local, su cultura y el medio ambiente, tomando en cuenta el impacto de la actividad turística tanto en el presente como en el futuro (Peña, 2019) ya que, a través de las buenas prácticas¹, compensa los impactos de la actividad y genera acciones más respetuosas que implican una forma de viajar fundamentada en el replanteamiento de las actitudes habituales en multitud de viajes, así como la posibilidad que el turista o viajero contribuya con su viaje a mejorar las condiciones de vida de las comunidades locales (Gasteiz, 2011).

En términos generales el turismo responsable es un movimiento que busca, prioritariamente:

1. establecer modelos de desarrollo turístico sostenibles y específicos para cada zona de destino, para lo que se deben tener en cuenta sus variables sociales, económicas y medioambientales.
2. denuncia los impactos negativos que el turismo convencional produce o puede producir en el futuro en las sociedades anfitrionas, así como la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse de la realidad que han ido a conocer.
3. valora y reclama la responsabilidad de turistas, tour operadores, anfitriones e instituciones públicas a la hora de favorecer modelos turísticos sostenibles.

¹ "Las Buenas Prácticas son acciones dirigidas a prevenir, corregir y mejorar algunos puntos de la gestión de los emprendimientos turísticos mejorando la imagen de éstos ante sus clientes y su entorno" (Municipio de Copacabana, 2010, p. 15).

Diversos autores (Rivera, 2012; de Juan, 2012; Cantero, 2012) han definido al turismo responsable como una nueva estrategia de diversificación y sustentabilidad en áreas con cierta vulnerabilidad socioeconómica, aplicando principios éticos para fundamentar una estrategia de desarrollo turístico alternativo, ya que trata de atender a las comunidades locales y estar cerca de ellas, distribuyendo los beneficios del turismo de manera más equitativa y amplia hacia toda la población (Rivera y Rodríguez, 2012). Otro aspecto que aborda el turismo responsable es el que plantean Gascón y Cañada (2005) respecto de la participación y compromiso que deben asumir tanto las comunidades anfitrionas como los propios turistas al grado de que se puedan producir verdaderos movimientos sociales, en pro del aprovechamiento consciente y ordenado de los recursos, así como de la redistribución equitativa de las ganancias, aunado al acompañamiento institucional que puede generar sinergias a nivel regional y más allá de las fronteras nacionales.

Por lo anterior, resulta imperativo que todo el sector turístico y los propios consumidores en general asuman que el turismo responsable, al igual que el turismo sustentable, no son sólo una opción más, sino que van más allá al tratarse de un compromiso y una forma diferente de hacer turismo que adopta la filosofía de “pensar globalmente y actuar localmente” (Rivera y Rodríguez, 2012, p. 33).

Ante la situación de la pandemia asumimos que la mejor estrategia para la reactivación económica del Valle de Teotihuacán es precisamente la del turismo responsable, pues este involucra la planificación estratégica y la revaloración de destinos rurales, destinos de interior y espacios naturales protegidos.

En el ámbito de la planificación, esta modalidad turística integra los rasgos esenciales del turismo sustentable; pero también del comercio justo, el ecoturismo, el transporte y la movilidad, los negocios inclusivos, el trabajo justo y la preservación de las comunidades locales más frágiles, por lo que requiere de productos turísticos innovadores, que reflejen ética, calidad y sustentabilidad (Rivera y Rodríguez, 2012).

Como hemos podido ver, avanzar hacia el equilibrio exige profundos cambios en el actual modelo de desarrollo turístico, perfilando un nuevo escenario en las relaciones entre los agentes turísticos, la sociedad receptora, los turistas y los recursos susceptibles de uso turístico, lo que genera la necesidad de establecer una mejor segmentación del mercado turístico y el consecuente desarrollo de productos auténticos.

Ante un panorama tan complejo como el que planteó la pandemia por Covid-19 y las consecuentes medidas de contingencia social asumidas por los gobiernos del mundo, es claro que se requiere de nuevas oportunidades de turismo en el Valle de Teotihuacán en las que se consideren los conceptos anteriormente planteados, pues se hace necesario que cada sector que participa en esta actividad innove en sus políticas y servicios.

Metodología

Se optó por un enfoque mixto con elementos cuantitativos y cualitativos en los que se recabó información de primera mano acerca del comportamiento y percepción de las personas involucradas en el tema turístico del Valle de Teotihuacán, particularmente los prestadores de servicios que han tenido que adaptarse a las condiciones de contingencia social de la pandemia por Covid-19.

En primera instancia fue fundamental revisar las estadísticas de llegada de visitantes a la zona arqueológica de Teotihuacán en un periodo previo al fenómeno pandémico (2015-2019), para visualizar los flujos y tendencias en diversos momentos del año. Debido al interés por comprender la situación que enfrentan los prestadores de servicios turísticos, se requirió de datos descriptivos, aportados por las propias personas, quienes tienen una experiencia directa y una perspectiva propia de los impactos y las oportunidades que la pandemia ha generado.

Se parte de la premisa que establece que “los estudios cualitativos intentan describir sistemáticamente las características de las variables y fenómenos (...), así como el descubrimiento de relaciones causales, pero evita asumir constructos o relaciones *a priori*” (Quecedo y Castaño, 2002, p. 12); es decir, a través de la observación-interacción con objetivos específicos, es posible caracterizar un fenómeno social y encontrar su estructura explicativa. A partir de la importancia de obtener información directa con los prestadores de servicios turísticos, se conformó una muestra no probabilística, homogénea, definida como un “muestreo de expertos” Hernández et al. (2014, p. 387), ya que son ellos quienes están enfrentando el fenómeno de la pandemia y han tenido que renovar su oferta hacia los turistas.

La permanencia de las empresas y la generación de nuevos productos turísticos fueron los principales criterios aplicados para la selección de la muestra que conforma este trabajo, para la cual se diseñó una entrevista que fue aplicada a los responsables de las empresas seleccionadas, y cuyos datos fueron posteriormente analizados.

Hernández et al. (2014) establecen que en la investigación cualitativa se trabaja con múltiples fuentes de información como las entrevistas, observaciones directas, documentos, observación audiovisual, entre otros; además, se deben considerar el lenguaje escrito, verbal y no verbal, conductas observables e imágenes, por lo que al momento de aplicar las entrevistas se tomaron en cuenta los entornos y la forma en que los prestadores de servicios turísticos se conducen en sus empresas.

A partir de una entrevista estructurada (Cardenal, 2015), los informantes participaron de manera libre pues de esta forma se obtuvieron opiniones que permitieron el acercamiento a la realidad. Una vez construida la base de datos de los prestadores de servicios turísticos, se llevó a cabo una selección de muestra personal, mediante el criterio de “informantes clave” (Robledo, 2009, p. 1) para garantizar la diversidad de los servicios turísticos existentes y las percepciones e interpretaciones acerca de un mismo fenómeno (Arias, 2019). De esta forma, se seleccionaron prestadores de servicios turísticos de diferentes ramas: restaurantera, tienda de artesanías, globopuerto, paseos en cuatrimoto y talleres culturales, conformando una muestra de 15 personas entrevistadas según el entorno de la pandemia y las restricciones de distanciamiento social, pues fueron las empresas que se mantuvieron activas de manera permanente y permitieron la interacción en el período comprendido entre los meses de mayo a octubre de 2020. Es importante mencionar que las categorías establecidas para la elaboración de preguntas, de acuerdo con el marco teórico mencionado, incluyeron el uso de conceptos y/o temas referentes a la comunidad local, el cuidado del medio ambiente y la cultura, la corresponsabilidad entre prestadores de servicios turísticos, turistas y dependencias de gobierno.

Tabla 1
CATEGORÍAS DE PRESTADORES DE SERVICIOS QUE CONFORMAN LA MUESTRA

Categoría	Empresa	Ubicación
Restaurante	· La Chorchá · Mayahuel · La Cabaña	Municipio de San Martín de las Pirámides Municipio de Teotihuacán
Globopuerto	· Volare · Sky Ballons	San Martín de las Pirámides
Tienda de artesanías	· Artesanías Martínez · Obsidiana y Barro Coatlán · Taller de obsidiana San Francisco · Artesanías Quetzalcóatl	Municipio de Teotihuacán
Paseos en cuatrimoto	· Teotitur · Experiencias turísticas Teotihuacán · Teotihuacán en ruedas	Municipio de Teotihuacán
Talleres culturales	· Centro Cultural del cacao y chocolate · Agroindustrial Teotihuacán	Municipio San Martín de las Pirámides

Resultados

Al carecer de un estudio sistemático del ingreso de turistas a las comunidades aledañas, el recurso más asequible para el cálculo de visitantes a esta región son las estadísticas que genera el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), a partir del conteo de entradas a la Zona Arqueológica de Teotihuacán. Utilizamos dicho recurso para presentar las estadísticas de visitantes y visualizar el potencial de turistas en el período de 2015 a 2019, con el objetivo de observar las tendencias y analizar si estas pueden correlacionarse con el nombramiento de Pueblos Mágicos.

Tabla 2
REGISTRO DE VISITANTES DE LA ZONA ARQUEOLÓGICA DE TEOTIHUACÁN ENTRE 2015 Y 2019

Año	Visitantes a la ZAT	Meses de mayor aforo (superior a 300 000 visitantes)
2015	2 906 200	Abril y diciembre
2016	3.852.129	Marzo, julio, agosto y diciembre
2017	4.185.017	Enero, marzo, abril, agosto, septiembre, octubre y diciembre
2018	4.067.198	Enero, marzo, abril, agosto, septiembre, octubre y diciembre
2019	3 145 384	Enero, marzo, abril y diciembre

Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida del sistema institucional de Estadísticas de visitantes (<https://www.estadisticas.inah.gob.mx/>)

El ejercicio realizado muestra que es posible relacionar el nombramiento de Pueblo Mágico para San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides con un aumento en la cantidad de personas que se acercaron a la zona arqueológica y por ende a las poblaciones aledañas. Es probable que se hayan generado mayores expectativas a partir de la promoción que tanto la SECTUR federal como la estatal hicieron de esta región, en concordancia con el desarrollo del fallido proyecto de construcción del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México en Texcoco. Hasta antes de la pandemia por Covid-19, la zona arqueológica más visitada en el Estado de México era Teotihuacán. De acuerdo con las estadísticas del INAH, la ciudad prehispánica de Teotihuacán recibió 3.145.384 visitantes en 2019, de los cuales 2.534.224 eran turistas nacionales y 611.160 extranjeros.

Con el nombramiento de los Pueblos Mágicos, una buena parte de los visitantes a la zona arqueológica pasaron unas horas en las poblaciones aledañas, en donde como ya se ha mencionado, se abrieron nuevos restaurantes, hoteles y tiendas de artesanías, con el objetivo de cubrir las necesidades del flujo de visitantes. La mayor parte de los nuevos emprendimientos se localizó en las inmediaciones de la zona arqueológica, espacios que habían sido mejorados en su imagen a través de la inversión de capital aportada por el programa de la SECTUR federal.

Uno de los proyectos que formó parte de esta nueva etapa turística en el Valle de Teotihuacán fue el producto multimedia denominado Experiencia Nocturna, que funcionó entre los años 2016 y 2019 con el objetivo de convertirse en un generador de desarrollo y empleo a través de la actividad turística nocturna, pues se creía que quienes llegaran al espectáculo pernoctarían en alguna de las empresas hoteleras recientemente instaladas. Experiencia nocturna consistía en una serie de proyecciones que se extendían sobre la Pirámide del Sol, pasando por la Calzada de los Muertos hasta llegar a la Pirámide de la Luna a través de 20 millones de tonalidades de color emanadas de proyectores Christie y acompañados de un narrador que contaba la historia de la cultura teotihuacana (Illuminet, 2017).

En resumen, la actividad turística en la región se concentró, en sus inicios, en establecimientos ubicados alrededor de la zona arqueológica, con servicios principalmente de restaurantes y pequeños hoteles; en los últimos años se han ampliado los servicios turísticos a través de viajes en globo aerostático, recorrido en el sendero interpretativo, baños de temazcal, Feria Nacional de la Tuna, Feria de la Obsidiana y el zoológico Reino Animal. De acuerdo con la SECTUR (2018) la oferta turística en estos municipios se concentra en servicios de hospedaje, alimentos y bebidas, además de tiendas de artesanías, agencias de viaje, parques acuáticos y balnearios. A pesar de esta actividad, se identificó que es necesaria la implementación de estrategias específicas para que los prestadores de servicios turísticos alcancen una mayor competitividad y logre incrementarse el interés de los turistas hacia los emprendimientos en los Pueblos Mágicos y las comunidades aledañas (Narváez et al., 2012).

De acuerdo con el trabajo de campo desarrollado, las actividades turísticas predominantes desde el inicio de la pandemia (en marzo de 2020) hasta finales del año 2021 en el Valle de Teotihuacán se desglosan en la siguiente tabla:

Tabla 3
TENDENCIAS TURÍSTICAS PRESENTES EN EL VALLE DE TEOTIHUACÁN ENTRE MARZO 2020 Y DICIEMBRE 2021

Categoría	Subcategoría	Actividad	Experiencia
Turismo cultural	Turismo gastronómico	Degustación	Experiencias culinarias con ingredientes locales
			Recuperación de tradiciones de uso del cacao y su transformación en chocolate
	Turismo rural	Agroturismo	Visitas a sembradíos de magueyes y nopales
		Turismo de artesanías	Visitas a expendios de productos de la agroindustria
			Visitas a talleres de artesanías de obsidiana para observar el proceso productivo
Turismo de aventura	Apreciación de paisajes	Vuelos en globo aerostático	Recorrido aéreo sobre la Zona Arqueológica de Teotihuacán
	Recorrido	Tours en cuatrimoto	Recorrido terrestre entre campos de cultivo de maguey, nopal, visita a cuevas naturales y a talleres artesanales, todo en los alrededores de la Zona Arqueológica de Teotihuacán.

Este trabajo consideró aplicar dos conceptos fundamentales en la actividad turística: el Turismo sustentable y el Turismo responsable, ambos enfocados a la generación de ambientes y espacios turísticos cuyos componentes se relacionan e interactúan con el entorno natural, social y económico fundamentalmente. Las respuestas de los informantes a las entrevistas realizadas hacen muy escasa referencia a la comunidad local y el cuidado del medio ambiente, mientras que en lo referente al patrimonio cultural se mencionan varios elementos: el 50% de los entrevistados indicó que la oferta gastronómica, artesanal y agroindustrial del Valle de Teotihuacán aportan identidad a la región. Dichos elementos pertenecen a la categoría de Patrimonio cultural intangible (Ilam, 2021), lo que ya constituye una alternativa a la visita de la zona arqueológica. Para desglosar la información, se presenta una tabla en la que se han vertido los conceptos identificados:

Tabla 4
RELACIONES CONCEPTUALES DEL TURISMO SUSTENTABLE IDENTIFICADAS EN LAS ENTREVISTAS

Comunidad local	La actividad turística es una de sus principales fuentes de ingresos económicos
Patrimonio natural	Aporta recursos pero no se establecen los límites del aprovechamiento
Patrimonio cultural	Énfasis en el patrimonio cultural inmaterial que incluye: gastronomía local, tradición artesanal, costumbres agrícolas vinculadas con los sembradíos de maguey y nopal
Corresponsabilidad entre sectores público, privado y social	Escasa presencia del sector público en la logística y apoyo a los prestadores de servicios turísticos

Resulta interesante observar que en lo referente a la corresponsabilidad entre los sectores público, privado y social, ninguno de los entrevistados hace referencia a apoyos, programas o estrategias implementadas desde la esfera pública, lo que puede ser interpretado como una forma de desarticulación entre el gobierno y los empresarios, por lo menos durante el periodo de pandemia, ya que no hay alusión alguna a la colaboración entre los prestadores de servicios turísticos y las instancias de gobierno. Incluso se mencionó que los trámites de certificación para garantizar un servicio de calidad, fueron engorrosos y complicados, debido a que los organismos públicos migraron al espacio virtual, lo que generó una saturación.

No se hicieron presentes programas que hubiesen permeado todas las categorías de prestadores de servicios turísticos para apoyar su funcionamiento durante los meses más críticos de la pandemia, por lo que cada uno de los empresarios tuvo que desarrollar sus propias capacidades para salir adelante y evitar el cierre en el mejor de los casos.

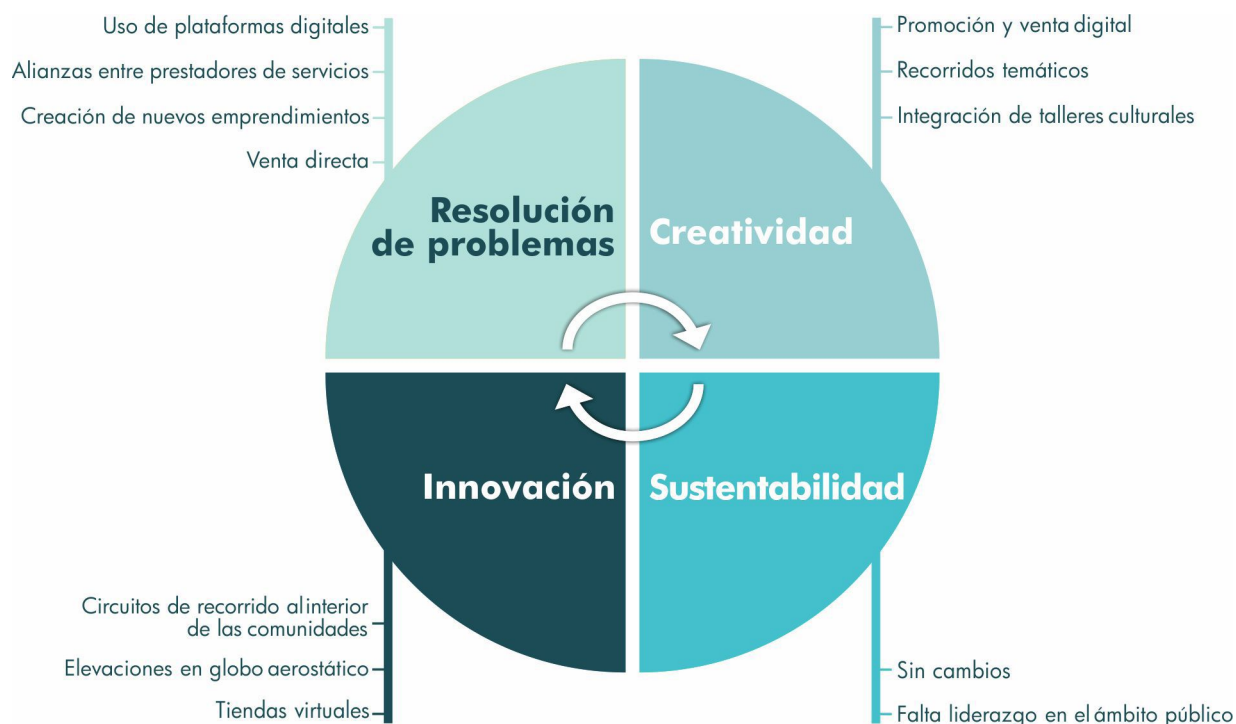
Lo anterior es un obstáculo para la generación de un turismo sustentable ya que las directrices y lineamientos deben ser establecidos por las autoridades correspondientes, y estas, por el contrario, se limitaron a implantar los criterios de seguridad sanitaria para evitar los contagios, pero abandonaron a las empresas durante el periodo de confinamiento. De esta forma no se percibió un acompañamiento de las instancias públicas para evitar su cierre y la pérdida del empleo de muchos trabajadores.

En lo que se refiere al turismo responsable, los conceptos relacionados a esta modalidad turística son el patrimonio natural y cultural, la economía local y la identidad, mismos que se evidenciaron en la diversificación de la oferta ante el prolongado periodo en el que se mantuvo cerrada al público la Zona Arqueológica de Teotihuacán. Las innovaciones registradas se vinculan de manera directa con el patrimonio inmaterial, esto quiere decir que los empresarios consideraron otros elementos o incluso los debieron generar, tal es el caso de los talleres de cacao así como de los recorridos en cuevas que anteriormente eran utilizadas como vertederos de basura.

Los artesanos de obsidiana abrieron las puertas de sus talleres para que los visitantes, que llegaban esporádicamente al poblado, adquirieran las mercancías sin tener que pasar por intermediarios; también aprendieron a utilizar las redes sociales y las plataformas de venta digital para comercializar algunos de sus productos, lo que requirió que muchos de ellos contrataran internet y adquirieran dispositivos electrónicos (computadoras, tabletas y teléfonos celulares) para integrarse al comercio digital. Esto consolidó una innovación para muchos de los empresarios que, antes de la pandemia, no manejaban el entorno digital ni se interesaban por la apertura de mercados a través de dicha vía.

Una de las ramas que mostró crecimiento en este periodo fue la restaurantera, con la apertura de emprendimientos que han comenzado a recuperar recetas tradicionales para aportar identidad a su oferta gastronómica e incentivar este segmento turístico. En el Pueblo Mágico de San Martín de las Pirámides existen cinco microempresas de agroindustria que cuentan dentro de sus instalaciones con la infraestructura necesaria para la elaboración de salsas, dulces, conservas, mermeladas, empanadas y licores de nopal, tuna o xoconostle; así como productos cosméticos derivados de la misma planta. Así, los microempresarios han encontrado, como actividad adicional, ofrecer al visitante recorridos para que conozca los procesos de transformación y elaboración, así como la degustación de sus productos agroindustriales con la opción de venta directa de aquellos de uso personal.

Tabla 5
CONTINUIDADES Y CAMBIOS EN LA PRESENTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LOS
PUEBLOS MÁGICOS DE TEOTIHUACÁN Y SAN MARTÍN DE LAS PIRÁMIDES



En lo referente al concepto de sustentabilidad, las respuestas de los entrevistados no aportan elementos que permitan observar alguna consideración para este tema, pues todos apuntan al desarrollo económico de forma individual, apoyándose en otras empresas prestadoras de servicios turísticos pero sin comprometerse con temas ambientales ni sociales más allá de la generación de empleos y la recuperación personal de las finanzas dañadas por la pandemia. No hay una apuesta por la disminución de impactos en los recursos naturales ni culturales, por el contrario, se percibe que el patrimonio cultural inmaterial es ahora una opción para atraer a más turistas y no depender tanto de los visitantes a la zona administrada por el INAH, pero esta alternativa no ha surgido del consenso entre los empresarios y las instancias públicas, sino de la necesidad de reactivar el turismo durante y después del confinamiento para evitar la quiebra de sus fuentes de ingresos.

Conclusiones

La llegada de la pandemia por Covid-19 dejó a la vista varias de las características del turismo en el Valle de Teotihuacán, sobre todo en lo relacionado a las estrategias de contención de fenómenos sanitarios y la respuesta de las autoridades para evitar la pérdida de empleos y el cierre de empresas. De acuerdo con las respuestas de los entrevistados y las condiciones en que actualmente operan las empresas turísticas, las instancias públicas no generaron ningún plan de contingencia específico, lo que mostró una importante debilidad frente a este tipo de fenómenos.

Uno de los cambios más significativos fue la disminución del liderazgo de las Direcciones de Turismo de estos Pueblos

Mágicos, que se mantuvieron al margen de los retos que enfrentaron los prestadores de servicios turísticos, y que generó que varios de ellos emprendieran estrategias de digitalización y apertura de nuevas opciones para resistir la etapa crítica de la pandemia. Así, los establecimientos comenzaron a ofrecer sus servicios a través de las redes sociales; en especial los restaurantes los cuales también generaron los mecanismos para la entrega a domicilio. Por su parte, los guías de turistas y propietarios de talleres artesanales establecieron dinámicas de recorridos al aire libre (en este caso en cuatrimotos), en circuitos temáticos completamente nuevos que integraron a otros prestadores de servicios en un esquema de apoyo mutuo con pago por comisión, en el que los guías llevaban clientes a los talleres, restaurantes y cuevas a cambio de una comisión económica. En este caso el gobierno municipal no se involucró de ninguna manera, sino que fue el sector privado el que buscó las opciones para mantener la actividad.

Otros más buscaron las certificaciones sanitarias como garantía para que los turistas mantuvieran la confianza en sus servicios, este fue el caso de los globopuertos y las empresas de talleres culturales, pues sus actividades requieren de la presencia física de la clientela dadas las características de las experiencias que ofrecen.

En lo que se refiere a los criterios de sustentabilidad, los hallazgos muestran que la dimensión económica predomina sobre la social y ambiental, ya que se pusieron en valor los recursos culturales y se utilizaron como nuevos atractivos la gastronomía, la producción artesanal y el rescate de productos tradicionales, como el cacao, con lo que se logró mantener los empleos. No se hace mención de la integración de los beneficios sociales, ambientales y culturales que la actividad turística podría promover, pues la visión de que este sector es básicamente económico no permite generar una reflexión más profunda, ya que los prestadores de servicios turísticos están enfocados a su supervivencia y ganancia económica.

A su vez, es importante mencionar que debido a la falta de integración entre empresarios y gobierno no existe una planeación conjunta que defina un rumbo específico para la nueva oferta turística, por lo que se carece de normas y límites en el uso de los recursos culturales; los circuitos de visita son improvisados y favorecen el crecimiento de nuevos asentamientos urbanos en áreas protegidas, además de que los precios de los servicios se definen de acuerdo con la demanda de los mismos bajo criterios propios que muestran la competencia que hay entre los prestadores de servicios turísticos.

Estos a su vez han tenido que buscar la forma de evitar una mayor afectación ante la pérdida de empleos, generando opciones de venta y atención a través de las plataformas digitales, además de capacitarse y buscar las certificaciones sanitarias y turísticas para garantizar un servicio de calidad pero, sobre todo, seguro. Los *tours* en cuatrimotos ocuparon el lugar que dejaron los recorridos dentro de la Zona Arqueológica de Teotihuacán a través de circuitos fuera del espacio protegido, vinculando el paisaje con los talleres artesanales y los restaurantes de las comunidades; por su parte, algunos talleres artesanales cerraron sus puertas a la visita pública, pero abrieron tiendas virtuales con las que ganaron nuevos clientes. Todas estas opciones han sido impulsadas de manera directa por los prestadores de servicios turísticos, facilitando su permanencia ante un panorama poco favorable y, por momentos, desalentador. Cada una de ellas nos muestra la resistencia y el empuje de la actividad turística en esta región del Estado de México.

Según un informe de la Organización de las Naciones Unidas (2020), la crisis generada por la pandemia de Covid-19 también ha sido una oportunidad para reflexionar en torno a las formas en las que se estaba desarrollando el turismo y la necesidad de reconectar con la naturaleza, el medio ambiente y la responsabilidad social, enfatizando nuevamente la necesidad de transformar al turismo en una actividad sustentable.

La innovación tecnológica, la digitalización, así como las alianzas en las que las comunidades receptoras sean protagonistas del desarrollo, podrían generar nuevas modalidades turísticas más equilibradas y justas (Ibid), pero se requiere de la participación directa de los sectores público, privado y social. Indudablemente cada país ha generado sus propias estrategias para reactivar la actividad turística, así como también cada entidad de la República Mexicana manejó esta crisis de acuerdo con sus prioridades y el tipo de turismo que desarrollaba antes de la pandemia.

Tomando en consideración que la pandemia no es un evento único sino que puede extenderse por años debido a los rebrotes (Romero-Padilla, Romero-Martínez y Navarro, 2020), y que además debe asociarse a las consecuencias que trae consigo el cambio climático, el turismo debe transformarse en una actividad segura que garantice su viabilidad tanto para el viajero como para las comunidades anfitrionas. De esta forma, cada sector de la sociedad ha ido generando soluciones al reto planteado por la pandemia, principalmente en la forma de dar a conocer sus servicios, la manera de distribuir los bienes que oferta y el tipo de experiencias que el turista podrá conocer en un contexto de distanciamiento social y restricciones sanitarias.

En este artículo se sostiene un modelo turístico sustentable como los propuestos por Molina (2000) y Ascanio (2009), por considerar que en él se integran el manejo de los recursos socioculturales, económicos y ambientales por su visión holística. De acuerdo con Arévalo Pacheco (2020) el turismo sustentable impulsa la cadena que lleva a la creación de valor, incluyendo a todos los participantes de los destinos turísticos, desde las actividades turísticas locales, hasta la demanda y la comunidad de acogida, su identidad y sus recursos naturales y culturales, para convertirse en la cadena de creación de valor del destino.

Por lo tanto, si se apuesta por un modelo de turismo sustentable en el Valle de Teotihuacán, podrá afrontarse con mejores herramientas el rezago económico provocado por la pandemia y al mismo tiempo habrá mejores condiciones para la conservación de los tres pilares de la sustentabilidad. Se observa la necesidad de restablecer políticas de corte integral para el diseño de una oferta turística capaz de adaptarse a situaciones de crisis, ya que actualmente no es posible aseverar que se cuente con un esquema turístico sustentable; si bien se utilizan otros recursos naturales y culturales en la oferta, no hay una participación clara del sector público ni de la sociedad para evitar el daño o deterioro de los mismos.

Referencias

- Arévalo Pacheco, G. (2020). Modelos turísticos y desarrollo sustentable: análisis teórico. En J. F. Sarmiento, F. María, C. Valles Aragón Ventura y E. Mota Flores (Coords.), *Factores críticos y estratégicos en la interacción territorial. Desafíos actuales y escenarios futuros, Vol. II*. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional.
- Arias, F. G. (2019). Citación de fuentes documentales y escogencia de informantes: un estudio cualitativo de las razones expuestas por investigadores venezolanos. *E-Ciencias De La Información*, 9(1). <https://doi.org/10.15517/eci.v1i1.32224>
- Ascanio, A. (2009). Rutas gastronómicas chilenas: una aproximación al tema. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(2), 321-325. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88111635013>

Benseny, G. (2007). El turismo en México. Apreciaciones sobre el turismo en espacio litoral. *Aportes y Transferencias*, 11(2), 13-34. <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/332/>

Bertoni, M. (2008). Turismo sostenible: su interpretación y alcance operativo. *Cuadernos de Geografía. Revista Colombiana de Geografía*, 17, 155-163. <https://doi.org/10.15446/rcdg.n17.10925>

Cantero Medina, R. (2012). Turismo responsable, cooperación internacional y educación para el desarrollo. En M. Rivera Mateos y G. Rodríguez García (Coords.), *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario* (pp. 323-344). Universidad de Córdoba.

Cardenal de la Nuez, M. E. (2015). *Guía de diseño de la entrevista y grupo de discusión*. Universidad de las Palmas de Gran Canaria, Facultad de Ciencias Jurídicas.

Chávez, D. R. M., Romo, E. y Espinoza, R. (2013). Turismo y desarrollo sustentable. Contribución de Hispanoamérica. *Revista Teoría y Praxis*, 9(13), 9-33.

Centro de Investigación y Competitividad Turística Anáhuac. (2020). Estimación de las afectaciones al turismo mexicano en 2020 como consecuencia de la pandemia de Covid-19. Universidad Anáhuac.

de Juan Alonso, J. M. (2012). Ética y turismo responsable: de los principios a las buenas prácticas. En M. Rivera Mateos y L. Rodríguez García (Coords.), *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario* (pp. 65-80). Universidad de Córdoba.

EcuRed. (2019). Turismo Sustentable. https://www.ecured.cu/Turismo_Sustentable

Gascón, J. y Cañada E. (2005). *Viajar a todo tren: turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Icaria.

Gasteiz, V. (2011, 23 de mayo). ¿Qué es Turismo Responsable? *Turismo Responsable y Agrotravel*. <http://www.turismoresponsable.es/quienes.php>

Gobierno de México. (2019). La actividad turística representó el 8.7 del PIB nacional en 2018. <https://www.gob.mx/shcp/-/7Cgacetaeconomica/articulos/la-actividad-turistica-represento-8-7-del-pib-nacional-en-2018>

Gobierno de México. (s.f.). *Estadísticas de visitantes*. Recuperado el 5 de enero de 2023 de <https://www.estadisticas.inah.gob.mx/>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill.

Herrera Aguilar, R. I. y Castro Solís, E. (2021). La importancia de la planeación estratégica en el turismo gastronómico. Caso: San Martín de las Pirámides, Estado de México. *Revista Turpade*, 14(8), 4-25. <https://revistaturpade.lasallebajio.edu.mx/index.php/turpade/article/view/17>

ILAM Patrimonio. (2021). *Patrimonio intangible*. <https://ilamdir.org/patrimonio/intangible>

ILUMINET (2017). *Experiencia nocturna en Teotihuacán*. <https://www.iluminet.com/experiencia-nocturna-teotihuacan-christie-cocolab/>

Llamas Peña, C. (2019, 14 de febrero). Turismo responsable: qué es y algunas ideas. *Skyscanner*. <https://www.skyscanner.es/noticias/turismo-responsable-que-es>

Lesmes Fabián, C. (2020). *El turismo sostenible después de la pandemia del Covid-19*. (1ª ed.). Edición del autor.

Mateos, J. (2008). El turismo en México: la ruta institucional (1921-2006). *Cuadernos. Patrimonio Cultural y Turismo*, 14, 33-44.

Molina, S. (2000). *El Posturismo: De los centros turísticos industriales a las ludópolis*. Editorial tesis económica profesional.

Narváez Castro, M. L., Fernández de Hurtado, G. y Enríquez Bárraez, A. T. (2012). Competitividad de empresas turísticas: un análisis desde el enfoque sistémico. *Revista Facultad Ciencias Económicas*, 21(1), 243-260. <https://doi.org/10.18359/rfce.675>

Miroglio, M. (2021). Impulsando el Turismo Consciente. *ManuelMiroglio.com* <https://manuelmiroglio.com/turismo-sustentable/>

Municipio de Copacabana. (2010). *Manual de buenas prácticas en la actividad turística*. CODESPA.

Ortega Cabrera, V., González Corona, N. L. y Esquivel Ríos, S. (2021). Nuevas estrategias turísticas en Teotihuacán, México, tras la pandemia Covid-19. *Revista Ciencia Latina*, 5(2), 1660-1680. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i2.375

Osorio, M. (2000). Hacia la construcción del objeto de estudios del turismo desde una perspectiva materialista crítica. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 3(1), 41-61. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2005.03.002>

Pérez Ramírez C. A. y Antolín Espinoza, D. I. (2016). Programa pueblos mágicos y desarrollo local: actores, dimensiones y perspectivas en El Oro, México. *Estudios Sociales*, 25(47), 219-243. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/39207>

Quecedo, R. y Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, 14, 5-39.

Rivera Mateos, M. y Rodríguez García, L (2012). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Universidad de Córdoba, Cátedra Intercultural. <http://hdl.handle.net/10396/15707>

Rivera Mateos, M. (2012). Un turismo desigual en un mundo globalizado: lógicas dominantes y alternativas de las nuevas formas de turismo responsable. En M. Rivera Mateos y L. Rodríguez García (Coords.), *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario* (pp. 15-42). Universidad de Córdoba. <http://hdl.handle.net/10396/14889>

Robledo, J. (2009). Observación Participante: informantes claves y rol del investigador. *Nure Investigación*, 42, 1-4. <https://www.nureinvestigacion.es/OJS/index.php/nure/article/view/461>

Rodríguez Reis, J. (2011). La percepción del riesgo en los turistas con discapacidad física. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(5), 1084-1101.

Romero Padilla, Y., Romero Martínez, J. M. y Navarro Jurado, E. (2020). Reflexiones desde el post-crecimiento. Ideas, estrategias y tácticas para el turismo post-covid-19. En L. M. Rondón García, L. Troitiño Torralba, C. Mulet Forteza, F. J. Bauzá Martorell y F.J. Melgosa Arcos (Coords.), *Turismo post covid-19. El turismo después de la pandemia global, análisis, perspectivas y vías de recuperación* (pp. 57-75). Ediciones Universidad de Salamanca.

Secretaría de Cultura. (2020). A partir de este lunes 7 de septiembre, continúa la reapertura de zonas arqueológicas y museos del INAH. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/cultura/prensa/a-partir-de-este-lunes-7-de-septiembre-continua-la-reapertura-de-zonas-arqueologicas-y-museos-del-inah>

Secretaría de Turismo. (2020). México Sostenible. *Estrategia de turismo 2030*. <http://sistemas.sectur.gob.mx/dgots/04-resumen-ejecutivo-estrategia-turismo-sostenible-2030.pdf>

Torres Cuadro, E. (2019). Turismo sustentable: turismo alternativo, ecoturismo y turismo rural. En *Desarrollo económico y proceso legislativo*, Cámara de Diputados de México.

Venturini, E. J. (1998). Utilización turística sustentable de los espacios naturales. *Aportes y Transferencias*, 2(2), 29-44.