

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS POTOSÍ

FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS, INGENIERÍA, MEDICINA Y CIENCIAS SOCIALES
Y HUMANIDADES

PROGRAMA MULTIDISCIPLINARIO DE POSGRADO EN CIENCIAS AMBIENTALES

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE

MAESTRÍA EN CIENCIAS AMBIENTALES

**PROPUESTA DE GESTIÓN TURÍSTICA SUSTENTABLE PARA LA RUTA DEL
MEZCAL EN LA REGIÓN ALTIPLANO DE SAN LUIS POTOSÍ.**

PRESENTA:

VANESSA VERA GONZÁLEZ.

DIRECTOR DE TESIS:

DR. VALENTE VÁZQUEZ SOLÍS.

ASESORES:

DRA. ALEJANDRA VERA GONZÁLEZ.

DR. LEONARDO ERNESTO MÁRQUEZ MIRELES.

DICIEMBRE, 2019.

CRÉDITOS INSTITUCIONALES

PROYECTO REALIZADO EN:

**AGENDA AMBIENTAL DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS
POTOSÍ.**

CON FINANCIAMIENTO DE:

BECA CONACyT

AGRADEZCO A CONACyT EL OTORGAMIENTO DE LA BECA-TESIS

Becario No. 628067.

**LA MAESTRÍA EN CIENCIAS AMBIENTALES RECIBE APOYO ATRAVÉS
DEL PROGRAMA NACIONAL DE POSGRADOS DE CALIDAD (PNPC)**

Dedicatoria.

A mis padres: Ángel Gerardo Vera Santillán y María Magdalena González de Vera.
Por impulsarme a cumplir mis metas, por ver siempre lo mejor de mí, por sus palabras de
aliento y por su apoyo en todo momento.

A mis hermanos:

Alejandra y Gerardo, por motivarme siempre a dar lo mejor de mí, por ser ejemplos de
éxito, por tanto cariño, por inspirarme y por su apoyo incondicional.

A mi amor:

César, por tu amor, por motivarme, por creer en mí, por los sacrificios y por el apoyo
incondicional.

A mi cuñada Lorena:

Por sus palabras de aliento y motivación.

A mis sobrinos:

Andrés, Fernanda y José Gerardo.

Por sus bellas sonrisas inspiradoras, por su cariño y travesuras que me llenan el alma.

A mi querida Perla Moreno Alcaráz:

Por sus palabras inteligentes, por impulsarme siempre, por ser mi guía.

A mis amigos:

Fátima Martínez, Diego Castillo.

Por motivarme en todo momento.

Agradecimientos.

A Dios, por permitirme cumplir una meta más en mi desarrollo profesional.

A mi director de tesis, Dr. Valente Vázquez Solís, y a mis asesores Dra. Alejandra Vera González y Dr. Leonardo Ernesto Márquez Mireles. Por sus enseñanzas, por su guía, por sus amables sugerencias, por creer en mi e impulsarme a dar lo mejor, y por todo el apoyo que me han brindado a lo largo de esta tesis.

Al Dr. Pedro Medellín Milán (Q.E.P.D.), por haber creído en mi desde el inicio, por sus consejos y por compartirme un poco de su sabiduría y sus experiencias.

Al Dr. Carlos Alfonso Muñoz Robles, por sus observaciones tan puntuales.

Al Dr. Juan Rogelio Aguirre Rivera y el Dr. César Iván Godínez Hernández del Instituto de Investigación de Zonas Desérticas por compartirme sus conocimientos y por su valiosa colaboración en esta tesis.

A Rosa María Gutiérrez Salgado de Secretaría de Turismo, a Diana Briseida Blanco Robledo de la Dirección de Patrimonio Cultural, al Mtro. Miguel Iwadare por las valiosas entrevistas que fortalecieron este proyecto.

Al Mtro. Marcelino Ruiz Carrillo y al Ing. Julio César Blanco Pérez del INEGI, por su orientación y gran apoyo en esta tesis.

Al Ing. Manuel Pérez de la fábrica de mezcal Laguna Seca y al Mtro. José Eduardo Lomelí Robles de la fábrica de mezcal Ipiña, por permitirme hacer la visita a las instalaciones, por su amabilidad y valiosa información.

Al Lic. Miguel Galarraga Robledo, de “Auténtico San Luis” Operadora de Turismo Receptivo, por compartirme su experiencia y conocimiento en turismo sostenible.

Al Lic. Rogelio Santana Arias, por su valioso apoyo en la caracterización geográfica que se presenta en esta tesis.

A todos mis maestros del PMPCA por las enseñanzas recibidas.

Al personal administrativo de la Agenda Ambiental, por su disposición, apoyo y cariño, Zory, Laura, Lore, Gaby, Maricela, Araceli, Maru, Doña Mago.

Índice.	
Introducción.	10
Planteamiento del problema.	12
Hipótesis.....	12
Objetivo general.	13
Objetivos específicos.	13
Capítulo I. Antecedentes teórico- conceptuales.....	14
1.1. Evolución y tendencias de la gestión ambiental: perspectivas cognoscitivas.	14
1.2. Posturas cognoscitivas de la gestión ambiental.....	17
1.3. Gestión turística en el marco de la gestión ambiental.	19
1.4. La perspectiva sostenible de la gestión turística.	20
1.5. Marco de referencia.....	38
Capítulo II. Perspectivas del turismo. De lo global a lo local.	42
2.1. Tendencias globales y retos del turismo en el mundo.	42
2.2. Atractivos turísticos y su visibilidad para el posicionamiento de destinos turísticos.....	48
2.3. Relevancia y perspectivas del turismo en México y San Luis Potosí.	53
2.4 Aspectos geográficos y socioeconómicos del sector turístico en la zona de estudio.	62
Capítulo III. Factores y condicionantes para la gestión turística sustentable de la ruta del mezcal.	77
3.1. Procedimiento metodológico.....	77
3.2. Categorización para el análisis de aspectos relevantes de las rutas turísticas.	92
3.3. Consideraciones para el trazado de la ruta de acuerdo con la percepción de los actores involucrados.	130
Ruta 1. San Luis-Ahualulco-Salinas- Zacatecas.	141
Ruta 2. San Luis-Venado-Villa de Guadalupe.	141
3.4. Propuestas para la gestión turística sustentable en la ruta del mezcal en la región Altiplano de San Luis Potosí.....	144
Conclusiones.	149
Referencias bibliográficas.	153

Índice de figuras.

Figura 1. Modelo de gestión turística general o de sistemas.....	25
Figura 2. Modelo de gestión turística de funciones.....	27
Figura 3. Un marco para la gestión de destinos.	29
Figura 4. Enfoques de planeación turística.	32
Figura 5. Caracterización geográfica de Ahualulco y Charcas, San Luis Potosí.	64
Figura 6. Caracterización geográfica de Ahualulco, San Luis Potosí.	66
Figura 7. Caracterización geográfica de Charcas, San Luis Potosí.	68
Figura 8. Caracterización socioeconómica de Ahualulco, San Luis Potosí.	70
Figura 9. Caracterización socioeconómica de Charcas, San Luis Potosí.	73
Figura 10. Codificación mediante QDA Miner Lite.	86
Figura 11. Campos de maguey en Laguna Seca, Charcas.	97
Figura 12. Piletas de fermentación Laguna Seca, Charcas.....	99
Figura 13. Tahona mecánica en Ipiña, Ahualulco.....	102
Figura 14. Segunda molienda con tractor, Ipiña, Ahualulco.....	111
Figura 15. Molienda con tractor, Laguna Seca, Charcas.....	112
Figura 16. Piñas en horno para cocción, Laguna Seca, Charcas.	112
Figura 17. Piñas cocidas para molienda, Ipiña, Ahualulco.	113
Figura 18. Certificación como productor artesanal, Laguna Seca, Charcas.....	121
Figura 19. Bagazo como combustible para caldera, Laguna Seca, Charcas.	123
Figura 20. Trazado de rutas propuestas.....	143
Figura 21. Modelo de gestión turística sustentable para la ruta del mezcal en la región Altiplano de San Luis Potosí.....	145
Figura 22. Flujograma del modelo de gestión turística.	146

Índice de cuadros.

Cuadro 1. Clasificación de atractivos y recursos turísticos.....	49
Cuadro 2. Componentes del subsistema de destino.	50
Cuadro 3. Motivaciones al viaje.....	52
Cuadro 4. Plan Nacional de Desarrollo (2013-2018).....	55
Cuadro 5. Sexto Informe de Gobierno (2017-2018).	56
Cuadro 6. Plan Estatal de Desarrollo (2015-2021).....	61
Cuadro 7. Tercer Informe de Gobierno (2017-2018).....	61
Cuadro 8. Categorías de análisis.	93
Cuadro 9. Propuestas para una gestión turística sustentable en la ruta del mezcal en la región Atilplano de San Luis Potosí.....	147

Propuesta de gestión ambiental para el manejo de la ruta del mezcal como práctica turística en el Altiplano Potosino.

Vanessa Vera González, Valente Vázquez Solís, Alejandra Vera González, Leonardo Ernesto Márquez Mireles.

Resumen.

Palabras clave: gestión turística, ruta turística, sustentabilidad, gestión ambiental, Altiplano potosino.

Las rutas o circuitos turísticos temáticos son hoy en día una forma muy atractiva y frecuente de hacer turismo en México y el mundo. Desde sus orígenes, el turismo ha representado una fuente de ingresos para los países, por lo cual siempre se ha fomentado de manera importante. Sin embargo, a partir de los años noventa, el turismo masivo hizo evidentes sus impactos negativos al medio ambiente, por lo cual se pone especial atención a la procuración de sustentabilidad en esta práctica. La gestión ambiental proporciona un marco conceptual para que la gestión turística pueda incorporar esa dimensión de sustentabilidad en sus actividades. En el caso de México, hace falta un marco regulatorio que apoye el aseguramiento de esas prácticas turísticas sustentables; fortalecer la identidad cultural del mezcal con la ruta turística; trabajo coordinado entre las instituciones relacionadas con el sector turismo; y continuidad en las políticas públicas que apoyen prácticas turísticas como elemento importante para el desarrollo sustentable. La presente investigación plantea la necesidad de una estrategia de gestión turística sustentable que permita asegurar la permanencia de la ruta del mezcal en los municipios de Ahualulco y Charcas, en la región Altiplano de San Luis Potosí, en el tiempo; así como garantizar la preservación ambiental, económica y sociocultural en esa región. Para cumplir con ese objetivo, se describe la evolución de la gestión turística en el marco de la gestión ambiental; se analizan las perspectivas del turismo en los ámbitos internacional, nacional, estatal y municipal, y su relevancia en aspectos ambientales, geográficos, económicos y socioculturales; y, se identifican los factores e implicaciones que tiene el trazado de la ruta del mezcal en la región Altiplano de San Luis Potosí; así como su funcionalidad como práctica turística, presentando propuestas para incorporar criterios de sustentabilidad en la gestión turística de esta ruta temática.

Environmental gestion proposal for the management of the mezcal route as a tourist practice in the plateau of San Luis Potosí.

Vanessa Vera González, Valente Vázquez Solís, Alejandra Vera González, Leonardo Ernesto Márquez Mireles.

Abstract.

Key words. tourist management, tourist route, sustainability, environmental management, plateau of San Luis Potosí.

Thematic tourist routes or circuits are nowadays a very attractive and frequent way of doing tourism in Mexico and the world. Since its inception, tourism has represented a source of income for countries, which is why it has always been promoted in an important way. However, starting in the 1990s, mass tourism made its negative impacts on the environment evident, which is why special attention is given to the pursuit of sustainability in this practice. Environmental management provides a conceptual framework so that tourism management can incorporate that dimension of sustainability in its activities. In the case of Mexico, a regulatory framework is needed to support the assurance of these sustainable tourism practices; strengthen the cultural identity of mezcal with the tourist route; coordinated work among institutions related to the tourism sector; and continuity in public policies that support tourism practices as an important element for sustainable development. This research raises the need for a sustainable tourism management strategy that helps the permanence of the mezcal route in the municipalities of Ahualulco and Charcas, in the plateau region of San Luis Potosí, over time; as well as guaranteeing the environmental, economic and sociocultural preservation in that region. To meet that objective, the evolution of tourism management in the framework of environmental management is described; tourism perspectives in the international, national, state and municipal spheres, and their relevance in environmental, geographical, economic and socio-cultural aspects are analyzed; and, the factors and implications of the route of the mezcal route in the plateau region of San Luis Potosí are identified; as well as its functionality as a tourist practice, presenting proposals to incorporate sustainability criteria in the tourism management of this thematic route.

Introducción.

Las rutas o circuitos turísticos temáticos son hoy en día una forma muy atractiva y frecuente de hacer turismo en México y el mundo. Como ejemplo, las rutas de vino se han vuelto ya una tradición en países como España, Francia, Italia, Chile, Argentina y, más recientemente, en México. De la misma manera, recorridos como las rutas de tequila, café y otros productos dan origen a que el turista se interese por vivir una experiencia que combine un entorno natural y conceptos culturales representativos del lugar a visitar.

El enoturismo es una de las formas actuales de hacer este tipo de prácticas recreativas; en ese caso, se trata de visitar los viñedos y las bodegas productoras de vino, reuniendo en una misma experiencia, aspectos que tienen que ver con la naturaleza y con el cultivo de la uva, así como elementos para conocer la forma en que se produce el vino y características culturales alrededor del mismo. En este sentido, el enoturismo la modalidad turística que más se asemeja al que se realiza en la ruta del mezcal en el Altiplano potosino, objeto de estudio de esta tesis, y por esa razón se ha tomado en esta investigación como marco de referencia.

Desde sus orígenes, el turismo ha representado una fuente de ingresos para los países, por lo cual siempre se ha fomentado de manera importante. Sin embargo, a partir del decenio de los 90 del siglo anterior, el turismo masivo hizo evidentes sus impactos negativos al medio ambiente, por lo cual se pone especial atención a la procuración de sustentabilidad en esta práctica.

La gestión ambiental proporciona un marco conceptual para que la gestión turística pueda incorporar esa dimensión de sustentabilidad en sus actividades, por ello la importancia de analizar en esta tesis las aportaciones más relevantes en esa línea de conocimiento, como cimiento fundamental para la propuesta que aquí se plantea.

Las principales postulaciones a nivel internacional respecto a la sustentabilidad en el turismo se encuentran en los siguientes referentes: Organización Mundial de Turismo (1993), Conferencia de Lanzarote respecto al desarrollo turístico sostenible (1995), Código Ético Mundial para el Turismo en el mismo sentido (1999). En todos ellos se promueve que las prácticas turísticas se desarrollen de una manera sustentable y, en algunos casos, esos

ordenamientos o criterios se han concretado en normativas, directrices o incluso políticas públicas que apoyen el logro de dichos objetivos. En el caso de México, hace falta un marco regulatorio que apoye el aseguramiento de esas prácticas turísticas sustentables.

Como soporte teórico-conceptual para el planteamiento de la propuesta de estrategia de gestión turística sustentable, se han analizado elementos de diversos modelos para la gestión turística, así como considerado las tendencias globales en materia de turismo, y las diversas perspectivas para ofrecer productos turísticos sustentables a nivel nacional, estatal y municipal; esto, en virtud de que la ruta del mezcal en el Altiplano potosino se circunscribe al ámbito de varios municipios en San Luis Potosí y, que tiene como referentes las prácticas nacionales como son la ruta de mezcal en Oaxaca, la ruta del tequila en Jalisco, las rutas de vino en Baja California, Guanajuato, Querétaro y Zacatecas, además del contexto internacional previamente citado.

La presente investigación plantea la necesidad de poner en práctica una estrategia de gestión turística sustentable que permita asegurar la permanencia de ésta en el tiempo, así como garantizar la preservación ambiental, económica y sociocultural en la región donde se realiza.

Esta tesis se ha dividido en tres capítulos. En el primero de ellos, se hace una identificación y descripción de la evolución de la gestión turística en el marco de la gestión ambiental, mediante la revisión de literatura de los principales autores y sus planteamientos en esta área del conocimiento, con el propósito de establecer un marco de referencia.

En el segundo capítulo se presenta un análisis sobre las perspectivas del turismo en los ámbitos internacional, nacional, estatal y municipal, además de su relevancia en aspectos ambientales, geográficos, económicos y socioculturales, los cuales comprenden la base para la gestión turística sustentable que en esta tesis se propone para la ruta del mezcal en la región Altiplano en San Luis Potosí.

Finalmente, en el tercer capítulo se identifican los factores e implicaciones que tiene el trazado de la ruta del mezcal en la región Altiplano en San Luis Potosí, así como su funcionalidad como práctica turística, además de presentar propuestas para incorporar criterios de sustentabilidad en la gestión turística de la misma.

Planteamiento del problema.

Como parte de las estrategias turísticas en San Luis Potosí, se encuentran las llamadas “rutas del mezcal”, dentro de las cuales se ubica la que toca los municipios de Ahualulco y Charcas, en San Luis Potosí. Esta práctica turística puede implicar efectos negativos en los ámbitos de sustentabilidad ambiental, económica y social, dado que no existe una estrategia de gestión turística sustentable que se lleve a cabo en ella.

Por otra parte, el turismo aumenta la demanda de infraestructura local, transporte, agua potable, recolección y tratamiento de aguas servidas, eliminación de desechos sólidos, instalaciones y servicios públicos que generalmente son de responsabilidad del gobierno local. Estas demandas se incrementan en temporada alta de visita turística por lo que debe contarse con una adecuada planificación para que la demanda de servicios no exceda su capacidad, y evitar así impactos negativos tanto para los residentes como para los turistas.

Las actividades turísticas deben tomar en consideración la fragilidad y capacidad de los recursos que conforman la atracción turística. La ruta del mezcal tiene componentes que pueden verse vulnerados por los riesgos que pueden derivarse de una gran afluencia turística en el lugar.

En correspondencia con lo anterior, el trabajo plantea como hilo conductor la siguiente:

Hipótesis.

Las estrategias de gestión turística que caracterizan a los municipios de Ahualulco y Charcas en la región Altiplano en San Luis Potosí son inadecuadas, debido a la inexistencia de políticas públicas que regulen el manejo del maguey, a que no se ha consolidado la identidad cultural del mezcal con la ruta turística, a la falta de coordinación entre las instituciones y dependencias encargadas de apoyar y promover el desarrollo de la ruta turística, sumado a la falta de continuidad política de un periodo de gobierno a otro, por lo que incorporar criterios de sustentabilidad en las dimensiones ambiental, económica y sociocultural coadyuvará a mejorar la gestión del sector en la zona.

A continuación, se describen el objetivo general y los objetivos específicos de la presente investigación.

Objetivo general.

Proponer criterios de sustentabilidad para la gestión turística de la ruta del mezcal en la región Altiplano de San Luis Potosí, en sus dimensiones ambiental, económica y sociocultural, en los municipios de Ahualulco y Charcas.

Objetivos específicos.

1. Identificar y describir la evolución que ha tenido la gestión turística en el marco de la gestión ambiental, a través del análisis de los principales autores en esta área del conocimiento como marco de referencia.
2. Analizar las perspectivas del turismo en los ámbitos internacional, nacional, estatal y municipal, así como su relevancia en aspectos ambientales, geográficos, económicos y socioculturales de Ahualulco y Charcas, como base para la gestión turística de la ruta del mezcal en ambos sitios.
3. Identificar los factores e implicaciones del trazado de la ruta del mezcal y, su funcionalidad como práctica turística sustentable.

En este sentido, se plantea la necesidad de elaborar una estrategia de gestión turística sustentable para la ruta del mezcal del Altiplano potosino, para garantizar su permanencia en el tiempo y asegurar la preservación ambiental, económica y social de esta práctica turística, en beneficio de los municipios de Ahualulco y Charcas. San Luis Potosí, donde se practica.

Capítulo I. Antecedentes teórico- conceptuales.

A continuación, se exponen un conjunto de teorías sobre gestión ambiental, gestión turística, así como otros elementos que conforman los ejes temáticos de esta investigación y que constituyen el marco teórico-conceptual-referencial de esta tesis. Las teorías consideradas y analizadas se encuentran en el área de conocimiento de las ciencias ambientales, particularmente dentro del área de gestión ambiental, y son el punto de partida para el análisis de elementos para conformar una propuesta de gestión turística para la ruta del mezcal en el Altiplano potosino. Además, se contextualizan estudios similares al supuesto planteado para el desarrollo de esta investigación.

1.1. Evolución y tendencias de la gestión ambiental: perspectivas cognoscitivas.

Es importante reflexionar sobre el modo en que el hombre se organiza económica e ideológicamente para resolver sus necesidades. Según Leff (1986) esa decisión está enmarcada en un contexto social y ubicado en un momento histórico, lo que quiere decir, que ni la sociedad ni la historia permanecen estáticas, pues el devenir del tiempo trae consigo también una movilidad que se materializa por ejemplo en una forma de organización social y de producción económica (citado en Bernal, 2002). Esto es relevante para el presente estudio, ya que una ruta, como práctica turística, se deriva de una decisión en la que intervienen elementos económicos, sociales y ambientales, y es importante que una propuesta de gestión turística para una ruta considere la prevención, el cuidado y la protección del contexto ambiental en el que se circunscribe (Sunkel, 1980).

Existe una estrecha relación entre sociedad y medio ambiente ya que estos son, respectivamente, subsistemas que conforman un sistema global, condicionándose mutuamente. Por consiguiente, el potencial de desarrollo de una sociedad depende en medida considerable de su base ecológica y de recursos naturales, mientras que el tipo y grado de

desarrollo afectan directamente esa base ambiental (Bernal, 2002). En una ruta turística, esos recursos naturales están vulnerables ante las prácticas humanas, por lo cual la gestión ambiental en ella es importante.

Para comprender la relación que guarda el ser humano con el entorno natural de una forma armónica y respetuosa: “La gestión ambiental desde la sustentabilidad (...) reconoce la urgencia de satisfacer las necesidades del ser humano sin desconocer potenciales ecológicos de la naturaleza; por lo tanto (...) reconoce las cosmovisiones de la sociedad con relación a la naturaleza, al igual que considera la apertura cultural hacia la diversidad y la diferencia para hacer posible el respeto por las distintas formas o estéticas presentes en la biosfera.” (Sánchez, 2013; citado en Sánchez y Aguilera, 2014).

Con el propósito de enmarcar la evolución que ha tenido la gestión ambiental, América Latina la ha desarrollado partiendo de la época de la conquista, cuando se tenía la concepción de que los recursos naturales eran infinitos y que, ante un interés por preservarlos, comenzaron a establecerse las bases para llegar hasta la actual visión de la gestión ambiental. Se tuvo la influencia de la visión europea sobre la explotación al ambiente y se formalizaron legislaciones que protegieran el uso y explotación de los recursos naturales hasta finales del siglo XIX y principios del XX.

En esa época surgen instituciones orientadas a la administración de los recursos naturales especialmente los que se refieren a bosques, suelos, aguas y fauna; forjando de esta manera las bases para la gestión ambiental. Surge también después de la segunda guerra mundial, la visión respecto a los recursos renovables y de ahí el interés por protegerlos para permitir que se renueven. Como ejemplo de ello se cuentan los primeros parques naturales en Argentina, México y Venezuela (Gamboa, Linares y Solórzano, 2015). En este contexto latinoamericano y luego, con alcance global, se siguió formalizando este marco institucional para otorgar la relevancia necesaria al tema ambiental en el mundo.

En correspondencia con lo anterior, la Organización de las Naciones Unidas en la Conferencia de 1949 se encargó de temas ambientales donde participaron varios países latinoamericanos. Es entonces cuando emerge dicha organización como entidad competente

en temas ambientales. Después de las conferencias de Estocolmo y Río, surgen diversos tratados para el mismo ámbito (Gamboa et al, 2015). Lo anterior impulsó a naciones como la mexicana a formalizar una institución encargada del tema ambiental.

En los años sesenta, surge la visión de la gestión ambiental del Estado, centrada en la preocupación por el deterioro ambiental y colocando al tema en la Agenda global a través de la conferencia de Estocolmo, donde se destacaron los peligros tanto del crecimiento económico como de los patrones de consumo (Gamboa et al, 2015). De aquí destaca el interés por lograr entonces, una gestión ambiental que permita el desarrollo económico y social en los países sin detrimento del ambiente natural y, poder lograr un equilibrio.

Para el caso de México, cabe señalar que la existencia de una política nacional en tema ambiental da pie a que se crearan posteriormente, programas específicos que procuran la protección ambiental mediante diferentes enfoques de gestión, mismas que han cambiado en los períodos de gobierno federal, a consecuencia de su propia visión de país.

La Comisión Brundtland emitió el concepto desarrollo sustentable y fue adoptado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo en 1992, de esta manera, el desarrollo sustentable se estableció como meta a nivel mundial. Esa decisión que tiene efecto a nivel global va más allá de la incorporación de la dimensión ambiental como parte de las políticas públicas de los países, especialmente insertadas en los planes de desarrollo económico y social. Para que el desarrollo sustentable pueda ser viable, se presentan esquemas de compatibilidad entre el crecimiento económico y la protección ambiental, así como la preservación de los recursos naturales renovables y no renovables (Gamboa et al, 2015).

En el contexto internacional, la Agenda 21 sirve como principal referencia para la mayoría de las políticas públicas que establecen los países en materia ambiental. Establece en ella un compromiso de los gobiernos de los países para alinear sus políticas ambientales con base en el consenso mundial (Massolo, 2015).

El cambio de visión más radical sobre la gestión ambiental a lo largo del tiempo tiene que ver con una transición de una postura en que la naturaleza era comprendida como ilimitada

en cuanto a recursos naturales se refiere y por ello se podían extraer sin límites, hasta el extremo opuesto de la postura sustentable que se basa en el uso racional de los recursos naturales para su aprovechamiento, sin comprometer a generaciones futuras (Gamboa et al, 2015). Estas posturas se han reflejado en políticas públicas en materia ambiental.

Ahora que se ha revisado la evolución de la gestión ambiental con el paso del tiempo, se presentan a continuación definiciones sobre la misma, para una mejor comprensión de este concepto.

1.2. Posturas cognoscitivas de la gestión ambiental.

La Gestión Ambiental puede ser definida como un proceso que tiene como propósito resolver, mitigar o prevenir problemas ambientales, para apoyar un desarrollo sostenible en el que sea viable la permanencia humana, biofísica y cultural a través del tiempo y el espacio y sin comprometer futuras generaciones en ello (Red de Desarrollo Sostenible, 1993).

El turismo enológico, dentro del cual se constituyen las rutas del mezcal, se concentra de manera importante en la apreciación del paisaje del lugar donde se obtiene el agave y se elabora el mezcal, volviéndolo sujeto de protección ante los riesgos de la práctica turística.

La postura de Díaz (2005) sobre la Gestión Ambiental establece que ésta comprende acciones que apunten a la conservación, defensa, protección y mejora del medio ambiente y que, para ello requiere contar con un soporte de información de múltiples disciplinas que ayuden en la toma de decisiones, así como de la participación ciudadana en dicha toma de decisiones.

Otra perspectiva considera que, la gestión ambiental parte del desarrollo sostenible, en virtud de que se concentra en el uso racional de los recursos y la protección al medio ambiente, además de incorporar un marco legal y políticas de implementación alineado a estos propósitos, en el desarrollo económico y crecimiento de la población (Massolo, 2015).

Ahora bien, de los enfoques de gestión ambiental que existen, es el ambientalismo moderado el que da origen a la actual visión de la gestión ambiental, con una perspectiva de sostenibilidad, en donde se trata de equilibrar el uso de los recursos naturales con racionalidad y sin detrimento de generaciones futuras.

Otra forma en la que ha evolucionado la gestión ambiental es a través de su legislación, misma que se expone a continuación.

La Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (LGEEPA) fue creada en 1988 y reformada en 2005. Esta ley constituye la base jurídica para la participación del Estado en sus ámbitos federal, estatal y municipal en temas de protección y mejoramiento del ambiente y la biodiversidad.

De acuerdo con SECTUR (2008), existen otras leyes, como la de turismo federal y estatales, así como Programas Nacionales de Medio Ambiente, Turismo y Desarrollo Urbano que complementan el marco jurídico para apoyar a que una actividad turística pueda ser sustentable. Ejemplos de estos programas son el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 y la Agenda 21 para el turismo mexicano (citado en Vargas, Zizumbo, Viesca y Serrano, 2011). Al día de hoy, los planes de desarrollo gubernamental siguen incorporando esta intención de sustentabilidad.

De acuerdo con Székely (1995), los temas incluidos en la LGEEPA tienen que ver con lograr un equilibrio de los ecosistemas mediante el aprovechamiento de los recursos naturales en actividades que persiguen la obtención de beneficios económicos. Se trata del aseguramiento de la diversidad biológica y, para ello, el Estado establece los criterios de preservación de la biodiversidad con carácter obligatorio (citado en Galindo y Loa 1998).

La gestión ambiental se vale de instrumentos y herramientas que son clasificadas como preventivas, correctivas y, de conservación y mejoramiento. Estos tienen mayor efectividad cuando extienden su alcance en términos económicos y sociales. Dentro de ellos, existen algunos que se relacionan con la gestión turística, como son legislación ambiental; educación ambiental; ordenamiento territorial; estudios de impacto ambiental, sistemas de gestión ambiental y certificaciones en su caso (Massolo, 2015).

1.3. Gestión turística en el marco de la gestión ambiental.

La gestión ambiental sirve como fundamento para el análisis de la gestión turística, misma que se expone a continuación.

Desde sus orígenes, el turismo ha representado una fuente de ingresos para los países, por lo cual siempre se ha fomentado de manera importante. Sin embargo, a partir de los 90's, el turismo masivo hizo evidentes sus impactos negativos al medio ambiente, por lo cual se pone especial atención a la procuración de sustentabilidad en esta práctica (Pineda, U; Vázquez, V, 2013).

La OMT (1993), acuña el término de turismo sustentable con base en las consideraciones de Brundtland, estableciendo que el turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas y de los espacios que se visitan, en un marco de protección y mejora ambiental, que pueda permanecer en el futuro. Es así, como hace énfasis en la necesidad de gestionar las actividades turísticas para garantizar un equilibrio entre las actividades recreativas y el respeto por los elementos culturales y ambientales locales (citado en Navarro y Vázquez, 2013).

En San Luis Potosí, la estrategia de gestión turística ha ido principalmente encaminada hacia la promoción de la región Huasteca a pesar de contar con una gran diversidad de atractivos no reconocidos en otras regiones como el Altiplano donde existen algunos atractivos turísticos y culturales que dan cabida a la práctica de la ruta del mezcal, misma que tiene como referencia a las prácticas que se llevan a cabo en el enoturismo, tal como se realiza en los casos de rutas de vinos y ruta del tequila en el contexto nacional, así como los caminos del vino y de otras bebidas emblemáticas en diversos países en el mundo.

La actividad turística es una estrategia de desarrollo económico, social y cultural y, en regiones como en donde se lleva a cabo la ruta del mezcal, permite que se conserven las tradiciones y se genere un ingreso adicional para los municipios.

1.4. La perspectiva sostenible de la gestión turística.

Arriola (2003) señala que antes de la década de los noventa se empezaron a considerar y valorar aspectos como el nivel de soporte y deterioro de los espacios turísticos, así como el posible impacto ambiental como consecuencia de una mayor demanda por tener acceso a destinos turísticos o bien, la medición del daño de los ecosistemas que podían surgir por un uso intensivo derivado de las visitas turísticas a un sitio (citado en Pineda y Vázquez, 2013). Fue a partir de la Agenda 21 cuando la perspectiva sustentable se había extendido de forma clara a la actividad turística. A través de ella, la OMT exige que se diseñen programas para la sostenibilidad y colaboración para el desarrollo turístico sustentable (Vanegas, 2006).

Para la OMT, los productos turísticos sostenibles son aquellos que respetan el medio ambiente, a la par de considerar y respetar las culturas locales y que logren que los beneficios sean para la comunidad en donde se realizan las prácticas turísticas, por lo que, la gestión turística debe considerar estos elementos para las prácticas turísticas temáticas como es la ruta del mezcal (OMT, 1999).

Es importante considerar dentro de la gestión turística sustentable la preservación del entorno ambiental de la práctica turística, así como procurar la conservación de la cultura y las tradiciones de los sitios que conforman, en este caso a la ruta del mezcal; toda vez que estos puntos mencionados son los objetivos que se buscan en una ruta turística sustentable.

Asimismo, lo que caracteriza al turismo sostenible es la atención a las tres esferas que lo componen, económica, ambiental y sociocultural; es lograr el desarrollo en cada una sin menoscabar a las otras; en cuanto a la sostenibilidad económica el objetivo no es la rentabilidad inmediata que representa el turismo, sino la consolidación y aportación al desarrollo económico duradero; para la esfera ambiental se debe buscar que las actividades turísticas no comprometan la capacidad de los recursos naturales a largo plazo; y finalmente para la dimensión sociocultural, la población local, así como los recursos culturales de las regiones donde se lleve a cabo el turismo deben ser los motores de desarrollo, nunca objetos de consumo con valor de cambio (OMT, 1999).

Por otra parte, Vera (2011) plantea que el desarrollo turístico sostenible requiere de la voluntad política, la participación de la población local, un marco institucional y legal, con instrumentos de planificación y gestión que contemplen y aseguren un equilibrio entre la preservación natural, cultural, económico y social de los elementos que estén involucrados en la actividad turística correspondiente.

En este sentido, el turismo sustentable se posicionó en la Agenda Mundial, toda vez que es una actividad ambivalente, si bien incide en el desarrollo socioeconómico de los países, puede afectar la estabilidad del medio ambiente y las prácticas de las comunidades locales; por lo anterior, la Conferencia de Lanzarote constituye un referente fundamental para la investigación sobre el desarrollo turístico sostenible mediante dieciocho principios, cuyos aspectos más relevantes para esta investigación se sintetizan a continuación:

Debe ser ecológicamente soportable a largo plazo, económicamente viable y socialmente equitativo para las comunidades locales; debe considerar las dinámicas tradicionales de las comunidades locales; presupone la participación de los actores públicos y privados implicados; implica crear instrumentos de planificación y gestión integrados para la conservación y protección del patrimonio natural y cultural; debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por la economía local, para contribuir con el desarrollo local de manera positiva; debe repercutir en la mejora de la calidad de vida de la población e incidir en el enriquecimiento sociocultural de cada destino (Conferencia Mundial de Turismo, 1995).

Los gobiernos y autoridades competentes, las ONG y las comunidades locales deberán colaborar en la planificación integrada del turismo; impulsar un cambio en los modelos de consumo que permita un reparto más equitativo de beneficios y cargas producidos por el turismo; las zonas vulnerables y degradadas desde el punto de vista ambiental y cultural deberán recibir ayuda financiera y cooperación técnica prioritaria; deben fomentar la diversificación de los productos turísticos; impulsar redes de investigación, difusión, información y transferencia de conocimientos y tecnología en materia turística (Conferencia Mundial de Turismo, 1995).

Por otra parte, la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo aprobó en 1999 el Código Ético Mundial para el Turismo, estableciendo así, un marco de referencia para que las actividades turísticas cumplan con los criterios de sustentabilidad exigidos. Este código establece el marco regulatorio para destinos, gobiernos, intermediarios turísticos y los viajeros (Código Ético Mundial para el Turismo, 2019).

Por su parte, la Agenda 21 para la Industria de los Viajes y el Turismo plantea la toma de decisiones, y acciones necesarias para el desarrollo turístico, en donde los aspectos más importantes tienen que ver con estructura regulatoria económica; voluntariedad de los involucrados; contextualización socioeconómica, cultural y medioambiental; capacitación pública; planificación; infraestructura tecnológica; participación de todos los sectores de la sociedad; diseño de productos turísticos; asociaciones y medición del progreso en materia de desarrollo sustentable en este sector (OMT, 1999).

Cualquier directriz que aporte para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión en el mismo sentido, son aplicables a cualquier forma de turismo y en cualquier tipo de destino (Vanegas, 2006), como características deseables, que por supuesto deben atender al contexto en el que se sitúe cada una. En este sentido, es de interés para el presente trabajo, realizar una propuesta de gestión turística que contribuya al manejo adecuado de esta actividad, así como a la preservación del medio ambiente donde se circunscribe la ruta del mezcal en el Altiplano potosino, y que, promueva su permanencia en el tiempo como una estrategia de desarrollo sustentable.

Por otro lado, es pertinente diversificar la oferta turística incorporando atractivos menos promovidos para que se pueda reducir la presión y los impactos negativos en destinos de turismo masivo, y de esta manera poder contribuir al desarrollo en otras regiones. Por otro lado, Crosby y Moreda (1996) afirman que el turismo sustentable supone una forma de desarrollo que permanece en el tiempo, siempre y cuando la gestión sea adecuada (citados en Pineda y Vázquez, 2013).

La ruta del mezcal es muy reciente, pero tiene como antecedente las de vino y tequila en el escenario nacional, las cuales se han desarrollado de manera importante con el paso del

tiempo y en función de que cada vez son más los actores involucrados, a la vez que cuentan con una demanda cada vez mayor por parte de los turistas enológicos, situación que representa una oportunidad de desarrollo para la ruta del mezcal aquí analizada.

Ahora bien, la gestión turística puede apoyarse en modelos como los que se describen a continuación:

Conforme a Chorley y Hagget (1967), un modelo es una estructuración simplificada de realidad que presenta de forma generalizada a un conjunto de factores y sus relaciones. En el ámbito del turismo, un modelo establecerá la relación que guardan los elementos específicos que se consideren en él para ayudar a generalizar la importancia de esos elementos y relaciones.

Los destinos turísticos se conforman de productos, servicios y experiencias que son interdependientes y que son ofrecidos por distintos proveedores, ya sea públicos o privados en sitios específicos o en un conjunto de sitios. La gestión de dichos destinos es compleja y entonces, un modelo lo simplifica.

Un modelo permite una gestión sustentable de destinos turísticos en virtud de que esquematiza y simplifica las variables importantes y sus interrelaciones para comprender el funcionamiento de ese destino turístico en específico, mismo que podría servir como referencia para otros destinos turísticos que tengan variables similares (Pearce, 2015).

Dentro de la gestión turística, Pearce (2015), reconoce la importancia de coordinar o integrar la oferta y la demanda así como a los diversos actores que participan; asegurar la satisfacción de las expectativas de los visitantes, el desarrollo sustentable del lugar y la competitividad del destino a largo plazo; la necesidad de llevar a cabo actividades como marketing, planificación y desarrollo de productos; y, finalmente, la participación de organizaciones y un sistema de gobernanza que permita efectuar las funciones correspondientes.

Dentro de la ruta del mezcal, como práctica turística es importante identificar cuáles son los principales elementos que pueden ser atractivos para el visitante, así como la vulnerabilidad de los mismos en materia de protección ambiental y en la sustentabilidad de dicha actividad.

En función de lo anterior, los actores de la ruta pueden diseñar de manera adecuada las actividades incluidas en la misma, y atendiendo a estos intereses de sustentabilidad.

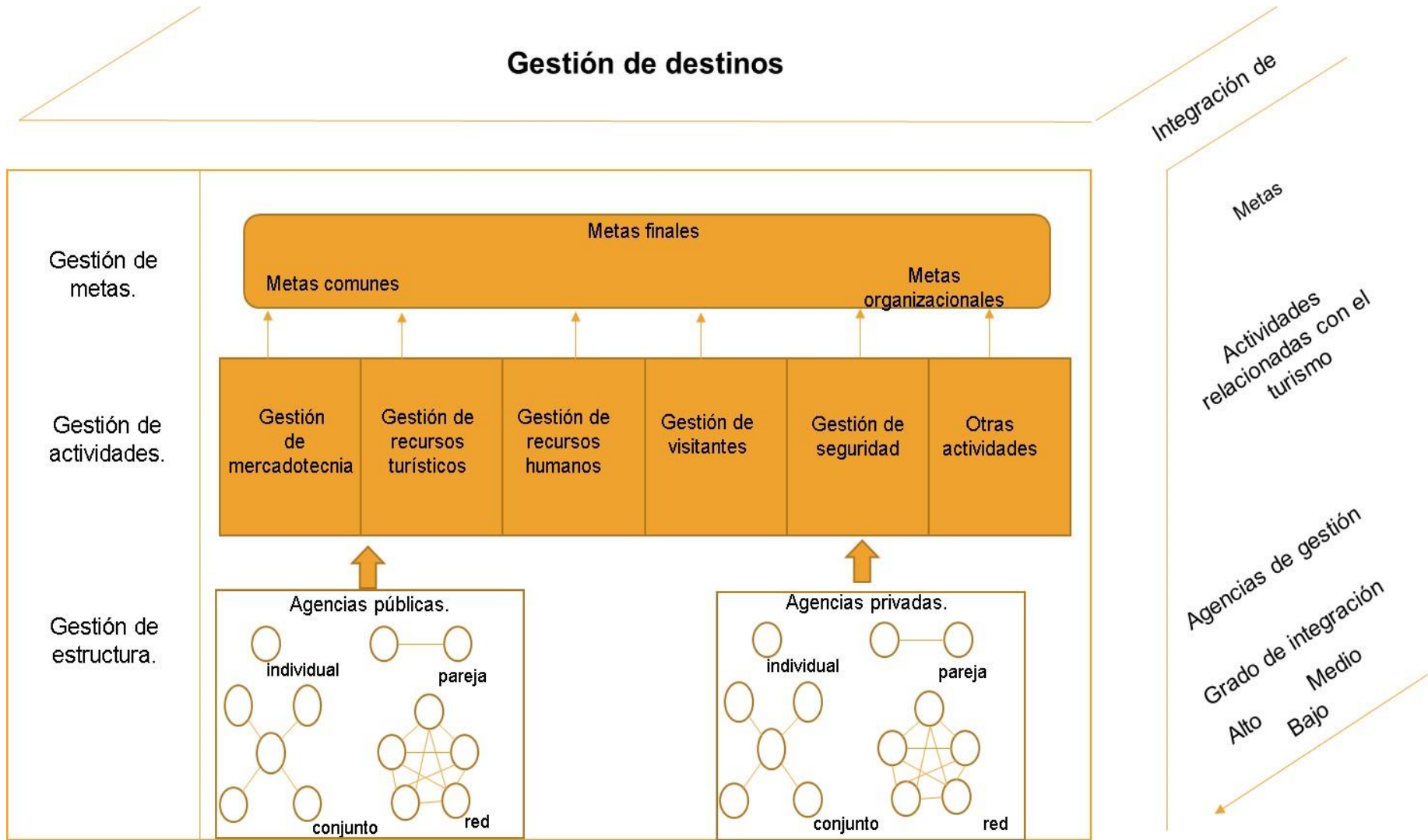
Para diseñar estrategias de gestión turística sustentable es importante atender al contexto de la región donde se lleva a cabo la actividad turística a fin de que dicha gestión esté en función de las características particulares del destino; lo anterior se contrapone con la visión de algunos autores que plantean la aplicación de un modelo general aplicable a cualquier destino.

Es posible identificar cuatro clases de modelos de gestión de destinos: 1) Modelos generales o sistemas; 2) Modelos de proceso; 3) Modelos de funciones y 4) Modelos organizacionales (Pearce, 2015).

El modelo de Crouch y Ritchie (1999) es uno de los más conocidos y establece que la gestión de destinos comprende elementos como la organización, marketing, calidad del servicio, desarrollo de recursos humanos, financiamiento, administración de recursos y establecimiento de contingencias para posibles crisis. Todos esos niveles están vinculados en forma vertical en ese modelo y es conocido como modelo general o de sistemas.

Asimismo, el marco conceptual de la gestión de destinos que propusieron Longjit y Pearce (2013), incluye tres aspectos dentro de la gestión: los objetivos, las actividades y las estructuras, los cuales están relacionados de manera vertical. El modelo incorpora actividades tales como la gestión de marketing, de recursos y de visitantes que emprenden varias organizaciones en el destino para lograr estos objetivos. En cuanto a las estructuras, este marco distingue entre las agencias públicas y privadas y presenta varios tipos de relaciones estructurales: “dyads”, “sets” y redes. El marco sugiere que “pueden existir varios grados de integración de los objetivos, actividades y organizaciones. Algunos pueden estar integrados estrechamente, otros ocurren con poca o ninguna integración.” (figura 1).

Figura 1. Modelo de gestión turística general o de sistemas.

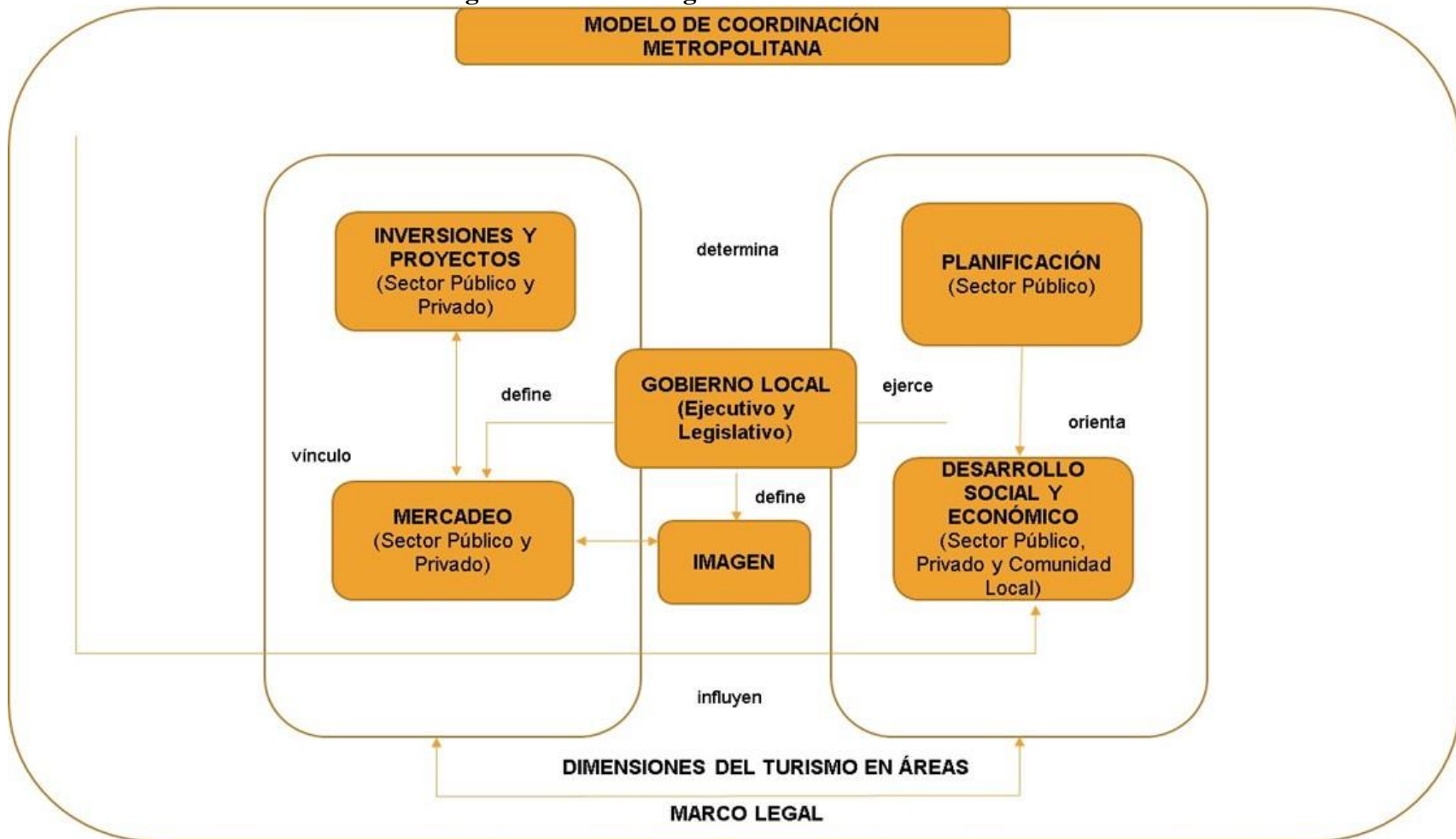


Fuente: (Longjit y Pearce, 2013).

A la segunda clasificación, de modelos de proceso, corresponde el de Sainaghi (2006), quien sugiere que la clave en la gestión de destinos, más allá de señalar lo que debe hacerse es enfocarse en la manera de llevarlo a cabo; diferencia el contenido de la gestión estratégica, la parte estática y el proceso o la parte dinámica. Para este autor un proceso refiere una acción que impacta en los recursos materiales, inmateriales y humanos. En ese proceso, diversos actores disponen de esos recursos o son responsables de los mismos. Para tal efecto propone un modelo dinámico de gestión de destinos en el que se explica mediante una matriz, el grado de influencia de los actores en los recursos y los procesos.

En cuanto a los modelos de funciones, se tiene que, para Dredge et al (2011), las funciones de gestión, marketing y planificación están vinculadas a los objetivos, dentro de los cuales puede estar el desarrollo sustentable e inclusivo, la buena gobernanza y otros. Y dado que el elemento central de este modelo son las funciones, así es conocido este modelo. Por ello este modelo es conocido como de funciones. (figura 2).

Figura 2. Modelo de gestión turística de funciones.

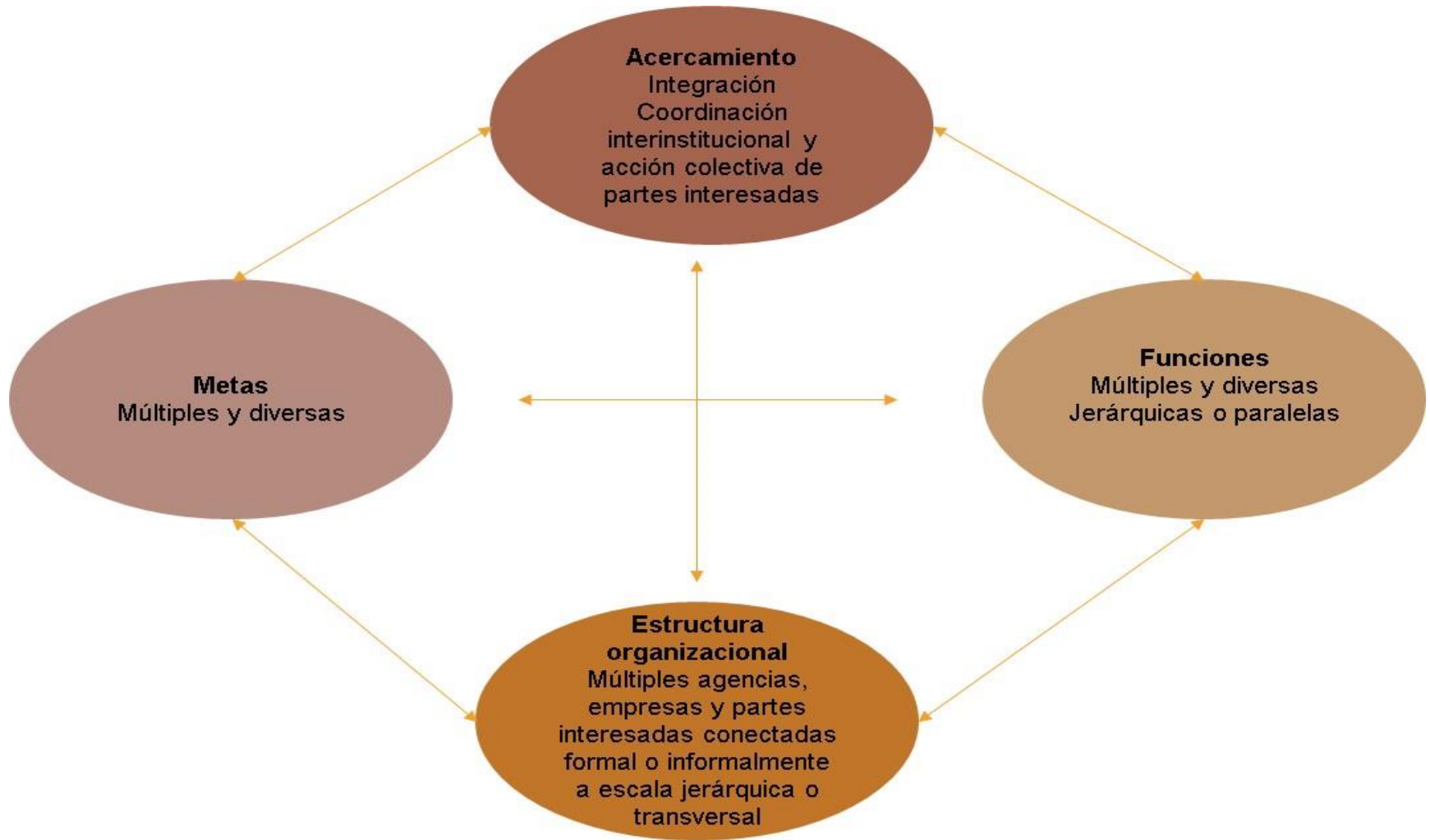


Fuente: (Ornés, 2009; citado en Pearce, 2015).

Por otra parte, los modelos organizacionales abordan las variadas formas que pueden tomar los entramados institucionales o recomiendan una estructura organizacional para un destino en particular (Pearce, 2015).

Ante la situación de que ningún modelo de gestión turística comprende todos los elementos posibles, así como todos los actores participantes, o todas las relaciones entre los componentes, Pearce (2015) plantea un marco para la gestión de destinos, el cual integra a la mayoría de los factores que podrían ser considerados. (figura 3).

Figura 3. Un marco para la gestión de destinos.



Fuente: Pearce, (2015).

Si bien, ningún modelo es completo para la gestión de destinos turísticos, para la presente investigación, se ha considerado que el modelo que más relación guarda con las características de la gestión turística que requiere la ruta del mezcal en la región Altiplano de San Luis Potosí, es el modelo de funciones; el cual se plantea a detalle en el apartado de propuesta.

Ahora bien, dentro de las funciones de la gestión turística, un lugar muy importante lo tiene la planeación de esta actividad.

El crecimiento del sector turístico y la tendencia de masificación van en paralelo con turistas más exigentes y con mayor conciencia ambiental; por lo tanto, la búsqueda del turismo sustentable se vuelve una condición indispensable para el desarrollo de ese sector, lo cual será posible si la planificación de esta actividad responde a las nuevas exigencias de la demanda y, a su vez, a las necesidades de los destinos (OMT, 1999).

Algunos procedimientos de planificación y técnicas de manejo basados en la conservación, protección y gestión adecuada de espacios y elementos de valor natural se derivan del objetivo de desarrollo sostenible en la actuación o implantación turística en que se preserven a futuro los valores y recursos naturales, a fin de que, generaciones futuras puedan disfrutarlos. Toda vez que la ruta del mezcal tiene como uno de sus componentes, la visita a áreas naturales donde se encuentra el agave es muy importante comprender las circunstancias adecuadas para llevar a cabo la gestión turística en ella.

Es importante señalar que existen diferentes perspectivas para abordar la gestión del turismo en áreas naturales. Mientras que algunas se enfocan en la gestión del sitio, otras lo hacen en la gestión de los visitantes. En todo caso, debe considerarse un equilibrio respecto al uso de los recursos naturales y la inclusión de las comunidades locales en el desarrollo (Newsome, Moore y Dowling, 2002).

En este sentido, cabe mencionar que hay diversos modelos sistémicos propuestos por distintos autores para su manejo en la planificación: Leiper (en Cooper, 1997), Molina (1986), Santana (1997), Ricaurte (2001), Ascanio (en Schluter, 2000), entre otros. El turismo entonces se concibe como un sistema complejo que comprende procesos ecológicos,

políticos, económicos, sociales y culturales de las localidades en donde se llevan a cabo actividades turísticas y en donde se toma en cuenta la participación de la comunidad local y la forma en que esta se relaciona con el medio ambiente. Es tan complejo que los modelos vigentes sobre planificación turística no han alcanzado a incorporar o cubrir el gran número de variables que se desprenden de cada uno de los factores previamente mencionados (Osorio, 2006).

Se pueden identificar cuatro enfoques con relación a la planificación turística: desarrollista, económico, físico y comunitario. El enfoque desarrollista prevé la demanda turística con fines meramente promocionales. El económico considera al turismo con un factor para el crecimiento económico y desarrollo regional y privilegia a los fines económicos sobre los ambientales y sociales. El físico considera el territorio para distribuir las actividades turísticas, cuidar el uso de suelo y considera aspectos ambientales. Y por su parte, el comunitario, busca el beneficio del desarrollo turístico para la población. Los enfoques expuestos no son excluyentes entre sí, siendo frecuente su integración (Osorio, 2006).

A continuación, se presentan las características más destacables en estos enfoques. (figura 4).

Según Iracheta (1997), el enfoque desarrollista fomentó la necesidad de flujos de capital para activar las economías latinoamericanas y mejorar las condiciones sociales, lo cual fue apoyado por organismos como Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo, la Comisión Económica para América Latina, el Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, a través de propuestas adecuadas para estos países. México incorporó este enfoque en 1963 a través del Plan Nacional de Desarrollo Turístico (citado en Osorio, 2006).

Por su parte, el enfoque económico se concentra en el crecimiento del turismo para ser considerado como industrial o de masas y buscando el uso intensivo de servicios en cadena y patrones de viaje de alto gasto. Bajo este enfoque se dio gran promoción a los destinos de sol y playa y provocó la activación económica pero también tuvo efectos negativos en los ámbitos ambiental y cultural.

En lo que respecta a la planificación turística, ésta ha ido cambiando a la par de las tendencias del turismo y las variaciones de preferencias de los usuarios. El enfoque espacial responde a situaciones como la búsqueda de experiencias, diversificación de preferencias, interés en productos turísticos diferenciados, patrones de viaje heterogéneos, servicios de calidad y con identidad cultural, conciencia social y ambiental, y prevención y monitoreo de impactos (Osorio, 2006). El perfil del turista potencial para las rutas enológicas, como la del mezcal, cuenta con las características descritas previamente y se interesa cada vez más por apreciar el contexto natural y cultural durante su visita.

Figura 4. Enfoques de planeación turística.



Fuente: Elaboración propia con base en Osorio, (2006).

Ahora que se han expuesto los enfoques de turismo, a continuación, se presentan algunos modelos de planeación turística.

De acuerdo con Lawson y Baud-Bovy (1977) el modelo PASOLP (Secuencia para el Análisis del Producto para la Planificación del Turismo y la Recreación), considera al producto turístico como centro del proceso y, dentro de muchos otros elementos, incorpora la preservación y protección del ambiente, además de plantear de manera vanguardista para su época, el poder anticipar los posibles impactos económicos y sociales generados por el turismo.

La Organización Mundial de Turismo propuso el Modelo de Planificación Turística Nacional y Regional en 1994 para que las autoridades latinoamericanas lo utilizaran como marco de referencia, considerando de manera muy especial los principios de sostenibilidad del turismo

y la participación comunitaria como dos elementos esenciales. Destacan en este modelo aspectos como ordenación y propiedad de suelo, potencial de atractivos turísticos, infraestructura, servicios de alojamiento y transporte, entre otros. Cabe destacar como elementos necesarios la definición de políticas económicas, ambientales y socioculturales como soporte a las actividades turísticas y sus efectos (Osorio, 2006).

Zamorano (2002), por otro lado, propone un modelo de Planeación de Turismo Alternativo, mediante el cual elabora una propuesta aplicable para espacios regionales o locales, preferentemente naturales, o en su caso rurales, con un enfoque en aspectos de sustentabilidad y definición de productos turísticos alternativos como son el ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural, entre otros, como es el caso del enoturismo.

Por último, el modelo estratégico, "...ha sido el modelo dominante que han adoptado las organizaciones en general", por su "capacidad de adaptación en contextos cambiantes e inciertos" (Osorio, 2006).

Una vez comprendidos los elementos de gestión turística, los diversos enfoques y los modelos planteados a lo largo del tiempo, es importante destacar algunas consideraciones.

Es importante comprender que la planificación turística ha evolucionado conforme a diversos factores contextuales. En este sentido, la toma de decisiones de los modelos recientes concentra aspectos espaciales, ambientales y de mercado e incorporan fases de ejecución, seguimiento y evaluación, con base en una sostenibilidad desde una racionalidad económica ambiental. Esto empata con los intereses de los turistas enológicos actuales quienes muestran especial atención al aprecio por las áreas naturales, así como del contexto cultural que contienen las rutas como la del mezcal.

El aprovechamiento del potencial natural y cultural que existe en los sitios turísticos ha originado productos turísticos únicos, atractivos para segmentos de mercado que buscan experiencias diferenciadas y que se han ido consolidando poco a poco en diversos países y regiones. Algunos casos de turismo diversificado son el turismo rural, el ecoturismo y el enoturismo.

El turismo enológico puede analizarse desde distintas perspectivas, “en cierto sentido pertenece al turismo rural, ya que es posible interactuar con comunidades que se encuentran dentro de la zona rural y en las que es posible realizar visitas a los viñedos, aprender los procesos de cultivo de la vid, su procesamiento para la elaboración del vino y su degustación.” (Ruíz, Martínez, Verján y Valderrama, 2011); de la misma forma, como ocurre en el enoturismo para el tema de los vinos, la ruta del mezcal implica la visita a los campos de agave así como a las fábricas de elaboración de la bebida y el acercamiento y conocimiento de las costumbres de la población local.

Para conocer una postura oficial por parte de las autoridades federales en materia turística, la Secretaría de Turismo “no considera en su clasificación de turismo alternativo al enoturismo, sin embargo sí está incluido por el tipo de actividad que se realiza, diferenciándose por el enfoque a la producción de vino, el conocimiento de los procesos de cultivo y de las áreas geográficas en las que se realiza (turismo rural), permitiendo a los turistas o visitantes un contacto con las zonas naturales circundantes a las zonas de cultivo (ecoturismo) donde se da esta actividad rural especializada.” (Ruíz et al, 2011). Desde la misma perspectiva, la ruta del mezcal representa una práctica que se asemeja mucho a la del enoturismo y cuenta con el mismo contexto aquí descrito.

Si bien, como señalan Ruíz et al (2011), no se reconoce oficialmente al enoturismo como parte del turismo de naturaleza, en la vertiente que corresponde al turismo rural, SECTUR reconoce que se encuentran las diferentes rutas que tienen que ver con la producción agrícola, ruta del tequila, del mezcal, del vino, del café y del cacao (SECTUR, 2016).

Las actividades que se desarrollan dentro del turismo enológico abarcan el conocimiento in situ del proceso de la elaboración del vino, lo cual tiene lugar en las bodegas y los viñedos. Implica la cata y degustación de la bebida y puede considerarse la visita a sitios culturales como museos, construcciones locales y otros motivos históricos relacionados (Bozzani, 2012). De la misma manera, la ruta del mezcal implica la visita a los campos donde se encuentra el agave, las fábricas de elaboración de mezcal, la degustación de los distintos tipos de mezcal que produce, así como conocer de la historia y cultura de esta bebida y su contexto.

El enoturismo o turismo enológico implica conocer los lugares de elaboración de vino, sumergirse en su historia, la cultura alrededor del vino, y la tradición en su consumo y degustación. Este tipo de turismo permite al visitante vivir una experiencia desde disfrutar de caminatas en los viñedos, apreciar el proceso de producción del vino, su crianza y almacenamiento, comprender las características del entorno natural del sitio que se visita y poder conocer de manera directa los aspectos ambientales, económicos, culturales y sociales de esa zona productora, así como las prácticas sustentables que llevan a cabo algunos productores (Vera, González, García, D, García, A, Oviedo y Ramírez, 2015).

El enoturismo aporta a la economía nacional a través de la generación de empleos e ingresos para las personas que trabajan en él y a la par, propone un elemento diferenciador en la oferta turística en las zonas rurales (Alpízar y Maldonado, 2009). Para el caso de la ruta de mezcal es importante observar la participación que tiene la población local en la producción y comercialización de mezcal, y como guías en la práctica turística.

Los estudios que se han realizado acerca del enoturismo en México se han concentrado principalmente en la zona de Baja California, y en segundo lugar en Querétaro, sin embargo, en su mayoría, se refieren al aspecto económico, análisis descriptivos y comparativos, pero no al turístico. Dentro de esas publicaciones destacan las de Alpízar y Maldonado (2009); Bringas e Israel (2004); Quiñónez et al. (2012); Ruiz (2014); Ruiz et al. (2011); y Velásquez (2007) (citados en Meráz y Ruiz, 2016). Ahora bien, en cuanto a la ruta del mezcal son aún más escasos los referentes que se han publicado.

Como reflejo de lo anterior, según Quiñónez et al. (2012), las rutas de vino “como las de Baja California y Querétaro, en las que se ha puesto en valor la cultura, el ambiente, la gastronomía y el vino, que potencian el aprovechamiento de los recursos existentes” (citados en Meráz y Ruiz, 2016), son un ejemplo de los productos turísticos que actualmente tienen gran demanda por la combinación de elementos que ofrecen a los turistas. Esta misma situación se observa en los casos de las rutas de tequila en Jalisco y las de mezcal en Oaxaca y San Luis Potosí.

Por su parte Espejel et al., (2014), Quiñónez et al., (2012), incorporan como parte de las rutas, aspectos importantes en la región como son la gastronomía local y algunas actividades de

esparcimiento y culturales, distintivas del sitio a visitar (citados en Meráz y Ruiz, 2016). Específicamente en la ruta de mezcal, destacan elementos gastronómicos como platillos a base de maíz y nopal, algunos dulces de leche, carnes elaboradas con adobo, entre otros. Y en cuanto a actividades se tienen caminatas y apreciación de paisaje. Estas y otras actividades forman parte importante de lo que conocemos como rutas turísticas, de las cuales se profundizan algunos detalles enseguida.

Existen diversas perspectivas respecto al concepto de ruta turística, Briedenhann y Wickens (2006) la definen como un conjunto de actividades coordinadas y ordenadas en un mismo espacio territorial que funcionan como estímulo para el desarrollo económico, a partir del turismo; por otro lado, Berzunza y Mejía (2003), la conceptualizan como un recorrido temático que identifica o representa a una comunidad o región geográfica, con suficiente valor o atractivo para motivar a que los visitantes acudan y disfruten del contenido del itinerario planeado con ese propósito (citados en Bozzani, 2012).

Como se puede apreciar, una ruta integra tradiciones, historias, naturaleza e identidad de una región, características que están presentes en la ruta de mezcal, objeto de estudio de esta investigación. Esta ruta, además de contar con atractivos naturales, implica comprender la cultura del mezcal, y el proceso de elaboración de la bebida.

El diseño de una ruta de vino permite conjugar actividades turísticas con servicios turísticos como alojamiento, alimentación, transporte y venta de productos originarios del lugar (Bozzani, 2012). Las rutas enológicas proponen la posibilidad de desarrollo económico y social para zonas geográficas, principalmente rurales, poniendo en relieve el atractivo de los recursos turísticos con que cuentan. Las mismas características están presentes en la ruta de mezcal aquí analizada.

Una ruta turística ofrece como beneficio a la economía local, la obtención de ingresos a través de la oferta de productos y servicios que se elaboran en la región y que son complemento a los atractivos turísticos propios de la ruta; esta situación puede ampliarse a más de un municipio involucrado (Pineda y Vázquez, 2013).

Esta estrategia de atracción turística encuentra antecedentes en países como Chile, Argentina, España, Brasil y Perú, donde se realizan rutas enológicas que promueven el conocimiento y desarrollo de la región.

Al final del siglo XX la actividad turística comenzó a enfocarse en un desarrollo sostenible de rutas turísticas, como es la del vino y otros productos originarios, con el propósito de brindar posibilidades de desarrollo a comunidades que estaban físicamente lejos de los destinos turísticos más demandados y convertirlos en nuevos destinos turísticos por sus atractivos (Barros, Lemus, y Luna, 2013).

Actualmente, el enoturismo es una alternativa atractiva para turistas que disfrutan de apreciar espacios naturales, rodeados de cultura y tradición, y esos mismos turistas podrían interesarse en la elaboración del mezcal y en conocer el contexto de esta bebida como parte de la cultura local; todo lo anterior lo encuentran en la ruta de mezcal.

Entre los atractivos naturales presentes en la ruta del mezcal, se pueden apreciar el tipo de vegetación de las zonas de estudio que conforman la ruta como crasirosulifolios espinosos, nopalera e izotal; el suelo característico de estas regiones es fluvisol y leptosol; y el tipo de clima es seco y semiseco (Aguirre, Charcas y Flores, 2001). Las características físicas de la región en donde se lleva a cabo la ruta del mezcal brindan paisajes atractivos para que el turista disfrute y conozca de manera directa el entorno natural del maguey y de la elaboración del mezcal.

Los atractivos culturales lo son por representar manifestaciones o espacios creados por el ser humano con ese propósito y volverlos atractivos para quienes visitan el lugar, bajo las condiciones de la naturaleza que les permita ser establecidos (Pineda y Vázquez, 2013). Para el caso de esta investigación, los atractivos culturales que componen a la ruta del mezcal son centros culturales donde pueden apreciarse otras características de la región que permiten complementar el tema central de la ruta que es el mezcal. Un atractivo adicional en la ruta de mezcal es visitar las haciendas de la región, por su belleza arquitectónica y por la importancia en la historia y desarrollo del sitio.

En este sentido, de acuerdo con Hernández (1983), los elementos culturales colaboran a reducir el impacto ambiental en los espacios naturales que se visitan en este tipo de prácticas turísticas. La ruta del mezcal que aquí se analiza se conforma de atractivos naturales y culturales, equilibrando la visita y reduciendo riesgos en el sitio natural, lo cual le confiere ese interés declarado por convertirse en una actividad turística sustentable (citado en Pineda y Vázquez, 2013).

El mezcal, como motivo central de la ruta del mismo nombre, es un atractivo cultural para el turista, ya que se trata de una bebida muy antigua que se consume desde su origen por la población local y que guarda un significado muy importante dentro de las costumbres y tradiciones del lugar donde se produce. Junto con la gastronomía del lugar, el mezcal representa al Altiplano potosino.

Se entendería una oferta turística eficiente e interesante aquella que incorpora atractivos culturales y promueva beneficios económicos para las localidades donde se llevan a cabo las actividades turísticas mediante alojamiento, transporte, gastronomía y atractivos complementarios (Boullón, 1990).

Como siguiente aspecto, se revisa el marco referencial que encuadra al tema de las rutas enológicas, en particular, la del mezcal.

1.5. Marco de referencia.

Las regiones de producción vitivinícola en México que se distinguen por practicar las rutas del vino con el propósito de atraer turismo son principalmente las que se encuentran en los estados de Baja California y Querétaro (Vera, et al., 2015).

En el caso de Valle de Guadalupe en Baja California, los productores de vino se coordinan con los restaurantes de la región para brindar una oferta enogastronómica, y se acompaña de actividades al aire libre como paseos en bicicleta, la apreciación de flora y fauna endémica, así como otras actividades de carácter regional que sean atractivas para el visitante (Alpízar y Maldonado, 2009). Todo lo anterior recibe el apoyo y promoción del estado de Baja

California, pues se trata de una estrategia atractiva para el desarrollo regional. En esa entidad federativa, la Ruta del Vino es un programa consolidado que genera beneficio regional.

Las rutas enológicas están en pleno desarrollo en México, siendo la más consolidada la del vino. Sin embargo, los casos de la ruta del tequila y la del mezcal cobran cada vez más fuerza por la demanda creciente de los productos en el mercado por parte de consumidores que además son turistas interesados por la experiencia enológica y su contexto.

Por lo anterior, resulta ilustrativo analizar el caso de la ruta del queso y el vino que se implementa en Querétaro, la cual sirve como referencia a un espacio comparable, el Altiplano potosino, para la ruta del mezcal.

Querétaro se ha sumado a la ejecución de la ruta del vino a partir de 2008 y en ella participan productores de vino y queso, constituyendo en conjunto un producto turístico atractivo. Ese recorrido temático ofrece al turista estar en contacto directo con la naturaleza y conocer el proceso de elaboración del vino y queso en las distintas casas productoras de la región, la cual comprende a los municipios de Tequisquiapan, Ezequiel Montes y San Juan del Río. De esta experiencia exitosa se pueden aprender lecciones importantes sobre la manera en que se han ido integrando participantes y actores en la ruta, generando beneficios locales y regionales y ampliando las posibilidades de trabajo colaborativo en pro de intereses como el de la sustentabilidad (Vera et al., 2015).

A pesar de ser relativamente reciente, esta ruta del queso y del vino ha ido incorporando a cada vez más participantes que incluyen servicios complementarios para la recepción del turista, así como vendedores de productos locales como es el caso del pan artesanal, que han apoyado a que se pueda convertir en un atractivo turístico de mayor permanencia (Vera, et al., 2015).

Por sus características, se considera importante apoyar el desarrollo del enoturismo en México como estrategia de atracción y desarrollo local, para lo cual se pueden analizar y aprender los elementos estratégicos en la práctica de las rutas del vino en otras regiones y países.

Otro caso emblemático es el de la ruta de tequila, que contiene en ella tres elementos en los cuales el término tequila cobran significado importante: una bebida, una ciudad y un paisaje, que conforman el contexto que da origen a esa ruta turística temática. Este producto turístico se ha vuelto atractivo por la combinación del valor del producto tangible, la bebida y, de un valor intangible que proviene de la belleza del paisaje agavero (Ochoa et al., 2014). Lo anterior su suma a un conjunto de atractivos que representan la belleza arquitectónica en el lugar, la gastronomía local y otros productos regionales que resultan de interés para los visitantes y que consolidan a esta práctica como uno de los sitios turísticos más demandados en la actualidad, diferente a los de sol y playa.

Algunos factores que han beneficiado al crecimiento del turismo en Tequila tienen que ver con su denominación como Pueblo Mágico, el respaldo a la ruta como estrategia de atracción turística, el reconocimiento al paisaje de agave y el contar con algunas declaratorias de patrimonio de la humanidad a algunas de las fábricas de tequila por el valor y belleza de sus instalaciones; los cuales han fortalecido esta estrategia turística en la región y que puede servir como marco de referencia para gestionar algo similar en el Altiplano potosino con la ruta del mezcal.

La ruta del tequila y su perspectiva respecto al turismo sostenible plantea un fuerte vínculo con el patrimonio y su conservación. En Tequila, Jalisco, se propone una gestión turística que favorezca y privilegie la participación de los habitantes regionales y se enfoquen en la adecuada atención al perfil del turista que visita esta zona y, con un énfasis importante en la protección del patrimonio y la promoción de la identidad local (González, 2008). En este sentido, la ruta del mezcal, a través de su gestión turística debe buscar un equilibrio entre la preservación del patrimonio y la identificación de los factores culturales que la impulsan.

Un aspecto que se considera vulnerable a consecuencia de visitar el lugar, desde una perspectiva ambiental es lo que se conoce como capacidad de carga. Desde el punto de vista cultural, se requiere como parte esencial, el conocimiento e identificación por parte de la comunidad para que se pueda garantizar su preservación. En este sentido, es importante la gestión de los servicios básicos para el adecuado desarrollo de las actividades turísticas, así

como la mejora de la infraestructura que a su vez incida en la mejora de calidad de vida de la población local (González, 2008).

En el caso de la ruta del mezcal de Oaxaca, no se ha identificado literatura explícita sobre la gestión turística y las intenciones de sustentabilidad que pueden estar presentes en ella. Sin embargo, en el diagnóstico de la cadena de valor ecoturismo en las regiones de Oaxaca que realiza López (2016), establece que, iniciativas como es la ruta turística en mención, han logrado la participación conjunta de iniciativas privadas y comunitarias, a partir de la comprensión de la ruta como un detonador de desarrollo regional y estatal y que, se necesita ampliar hacia el desarrollo de nuevos productos y destinos atendiendo a nuevos mercados en este segmento.

Para fortalecer la cadena de valor se plantea la necesidad de fortalecer las capacidades locales como parte fundamental de la oferta turística, así como mejorar la infraestructura, implementar estrategias de difusión y comercialización, promover la identidad de productos turísticos con el destino, además de establecer alianzas estratégicas con instituciones académicas, autoridades en materia de turismo e intermediarios en servicios turísticos especializados, incorporando el uso de tecnologías de la información (López, 2016).

Sirva el presente análisis como marco teórico, conceptual y referencial para el estudio de la ruta del mezcal en la región Altiplano de San Luis Potosí como una de las prácticas dentro del turismo enológico en México, sobre la cual se planteará una propuesta de gestión turística con el propósito de preservar dicha práctica como un medio de desarrollo sustentable para las comunidades que participan en ella y como una opción atractiva para los turistas que gustan de la naturaleza y su preservación.

Capítulo II. Perspectivas del turismo. De lo global a lo local.

Una vez que se ha explorado y clasificado el contexto de la gestión ambiental y la gestión turística para interés de esta investigación, es importante adentrarse en las tendencias globales de las prácticas turísticas, así como de los desafíos actuales, los nuevos segmentos y modalidades turísticas, las motivaciones que tiene el turista actual y la conceptualización de atractivos turísticos. Por otra parte, identificar las perspectivas nacional, estatal y municipal para efecto de la ruta del mezcal que se lleva a cabo en el Altiplano potosino, específicamente en los municipios de Ahualulco y Charcas. En este sentido, se muestran en el presente capítulo esas tendencias de lo global a lo local, revisando entre los aspectos medulares, estrategias de planeación, informes de resultados y, en algunos casos indicadores de interés.

Se comenzará con la perspectiva internacional, identificando el impacto de las mega tendencias en las decisiones de viaje, el uso de las TICs en las decisiones de destinos turísticos, los cambios en el perfil del turista y la consecuente diversificación de productos y servicios turísticos, como aspectos principales de esta sección.

2.1. Tendencias globales y retos del turismo en el mundo.

El turismo a nivel global enfrenta retos y oportunidades para su crecimiento y diversificación. Al respecto, “Los cambios demográficos, la urbanización, el crecimiento de clases medias, el cambio climático, entre otras mega tendencias; influirán en el cómo, dónde y cuándo las personas deciden viajar” (CEPLAN, 2016). Es importante destacar cómo estos cambios a nivel global afectan las decisiones de los turistas potenciales para visitar o no un sitio. Al respecto, es fundamental contemplar las tres dimensiones de sustentabilidad (económica, social y ambiental) en la recepción de dichos turistas, pues éste a su vez, se muestra cada vez más consciente de las necesidades del entorno que visita y ello se puede convertir en un buen aliado para la preservación del lugar.

En el contexto global se aprecia gran dinamismo en el sector turismo, así como importantes variaciones en el perfil de los turistas y, en los destinos que elige visitar, especialmente orientados actualmente a aquellos ubicados en economías emergentes (CEPLAN, 2016).

En un estudio realizado por la Organización Mundial de Turismo en 2011, se realizó una proyección sobre los destinos que tendrían mayor atraktividad para ser visitados por el turismo mundial, destacando para 2030, África, seguido de Oriente Medio como principales continentes de afluencia y dejando en último lugar al continente europeo que hasta la actualidad sigue siendo un destino turístico por excelencia.

Un cambio importante que se observa a nivel mundial es que los paquetes turísticos que incluyen: la organización de la prestación del servicio turístico; la modalidad del viaje; la temática; el programa, la forma de operación y los usuarios del producto, no son preferidos por los turistas cuando se trata de destinos o actividades turísticas no tradicionales o convencionales, aunque sí se siguen utilizando para los que sí lo son (Chan, 2005).

A continuación, se explica el uso que tienen actualmente las TICs en las decisiones de destinos turísticos por parte del turista en el contexto global.

En función de un estudio de mercado que realizó la Secretaría de Turismo con auspicio de VISA, se exploran algunos aspectos que motivan al turista a realizar un viaje y seleccionar un destino específico. El turista debe decidir tipo de hospedaje, tipo de transporte, forma de pago, amenidades y nivel de confort en cada alternativa de viaje. Hoy en día, el turista tiene acceso a toda esa información que ayudará en su toma de decisiones, a través de las “Tecnologías de la Información (TIC) y el análisis de datos masivos” (SECTUR, 2018).

Por citar ejemplos del uso de las TICs en las decisiones sobre selección de destinos turísticos, el turista potencial realiza una búsqueda de alternativas de destinos a través de motores de búsqueda como google; una vez que identifica alternativas, realiza una segunda fase de selección para elegir paquetes, o actividades individuales que le permitan disfrutar del destino a visitar. Esta selección la puede realizar a través de las páginas web de los intermediarios y oferentes turísticos, así como mediante el uso de apps como: despegar, trivago, tripadvisor, booking, airbnb, entre otras. Esta tendencia es cada vez más visible y utilizada por los turistas en el mundo.

Ahora bien, se destacan los principales cambios en el perfil del turista y la diversificación de productos y servicios turísticos que dan respuesta a las nuevas necesidades y demandas en el contexto internacional.

La Organización Mundial de Turismo visualizaba desde finales de los 90's que el turista del nuevo milenio no se conformaría con los destinos turísticos tradicionales de sol/playa. Anticipó que los segmentos de turistas de mayor gasto turístico demandarían nuevas formas de hacer turismo (OMT, 1999).

Coincide con esta perspectiva, el Plan Nacional de Turismo Sostenible del Ministerio de Turismo y Deporte del Uruguay, el cual establece que el turismo creció en los últimos 50 años, pero además se diversificó hacia intereses distintos y destinos diferentes a zonas costeras (PLANTUR, 2019).

Dentro de los principales cambios en el turismo, se observan: turistas con más información disponible y mayor nivel de exigencia, que, a su vez, disponen de más tiempo para viajar, sobre todo en estancias cortas, pero con mayor frecuencia, así como ingreso disponible para hacerlo. Como respuesta a esta nueva realidad en las necesidades del turista, la oferta de productos y servicios turísticos se ha diversificado, incrementando atractividad en espacios geográficos que ofrecen productos turísticos no tradicionales que se han posicionado como destinos turísticos deseables.

En función de que el turista actual es más exigente y requiere estar bien informado, ha transitado de contratar paquetes turísticos donde se tiene un itinerario previamente organizado y adquirido en forma de bloque a un precio único y global, hacia un esquema más libre en donde tenga flexibilidad para elegir alternativas de: alojamiento, transporte, gastronomía, recreación, visitas guiadas, lugares de diversión, entre otros (Chan, 2005).

Por otra parte, el turista contemporáneo, además de buscar el producto turístico, está interesado en relacionarse con la cultura que rodea a ese atractivo. Esta situación, ubica al turismo como una actividad ambivalente que, por una parte, puede ser un medio para activar y reconocer el valor de la cultura local, pero también puede provocar choques culturales, pérdida de identidad y ruptura del tejido social de esos destinos (OMT, 1999).

Por otra parte, exige estar informado de manera permanente respecto a las características que ofrecen las diversas actividades turísticas. Realiza una selección informada, en función de esas características, su calidad, precio y nivel de personalización de los servicios turísticos. Se convierte en un referente para otros turistas potenciales, ya que, a través de las TICs ahora evalúa los servicios recibidos durante sus experiencias de viaje.

Se ha vuelto más sofisticado y gusta de variedad en experiencias y destinos. Obtiene y brinda información a su vez, por medio de redes sociales (CEPLAN, 2016), como Facebook, Instagram, twitter, youtube, entre otras.

En el marco de la Agenda Mundial sobre las Tendencias del Turismo, y como parte del informe del Secretario General del Organismo Especializado de las Naciones Unidas en materia de Turismo se destacó que Argentina acogió la segunda Conferencia Mundial sobre Enoturismo de la OMT en 2017 dando especial atención al “fortalecimiento de la relación entre la sostenibilidad y el turismo enológico, y se hizo hincapié en el importante papel del turismo enológico en el desarrollo sostenible de los destinos turísticos.” (ONU, 2018).

En este mismo sentido, la OMT, la Pacific Asia Travel Association (PATA) y el Gobierno Popular de Guilin en China celebraron en 2017 un Foro OMT/PATA sobre Tendencias y Perspectivas del Turismo, centrándose en el desarrollo del turismo y crecimiento sostenible, considerando los nuevos intereses de los viajeros hacia la sostenibilidad y el papel de la universidad en China para promover la sostenibilidad (ONU, 2018). Para 2018, el Foro tuvo como tema central “el futuro del turismo: el camino hacia 2030” en armonía con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ONU, 2018).

Por otra parte, se destacan los nuevos desafíos del turismo con el propósito de comprender los retos que se enfrentan en la prestación de productos y servicios turísticos. Si bien el turismo se enfrenta a grandes retos relacionados con el deterioro de la economía global, también tiene la oportunidad de apoyar el desarrollo de la economía verde y la sustentabilidad.

Se tiene previsto que, para 2020, el desarrollo de la actividad turística se vea afectado por factores como: cambio climático, innovaciones en transporte, desarrollo de las tecnologías

de información y comunicación, comercio electrónico, nuevos hábitos de vida saludables, entre otros (PLANTUR, 2019). Para México la situación no es diferente y se requiere de una estrategia adecuada de gestión turística que considere la salvaguarda de la sustentabilidad económica, social y ambiental en el ejercicio de las prácticas turísticas, cualesquiera que sean éstas, incluidas las rutas temáticas, como la del mezcal.

Llegadas por turismo internacional como referente de dinamismo en el turismo global.

Para 2018, la OMT estimó que las llegadas internacionales en todo el mundo, respecto a visitantes que pernoctan, aumentaron a 1400 millones. Este incremento sugiere que el turismo es un medio de desarrollo económico muy poderoso a nivel mundial; sin embargo, para que siga en aumento, debe gestionarse de manera sostenible, para que sus beneficios sean tangibles para todos los países y todas las comunidades locales, a través de oportunidades de empleo y emprendimiento (OMT, 2019).

Esta perspectiva de la OMT respalda el interés de esta investigación por buscar una gestión turística sustentable en la ruta de mezcal del Altiplano potosino, toda vez que involucra actividades que pueden incidir en mejorar la calidad de vida de la población local de la zona donde se lleva a cabo la ruta y, a su vez, alcanzar el propósito de preservación ambiental.

Si bien Europa sigue a la cabeza como principal destino turístico, las tendencias apuntan a la diversificación de destinos y, por consiguiente, de productos turísticos y su competencia (PLANTUR, 2019). Esta situación también deja ver que las rutas temáticas, como la del mezcal pueden volverse un atractivo importante para la decisión de esos turistas a nivel global.

Ingresos económicos por turismo internacional como evidencia de la importancia del turismo para los países.

A nivel global, el turismo es una actividad económica que genera grandes ingresos para los países. Ha superado a los ingresos obtenidos en sector primario y secundario y, la mayor parte de los ingresos provienen de Europa y en segundo lugar de Asia y el Pacífico (PLANTUR, 2019).

La OMT registra 1,34 billones de dólares americanos como total de ingresos por turismo internacional en 2017, estando distribuido de la siguiente manera: 39% Europa, 29% Asia y Pacífico, 24% Américas, 5% Oriente Medio y 3% África (OMT, 2018).

Impacto del turismo en la reducción de pobreza en el mundo.

El turismo contribuye con el desarrollo económico y social a través de la generación de empleos directos e indirectos, además de crear oportunidades para segmentos vulnerables como son jóvenes y mujeres (PLANTUR, 2019). También es importante identificar los nuevos segmentos y modalidades del turismo que se explican a continuación.

El dinamismo en el sector turístico a nivel mundial presenta una tendencia creciente “en términos cuantitativos y económicos (turistas, pernoctaciones, oferta, ingresos, inversiones)” Este escenario es favorable para destinos turísticos en economías emergentes que se han vuelto atractivos en coincidencia con las nuevas demandas de los turistas, y establece como reto la necesidad de una gestión turística racional y operativa (OMT, 1999).

Desde 1999, la OMT, establecía la importancia de emplear modelos de “desarrollo turístico equilibrados, sustentables y acordes con las recientes exigencias de los turistas más cualificados.” Los principales elementos a valorar en dichos modelos tenían que ver con “los aspectos ambientales del destino, la autenticidad cultural y la calidad del producto entendida en sentido amplio («excelencia turística»)” (OMT, 1999).

Los cambios observados en la demanda turística provocaron a su vez, cambios en la oferta de productos y servicios turísticos, con nuevos criterios para los destinos a promover. La incorporación de variables territoriales, culturales y naturales se vuelve indispensable para alinearse con las nuevas formas turísticas. Destaca en este marco, la relación entre turismo y comunidad local como parte de las nuevas modalidades de turismo que están en creciente demanda.

Una de las preferencias del turista actual tiene que ver con vivir experiencias diferenciadas en los destinos turísticos que elija, y una forma de recibir esa experiencia es a través de la convivencia con pobladores locales en el lugar que se visita. Existe en ello un beneficio para

la comunidad local, que tiene que ver con la participación directa de la población en la prestación de productos y servicios turísticos y, en la exposición de los elementos culturales característicos del lugar, que para el turista representan en conjunto atractivos turísticos (OMT, 1999).

Para que la ruta del mezcal incida en el desarrollo local, por una parte, es importante establecer como parte de la estrategia de gestión turística, la participación de la población local, con el propósito de maximizar los beneficios en la región; por otro lado, es necesario que existan políticas públicas que den soporte y promoción, pero al mismo tiempo que protejan a las regiones donde se lleve a cabo la práctica turística y así minimizar los impactos que pudieran darse como consecuencia de esta actividad.

En este mismo contexto se observan características muy específicas que conforman las principales motivaciones para el turista enológico y de bebidas tradicionales que forman parte del objeto de estudio de esta investigación y que se describen en el siguiente apartado.

2.2. Atractivos turísticos y su visibilidad para el posicionamiento de destinos turísticos.

Un aspecto relevante es conceptualizar los atractivos turísticos que pueden estar presentes en un destino y que se convierten en factor determinante para la decisión del turista respecto a visitar un lugar de interés. Estas características se explican en la siguiente sección.

Un atractivo turístico es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento. Los atractivos principales son aquellos que poseen atributos capaces de convocar visitantes por sí mismos, y atractivos complementarios, que son los que, sumados a los principales, hacen a un lugar o a una zona turística, es decir, que, si bien por sí solos no generarían desplazamientos de turistas, son necesarios para diversificar las opciones de un sitio turístico. Los atractivos y recursos turísticos conllevan un aspecto formal, comprendidos como bienes naturales o culturales, y un aspecto funcional que se orienta a la capacidad que poseen para ocasionar la visita (Navarro, 2015). Conforme a Acerenza (1984), los atractivos turísticos determinan la selección por parte del turista en cuanto al destino del viaje y satisfacen la motivación primaria del visitante (citado en Navarro, 2015). (Cuadro 2).

Cuadro 1. Clasificación de atractivos y recursos turísticos.

Clasificación de atractivos y recursos turísticos.		
Atractivos de sitio	Naturales	Clima.
		Paisaje.
		Flora.
		Fauna.
	Usos y costumbres	Manifestaciones culturales.
		Costumbres y tradiciones locales.
Infraestructura	Servicios de alojamiento, transporte y comida.	
	Otros servicios como: médico y de información.	
Atractivos de eventos	Ferias y exposiciones	
	Congresos y convenciones	
	Acontecimientos programados	Festivales de mezcal.
		Exposiciones artísticas
		Catas y degustaciones

Fuente: Elaboración propia y adaptación con información de (Acerenza 1984; citado en Navarro, 2015)

De acuerdo con Boullón (1990), las decisiones de los turistas por visitar los atractivos turísticos generan necesidades de servicios como transporte, alojamiento, alimentación, distracción, entre otros, que requerirán atención por parte del sitio visitado. En este sentido, los servicios turísticos combinan elementos tangibles e intangibles para satisfacer las expectativas y motivaciones de los turistas y, constituyen la oferta de cada centro turístico (citado en Pineda y Vázquez, 2013).

Un elemento muy importante que debe considerarse es la inclusión de atractivos culturales, por el significado cultural de los monumentos o sitios históricos de la región y las localidades en donde se encuentran (Pineda y Vázquez, 2013).

Habiendo revisado una diversidad de autores en cuanto a clasificación de recursos y atractivos turísticos, Navarro (2007) establece una propuesta sistémica del fenómeno turístico; en el cual interactúan, un subsistema de origen (visitantes) y un subsistema de destino (constructo socio natural receptor). El último se desagregó en componentes natural, artificial, social, cultural, económico y político, conformados por recursos turísticos. A continuación, en el cuadro 2 se muestran sus elementos.

Cuadro 2. Componentes del subsistema de destino.

Componentes del subsistema de destino.	
Componente	Recursos
Natural	Clima, hidrografía, relieve, flora, fauna, paisaje natural.
Artificial	Bienes inmuebles y muebles, paisaje cultural (rural y urbano).
Cultural	Actores (individuales, colectivos, institucionales), productos intangibles y procesos vinculados con la gastronomía y la medicina, historias y leyendas, cosmovisiones, ideologías y creencias, juegos y fiestas, deportes, literatura y cine, música y danza, identidades, prácticas y técnicas, usos y costumbres, valores.
Social	Actores (individuales, colectivos, institucionales), productos y procesos de la sociedad civil.
Económico	Actores (individuales, colectivos, institucionales), productos y procesos comerciales (cultivo, producción o agropecuarios, transformación).
Político	Actores (individuales, colectivos, institucionales), productos y procesos gubernamentales.

Fuente: Elaboración y adaptación con información de Navarro, (2007).

Ahora bien, el circuito es la base para la producción de rutas turísticas, éste se compone de cuatro elementos: un espacio concreto, un patrimonio natural o cultural, una temática especializada y la capacidad de innovación. En cuanto al espacio o territorio, la ruta del mezcal se considera regional porque abarca más de un municipio. Ese espacio incluye atractivos turísticos a ser apreciados durante la visita (Chan, 2005).

La ruta del mezcal cuenta con una temática especializada, ya que en ella se puede profundizar sobre el conocimiento de las características de los sitios donde se encuentra el maguey y la elaboración del mezcal e incluye aspectos geográficos y culturales. Se conforma de atractivos de tipo natural y cultural, ya que incluye la apreciación del paisaje, el cultivo del maguey, el avistamiento de fauna local, así como el proceso de elaboración del mezcal, tradiciones y costumbres locales, gastronomía local, artesanía, entre otras expresiones artísticas y culturales. Y, por otra parte, la innovación y creatividad se pueden desarrollar en esta ruta, por ejemplo, con el uso de tecnologías de información y comunicación que le permitan al turista acceder a información útil, confort y seguridad durante su estancia o visita (Chan, 2005).

Como marco de referencia a la ruta del mezcal, el enoturismo es un producto turístico cuyo principal recurso o atractivo es el vino y sus atributos, a partir del cual se conforman diferentes experiencias en el paisaje rural, y se motiva el desplazamiento de personas hacia regiones y centros vitivinícolas, en las que un elemento esencial es su paisaje, con gran cantidad de atractivos, especialmente naturales, que puedan motivar, por sí mismos, el desplazamiento. Como complemento, el turismo enológico ofrece la posibilidad de conocer y disfrutar de una vivencia totalmente diferente e interesante, en función del motivo que generó el desplazamiento hacia el lugar. Y estos elementos también están comprendidos en la ruta del mezcal.

De la misma manera, una ruta del mezcal constituye una estrategia como las de enoturismo; ofrece el mismo tipo de características que el turista busca en una ruta de vino, pero en un contexto del agave, de donde proviene esta bebida, misma que es el atractivo central para esta actividad turística. En el contexto global, la práctica del enoturismo cobra cada vez más fuerza por tratarse de una estrategia atractiva para los intereses actuales de los turistas en el mundo, pero también por la perspectiva de sustentabilidad que ofrece a los participantes.

En virtud de que esta investigación se concentra en la ruta del mezcal como práctica turística en el Altiplano potosino, es importante delimitar las características que tiene una ruta turística y comprender la manera de resaltar la temática específica en la gestión turística que se proponga más adelante en esta tesis.

Las rutas turísticas promueven una región que cuenta con alguna temática atractiva para el visitante y le permite a éste moverse con libertad en ese destino turístico. Para ser considerada como ruta, ese circuito turístico ofrece un valor agregado que se concentra en la mayoría de los casos, en la oferta de servicios turísticos. Y la principal característica es que abordan una temática específica a la que se suman atractivos turísticos siempre y cuando guarden alguna relación con ese tema central (Chan, 2005).

Así como los paquetes turísticos pueden contener temáticas específicas en las que se abordan temas únicos e incorporan las visitas sólo aquellos atractivos que se relacionan directamente con dichos temas, la ruta del mezcal corresponde a un paseo temático en donde el atractivo

central es de índole natural y cultural, dado que está vinculado con el manejo del agave y a su vez con la elaboración del mezcal.

Motivaciones del turista enológico y de bebidas tradicionales.

Antes de mencionar cuáles son las motivaciones específicas que tiene el turista enológico y de bebidas tradicionales, es importante definir algunos aspectos respecto a lo que es una motivación y cuáles son las distintas motivaciones de viaje.

La Organización Mundial de Turismo establece seis tipos de motivaciones principales: a) ocio, recreo y vacaciones, necesidad de contacto con la naturaleza y de conocimientos; b) visita a amigos y familiares, necesidad de encontrar un estilo de vida familiar que la vida cotidiana impide; c) asuntos profesionales y de negocios, necesidad de imitación, singularidad o diferenciación dentro de un grupo; d) tratamientos de salud, necesidad de recuperar o reestablecer el bienestar físico y mental; e) religión y peregrinaciones, necesidad de rendir culto a una deidad; f) otros (OMT, 2017).

Por otra parte, Chan (2005), propone la siguiente clasificación de motivaciones de viaje, (cuadro 3).

Cuadro 3. Motivaciones al viaje.

Motivaciones al viaje.				
Físicas	Culturales	Interpersonales	Prestigio	Otras
-Descanso -Actividad física -Salud	-Conocimientos -Económicas -Laborales -Realización personal -Religiosas o espirituales -Contacto con la naturaleza -Aventura -Estudio	-Relaciones con otras personas	-Status -Estima social	-Romper rutina -Relajación

Fuente: Elaboración propia y adaptación con información de Chan, (2005). p.43

Particularmente, en lo que respecta a las motivaciones del turista enológico, según la Revista Española Especializada Vinetur, los turistas buscan experiencias turísticas nuevas y

diferentes y ahí surge la oferta del turismo del vino. Para tal efecto, los destinos ofrecen un conjunto diverso de actividades que tienen relación con el entorno rural y con la producción de vinos, entre los cuales destacan la gastronomía y actividades culturales, formativas y deportivas. Esta modalidad de turismo permanece en crecimiento en parte, debido al amplio reconocimiento de las rutas enológicas en el amplio mercado turístico. Francia se destaca como pionero en el enoturismo y actualmente se lleva a cabo como una práctica turística importante en los países que producen vino, incluido México (Vinetur, 2019).

México, además, abre esta práctica a otras bebidas y productos como son mezcal, tequila, café, chocolate, queso y otros productos gastronómicos. De aquí se puede observar cómo en la ruta del mezcal de la región Altiplano en San Luis Potosí, convergen esos elementos valorados en una ruta turística temática.

Ya se presentaron los elementos de perspectiva internacional sobre el turismo y diversos componentes de éste. Ahora se expondrá la visión nacional para México, se abordan los aspectos del Plan Nacional de Desarrollo en materia turística, así como uno de los informes de gobierno nacional y algunos indicadores, con el propósito de contrastar las estrategias planteadas, con los resultados obtenidos.

2.3. Relevancia y perspectivas del turismo en México y San Luis Potosí.

Panorama nacional del turismo en México.

De acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo del periodo 2013- 2018, el turismo beneficia a los países, siendo una opción para crear empleos, ampliar el mercado en donde se pueden ofrecer servicios turísticos a través de pequeñas y medianas empresas, además de tener la alternativa de preservar la riqueza natural y cultural del país a través de esa actividad.

Un dato que destaca en México en materia turística es que el 87% de la población que habita en municipios turísticos en el país, presentan un muy bajo nivel de marginación, lo cual indica que el turismo representa para ellos alternativas de empleo y bienestar económico. Al respecto, CONEVAL muestra que, en los municipios no turísticos, la cifra correspondiente es de 9% (Gobierno de la República, 2013).

Ante el crecimiento del turismo a nivel mundial, México debe aprovechar de manera más adecuada las oportunidades para atraer visitantes mediante estrategias diversificadas, y generando valor agregado en los productos y servicios turísticos, de modo que el turista lo elija como destino. Si bien la Tasa Media de Crecimiento Anual (TMCA) de turistas internacionales en México es de 2.0%, cayó del séptimo lugar en 2000 al décimo lugar en 2011 en este concepto y del duodécimo al vigésimo tercero en el ingreso de divisas, (Gobierno de la República, 2013).

Para México, las oportunidades de crecimiento importante en materia turística, no está en los destinos de sol y playa (ya que está bien posicionado en ello), sino en opciones no tradicionales como el turismo cultural, de aventura, de negocios y reuniones, entre otros, porque, atendiendo a las nuevas tendencias del turismo son los que actualmente pueden generar mayor derrama económica.

Como parte del programa de turismo en este Plan Nacional de Desarrollo, se observa interés por gestionar las actividades turísticas de manera que sea compatible el crecimiento del turismo, con la preservación y el mejoramiento de los recursos naturales y culturales, así como fortalecer su impacto en el bienestar social de las comunidades receptoras.

En concordancia con lo anterior, la misión de la Secretaría de Turismo (SECTUR) es diseñar e implementar políticas públicas para fortalecer el desarrollo de la actividad turística a través de estrategias de innovación en el sector, mejoramiento de los servicios turísticos y promoción de la competitividad del turismo nacional; todo ello articulando las acciones gubernamentales, del sector privado y de la sociedad, para, de esta manera, contribuir al crecimiento sustentable e incluyente del turismo. En esta perspectiva de crecimiento económico apoyado en la actividad turística, se contemplan también el respeto a la naturaleza, la promoción de salarios dignos, aminorar la pobreza y mejorar la calidad de vida de las comunidades (SHCP, 2019).

Del mismo modo, dentro de las directrices del Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, se establece el eje de desarrollo económico incluyente, donde se señala como prioridad, el desarrollo regional de zonas que históricamente han sido menos favorecidas en la

distribución del ingreso nacional (SHCP, 2019). El Altiplano potosino es una región con mucho potencial natural y cultural que pudiera ser bien aprovechado; sin embargo, el apoyo estatal hacia el sector turismo se ha dirigido durante mucho tiempo a la región Huasteca en la misma entidad federativa.

A nivel federal, el gobierno de México plantea en el Programa Nacional en materia turística (2013-2018), un conjunto de propósitos e intenciones que se pueden apreciar en el cuadro 4, los cuales se concentran en los aportes que el turismo puede representar en el ámbito económico del país, destacando entre ellos, el propósito de desarrollar zonas marginadas y elevar la calidad de vida en las comunidades, las cuales se relacionan con uno de los objetivos que tendría la promoción de la práctica turística en la ruta del mezcal en la región Altiplano en San Luis Potosí.

Cuadro 4. Plan Nacional de Desarrollo (2013-2018).

- Creación de empleos.
- Diversificación del turismo.
- Reducción de pobreza e inclusión social.
- Mejorar calidad de servicios turísticos.
- Desarrollar zonas marginadas.
- Elevar la calidad de vida en comunidades.

Fuente: Elaboración propia con base en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.

Sexto Informe de Gobierno y su correspondencia con la planeación nacional en materia de turismo.

De acuerdo con el Sexto Informe de Gobierno del periodo de 2017 a 2018, en materia de turismo, para interés del presente estudio, destacan los siguientes aspectos, que se sintetizan a continuación:

Al respecto, en el cuadro 5 se plantean los principales indicadores contenidos en el Sexto Informe de Gobierno (2017-2018) que presenta Gobierno Federal, dentro de los cuales hay

dos temas que se relacionan con las posibilidades de desarrollo que pueden darse para la ruta del mezcal en la región Altiplano en San Luis Potosí, el primero de ellos hace referencia a la Ley de Fomento a la Industria Vinícola en la cual si bien se promueven las rutas de vino y turismo enológico, también sirve como apoyo para que puedan posicionarse de manera atractiva rutas temáticas como la del mezcal. Y el segundo elemento tiene que ver con el crecimiento de número de visitantes a México, lo cual representa una oportunidad para que la ruta del mezcal pueda recibir un mayor número de turistas en concordancia con esa ola de crecimiento en el panorama nacional.

Cuadro 5. Sexto Informe de Gobierno (2017-2018).

- Promoción de rutas de vino y turismo enológico. (Ley de Fomento a la Industria Vitivinícola DOF 23-05-2018).
- Para 2017 la Tasa Media de Crecimiento Anual fue de 3.2%.
- Crecimiento del 61.5% de pasajeros en vuelos nacionales.
- Crecimiento del 63.3% de viajeros internacionales respecto a 2012.
- Crecimiento anual de ingresos de 67.5%, comparado con el sexenio anterior.
- México pasó del 13° lugar al 6° lugar con mayor número de visitantes a nivel global.

Fuente: Elaboración propia con base en el Sexto Informe de Gobierno 2017-2018.

Como parte de los resultados presentados en el Informe de Gobierno referido está la Ley de Fomento a la Industria Vitivinícola (DOF 23-05-2018), que tiene por objetivo impulsar las actividades relacionadas con el sector vitivinícola en México. Dentro de esas actividades, caben las rutas de vino que promueven al vino mexicano como un producto que representa a México y está considerado dentro de la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional de forma expresa. Esto implica un avance y un acercamiento con el turismo enológico y, de manera colateral, esto también puede representar una oportunidad para impulsar el turismo en rutas temáticas que estén relacionadas con otras bebidas regionales, como es el caso del mezcal y, como práctica turística derivada de ello, la ruta del mezcal.

Por su parte, la Secretaría de Turismo, a través del Programa Especial de Cambio Climático (PECC) 2014-2018, incorpora ciertos criterios de sustentabilidad social, económica y ambiental con el propósito de que el turismo se convierta en una actividad limpia. Para tal efecto, y como ejemplo de lo anterior, se elaboró un estudio, a través de FONATUR para el diseño de circuitos turísticos para conocer el proceso de producción y elaboración de café en Los Altos de Chiapas, así como los atractivos turísticos y gastronómicos en la región (Presidencia de la República, 2018).

Conforme a información de la (Secretaría de Gobernación, 2018), en la administración federal anterior, México ocupó el sexto lugar en principales destinos turísticos a nivel mundial en 2017, con 39.3 millones de turistas internacionales, en respuesta al impulso a proyectos de promoción turística que se llevaron a cabo.

Como siguiente dimensión de análisis se presenta el punto de vista estatal del rol que tiene el turismo en el contexto de la actividad económica y social del estado, para lo cual se han analizado los programas y estrategias en materia turística dentro del Plan Estatal de Desarrollo, así como algunos indicadores y extractos del informe de gobierno para comparar planeación versus resultados. También se destacan como datos relevantes, aspectos como ubicación geográfica y características físicas de la entidad.

Perspectiva estatal respecto a la relevancia del turismo para San Luis Potosí.

Desde el punto de vista geográfico, San Luis Potosí cuenta con una ubicación privilegiada y estratégica, la cual otorga acceso preferente a las tres principales ciudades en términos de consumo nacional: Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara, a cinco horas aproximadamente de distancia con cada una de ellas. Entre San Luis Potosí y cada una de estas ciudades, se cuenta con buena infraestructura carretera y de servicios, lo cual permite facilidad de movimiento para insumos, productos, capitales e individuos. Pineda y Vázquez (2013). Este dinamismo y movilidad de personas habilita la afluencia turística en todas las regiones del estado, situación que favorece el posible posicionamiento de la ruta de mezcal como uno de los destinos a visitar.

En términos de apoyo gubernamental, cabe destacar que de 2003 a 2015, los planes de desarrollo estatal contemplaron como objetivos estratégicos, impulsar nuevas modalidades de recreación, como medios de incentivo a la competitividad económica del estado de San Luis Potosí (Pineda y Vázquez, 2013).

En este sentido, es importante comprender la perspectiva oficial del gobierno del estado de San Luis Potosí respecto a sus políticas, programas y estrategias para las prácticas turísticas en un marco de sustentabilidad. Para tal efecto, se describen a continuación aquellos elementos contenidos en el Plan Estatal de Desarrollo de San Luis Potosí para el periodo 2015-2021 que tiene que ver con este tema aquí planteado.

Dentro del eje estratégico de “San Luis Próspero” se hace énfasis en la participación que tiene el estado dentro de dos regiones económicas a nivel nacional, a saber, Bajío y Centro Norte. A su vez forma parte en América del Norte, de las economías de Estados Unidos y Canadá, consideradas las más dinámicas y con mayores perspectivas de crecimiento. San Luis Potosí cuenta con ubicación geográfica estratégica y privilegiada que le representa oportunidades de desarrollo.

El plan estatal en materia turística contempla como objetivo lograr afluencia de personas de los estados vecinos mediante atractivos turísticos culturales, de negocios, ecológicos, religiosos y de aventura, para las regiones Huasteca, Media y Altiplano. Para tal efecto tienen previsto impulsar el desarrollo de infraestructura y servicios vía terrestre y aérea que ofrezcan mejores posibilidades para atraer mayor número de visitantes (POF SLP, 2015). En el mismo sentido, facilitar su desplazamiento a lugares como los que participan de la ruta del mezcal aquí analizada. Al tratarse del turismo como estrategia de desarrollo local y regional, todo plan de gobierno necesita apuntar hacia el progreso de los habitantes a través de prácticas turísticas (para efecto de esta investigación), que sean además sustentables y que especialmente logren mejorar las condiciones en las regiones más necesitadas.

Se pretende aplicar estrategias con la participación de los tres niveles de gobierno y del sector privado, para desarrollar nuevos productos turísticos por región y atraer un mayor número de visitantes (POF SLP, 2015). Dentro del Plan Estatal de Desarrollo de San Luis Potosí, se

muestra el interés por fomentar que la oferta turística se amplíe en aras de que el sector presente crecimiento y que se tomen en consideración las potencialidades regionales y así poder generar mayor desarrollo económico e ingresos en la entidad.

Asimismo, promover la inversión pública y privada para el desarrollo del sector turístico, se mencionan como algunas líneas de acción, la promoción de inversión y financiamiento para proyectos turísticos, con énfasis en la micro y pequeñas empresas e incentivar la participación de prestadores de servicios en ferias y otros eventos, así como a través de Internet (POF SLP, 2015).

La promoción de inversión pública y privada para el desarrollo del sector turístico plantea como necesidad promocionar sitios, circuitos y rutas temáticas en las cuatro regiones del estado (POF SLP, 2015), esto respalda la propuesta de mejorar las condiciones en que opera la ruta del mezcal en la región Altiplano de San Luis Potosí.

Dentro de la estrategia A.4 del Plan citado, se destaca el impulso al desarrollo turístico del Estado en un marco de sustentabilidad y de contribución al bienestar social (POF SLP, 2015). En este sentido, se plantea el desarrollo turístico en torno al bienestar social y la sustentabilidad, a través de programas de turismo social que buscan preservar el patrimonio cultural, social y natural y, que ofrecen opciones para grupos sensibles como son adultos mayores y personas con discapacidad, además de alternativas accesibles para jóvenes y estudiantes.

Tercer Informe de Gobierno de San Luis Potosí y su correspondencia con la planeación estatal en materia de turismo.

De acuerdo con el tercer informe de gobierno de la presente administración, destacan algunos indicadores de interés para esta investigación, así como acciones que se han llevado a cabo en materia de turismo que se mencionan a continuación.

- San Luis Potosí en 2017 se convirtió en la ciudad sin playas con la mayor ocupación hotelera registrada en el país (SEGOB, 2017).

- San Luis Potosí alcanzó en tres años el mayor crecimiento (del 11.3% respecto a las dos administraciones pasadas), en llegada de turistas, recibiendo 5.12 millones de personas (Gobierno del Estado, 2017).
- Se llevó a cabo el 1er Festival del Mezcal del Altiplano Potosino, donde participaron alrededor de veinte marcas de mezcales de San Luis Potosí y Zacatecas, así como de artesanos y comerciantes de productos orgánicos de municipios del Altiplano potosino. Gobierno del Estado (2017).
- Como iniciativa se puede integrar al Parque-Museo del Meteorito, en Charcas; que tiene como objetivo la promoción del contacto de los ciudadanos con la naturaleza (Gobierno del Estado, 2017). Este parque puede ser considerado dentro de la ruta del mezcal del Altiplano potosino como parte de los atractivos a visitar, y, por ende, susceptible de preservarse.
- En el Plan Estatal de Desarrollo y en su Tercer Informe en San Luis Potosí, se tiene considerado un enfoque de protección, conservación y restauración de la biodiversidad. El interés por la sustentabilidad en el Plan Estatal de Gobierno tiene aplicación en el desarrollo de las actividades turísticas como es el caso de la ruta del mezcal estudiada en esta tesis, ya que se trata de una actividad donde el paisaje y el contexto natural del maguey son dos de los elementos esenciales y atractivos en esta práctica, e interesa la preservación y protección ambiental en ello.

Como parte de los trabajos de investigación de Pineda y Vázquez, (2013), plantean que, en San Luis Potosí, en zonas como la Huasteca, Altiplano y Zona Media, existen abundantes recursos naturales que son por sí mismos atractivos pero que requieren de gestión turística adecuada para el establecimiento de rutas o circuitos, que para el caso de la ruta del mezcal sería una ruta temática con potencial de mayor desarrollo al que actualmente tiene. Un efecto esperado en ese escenario sería el aprecio por la cultura local y la derrama económica y generación de bienestar social que resulten de dicha práctica y su gestión.

El programa estatal de desarrollo comprende dentro de sus objetivos el desarrollo de la región Altiplano, en la cual se circunscribe la ruta del mezcal, a la vez que se hace mención de la intención de promover circuitos y rutas temáticas y lograr que el turismo se desarrolle en un

marco de sustentabilidad y contribución al bienestar social, los cuales también se podrían considerar como elementos de apoyo para que la ruta del mezcal pueda realizarse en forma sustentable como se propone en esta tesis. (cuadro 6).

Cuadro 6. Plan Estatal de Desarrollo (2015-2021).

- Lograr mayor afluencia turística.
- Desarrollo de región Huasteca, Media y Altiplano.
- Desarrollo de infraestructura y servicios terrestres.
- Apoyarse en las potencialidades regionales para generar mayor derrama económica.
- Contar con la participación de prestadores de servicios en ferias y otros eventos.
- Promocionar sitios, circuitos y rutas temáticas.
- Lograr el desarrollo turístico en un marco sustentable y de contribución al bienestar social.
- Crear programas de turismo social, para adultos mayores, jóvenes, estudiantes, personas con discapacidad.
- Incentivar la participación del sector social y privado en el cuidado y preservación del patrimonio cultural, social y natural.

Fuente: Elaboración propia con base en el Plan Estatal de Desarrollo 2015-2021.

Por su parte, en el informe de gobierno referido en el cuadro 7, el único aspecto que se relaciona con acciones que contribuyan al desarrollo de la ruta del mezcal es el primer festival de mezcal que se organizó por parte de autoridades gubernamentales para promover al mezcal como un atractivo regional importante.

Cuadro 7. Tercer Informe de Gobierno (2017-2018).

- En 2016 se tuvo un crecimiento del 47.5% en recepción de turistas respecto a 2012.
- En 2017, SLP se reconoció como la ciudad sin playas con mayor ocupación hotelera en el país.
- Se llevó a cabo el 1er Festival de Mezcal en el Altiplano potosino.

Fuente: Elaboración propia con base en el Tercer Informe de Gobierno de San Luis Potosí 2017-2018.

Por último, se analiza la situación de los municipios de Ahualulco y Charcas en los cuales se lleva a cabo la ruta de mezcal como práctica turística; destacando ubicación geográfica; caracterización geográfica, económica y social; así como algunos aspectos de planeación considerados por las autoridades municipales en relación con asuntos turísticos y que, a su vez apuntan hacia el desarrollo sustentable de las comunidades locales.

2.4 Aspectos geográficos y socioeconómicos del sector turístico en la zona de estudio.

Ahualulco se encuentra localizado en la parte noroeste de la capital del estado, en la zona centro, la cabecera municipal tiene las siguientes coordenadas: 101°10' de longitud oeste y 22°24' de latitud norte, con una altura de 1,850 metros sobre el nivel del mar. Sus límites son: al norte con Moctezuma, al este San Luis Potosí capital, al sur Mexquitic de Carmona, al oeste Zacatecas, su distancia aproximada a la capital del estado es de 38 km. Conforme al INEGI, el municipio cuenta con una superficie total de 775.6 km² y representa el 1.28% del territorio estatal.” (INAFED, 1987). (figura 5).

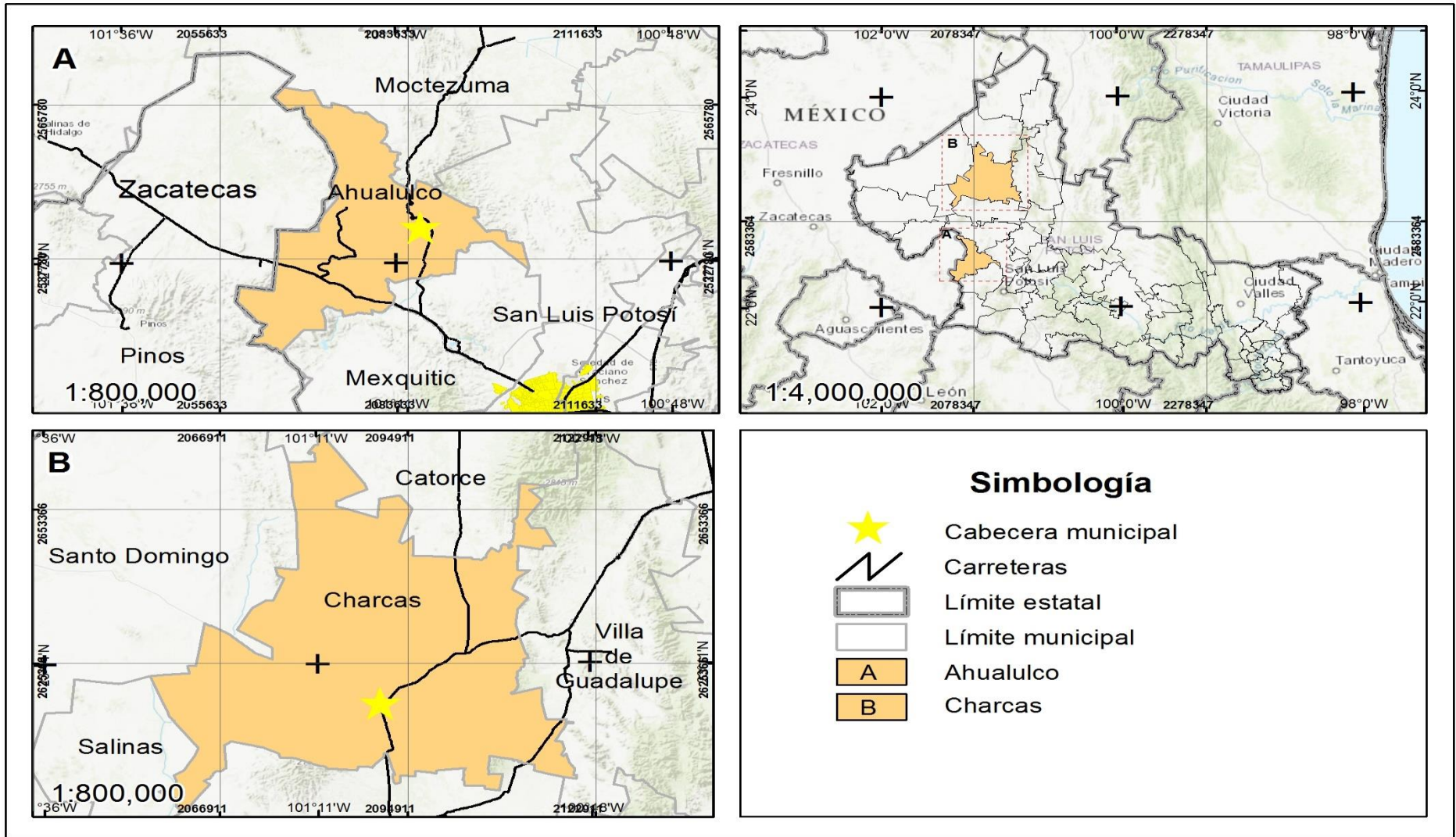
Las principales formaciones montañosas se encuentran al noreste del municipio, y sobresalen el Cerro Laguna, Puerto Limpio, Los Llanitos, El Conchi y Los Hornos. Estas elevaciones tienen una altura alrededor de 2,200 metros sobre el nivel del mar. En la parte sur se encuentra el río Justino y el río Presa, enclavándose en el municipio de Mexquitic de Carmona. De la zona montañosa del noreste, los escurrimientos forman arroyos intermitentes que circulan de poniente a oriente. De acuerdo con el INEGI, la superficie total del municipio es de 2,161.8 km² y representa el 3.58% del territorio estatal.” (INAFED, 1987).

Ahora, en lo que respecta al municipio de Charcas, éste se encuentra localizado en la parte norte del estado, en la región Altiplano, la cabecera municipal tiene las siguientes coordenadas 101°07' de longitud oeste y 23°08' de latitud norte, con una altura de 2,010 metros sobre el nivel del mar. Sus límites son: al norte con Catorce, al este Villa de Guadalupe, al sur Venado, al oeste Santo Domingo y Salinas. De acuerdo con el INEGI, la superficie total del municipio es de 2,161.8 Km² y representa el 3.58% del territorio estatal.” (INAFED, 1987). (figura 5).

Destacan dos regiones montañosas y una zona minera con yacimientos de mercurio y antimonio. INAFED (1987). Los principales ríos del municipio son: San Pedro, Laguna las Codornices, Los Mireles y Las Cuevas. Existen además algunos arroyos intermitentes (INAFED, 1987).

Para el desarrollo de actividades turísticas como es la ruta del mezcal en el Altiplano potosino, es importante considerar los aspectos geográficos como: ubicación, vías de acceso y redes de comunicación (figura 5), clima, entre otros factores, como parte de los aspectos que el turista evaluará para tomar la decisión de visitar o no un destino turístico. Razón por la cual, es relevante tenerlos en consideración en los programas y presupuestos de las autoridades municipales para una adecuada promoción turística.

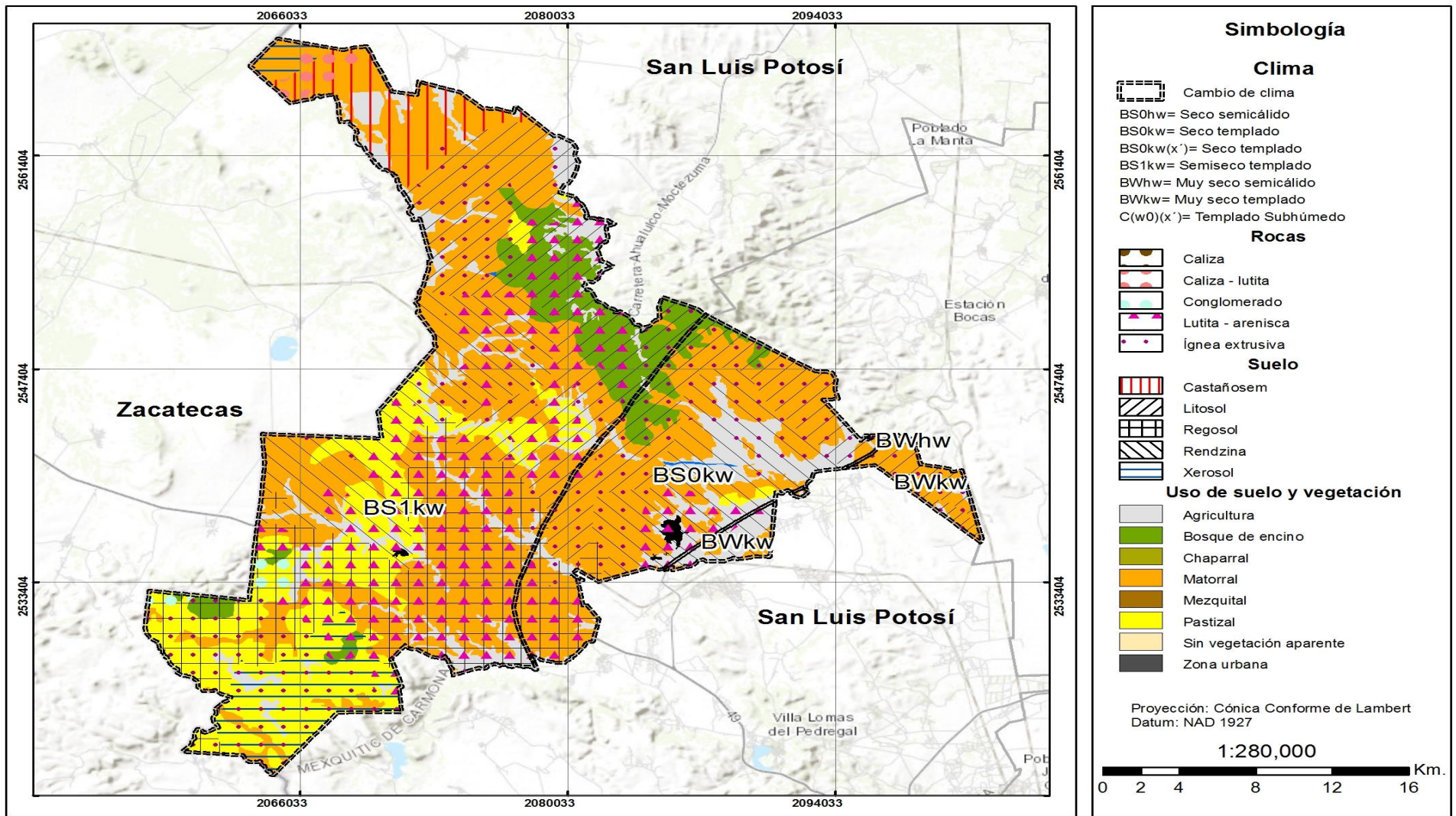
Figura 5. Caracterización geográfica de Ahualulco y Charcas, San Luis Potosí.



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI (2010).

En lo que respecta a las condiciones físicas que caracterizan principalmente al municipio de Ahualulco, como se puede apreciar en la figura 6, con particular referencia al clima, se clasifica como semi seco templado, seco templado, muy seco templado y muy seco semi cálido. El territorio se caracteriza por la presencia de roca lutita- arenisca, ígnea extrusiva, caliza- lutita y conglomerado; las dos últimas en menor proporción. Por otra parte, el tipo de suelo presente en el municipio es principalmente leptosol y rendzina, seguido de regosol, y en menor medida castañosem y xerosol. Asimismo, cuenta con vegetación de tipo matorral desértico rosetófilo de manera predominante, seguido de pastizal y bosque de encino, así como algunas zonas donde el suelo propicia la actividad agrícola (INEGI, 2010).

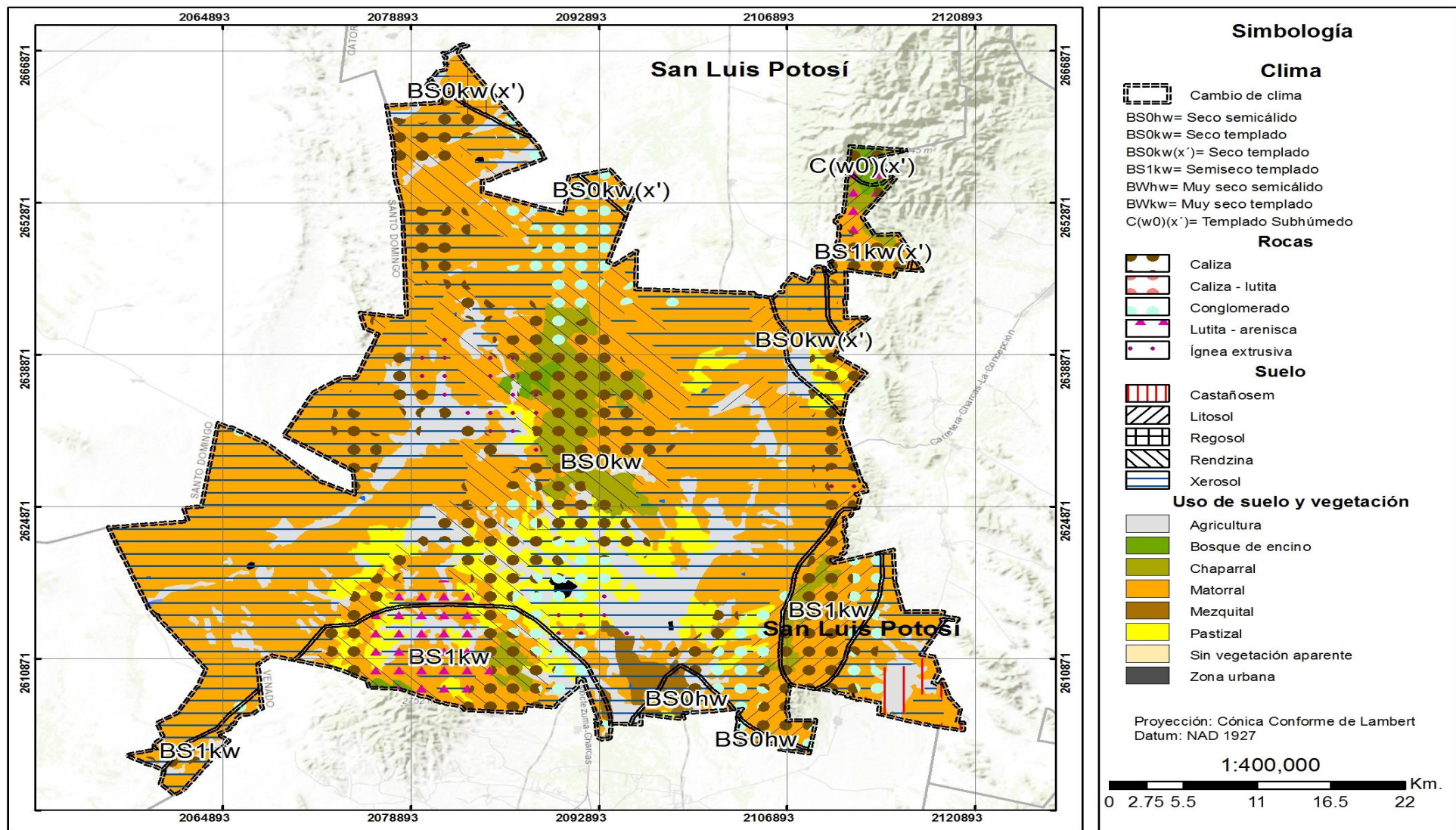
Figura 6. Caracterización geográfica de Ahualulco, San Luis Potosí.



Fuente: Elaboración propia con datos de CONABIO (1995).

En el mismo sentido, como puede apreciarse en la figura 7, las condiciones físicas que caracterizan al municipio de Charcas referidas al clima se distinguen por la existencia de un régimen seco templado, seguido de semi seco templado, seco semicálido y muy seco templado. El territorio se caracteriza por la presencia de roca caliza, lutita- arenisca, conglomerado e ígnea extrusiva. Asimismo, el tipo de suelo es xerosol en su mayoría y en algunas zonas leptosol y castañosem. Finalmente, la vegetación que define este municipio es predominantemente matorral desértico rosetófilo, seguido de pastizal y bosque de encino (INEGI, 2010).

Figura 7. Caracterización geográfica de Charcas, San Luis Potosí.



Fuente: Elaboración propia con datos de CONABIO (1995).

Tal como se expresó en el apartado anterior, los aspectos geográficos inciden en la toma de decisiones del turista para visitar un destino turístico específico, por lo que conviene tenerlos en cuenta en la infraestructura que pueda crearse para incrementar la atraktividad turística en el municipio.

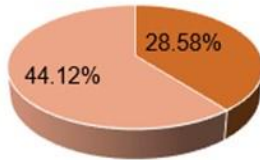
Análisis de la visión municipal acerca del turismo. Caracterización socioeconómica de Ahualulco, San Luis Potosí.

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda (2010), en Ahualulco habitan 18,644 personas; el 50% población presenta alguna situación de pobreza y condiciones precarias en viviendas; el 30% de la población adulta y 15% población infantil cuenta con limitantes alimenticias debido a la escasez económica; el 70% de la población opta por quemar la basura debido a la falta de medios de recolección de esta y por no contar con un depósito final con las características adecuadas para tal efecto; en cuanto a la disposición de aguas residuales, la mayoría se dirige a cuerpos de agua debido a que solamente existe una planta tratadora en el municipio (Ayuntamiento Ahualulco, 2015).

Conforme al censo referido, la mayor parte de la población de Ahualulco está fuera de la población económicamente activa, lo cual puede sugerir que, parte de la PEA ha emigrado en busca de fuentes de empleo. Por otra parte, de la PEA, el 26.65% está registrado de manera oficial como población con empleo. De manera contrastante a estos dos indicadores, se tiene que casi el 60% de la población que habita en Ahualulco, si cuenta con acceso a servicios de salud como derechohabiente, y casi el 40% no lo es, sin embargo, si tiene acceso a servicios de salud. En el mismo censo, se revela que, casi el 12% de la población no tiene acceso al agua, el 15.40% no tiene drenaje, el 4.50% no cuenta con electricidad, mientras que el 11.20% habita en viviendas sin chimenea y utilizan leña o carbón para cocinar. Lo anterior puede observarse en la figura 8. Por otro lado, cuentan con un promedio de escolaridad de 6.19 años, un grado medio de rezago social y alto grado de marginación.

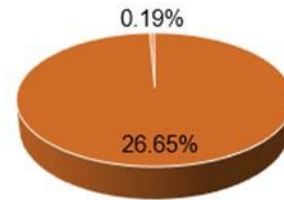
Figura 8. Caracterización socioeconómica de Ahualulco, San Luis Potosí.

Proporción de la población activa y no activa



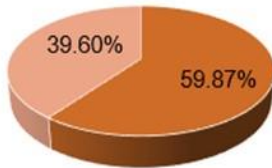
- población económicamente activa
- población no económicamente activa

Proporción de la población empleada y desempleada.



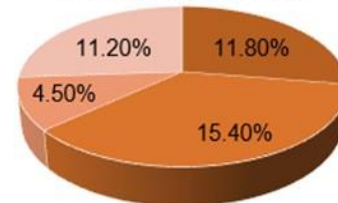
- población ocupada
- población desocupada

Proporción de la población con y sin acceso a servicios de salud.



- población derechohabiente de servicios de salud
- población no derechohabiente de servicios de salud

Proporción de la población que carece de servicios básicos.



- población sin acceso al agua
- población sin drenaje
- población sin electricidad
- viviendas sin chimenea cuando usan leña/ carbón para cocinar

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI (2010).

Por otra parte, tanto en el Plan de Desarrollo Municipal, como en la Encuesta Intercensal, se alude a la disponibilidad de agua potable, sin embargo, no se cuentan con registros de evaluación de esta, lo cual es importante debido a que el 12% de la población se ve en la necesidad de acarrear agua de pozos y pilas, las cuales, según se reporta, no cuentan con un mantenimiento continuo (Ayuntamiento Ahualulco, 2015).

Según las autoridades municipales en el Ayuntamiento de Ahualulco, la mayoría de las comunidades cuentan con algunas calles pavimentadas y alumbrado público, pero existen grandes áreas de oportunidad para que el tránsito de vehículos y personas pueda ser mayor y mejor en condiciones de seguridad (Ayuntamiento Ahualulco, 2015).

Los aspectos económico-sociales del municipio de Ahualulco aquí mostrados dejan ver la necesidad de mejorar las condiciones físicas, de infraestructura y servicios para la población que habita ahí, así como para la recepción de turistas nacionales y extranjeros, ya que, una de las posibilidades que a veces buscan los visitantes es pernoctar en el destino turístico y, contar con las mayores facilidades y comodidades que sean posibles. Esto, en la mayoría de los tipos de turismo que se realizan en el mundo. Cabe aclarar que, para el caso del turismo enológico y de bebidas tradicionales, las expectativas de los turistas pueden ser más flexibles en los factores mencionados.

Puntos clave en el Plan municipal de Ahualulco, San Luis Potosí.

La actividad prioritaria para la población del municipio de Ahualulco, son las labores del campo. Sus condiciones de vida, así como el crecimiento económico del municipio podrían mejorar si se atendieran las necesidades de infraestructura y equipamiento, así como de servicios públicos básicos como son alumbrado público, manejo de basura, abastecimiento de agua y vías de comunicación para tener acceso a las comunidades.

Es importante aclarar que, dentro del Plan municipal en esta entidad, no se proporciona mayor información que pueda ser de utilidad para el análisis de las condiciones específicas y necesidades para el desarrollo sustentable que se pretende lograr por su participación en la ruta del mezcal de la región Altiplano en San Luis Potosí que se propone en esta tesis.

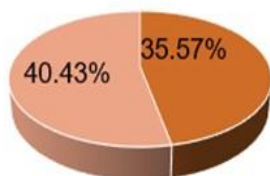
Análisis de la visión municipal acerca del turismo. Caracterización socioeconómica de Charcas, San Luis Potosí.

A continuación, se describe la situación particular del municipio de Charcas en los mismos aspectos ya tratados con Ahualulco.

Conforme al Censo de Población y Vivienda 2010, al igual que en Ahualulco, la mayor parte de población de Charcas está fuera de la población económicamente activa, lo cual puede sugerir que, parte de la PEA ha emigrado en busca de fuentes de empleo. Por otra parte, de la PEA, el 34.05% está registrado de manera oficial como población con empleo. De manera contrastante a estos indicadores, se tiene que el 69.99% de la población que habita en este municipio cuenta con acceso a servicios de salud como derechohabiente y, 28.94% no es derechohabiente, sin embargo, sí tiene acceso a servicios de salud. En el mismo Censo se revela que el 19% de la población no tiene acceso al agua, el 18.20% no cuenta con servicio de drenaje, el 4.40% no tiene electricidad, mientras que el 3.80% habita en viviendas sin chimenea y utilizan leña o carbón para cocinar. Lo anterior puede observarse en la figura 9. Por otro lado, cuentan con un promedio de escolaridad de 7.12 años, un grado bajo de rezago social y grado medio de marginación.

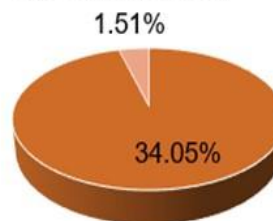
Figura 9. Caracterización socioeconómica de Charcas, San Luis Potosí.

Proporción de la población económicamente activa y no activa.



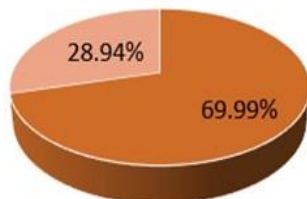
- población económicamente activa
- población no económicamente activa

Proporción de la población empleada y desempleada.



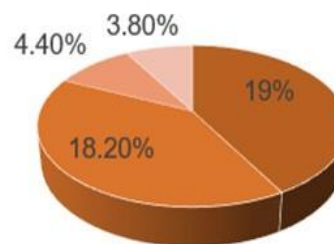
- población ocupada
- población desocupada

Proporción de la población con y sin acceso a servicios de salud.



- población derechohabiente de servicios de salud
- población no derechohabiente de servicios de salud

Proporción de la población que carece de servicios básicos.



- población sin acceso al agua
- población sin drenaje
- población sin electricidad
- viviendas sin chimenea cuando usan leña/ carbón para cocinar

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI (2010).

Ahora bien, con información del Índice de Marginación por entidad federativa y municipio, se observa que el 63% de la población presenta algún grado de marginación; el 46.8% de la misma carece de acceso a servicios básicos en sus viviendas (CONAPO, 2010).

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Municipal, el 17.05% de la población no cuenta con agua entubada ni con planta de tratamiento de aguas residuales, por lo que se descargan las mismas en un canal. Carecen de transporte de recolección de basura y esta se dispone a cielo abierto (Ayuntamiento de Charcas, 2015).

Las condiciones socioeconómicas del municipio de Charcas pueden atraer la atención de turistas enológicos y de bebidas tradicionales que tengan interés por conocer de cerca las principales actividades de la población local, así como las condiciones de vida en las que se encuentran los habitantes.

Puntos clave en el Plan municipal de Charcas, San Luis Potosí.

Como parte de las estrategias contempladas en el plan de desarrollo municipal se hace evidente el interés por la protección ambiental y esa situación impacta positivamente en el interés que pueda surgir para visitar este sitio por parte de turistas enológicos y de bebidas tradicionales que buscan ese factor, como uno de los elementos para su toma de decisiones respecto a elegir un destino turístico.

Dentro de las prioridades que tuvo el Ayuntamiento de Charcas en el periodo 2015-2018, se encuentra el programa de bacheo permanente, con el propósito de evitar mayor deterioro, que mejoren las condiciones para el tránsito vehicular y evitar peligro para los peatones. A su vez, mejorar la imagen del centro histórico haciéndolo más atractivo para el turismo de propios y extraños. Para tal efecto, destinaron recursos económicos (Ayuntamiento de Charcas, 2015).

Uno de los objetivos de esta administración fue mejorar la calidad de vida de la población con un enfoque sustentable mediante el fortalecimiento de la planeación urbana, el acceso a servicios públicos de calidad y el ordenamiento territorial, a través de mejoras en la calidad de vida y en el ambiente, en la inclusión, así como en la disponibilidad de servicios públicos

que permitan la movilidad, el transporte, y la comunicación. Destaca en el documento de planeación, énfasis en una adecuada planeación para atender problemas de servicios públicos como alumbrado público, recolección de residuos sólidos, pavimentación de calles, así como el mantenimiento de parques y jardines (Ayuntamiento de Charcas, 2015).

Dada la importancia del medio ambiente, el ayuntamiento buscaba fomentar la protección y mejoramiento del medio ambiente, así como el adecuado manejo de los recursos naturales, dirigiendo acciones para prevenir y controlar la contaminación del agua, suelo y aire, involucrando a todos los sectores de la sociedad (Ayuntamiento de Charcas, 2015).

Las autoridades municipales consideraron importante generar un plan de concientización ecológica para que la población sea parte activa de las soluciones a los problemas de su entorno, tales como la recolección de basura, pago y cuidado del agua, cuidado de las áreas verdes, entre otras acciones (Ayuntamiento de Charcas, 2015).

Dentro del Plan Municipal se reconoce la importancia que reviste la mejora en infraestructura vial y de comunicaciones para detonar el desarrollo del municipio, considerando que las carreteras facilitan el desarrollo, ya que ayudan al movimiento de personas y productos de un lugar a otro ágilmente.

En su ejercicio de planeación, Charcas cuenta con cuatro programas sobre desarrollo territorial sustentable, dentro de los cuales dos se relacionan con el tema de la presente investigación: Charcas Sustentable y Charcas Comunicado; en el primero se tiene como objetivo la implementación de acciones y políticas públicas en un marco de sustentabilidad ambiental, mediante las estrategias siguientes: a) implementar estrategia de transición energética para sustitución de luminarias en la cabecera municipal; b) gestionar recursos para la construcción de una planta de tratamiento de aguas residuales; c) gestionar recursos para la construcción de relleno sanitario; d) colaborar con la iniciativa privada y gobierno para adquirir sistema de recolección de basura. Por otra parte, el segundo programa pretende gestionar recursos para ampliar la red carretera estatal y rural del municipio (Ayuntamiento de Charcas, 2015).

Este interés por aplicar los programas de desarrollo territorial sustentable puede convertirse en un punto de atraktividad turística para el visitante de la ruta de mezcal en el Altiplano potosino, especialmente en su estancia en Charcas como parte del circuito, pues podrá observar en acción algunas de esas actividades que constan en la planeación municipal.

Se ha tratado en este capítulo al turismo como actividad de gran auge y crecimiento en el contexto internacional, nacional, estatal y municipal; revisando aspectos de tendencias, planes, informes e indicadores que muestran los resultados de algunas decisiones tomadas en esta materia con el propósito de mostrar la relevancia que tiene el turismo en las dimensiones económica, social y ambiental que conforman parte esencial del objeto de estudio de esta investigación y que darán lugar a la propuesta de gestión turística que se plantea en el objetivo de esta tesis.

Capítulo III. Factores y condicionantes para la gestión turística sustentable de la ruta del mezcal.

3.1. Procedimiento metodológico.

Como punto de partida, se realizó revisión bibliográfica respecto a la evolución y tendencias de la gestión ambiental, posturas cognoscitivas de la misma, gestión turística en el marco de la gestión ambiental y la perspectiva sostenible de la gestión turística en el ámbito regional de la zona de interés, nacional e internacional como contexto a la presente investigación.

Se realizó investigación de campo en los sitios que conforman la ruta de mezcal de los municipios de Ahualulco y Charcas, para lo cual se diseñaron instrumentos de recolección de datos y se utilizaron en entrevistas a profundidad que se implementaron con actores involucrados en este tema. También se entrevistó a expertos e investigadores en la materia, con el propósito de robustecer el análisis de la ruta del mezcal. Una vez realizadas las entrevistas a profundidad y analizados los resultados de la investigación de campo, se realizó una propuesta de gestión turística sustentable para la ruta de mezcal del Altiplano potosino.

Ya establecidos los ejes teóricos que conforman a la gestión turística en la ruta del mezcal que se realiza en la zona de estudio, y los principales elementos que la integran—producción, prestación de servicios turísticos, uso de servicios turísticos, población local—, es necesario describir la metodología de este trabajo, en la cual se tratan la población de estudio, el diseño de la investigación, los instrumentos diseñados ex profeso para la misma, así como la operacionalización de las variables de estudio, los procedimientos y el análisis de datos que permitieron identificar y comparar los elementos de la gestión turística sustentable que se requiere en la ruta turística de mezcal en el Altiplano potosino.

A continuación, se presentan las fuentes de información que han sido consideradas en la presente investigación.

Fuentes de información.

Secundaria.

En primera instancia, se realizó investigación documental consultando publicaciones en libros y revistas especializadas en los temas de evolución y tendencias de la gestión ambiental, posturas cognoscitivas de ésta, gestión turística en el marco de la gestión ambiental y la perspectiva sostenible de la gestión turística en el contexto regional de la zona de interés, nacional e internacional, esto con el propósito de identificar el estado del arte del objeto de estudio de la investigación y de esta manera conformar el marco teórico, se eligieron las teorías que se ajustaran mejor a los objetivos del estudio planteados, para identificar los elementos que conforman la gestión turística que permitan realizar de manera sustentable las actividades turísticas por parte de las empresas productoras de mezcal y de las empresas prestadoras de servicios turísticos analizadas, así como el papel que juegan las autoridades en materia turística, ambiental y cultural.

Con el propósito de conocer con mayor profundidad la situación del turismo sustentable en la zona analizada, se consultaron documentos de instituciones como la Organización Mundial del Turismo, el Organismo Especializado de las Naciones Unidas en Materia de Turismo, la Red de Desarrollo Sostenible de Colombia, el Ministerio de Turismo de Argentina, la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad, entre otras; estas publicaciones sirvieron como marco de referencia para el objeto de estudio de esta investigación, con lo cual se pudieron identificar las características que apoyaran para comprender la problemática específica de la actividad turística desarrollada en sitio de estudio.

Primaria.

Para la elaboración de este trabajo se diseñaron cuestionarios que fueron aplicados mediante entrevistas a empresas productoras de mezcal y a empresas prestadoras de servicios turísticos. De la misma manera, se diseñaron cuestionarios que fueron utilizados en una encuesta a usuarios de servicios turísticos, así como a población local de Ahualulco y Charcas, que son los municipios en los que se practica la ruta del mezcal analizada en esta tesis, con el objetivo

de insertar en el estudio de campo a todos y cada uno de los participantes del objeto de estudio de la investigación.

Por otra parte, se realizaron entrevistas a expertos en temas de sustentabilidad y gestión turística, con el objeto de considerar su experiencia en el tema, así como sus opiniones respecto al desarrollo sustentable de la actividad turística en el Altiplano potosino.

Método.

Para el análisis de los aspectos cualitativos obtenidos de los cuestionarios que se aplicaron a usuarios de servicios turísticos y a la población, se ha empleado el método de fenomenología, el cual permitió, identificar la esencia de las experiencias de los productores de mezcal, prestadores de servicios turísticos, y expertos en temas de sustentabilidad y gestión turística en el Altiplano potosino.

Asimismo, se llevaron a cabo acciones para:

- Identificar y describir la evolución que ha tenido la gestión turística en el marco de la gestión ambiental, a través del análisis de los principales autores en esta área del conocimiento como marco de referencia.
- Analizar las perspectivas del turismo en los ámbitos internacional, nacional, estatal y municipal, así como su relevancia en aspectos geográficos, socioeconómicos y ambientales de Ahualulco y Charcas, como base para la gestión turística de la ruta de mezcal en ambos sitios.
- Identificar los factores e implicaciones del trazado de la ruta de mezcal y, su funcionalidad como práctica turística sustentable.

Una vez establecido el método de investigación, se determinó la población de estudio de la misma, como se explica en seguida.

Población de estudio.

El universo de estudio está conformado por productores de mezcal, prestadores de servicios turísticos, usuarios de servicios turísticos y población local. Cabe recordar que, de manera complementaria, se tomaron en cuenta los conocimientos y opiniones de expertos en temas de sustentabilidad y gestión turística.

A partir de este universo, el abordaje de los elementos de la población de estudio se ha delimitado a las empresas locales productoras de mezcal, así como a las empresas prestadoras de servicios turísticos en la misma región.

En la ruta del mezcal del Altiplano potosino participan siete empresas productoras que se encuentran ubicadas en seis municipios. Con el propósito de lograr representatividad sobre la producción de la bebida y recepción de turistas, elementos que forman parte del objeto de estudio para esta investigación, se consideró una empresa del municipio de Ahualulco y una del municipio de Charcas; toda vez que ambas participan en la ruta propuesta; a diferencia de las otras empresas.

Derivado de la práctica turística de la ruta del mezcal en el Altiplano potosino, se han determinado cuatro grupos para el estudio y son: los productores de mezcal, prestadores de servicios turísticos, usuarios de servicios turísticos y población local. Es importante destacar que en el grupo de los productores se han incluido una empresa de cada municipio. Por lo que se refiere a los prestadores de servicios turísticos, se seleccionó a una empresa de cada tipo (agencia u operadora turística) y, por último, los grupos de usuarios de servicios turísticos y la población local que participan de alguna manera en la ruta señalada.

A continuación, se describen los criterios de inclusión y de exclusión para los objetos de estudio.

Criterios de inclusión.

La manera en que se eligió a los participantes fue la siguiente:

En el caso de los productores de mezcal, se eligió a una empresa productora por cada una de las dos rutas turísticas que tiene registradas la Secretaría de Turismo de San Luis Potosí, en donde dichas empresas fueran representativas de los municipios de Ahualulco y Charcas, contaran con mayor recepción de turistas y con producción constante de mezcal. Para incluir aspectos cualitativos se seleccionó especialmente, como participantes, a aquellas empresas que por sus características fueron las que se consideraron más relevantes para el presente estudio y, con base en ello, se determinó realizar las entrevistas con personas que representaran a dichas empresas (propietario o director de la empresa, encargado de la producción y/o encargado de los aspectos turísticos de la empresa).

En el caso de los prestadores de servicios turísticos, se eligió a una empresa por cada tipo de prestador de servicios turísticos, los cuales son a) agencia de viajes y, b) operadora turística. Las empresas elegidas son representativas de su tipo de prestador de servicios turísticos y participan en la promoción del turismo en la zona; participaron en total 2 actores en donde uno de ellos es agencia de viajes, y otro es operador turístico. Cabe mencionar que además se incluyeron a las autoridades municipales en materia de turismo de San Luis Potosí, así como la autoridad estatal en el mismo ámbito, para tener la perspectiva gubernamental en materia turística en la zona analizada y fortalecer el marco de referencia.

Para la selección de productores de mezcal y prestadores de servicios turísticos, los elementos de la población se seleccionaron con base en el juicio del investigador, se eligieron los elementos que corresponden a las variables de estudio y que contienen las características de la unidad de análisis.

En el caso de los usuarios de servicios turísticos, con el propósito de incluir las características poblacionales de los elementos de estudio, se eligieron personas bajo los criterios siguientes: a) ser mayores de edad; b) mostrar interés por el turismo de rutas de bebidas; c) que visiten la ruta de mezcal.

Para el caso de los usuarios de servicios turísticos de la ruta de mezcal, se aplicó la encuesta (anexo 3) a un total de 60 turistas. Diez fueron respondidas directamente en el lugar de visita, tanto en Ahualulco como en Charcas; 10 fueron contestadas a través de la aplicación que

hizo la agencia de viajes, durante dos recorridos a la ruta; 10 fueron atendidas mediante la intervención de Turismo municipal en dos fechas de visita a la ruta; 30 fueron obtenidas a través de redes sociales y respondidas por turistas que ya conocían la ruta previamente.

Para el caso de la población de las localidades de Ipiña en Ahualulco y Laguna Seca en Charcas, se aplicó la encuesta (anexo 4) a un total de 40 habitantes. Para tal efecto, la totalidad de encuestas se aplicó en las localidades de referencia: 20 en Ipiña y 20 en Laguna Seca.

Por lo tanto, se tiene lo siguiente:

Criterios de exclusión.

Para el grupo de productores de mezcal quedaron excluidos del estudio todas las empresas productoras de mezcal que no se encuentran en los municipios de Ahualulco y Charcas; así como todas aquellas que independientemente de su ubicación, no producen mezcal de manera constante y/o que no reciben turistas.

Para el grupo de prestadores de servicios turísticos quedaron excluidas del estudio todas las empresas que no prestan servicios para la ruta del mezcal en el Altiplano potosino.

Para el grupo de usuarios de servicios turísticos en el Altiplano potosino, quedaron excluidas del estudio las personas que no tienen interés por el mezcal, que no son mayores de edad y que no se interesan por las actividades de la ruta de mezcal en Ahualulco y Charcas.

Para el grupo de población local, quedaron excluidas del estudio las personas que no habitan en las localidades de Ipiña, en Ahualulco y Laguna Seca, en Charcas, y aquellas que habitando en estos sitios no guardan ninguna relación con la ruta turística del mezcal.

También se entrevistó a expertos en temas de sustentabilidad, gestión turística y temas culturales y ambientales relacionados con la ruta del mezcal. Ellos trabajan en Instituciones relacionadas con la ruta del mezcal como son: la Secretaría de Turismo de Gobierno del Estado (Encargada del Departamento de Desarrollo de Producto Turístico), Dirección de Patrimonio Cultural de Gobierno del Estado (Directora), Secretaría de Cultura de Gobierno del Estado (ex Director de Patrimonio Cultural y uno de los responsables del diseño de la

ruta de mezcal en el Altiplano potosino), Instituto de Investigación de Zonas Desérticas de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (Director y un profesor investigador).

Todos ellos aportaron sus conocimientos de la ruta del mezcal derivados de su experiencia profesional y/o como parte de sus funciones laborales; los cuales aportan elementos de interés para el análisis del estudio de campo y complementan con ello las propuestas de la presente tesis.

A continuación, se exponen uno a uno los elementos que conforman el diseño de la investigación.

Diseño de la investigación.

En la estructura del proyecto se detallan los procedimientos necesarios para obtener la información que se requiere para resolverlo.

La presente investigación es de tipo transversal, en la que se ha empleado el método mixto, esto implica el uso conjunto de enfoques cuantitativo y cualitativo, pues éstos nos permiten, de manera conjunta, analizar integralmente el objeto de estudio de la investigación, constituido por la gestión turística sustentable de la ruta del mezcal en el Altiplano potosino.

Para tal efecto, se diseñaron cuestionarios como instrumento de recolección de datos, así como los procedimientos adecuados que hicieran posible alcanzar los objetivos de la presente investigación. Los instrumentos y procedimientos que se han utilizado son descritos a continuación.

Instrumentos y procedimientos de investigación.

Para la presente investigación se diseñaron cuestionarios que fueron utilizados con dos técnicas: la de entrevista, para los productores de mezcal (anexo 1) y para los prestadores de servicios turísticos (anexo 2). El primero consta de 38 preguntas cerradas, y el segundo de 22 preguntas del mismo tipo; y la de encuesta, para usuarios de servicios turísticos (anexo 3) y para población local en Ahualulco y Charcas (anexo 4), contando con 15 preguntas cada uno de ellos.

Los procedimientos de investigación empleados en el estudio son descritos a continuación.

Cuestionarios.

Una vez analizados los antecedentes del problema y el contexto de la investigación, se definió el problema de investigación y los objetivos de la misma. Posteriormente se determinaron los aspectos que son importantes en la gestión turística de la ruta del mezcal en cuanto a sustentabilidad y se decidió el método de recolección de datos por medio de cuestionarios diseñados *ex profeso* para esta investigación, los cuales se dirigen a:

- a) Productores de mezcal.
- b) Prestadores de servicios turísticos.
- c) Usuarios de servicios turísticos.
- d) Población local relacionada con la ruta del mezcal.

Los cuestionarios fueron de gran utilidad, debido a que los participantes que los respondieron se encuentran dispersos. Como se trata de una técnica útil y eficaz para recoger información en un tiempo relativamente breve, pudo ser aplicada en sectores amplios de la población de manera muy económica. Algunos de los cuestionarios se aplicaron de manera presencial y otros a través de redes sociales con el propósito de ampliar el alcance para usuarios de los servicios turísticos de la ruta del mezcal, así como para la población local relacionada con la ruta del mezcal en el Altiplano potosino.

Los municipios productores de mezcal: Ahualulco y Charcas, fueron incluidos en la investigación con una empresa representativa de cada uno, a las cuales se les aplicó el cuestionario diseñado por la autora para productores de mezcal.

En lo referente a prestadores de servicios turísticos, se aplicó un cuestionario diseñado *ex profeso*, a una empresa representativa de cada uno de los tipos de prestadores de servicios turísticos: a) agencia de viajes y b) operador turístico. Cada una de las empresas elegidas tiene presencia en el Altiplano potosino. Es importante enfatizar que para la propuesta planteada en la investigación es necesaria la representatividad de cada uno de los tipos de prestadores de servicios turísticos.

Finalmente, en el caso de los usuarios de servicios turísticos en la ruta del mezcal en el Altiplano potosino, éstos se encuentran dispersos a lo largo del territorio nacional, pero, para fines de la investigación, se decidió aplicar el cuestionario electrónico a aquellos que, además de cumplir con los criterios de mayoría de edad; y ser usuarios de servicios turísticos, cumplieran con el requisito de haber visitado la ruta del mezcal. El cuestionario fue aplicado en las dos empresas representativas de Ahualulco y Charcas, respectivamente, así como en medios digitales.

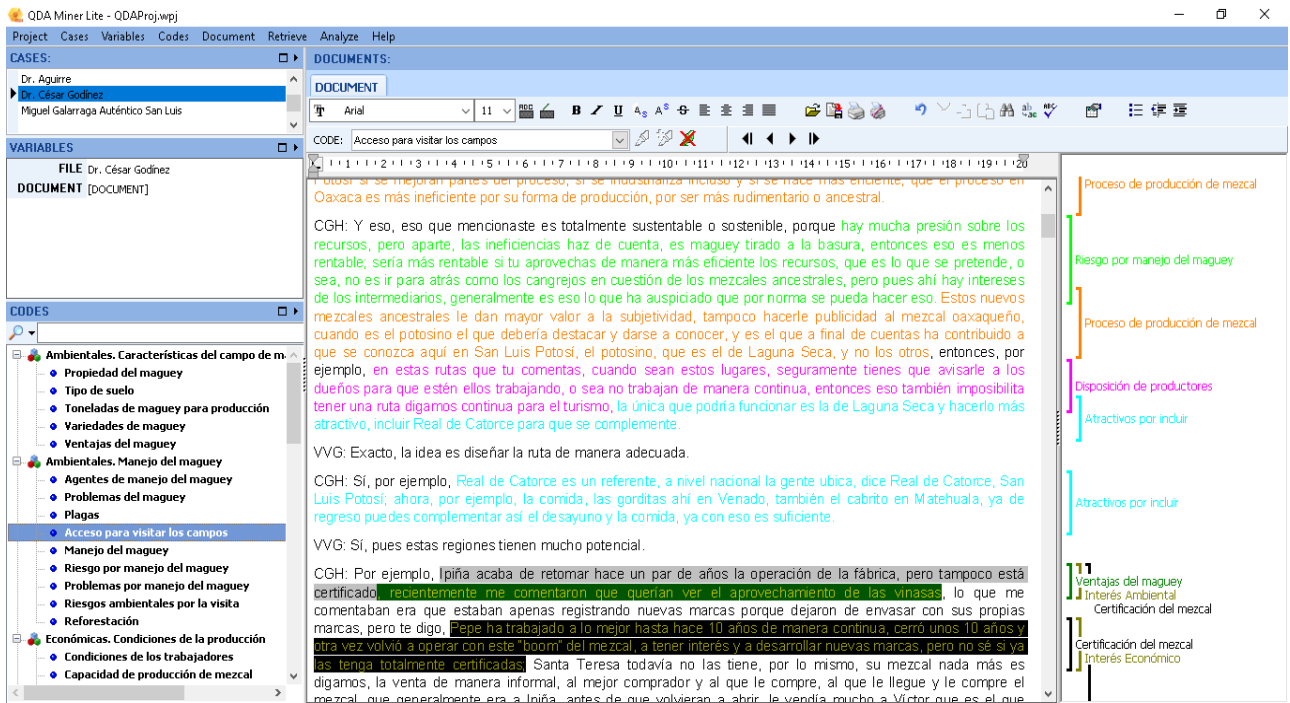
Cada uno de los cuestionarios se estructuró con preguntas ordenadas de acuerdo con las variables o elementos de estudio, por medio de diversas escalas de medición, como las de carácter nominal, intervalos y ordinal.

Es importante señalar que se aplicaron los cuestionarios a una prueba piloto.

Codificación de cuestionarios.

La codificación, graficado y análisis de los datos se realizó mediante el software QDA Miner Lite, el cual es un programa de análisis de datos cualitativos. Como puede apreciarse en la figura 10, del lado izquierdo se encuentran las categorías y subcategorías que se diseñaron y permite ir identificándolas en el texto con códigos de colores para facilitar el análisis.

Figura 10. Codificación mediante QDA Miner Lite.



Fuente: Elaboración propia con el software QDA Miner Lite.

Dentro de las escalas utilizadas, se pueden mencionar algunos ejemplos empleados en los cuestionarios de la presente investigación: a) como escala nominal se tienen: sexo, estado civil, nivel de estudios, tipos de mezcal, entre otros; b) en escalas de intervalos se tiene la edad de los usuarios de los servicios turísticos de la ruta del mezcal, entre otros. También se utilizaron escalas como la de medición de Rensis Likert, es decir, escala de Likert, la cual utiliza cinco categorías de respuesta como: muy atractiva, algo atractiva, indiferente, poco atractiva y nada atractiva; muy importante, algo importante, indiferente, poco importante y nada importante, entre otras.

Se aplicaron los cuestionarios específicamente a sujetos que participan en áreas de interés para la investigación, dentro de las empresas productoras de mezcal, y empresas prestadoras de servicios turísticos de la ruta del mezcal que, disponen de información valiosa para contestar las preguntas contenidas en los instrumentos.

Por ejemplo, para responder los cuestionarios dirigidos a las empresas productoras de mezcal, se entrevistó a personas que ejercen las funciones de propietario, gerente o director, maestro mezcalero y/o persona encargada de producción, así como algún encargado de recibir a turistas en la fábrica de mezcal. Para los cuestionarios aplicados a los prestadores de servicios turísticos, se entrevistó a los encargados de la ruta turística en el Altiplano potosino, tanto de agencias de viajes como de operadoras turísticas.

Para los cuestionarios dirigidos a usuarios turísticos de la ruta, éstos se aplicaron a aquellas personas que cumplieran con los criterios de inclusión determinados en la presente investigación y que fueron invitados a hacerlo en persona o por medios digitales.

Entrevistas.

Se llevaron a cabo las entrevistas realizadas a productores de mezcal y prestadores de servicios turísticos en el Altiplano potosino.

La herramienta de entrevista cualitativa permitió un acercamiento con los participantes para interactuar y recabar datos que hicieron posible conocer los elementos de la gestión turística sustentable a ser utilizada en la ruta del mezcal en el Altiplano potosino.

Los datos obtenidos con las entrevistas fueron comparados y se generó una propuesta de gestión turística sustentable para la ruta del mezcal en el Altiplano potosino.

Cabe mencionar que la entrevista cualitativa permite la obtención de información muy valiosa, mediante la interacción con el entrevistado, a diferencia de otras técnicas como el cuestionario a distancia, video o audio grabación, que impedían la percepción sensorial que se logró con la técnica elegida.

Las entrevistas cualitativas realizadas a productores de mezcal y prestadores de servicios turísticos fueron semiestructuradas, contando con cuestionarios diseñados *ex profeso* para ambos casos respectivamente; lo cual permitió obtener respuestas comparables entre los participantes seleccionados para el estudio. El cuestionario aplicado en las entrevistas a productores de mezcal constó de 38 preguntas cerradas (anexo 1), mientras que el que fue aplicado en las entrevistas a prestadores de servicios turísticos constó de 22 preguntas

cerradas (anexo 2). Esta situación no impidió recuperar, mediante la transcripción de las audio grabaciones de las entrevistas, algunas aportaciones valiosas que los participantes hicieron al margen de los cuestionarios aplicados y las cuales fueron de gran utilidad en el análisis cualitativo de la presente investigación. De esta manera, al recibir información personalizada por parte de los participantes, desde su contexto, en su individualidad, su originalidad y entorno propios, fue posible enriquecer la información en el proceso de interacción verbal entre el entrevistado y el entrevistador, adicional a la que se obtuvo mediante los datos recabados con respuestas cerradas en los cuestionarios aplicados.

Los cuestionarios y los guiones de las entrevistas fueron diseñados para esta investigación, considerando que la entrevista cualitativa favorece la obtención de datos relevantes y hace viable para el investigador el contar con puertas abiertas para continuar en contacto con las personas participantes que brindan retroalimentación posterior al análisis de los datos obtenidos en la investigación, con el fin de aportar elementos que permitan generar una propuesta de gestión turística sustentable para la ruta del mezcal. El desarrollo de investigaciones posteriores facilitaría la implementación de esta propuesta.

Con los productores de mezcal se llevó a cabo una serie de entrevistas semiestructuradas a partir de un cuestionario elaborado *ex profeso* para la investigación, las cuales fueron audio grabadas. Los productores de mezcal de Ahualulco y Charcas fueron entrevistados, se visitaron las empresas ubicadas en Ahualulco y Charcas. La información recolectada de las entrevistas fue codificada conforme a las dimensiones del modelo teórico y procesada por medio de QDA Miner Lite, lo que dio como resultado la base de datos que contiene los elementos de estudio. En algunas de las preguntas planteadas en la entrevista se profundizó en la información, por lo que dichos contenidos se recuperaron en documentos de texto que fueron analizados siguiendo un corte cualitativo. Dicha información fue obtenida directamente de las entrevistas a los productores de mezcal, durante la visita a las fábricas de mezcal para verificar cómo llevan a cabo la práctica turística.

Con los prestadores de servicios turísticos, se llevó a cabo una serie de entrevistas estructuradas a partir de un cuestionario elaborado *ex profeso* para la investigación, las cuales

fueron audio grabadas y transcritas posteriormente. La información recolectada de las entrevistas fue codificada conforme a las dimensiones del modelo teórico y procesada con QDA Miner Lite, dando como resultado la base de datos que contiene los elementos de estudio.

Encuestas.

En cuanto a las encuestas que fueron aplicadas a usuarios de servicios turísticos, éstas se efectuaron de manera física y/o digital para ser contestada por los participantes seleccionados en la muestra. Los criterios de inclusión a los usuarios de servicios turísticos en el Altiplano potosino estuvieron dados por: a) ser mayores de edad, b) mostrar interés por el turismo de rutas de bebidas y, c) que visiten la ruta del mezcal. La invitación a los usuarios de servicios turísticos para participar en la encuesta se hizo en persona y por medios digitales.

Las encuestas fueron elaboradas a partir de cuestionarios realizados *ex profeso* para la investigación. La información recolectada de las encuestas fue procesada por medio de Google docs., lo que dio como resultado la base de datos que contiene los elementos de estudio.

Realizar la investigación de la gestión turística sustentable en la ruta del mezcal en el Altiplano potosino permitió que fueran tomados en cuenta aspectos como el hecho de realizar la encuesta entre los participantes, lo cual obligó a trasladarse a los lugares de producción de mezcal y prestación de servicios turísticos de la ruta del mezcal para realizar las entrevistas y, posteriormente, aplicar los cuestionarios correspondientes.

Las entrevistas realizadas a los productores de mezcal en Ahualulco y Charcas se llevaron a cabo en las fábricas de mezcal, por medio de entrevistas semiestructuradas realizadas en sus lugares de producción.

Por otra parte, para las entrevistas realizadas a prestadores de servicios turísticos en el Altiplano potosino: se eligió una empresa por cada tipo de prestador de servicios turísticos, quedando representados los siguientes tipos: a) agencias de viajes y, b) operadora turística.

La utilización de la técnica de encuesta permitió obtener una descripción cuantitativa o numérica del comportamiento observado en la población, en el objeto de estudio de la investigación.

Algunas ventajas que se obtuvieron con el método de encuesta fueron el bajo costo y la rapidez para obtener la información empírica, así como la posibilidad de identificar el comportamiento de un fenómeno o proceso en una población, a partir de un reducido número de personas.

Limitaciones del investigador dentro de la investigación.

Es importante diferenciar las limitaciones del investigador de las limitaciones metodológicas; siendo las primeras aquellas restricciones u obstáculos encontrados en el proceso de investigación como tiempo, espacio geográfico y recursos financieros; por otra parte, las limitantes metodológicas, según Avello (2017), pueden referirse a aspectos como el tamaño de la muestra, la subjetividad de las respuestas de los entrevistados, la falta de datos disponibles y/o confiables, la medida utilizada para la recolección de datos, entre otras.

La presente investigación se enfrentó a la limitación temporal, ya que se realizó en el período enero a octubre de 2019, dificultando con ello poder recolectar información del objeto de estudio por un tiempo mayor, lo cual hubiera podido permitir un análisis más extenso. Sin embargo, al tratarse de una tesis de grado, la investigación siempre se debe acotar a los tiempos estimados en el programa.

Otra limitación que estuvo presente fue la necesidad de acotar el objeto de estudio únicamente a los municipios de Ahualulco y Charcas en San Luis Potosí, toda vez que en ambos casos estuvieron presentes las empresas productoras de mezcal que cumplen con los criterios de inclusión diseñados en la presente investigación y que, el resto de los municipios quedarán excluidos, justamente por no cumplir con estos criterios. A pesar de ello, la metodología aquí planteada explica de manera detallada cómo se ha logrado la representatividad de la ruta del mezcal en su conjunto.

Respecto a los recursos financieros utilizados para la realización de esta investigación, se tuvo la limitante de no contar con algún apoyo económico específico para la realización del estudio de campo, lo cual implicó destinar recursos propios de la investigadora para financiar sus visitas de campo y poder realizar el levantamiento de datos para su posterior análisis. De la misma manera, solamente se pudo acceder a la versión gratuita del software de análisis de datos cualitativos “QDA Miner Lite”, dado que la licencia extendida tiene un costo muy elevado, así como otros paquetes de análisis de datos disponibles en el mercado. Esta situación presenta la limitante de no poder realizar análisis más profundos de la información; sin embargo, en la metodología de la investigación se han establecido parámetros que aseguren la fiabilidad y confianza del análisis realizado, para fines académicos.

Limitaciones metodológicas.

Respecto a las limitaciones metodológicas, se tuvieron las siguientes:

- a) Para los diferentes grupos sujetos de estudio en la presente investigación, se tuvieron algunas limitantes. Por ejemplo, existe un reducido número de empresas productoras de mezcal y no todas cumplen con los criterios de inclusión requeridos en esta investigación, razón por la cual, sólo se seleccionó una empresa que sí cumpliera con los criterios definidos en cada uno de los dos municipios; por otra parte, las empresas prestadoras de servicios turísticos en la ruta del mezcal también se reducen a un número pequeño; en cuanto a los usuarios de servicios turísticos en la ruta del mezcal se tiene gran variación en el número de visitantes por cada fecha organizada por las empresas de servicios turísticos; finalmente, la población local que está relacionada con la ruta del mezcal no es muy grande y por tal razón se incluyeron a aquellas personas que pudieran aportar valor al análisis del objeto de estudio.
- b) También se presentó la limitante de que algunos actores que participan en la ruta del mezcal tuvieron ciertas reticencias para suministrar información en un inicio; situación que se resolvió conversando con ellos para sensibilizarlos sobre la relevancia de su participación en la investigación. Un ejemplo de esta situación fue la dificultad para gestionar con las empresas participantes en la ruta del mezcal, para obtener su autorización para poder hacer

la visita y por ende las entrevistas. Otra situación muy particular, es que se tuvo dificultad con autoridades de Turismo Municipal en la solicitud de apoyo que se les planteó para la presente investigación.

3.2. Categorización para el análisis de aspectos relevantes de las rutas turísticas.

Para el análisis de la información obtenida mediante la investigación de campo, se definieron las siguientes categorías: ambientales, económicas, socioculturales, de comunicación y difusión, normatividad, perfil del turista, interés por la preservación de la cadena maguey-mezcal, así como beneficios y, desventajas de la ruta. Estas categorías comprendieron a su vez, subcategorías (cuadro 8).

A continuación, se describen una a una las categorías y subcategorías bajo las cuales se analizó la información obtenida en las entrevistas con los actores a través del software QDA Miner Lite.

Cuadro 8. Categorías de análisis.

Categorías de análisis de elementos que aporten sustentabilidad a la gestión turística de la ruta del mezcal.								
Ambientales	Económicas	Socioculturales	De comunicación y difusión	Normatividad	Perfil del turista	Interés por preservación de la cadena maquey-mezcal.	Beneficios de la ruta.	Desventajas de la ruta.
Tipo de suelo.	Condiciones pasadas y presentes de la producción de mezcal.	Proceso de producción de mezcal.	Promoción y comunicación para la ruta.	Certificación del mezcal.	Perfil ambiental.	Interés ambiental.	Beneficios ambientales.	Problemas ambientales.
Ventajas del maquey.	Vocación de la población.	Tipos de mezcal que se producen.	Tipo de prestadores de servicios turísticos en la ruta.	Denominación de origen mezcal.	Perfil económico.	Interés económico.	Beneficios económicos.	Problemas económicos.
Propiedad del maquey.	Condiciones de los trabajadores.	Actividades en la ruta.	Principales promotores.	Norma oficial mexicana.	Perfil sociocultural.	Interés sociocultural.	Beneficios socioculturales.	Problemas socioculturales.
Toneladas de maquey para producción.	Capacidad de producción de mezcal.	Capacitación del guía turístico o del responsable de la visita.	Afluencia y frecuencia de la visita.				Beneficios de comunicación y difusión.	Problemas de comunicación y difusión.
Plagas.	Disposición de productores.	Interés por convivir con turistas.	Fama de la ruta.					
Agentes de manejo del maquey.	Antigüedad de producción.		Nivel de atracción.					
Problemas del maquey.	Tipos y valoración de apoyos.		Atractivos por incluir.					
Manejo del maquey.	Valoración de alojamiento.		Actores para el establecimiento de la ruta.					
Acceso para visitar los campos.	Valoración de oferta gastronómica.		Factores para el establecimiento de la ruta.					
Reforestación.	Infraestructura para turistas.							
Riesgo por manejo de maquey.								
Riesgos ambientales por la visita.								

Fuente: Elaboración propia.

Categoría. Ambientales.

Tipo de suelo.

El tipo de suelo donde obtiene el maguey (*agave salmiana Otto ex Salm-Dyck ssp. Crassispina (Trel.) Gentry*) es de origen ígneo.

Ventajas del maguey.

El maguey tiene la gran ventaja de administrar por si solo la acumulación de agua que recibe de la lluvia ya sea escasa o abundante, de modo que logra generar bajo estrés, la astringencia que será valorada como una característica deseable en el mezcal.

La reforestación del maguey favorece el abastecimiento de materia prima a los fabricantes de mezcal y, la única regulación que actualmente existe al respecto, por parte de SEMARNAT, evita que exista una gran presión sobre el maguey.

En opinión de un experto del Instituto de Zonas Desérticas de la UASLP, la cantidad de maguey que existe en San Luis Potosí es lo suficientemente grande como para que la compra de maguey que hacen productores de Guadalajara a ejidatarios potosinos resultara ser un problema. También plantea que los productores de mezcal en San Luis Potosí que realizan reposición de magueyes lo hacen para asegurar la materia prima para sus procesos de producción y no por un tema de protección ambiental.

Propiedad del maguey.

En el caso de Laguna Seca, así como en Ipiña, las fábricas obtienen la materia prima de ejidos aledaños, y este se obtiene de manera silvestre, no por cultivo. Cabe mencionar, que los terrenos donde se obtiene el maguey son de propiedad ejidal en ambos casos, motivo por el cual, los productores de mezcal compran a los ejidatarios la materia prima que requieren para sus procesos productivos.

Toneladas de maguey para producción.

En el caso de Laguna Seca, utilizan alrededor de 200 toneladas de maguey por mes para su proceso productivo. Resulta muy complicado obtener esa cantidad de materia prima, debido a las condiciones en las que se encuentra ese maguey silvestre, donde en ocasiones hay que

subir al cerro a cortarlo, en otras, se dañan los camiones que los transportan debido a que corren ríos o arroyos que hay que atravesar para recolectar las piñas de maguey y otros problemas de ese tipo que hacen difícil la obtención de la materia prima. Además, es muy importante que antes de cortar piñas de maguey para la producción de mezcal, se realicen estudios adecuados para garantizar la reforestación y así evitar desequilibrar el ecosistema a consecuencia de la tumba de maguey.

Plagas.

Algunas plagas del maguey mezcalero como son: escamoles, gusano blanco y gusano rojo presentan una ventaja económica para quienes los recolecten y destinen para fines comerciales ya que son muy apreciados para la gastronomía mexicana exótica. Donde obtienen mejores oportunidades comerciales es en la Ciudad de México donde se presenta mayor demanda de estos productos y de ahí también son distribuidos para otros mercados donde no existen estas plagas.

Las plagas son benéficas en los agaves pues ayudan a identificar que esa planta ya es vieja o madura y que está lista para la elaboración del mezcal, a diferencia de las plantas que aún están verdes o inmaduras. Las plagas en el maguey son controladas por la misma naturaleza.

Para la venta de escamoles, la Secretaría de Turismo de Gobierno del Estado refiere que la Secretaría de Desarrollo Agropecuario y Recursos Hidráulicos ha intervenido favorablemente para que los ejidatarios que recolectan esta plaga en el maguey reciban un precio justo por parte de los compradores que, a su vez son intermediarios con el mercado final. De esta manera, se obtiene un beneficio más adecuado para la localidad.

Agentes de manejo del maguey.

En Charcas y Ahualulco hacen todo el trabajo para la elaboración de mezcal. Hacen la castración, recolecta y traslado del maguey hacia la fábrica para elaborar el mezcal. Algunas personas trabajan por jornal, otros por tarea y otros por horario. La mayoría lo hace por tarea (a destajo) y, en actividades como la de la caldera, se trabaja por horario.

Uno de los expertos del Instituto de Investigación de Zonas Desérticas de la UASLP señala que en Ipiña hacen reposición de maguey; por el contrario, afirma que en Laguna Seca van comprando con ejidatario tras ejidatario tan pronto vayan viendo maguey maduro que les sirva como materia prima y no realizan replantación de maguey.

Problemas del maguey.

Para la producción, el hecho de que el maguey acumule más agua en tiempos de lluvia abundante, resulta ser un problema, ya que el maguey contiene en ese momento más agua que azúcar y eso, afecta la calidad que se pueda lograr en el mezcal. En épocas de lluvia abundante, se logra muy baja producción de mezcal, pues se genera mucha merma por la baja concentración de azúcares.

Otro experto de la UASLP comparte que, en Mexquitic, donde se produce mezcal ancestral, algunos de los ejidatarios tienden a subir de manera frecuente el precio del maguey para obtener mayor ingreso, debido a que saben que los productores están vendiendo el mezcal a precios muy elevados y, por lo mismo quieren incrementar sus ingresos y se convierte en un problema cíclico.

Manejo del maguey.

Pueden pasar hasta 14 años desde el nacimiento del maguey hasta ser aprovechado para la elaboración de mezcal. La edad de maduración del maguey es aproximadamente a los 12 años, se castra para evitar que quicote y, al año se lleva a la fábrica para someterse al proceso de elaboración de mezcal.

En opinión del experto del Instituto de Investigación en Zonas Desérticas, hay falta de interés por el buen manejo del maguey, ya que buscan hacer el mínimo esfuerzo.

Acceso para visitar los campos.

En Charcas e Ipiña los campos de maguey están retirados de la fábrica de elaboración de mezcal. Si los visitantes programaron con tiempo su estancia en la fábrica, es posible llevarlos a conocer dichos campos, de lo contrario, si se cuenta con poco tiempo, el encargado

de la fábrica les muestra a los visitantes algunos magueyes con los que cuenta dentro de la misma. (figura 11).

Figura 11. Campos de maguey en Laguna Seca, Charcas.



Fuente: Trabajo de campo, 2019.

Reforestación.

Año con año se reforestan los ejidos con nuevas plantas de maguey y se cuenta con programas de apoyo para llevarla a cabo. La reforestación de maguey se acompaña regularmente de la del mezquite y lechuguilla.

En Charcas, la negociación de los productores con los ejidatarios ha cambiado, ya que antes no había regulación sobre la reposición del maguey y, había desconocimiento sobre el manejo del mismo por parte de los ejidatarios. Hoy en día existe regulación básica que busca que no se sobreexplota este recurso.

Riesgo por manejo de maguey.

Hoy en día la erosión del suelo no es un problema ni en Charcas ni en Ahualulco; incluso, el maguey evita que haya erosión.

En Ahualulco se tiene el problema de que compradores provenientes de Guadalajara están extrayendo maguey sin respetar la madurez del mismo. Si se corta antes de la madurez, el maguey no identifica que tiene que reproducirse. Por otra parte, si se impide la quietación en

todos los magueyes, se presenta un riesgo para el murciélago que es quien realiza la tarea de polinizar al maguey, pues ese se alimenta entre otras cosas, del dátíl del maguey.

En el ejido Ipiña, en Ahualulco, el productor señala que ejidatario es muy consciente sobre la preservación del maguey, sin embargo, en ejidos aledaños, no se llevan a cabo planes de manejo del maguey, generando el riesgo de que se agote el maguey a causa de una mala práctica de abastecimiento de maguey a compradores externos, evitando la reposición de plantas. Una de las razones de que algunos ejidatarios incurran en esas malas prácticas es que se dejan engañar por esas personas de Guadalajara, quienes les hacen saber que no reponen plantas pero que les pagarán más caro por la compra del maguey y en realidad el precio que pagan no es alto y, a cambio, están arriesgando la preservación del maguey.

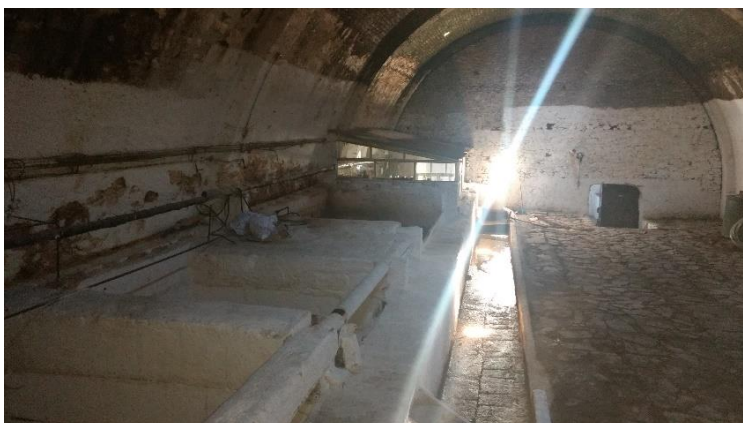
Riesgos ambientales por la visita.

Los grupos grandes de visitantes de Laguna Seca suelen tirar basura, debido a la falta de cultura de las personas y a que no hay infraestructura para la recolección de basura.

En Ahualulco no enfrentan el problema de que los turistas tiren basura y generen contaminación y los riesgos para contaminación de suelo, contaminación de aire y, erosión de suelo son muy bajos.

En la fábrica Ipiña, solicitan a los visitantes que respeten el matorral desértico rosetófilo donde se aprovecha el maguey y por lo general, las personas responden adecuadamente evitando generar contaminación o algún daño a los campos de maguey. De la misma manera, en la visita a la fábrica, como existe una persona que guía a los turistas durante el proceso de elaboración del mezcal, se reducen de manera considerable los riesgos de contaminación al proceso y producto. Sin embargo, advierten que en las empresas que no cuiden ese aspecto, sus productos se vuelven vulnerables a ser contaminados o alterados en sus características a consecuencia de que los visitantes interfieran durante su elaboración, por ejemplo, en las piletas de fermentación es donde está más expuesto el producto. (figura 12).

Figura 12. Piletas de fermentación Laguna Seca, Charcas.



Fuente: Trabajo de campo, 2019.

Uno de los prestadores de servicios turísticos en el Altiplano potosino menciona que los principales riesgos ambientales que ha observado a consecuencia de la visita a los lugares de producción de mezcal tienen que ver con la susceptibilidad a la extracción de plantas endémicas y que dicha práctica tenga un impacto ambiental en la zona. A diferencia de esas prácticas, cuando la visita ocurre por grupos organizados por turoperadoras o por agencias de viaje, se reducen esos riesgos ambientales al mínimo, debido a que, por norma, estos prestadores de servicios turísticos están obligados a solicitar a los turistas que respeten los lugares a ser visitados, evitando generar cualquier tipo de contaminación o daño ambiental en la visita.

Otro prestador de servicios turísticos en la zona asegura que la visita no genera problemas ambientales representativos, sin embargo, considera que algunas de las fábricas de mezcal descuidan un poco el tema de los desechos orgánicos pues se pueden considerar como parte de contaminación visual y desalentar las visitas al lugar. También asegura que para garantizar que los turistas no generen contaminación durante la visita, cuentan con una certificación NDR (No deje rastro) con el cual se concentran en que se lleven prácticas sostenibles en los recorridos turísticos.

Categoría: Económico.

Condiciones pasadas y presentes de la producción de mezcal.

El director del Instituto de Investigación de Zonas Desérticas comenta que, en la época prehispánica, el mezcal era una bebida fermentada y, fue hasta la época colonial que se transformó en un destilado ya que los métodos de destilación fueron traídos de España a México en la Conquista.

Es en esta época cuando la producción de mezcal se convierte en uno de los principales giros mercantiles de las haciendas. Los hacendados tenían una mentalidad industrial, comercial y empresarial.

Hace más de 100 años, eran 36 mezcateras que producían 4 veces lo que se produce actualmente, producían grandes volúmenes, sin que esto significara que se agotaría el maguey silvestre, porque había un buen manejo de éste y esto aseguraba la materia prima de manera permanente.

Desde la revolución, en 1910 y hasta la época cardenista, el reparto de tierras ocasionó cambios en la producción de mezcal, ya que se rompió con la figura de las haciendas, desintegrando los sistemas de producción, entre ellos, la del mezcal.

Unos 50 años después del colapso de las haciendas, y hasta los 90s, la competencia de brandys, cerveza y el auge televisivo y comercial provocó una fuerte caída en la demanda del mezcal, quedando circunscrito exclusivamente como una bebida de consumo local en el medio rural. De ahí se desprendió que algunas personas se empezaron a dedicar a vender el mezcal de manera clandestina e incluso adulterada, afectando así de manera severa la calidad del mezcal o al menos la percepción de la misma. Se crearon mitos alrededor de esta bebida por la inadecuada destilación, sin embargo, se asegura que nunca fue tan rudimentaria como en la hoy famosa producción ancestral.

Fue hasta los 90 que algunos nuevos empresarios compraron las fábricas viejas y las echaron a andar en las condiciones en que se encontraban para la producción de mezcal.

Conforme a la opinión de uno de los expertos, es muy complicado determinar el inicio de la producción de mezcal en el Altiplano potosino. Se tienen registros disponibles que son los libros de las haciendas donde se elaboraba.

El mezcal siempre estuvo asociado a la actividad económica del lugar y en el caso del Altiplano es la minería. Donde hay actividad minera se relaciona con el consumo de destilados como son los casos de Jalisco, Zacatecas, Durango, San Luis Potosí y Guanajuato.

El mejor momento del mezcal ocurrió en la época del Porfiriato, según refiere la funcionaria de la Secretaría de Turismo Estatal, cuando las Haciendas contaban con la mano de obra de los peones que también realizaban otras tareas y, además contaban con la materia prima silvestre, razones por las cuales aprovechaban para generar esos ingresos adicionales por la elaboración y venta de mezcal.

Por otra parte, es importante destacar que hubo un tiempo en que estuvo prohibida la producción de mezcal en San Luis Potosí, porque lo consideraban ilegal. Además, la reforma agraria acaba con las haciendas ya que se quedaron sin materia prima y por esa razón, algunos hacendados desmontaron fábricas y se fueron.

Ahora bien, algunas familias lograron conservar la tradición de la elaboración de mezcal, ya que, aunque los jóvenes emigraban, los padres y abuelos se quedaban trabajando.

Después del boom del tequila vino el boom de mezcal y fue entonces que se retomó la producción de mezcal en San Luis Potosí, pero de una forma meramente comercial, sin constituir como tal un valor cultural de la región; a diferencia de los inicios de la producción de mezcal cuando el producto era valorado por la comunidad donde se elaboraba y lo utilizaban en su consumo personal. Ahora eso no es tan común y le dan mayor valor comercial que cultural.

Los procesos de industrialización del mezcal están tomando fuerza y el mezcal se ha colocado como una bebida de moda. Esta situación ha favorecido a algunas fábricas para retomar sus procesos productivos y comercializar el producto.

Ahora, para el turismo, los fabricantes de mezcal deberían explicarles los procesos de elaboración de mezcal que se llevaban a cabo de manera tradicional en tiempos de las haciendas y, hacer ver que, hoy en día los procesos son semi- industriales en algunos casos, debido a la demanda de producto en el mercado, a la obtención de mejores tecnologías y equipos para los procesos productivos (figura 13), entre otros factores. Si bien aún existen algunos productores que elaboran el mezcal de manera 100% artesanal y, de esa manera es apreciado el producto en el mercado; no todos los productores mantienen esos usos y costumbres, pues el contexto ha cambiado, ya no estamos en el siglo XIX.

Figura 13. Tahona mecánica en Ipiña, Aqualulco.



Fuente: Trabajo de campo, 2019.

Vocación de la población.

Por más de 50 años, la producción de mezcal estuvo cerrada. Cuando se volvieron a abrir las fábricas, en los 90s, las empresas mezcaleras procuraron contratar a familiares de los trabajadores que habían colaborado con ellos antes del cierre, con el propósito de recuperar el conocimiento de ellos sobre la elaboración del mezcal. De modo que, algunos hijos, sobrinos y nietos de aquellos trabajadores, pudieran ahora trabajar y evitar que se olvidaran esos secretos en el proceso de producción. En Laguna Seca e Ipiña implementaron esa estrategia. Por otro lado, cuando ocurría en las fábricas mezcaleras que, suspendieran temporalmente la producción por algún problema o contingencia, los trabajadores se

empleaban temporalmente en otras labores como la pisca de jitomate y otros cultivos en la región y, posteriormente, regresaban a su trabajo en la mezcalera.

En Ipiña y Laguna Seca hay algunos ejidatarios que tienen tierras y las trabajan o cosechan los magueyes que en este caso se dan de manera silvestre. Otros pobladores tienen animales como borregos, chivas, vacas, gallinas y, en esos casos, emplean a personas para que alimenten a sus animales. Algunos otros combinan estas actividades con la producción de mezcal.

En Ipiña se mantuvo la vocación de la población por elaborar mezcal gracias a los trabajadores de edad avanzada; y ahora han impulsado a jóvenes a integrarse a la producción para dar continuidad ante la demanda del mercado.

Algunas mujeres en Ipiña se dedican a la elaboración de quesos y algunos hombres y mujeres participan en el cultivo de maíz y frijol básicamente para autoconsumo.

De manera generalizada, el Altiplano potosino sufre el tema de emigración de jóvenes, debido a escasez de fuentes de empleo.

Las gorditas de queso que son un atractivo en el Altiplano potosino, solo se ofrecen en el corredor Ahualulco-Moctezuma-Venado-Charcas, pero, según refieren tanto los productores, la población local y los expertos, esta situación no se ha sabido aprovechar de manera correcta en la ruta del mezcal.

Condiciones de los trabajadores.

En Laguna Seca trabajan 40 personas, y en el caso de Ahualulco entre 15 y 40 personas, dependiendo del volumen de producción que se requiera; en ambos casos aquellos que se dedican a la castración, tumba y traslado del maguey trabajan y cobran por día, mientras que los que participan en la elaboración del mezcal suelen trabajar a destajo.

En Ipiña, el propietario de la fábrica, se dio la oportunidad de aprender a hacer el mezcal como los trabajadores viejos estaban acostumbrados y eso les ha dado buen resultado.

Capacidad de producción de mezcal.

Laguna Seca produce regularmente 96,000 litros de mezcal al año. Ipiña produce 78,000 litros de mezcal al año, de manera regular, pero esta cantidad puede variar cuando llega a descomponerse algo en la fábrica o los vehículos para trasladar la materia prima.

Actualmente Ipiña tiene capacidad instalada para alcanzar hasta 100,000 litros de mezcal al año, sin embargo, no se lleva a cabo ese nivel de producción pues cada vez hay más competidores en el mercado y eso hace que la fábrica baje su nivel de producción pues no es conveniente tener tanto producto en almacén, y en cambio es más adecuado ir produciendo conforme a la cantidad que los clientes demanden.

Disposición de productores.

En un inicio, las fábricas de mezcal no permitían el acceso a sus instalaciones para poder conocer sus procesos de elaboración de mezcal. Ellos simplemente vendían su mezcal en un expendio. Se hizo labor de convencimiento por parte del ahora funcionario en el Instituto de Investigación de Zonas Desérticas y es como ahora, algunas de las fábricas aceptan que los visitantes entren porque entienden que, si los turistas conocen el proceso, pueden valorar más su producto y comprarlo e incluso hacer promoción del mismo con otras personas.

Laguna Seca estuvo cerrada por casi 12 años, sin embargo, los propietarios se volvieron a interesar y reactivaron la producción de mezcal.

En esta fábrica de mezcal existe gran disposición para recibir visitantes, permitiendo pasar a conocer el proceso de elaboración de mezcal. Esto sucede con intervención de operadoras turísticas, agencias de viajes o incluso, haciendo la visita de manera directa sin necesidad de programar con los dueños, y los horarios para recibir a los visitantes son extendidos.

La disponibilidad de fechas e incluso horarios para visitar las fábricas de mezcal es un aspecto importante para los turistas, especialmente para los espontáneos, ya que si lo hacen por medio de turoperadoras o agencias de viaje se organizan y programan las visitas y de esta manera asegurar que puedan observar la molienda de las piñas de maguey, ya que es una de las partes más importantes del proceso de elaboración de mezcal.

La fábrica Ipiña normalmente abre cuando los turistas requieren visitar para conocer el proceso de elaboración de mezcal, incluido el domingo siempre y cuando se programe con tiempo.

Uno de los expertos, considera que es muy importante que las fábricas de mezcal permitan el acceso a sus instalaciones para conocer sus procesos productivos, pues esto genera confianza en los visitantes y en los compradores de mezcal. De lo contrario, se puede suponer que los fabricantes tienen algo que esconder, como poder estar envasando producto de otro lugar o aplicando prácticas inadecuadas y que, por eso no permiten que el visitante observe. Por otra parte, también comenta que, desde su perspectiva, es muy costoso mantener las ex haciendas como sitios de producción y que, tal vez convendría más, abrir pequeñas fábricas de tipo industrial que se mantengan cerca del abastecimiento de materia prima.

Aun cuando algunas fábricas dan acceso a las mismas para que los visitantes conozcan sus procesos de elaboración de mezcal, no siempre se cuenta con que la visita pueda ser guiada por una persona que explique el proceso. En Ipiña suele ser el propietario el que explica el proceso y en Laguna Seca el encargado de la fábrica.

La certificación, por otro lado, es un aspecto importante para las fábricas de mezcal porque garantizan la calidad de su producto y las hace más competitivas y por lo mismo más rentables. También es un aspecto que determina si la fábrica de mezcal puede o no vender su producto en restaurantes y bares, ya que éstos exigen contar con el holograma para aceptar ser punto de venta. Laguna Seca e Ipiña cuentan con certificación de su producto, la primera desde hace 8 años y la última desde hace 2 años.

Algunos productores de mezcal realizan esfuerzos por rescatar el valor cultural del mismo.

Normalmente las actividades de producción de mezcal ocurren entre 5 y 11 a.m. por esta razón es difícil hacer coincidir que los visitantes puedan realmente observar el proceso de elaboración y, en algunos casos, cuando visitan las fábricas de mezcal, son recibidos con amabilidad y buen trato y se les explica el proceso productivo, pero no en curso, así que esto suele desmotivar a los turistas. Aquí hay una diferencia de enfoque, pues los productores están concentrados en la producción y los turoperadores, agencias de viajes o instituciones

promotoras de la ruta del mezcal están enfocados en la visita, pero no han podido conversar eficientemente para que los horarios puedan coincidir más fácilmente sin interferir en las actividades productivas de las fábricas.

Para efecto de la ruta turística, los visitantes tienen la expectativa de que la producción de mezcal ocurre en forma continua y no en todas las fábricas trabajan así, entonces se convierte en una brecha de expectativa-realidad.

Un aspecto muy importante que es valorado por el turista, especialmente el extranjero, es la limpieza del lugar, y eso es algo que se les ha expresado a los productores de mezcal para que lo tomen en consideración, ya que, si el lugar no cuenta con la higiene suficiente, genera desconfianza por lo sucio del lugar donde elaboran la bebida que se van a tomar.

Algo que ha propuesto la Secretaría de Turismo Estatal tanto a las turoperadoras, agencias de viajes como a algunos productores de mezcal, es que mediante la cuota que cobran o que puedan llegar a cobrar por el ingreso a la fábrica para ver el proceso de elaboración de mezcal, ellos puedan invertir un poco en mejorar las condiciones de la infraestructura para recibir a los turistas y, entre otras cosas, que pudieran poner a disposición de compra, presentaciones más pequeñas de mezcal, dado que no siempre, o no todos los visitantes deciden comprar las presentaciones normales de 750 mililitros.

En el Altiplano potosino, según afirman algunos expertos, hace falta una visión que contemple a la parte turística como una estrategia para generar mayor derrama económica por parte de los productores de mezcal e incluso de quienes pudieran vender productos y servicios complementarios al mezcal.

Antigüedad de producción.

Laguna Seca lleva 21 años operando. Ipiña comenzó labores en 1997 y cerró en 2007; reabriendo la producción de mezcal en 2017.

Tipos y valoración de apoyos.

Los primeros apoyos económicos que los productores de mezcal recibieron de Gobierno Federal, fueron fondos concurrentes, donde ellos aportaban el 60% del monto del proyecto y

el Gobierno aportaba el 40% restante y, que se destinaba para la adquisición de equipo para el embotellado, compra de alambiques para el destilado, calderas u otros tipos de equipo para la elaboración del mezcal.

Es probable, desde la perspectiva del funcionario del Instituto de Investigación de Zonas Desérticas, que los programas asistencialistas hayan tenido que ver con la falta de productividad y la baja en el interés por trabajar la tierra ya que se acostumbraron algunos ejidatarios a recibir un recurso y querían tener mayores beneficios, con el menor esfuerzo posible. En Oaxaca identificaron al turismo como una opción para incrementar sus ingresos y por ello se pusieron a trabajar en las rutas turísticas. En el Altiplano potosino no se observa esa misma disposición.

En los años noventa, cuando se volvieron a abrir las fábricas de mezcal, el Gobierno del Estado apoyó con recurso económico a aquellos productores que se decidieron a volver a elaborar mezcal. Fueron 7 u 8 personas las que recibieron este tipo de apoyo.

Uno de los expertos entrevistados señala que, a nivel estatal y municipal, los únicos apoyos que se otorgan a los productores de mezcal se conforman de promoción en festivales y eventos como ferias y exposiciones.

Ejemplos de los eventos que se realizan para apoyar la venta y consumo de mezcal son los festivales de mezcal en Mexquitic y en Charcas. Tanto Ipiña como Laguna Seca reciben apoyo de promoción exclusivamente, y no económico.

El proceso de elaboración de mezcal es susceptible a ser protegido como patrimonio cultural. Actualmente, el mezcal de campanilla al cual le llaman proceso ancestral se está tratando de proteger como patrimonio cultural. Para este tipo de procedimiento, el poseedor del bien solicita ante la Dirección de Patrimonio Cultural la protección correspondiente, se analiza el expediente con toda la información probatoria que sea requerida y se turna a la Coordinación Técnica Estatal para la Protección al Patrimonio Cultural para que se analice el caso y se decida.

Respecto a la parte turística, cuando se diseñó la ruta del mezcal en el Altiplano potosino, se desarrolló un programa de capacitación para que la gente que trabajaba en las fábricas de mezcal supiera cómo recibir a los visitantes pero no prosperó, ya que faltó presupuesto y no se llevó a cabo la señalética que se tenía considerada al respecto. Los productores no destinaron recursos para invertir en estas acciones, pues ellos están enfocados en la producción, no en recibir turistas y esa situación prevalece en la mayoría de los casos, donde ni siquiera cuentan con adecuadas instalaciones sanitarias.

Todos los expertos concuerdan en que hacen falta apoyos estatales y municipales que puedan aportar ayuda a la producción de mezcal y a la realización de las actividades turísticas de la ruta del mezcal para que pudiera funcionar mejor.

Una estrategia que ha encontrado la Secretaría de Turismo Estatal es la participación de críticos internacionales que son expertos en viajes y gastronomía y que visitan en este caso las fábricas de mezcal como parte central de la ruta del mezcal, y mediante sus reportajes ponen en el mapa mundial el tema de las rutas turísticas temáticas.

Por su parte, las turoperadoras y agencias de viaje consideran que el único tipo de apoyo que observan en la ruta del mezcal por parte de las autoridades estatales y municipales es la promoción. De la misma manera argumentan que son inexistentes los apoyos por parte de cámaras empresariales y del Consejo Regulador.

Desde la perspectiva de uno de los expertos, hace falta una regulación que por una parte implique un apoyo a los productores de mezcal, pero que cuide aspectos como lugar de producción del mezcal, lugar de embotellado y, que se cumplan con todas las características del mezcal de esa región. De esa manera se podría impulsar mejor al mezcal del Altiplano potosino y que tuviera su propia identidad, a diferencia de la actualidad en que algunos productores venden su producto a granel y éste es envasado en diversos lugares, perdiendo la característica del origen del producto.

Valoración de alojamiento.

A pesar de que las visitas por la ruta de mezcal son cortas y que el tema de alojamiento no es indispensable, en Ipiña están considerando ofrecer alguna alternativa de hospedaje a aquellas personas que tengan interés por vivir la experiencia de la visita de manera diferente y permanecer en el lugar. Esto, derivado de que no existe adecuada oferta de hospedaje actualmente. Y esa carencia, en menor medida, pero también está presente en Charcas.

Valoración de oferta gastronómica.

Actualmente no se tiene una oferta gastronómica formal ni en Charcas ni en Ahualulco, a pesar de que podrían generarla al menos con un platillo típico por lugar. En el caso de Charcas, reconocen a las gorditas como uno de los elementos que conformarían esa oferta gastronómica y, en Ahualulco también las gorditas y barbacoa.

En la fábrica Ipiña se preparan para recibir al turista con mole, arroz y frijoles que normalmente prepara la esposa de uno de los trabajadores, esto, cuando las visitas son programadas. Y para visitantes espontáneos se tiene la opción de que, a media hora de la fábrica, en Ahualulco, pueden comer gorditas o comida corrida en pequeños restaurantes.

La rata de campo era un platillo típico atractivo de la región, pero, dejó de promoverse para evitar su extinción.

En el Altiplano potosino existe gran variedad de platillos que se podrían ofrecer si se organizaran adecuadamente las personas que saben elaborarlos. Dentro de ellos destacan: asado de boda, cabrito, nopales, jacubes, cabuches, colonche, agua de tuna, agua de alfalfa, gorditas, tostadas borrachas, dulce de quiote, queso de tuna, borrachitas, pulque, entre otros.

Los turistas que visitan la ruta de mezcal tienen, dentro de sus expectativas, probar la comida regional como parte de la experiencia.

Infraestructura para turistas.

Tanto en Laguna Seca como en Ipiña reconocen que es indispensable contar con instalaciones limpias y cómodas para recibir las visitas de los turistas que quieren conocer las fábricas de mezcal.

No se cuenta con servicio médico para la recepción de los turistas, aun cuando el clima del Altiplano potosino suele ser extremoso e implica riesgo de salud para algunos visitantes vulnerables. Solamente en temporada alta de turismo, como es el caso de Semana Santa, la Secretaría de Salud establece brigadas de atención médica al turista y la COEPRIS realiza campañas de sanidad e higiene para que los servicios de alimentación se ofrezcan en condiciones adecuadas.

La llegada a la fábrica de mezcal Ipiña presenta el inconveniente de que el apoyo para el camino pavimentado por parte de las autoridades de Ahualulco ha sido insuficiente ya que, hay un tramo considerable de terracería que no favorece una mejor experiencia para el visitante.

La capacidad máxima de recepción de turistas en la fábrica Ipiña es de 40 personas. Con el propósito de ofrecerles más comodidad a los visitantes, se construyeron baños, ya que antes no se contaba con ellos. También se tiene un comedor para ofrecer alimentos en caso de que los grupos de turistas lo soliciten para la visita.

La Directora de Patrimonio Cultural considera que algunas de las fábricas están teniendo consciencia de que deben realizar mejoras en sus instalaciones para que la visita sea más cómoda para los turistas.

Desde la perspectiva de la Secretaría de Turismo Estatal, hace falta tener espacios donde consumir el mezcal que se compra en las tiendas de degustación para que los visitantes disfruten mejor del producto y decidan comprar para llevar.

Categoría. Sociocultural.

Proceso de producción de mezcal.

En San Luis Potosí, se tiene registro de los procesos de elaboración de mezcal reconocidos en la última modificación de la NOM-070-SCFI-2016, que son: mezcal, artesanal y recientemente ancestral.

Este último proceso, es el que se utiliza para elaborar el mezcal de campanilla y por esa peculiaridad, se puede proteger ese proceso de elaboración, como patrimonio cultural. Un

aspecto paradójico es que el mezcal ancestral no cuenta con certificación, por lo cual no pueden garantizar la calidad del producto, a pesar de que se otorgara la protección al proceso de elaboración como patrimonio cultural.

La postura del Instituto de Investigaciones de Zonas Desérticas es que existen algunos productores improvisados, que están utilizando procesos ajenos a los tradicionales en San Luis Potosí para la elaboración de mezcal y que, por supuesto no están certificados.

Laguna Seca e Ipiña venden mezcal a granel a clientes que embotellan por su cuenta con otras marcas. Las graduaciones alcohólicas que les llegan a solicitar son de 35°, 37°, 40° o 42°, y suelen ser lotes grandes, de más de 3 mil litros.

La población local en las localidades de Laguna Seca en Charcas e Ipiña en Ahualulco se identifican con el mezcal como parte de sus costumbres.

En la fábrica de Ipiña hacen la molienda en una prensa mecánica y, le dan una segunda pasada con la tahona arrastrada por un tractor, como puede apreciarse en la figura 14. Para la caldera utilizan combustóleo. En Laguna Seca solamente hacen la molienda con la tahona arrastrada por tractor. (figura 15). En la caldera utilizan bagazo de maguey como combustible.

Figura 14. Segunda molienda con tractor, Ipiña, Ahualulco.



Fuente: Trabajo de campo, 2019.

Figura 15. Molienda con tractor, Laguna Seca, Charcas.



Fuente: Trabajo de campo, 2019.

El proceso de elaboración del mezcal es el punto de mayor interés para el visitante pues en su mayoría, desconocen cómo se produce esta bebida (figuras 16 y 17).

Figura 16. Piñas en horno para cocción, Laguna Seca, Charcas.



Fuente: Trabajo de campo, 2019.

Figura 17. Piñas cocidas para molienda, Ipiña, Ahualulco.



Fuente: Trabajo de campo, 2019.

Tipos de mezcal que se producen.

En Laguna Seca elaboran mezcal joven, reposado y añejo. En Ipiña se fabrica mezcal joven.

Los tipos de mezcal son un factor de atracción para el visitante ya que normalmente no conocen el producto y, parte de la experiencia de la visita es conocer las diferencias entre un tipo de mezcal y otro.

Actividades en la ruta.

El aspecto central de la ruta del mezcal, en el camino a Charcas, por supuesto es la visita a la fábrica de mezcal. Sin embargo, hay personas que complementan su itinerario, visitando Real de Catorce.

En Ahualulco y Charcas se visitan primero los campos de maguey, luego se observa en la fábrica el proceso de molienda, fermentación, destilación y degustación del mezcal. En Ahualulco, cuando la visita es programada se les invita a los turistas a comer en el comedor de la Fábrica o en uno comunitario que está en el pueblo y en los trayectos de caminata se les platica leyendas relacionadas con el mezcal para dar realce al valor cultural que tiene la bebida.

Capacitación del guía turístico o del responsable de la visita.

Hay visitas especiales como las de grupos de personas discapacitadas que, con alguna operadora turística certificada para ese tipo de particularidades, se adaptan a las condiciones en que se encuentran las fábricas, con el propósito de que puedan disfrutar de la visita; sin embargo, las fábricas no cuentan con capacitación en estos ámbitos ni con las instalaciones adecuadas.

También han ocurrido casos de grupos enormes de personas que llegan a los alrededores de las fábricas y que, por seguridad de todos, las fábricas cierran y niegan el acceso a las personas para evitar posibles accidentes, etc.

El papel de las turoperadoras y agencias de viajes es fundamental para que se logre el respeto al medio ambiente, al proceso de elaboración de mezcal y a la comunidad como tal.

Hay una iniciativa de una empresa capacitadora para productores de mezcal o interesados en participar en la ruta del mezcal que ofrece información general, basada en experiencias de rutas de otras bebidas en el mundo, que se busca replicar en la ruta del mezcal.

Existen algunas turoperadoras y agencias de viaje que no están registradas en el Registro Nacional de Turismo y no están certificadas, por lo cual, sus servicios no garantizan que la experiencia del visitante vaya a ser la adecuada. En cambio, los que sí están certificados, han recibido capacitación y se mantienen actualizados en actividades específicas, servicios especiales; todo pensado hacia el mayor bienestar del turista.

Interés por convivir con turistas.

Las costumbres y tradiciones locales se exponen a muy baja escala ya que la visita de los turistas es muy corta. Básicamente se concentra en el conocimiento del proceso de elaboración de mezcal.

Los trabajadores de las fábricas de mezcal y, si acaso las personas que ofrecen alimentos a los turistas son los únicos que llegan a convivir de manera muy breve con los visitantes.

Categoría. Comunicación y difusión.

Promoción y comunicación para la ruta.

La forma en que se están haciendo promoción las fábricas de mezcal es a través de redes sociales, principalmente Facebook, aprovechando el uso de recursos como videos, notas de información, fotografías, aun cuando la información no fuera totalmente fidedigna.

También a través de eventos como los festivales de mezcal, ferias y exposiciones, en los que reciben apoyo de la Secretaría de Turismo.

Desde la perspectiva de uno de los expertos, cada quien hace esfuerzos independientes por promover la ruta, en lugar de hacer un trabajo coordinado que pudiera brindar mayor eficiencia e impacto.

Las propias operadoras turísticas y agencias de viaje promueven la ruta del mezcal dentro de su página web, así como en redes sociales y mediante folletería.

La Dirección de Patrimonio Cultural considera que se podrían hacer eventos con el apoyo de varias dependencias gubernamentales para promover el consumo de mezcal en un contexto cultural que destaque sus características.

La postura de la Secretaría de Turismo Estatal es que hacen promoción de la ruta a través de su página de internet y redes sociales, así como mediante la invitación a “bloggers” o “influencers” que vengan a conocer las fábricas de mezcal y hagan promoción de la ruta de mezcal en sus redes sociales o incluso en documentales o notas periodísticas a nivel internacional. Una estrategia muy específica que también utilizan para promover el mezcal es dentro del “Tianguis turístico” que tiene impacto a nivel nacional.

Tipo de prestadores de servicios turísticos en la ruta.

Quienes participan actualmente como prestadores de servicios turísticos son turoperadoras y agencias de viaje.

Una de las agencias de viaje, generó su propia ruta turística de vino, mezcal y chocolate para enfocarse en otorgar un producto turístico lo más completo posible para los visitantes. Esta

misma agencia se ha certificado para la prestación de servicios turísticos a grupos de discapacitados físicos e incluso visuales.

Principales promotores.

En orden de importancia, los actores que hacen promoción a la ruta de mezcal son: turoperadoras, agencias de viaje, empresas mezcaleras y, autoridades en materia de turismo.

Es muy escasa la labor de promoción que realiza la Secretaría de Turismo que se limita a acciones muy básicas como subir una foto de la ruta de mezcal y breves párrafos de información al respecto.

Afluencia y frecuencia de la visita.

Laguna Seca se encuentra en el corazón del Altiplano potosino y tiene afluencia turística todo el año, debido especialmente a eventos como: circuitos de ciclistas, rodadas de motocicletas, carreras, la ruta de la rosa que va de San Luis a Real de Catorce, en las cuales participan cientos de personas, entre otros. Esta afluencia de personas constituye un nicho potencial para que se visite, además, la ruta del mezcal en diferentes temporadas del año.

Otra situación que provoca que haya gente en tránsito todo el año por el Altiplano potosino es el tema de los migrantes que suelen venir de visita con sus familias en fechas especiales como navidad y vacaciones y en eventos familiares importantes o incluso a las fiestas patronales. La época de mayor afluencia definitivamente es en diciembre y enero.

Los períodos en donde coinciden más visitantes en general a las fábricas de mezcal son: navidad, semana santa y vacaciones de verano. En este último, visitan la fábrica de Laguna Seca grupos numerosos de estudiantes universitarios que han hecho costumbre este viaje en los últimos años.

Las visitas de turistas que son programadas por agencias de viaje o turoperadoras suelen ser con grupos de 10 a 20 personas regularmente. Sin embargo, también se realizan visitas por parte de turistas espontáneos en parejas o pequeños grupos.

En cuanto a la frecuencia de visita, suelen hacerlo en fines de semana, excepto cuando hay período de vacaciones, en que también va la gente entre semana.

Cuando hay congresos en San Luis Potosí, a lo largo del año, se organizan grupos de visitantes para acudir a la ruta del mezcal como uno de los nuevos destinos turísticos, que les implica actividades de un día.

Desde la perspectiva de la Secretaría de Turismo Estatal, la frecuencia de las visitas es muy variable y en ello intervienen las agencias de viajes y turoperadoras, ya que hay dos estrategias que utilizan y que tiene que ver con fechas específicas de visita o, en algunos casos, a demanda de los visitantes.

En opinión de uno de los turoperadores, hay afluencia entre 250 y 500 personas que visitan la ruta del mezcal al año a través de su negocio, y la mayoría se deriva de eventos corporativos y turismo de negocios.

Otra de las agencias de viajes organiza visitas con grupos de hasta 60 personas en temporada alta cada fin de semana, mientras que en temporada baja se reducen a 10 o 12 personas.

Fama de la ruta.

Para el caso de Laguna Seca, la marca de su mezcal es uno de los elementos que están muy bien posicionados para la ruta del mezcal por las medallas que el producto ha obtenido desde sus inicios, hasta reconocimientos como el de la mejor bebida del mundo en 2004.

Para Ipiña la fama de su mezcal también es uno de los principales atractivos para que la gente los visite, especialmente cuando ganan concursos como el que obtuvieron recientemente.

El paisaje natural del Altiplano potosino también es un motivo para la visita. En particular los grupos de extranjeros provenientes de Estados Unidos se interesan por conocer la flora y fauna que para ellos son exóticos, además del clima desértico.

En el contexto general, para los turistas que vienen de otros estados de la República, resulta desconocido el tema de producción de mezcal en San Luis Potosí, por lo cual se suelen interesar en el momento para ir a conocer los procesos de elaboración que aquí se utilizan.

En comparación con rutas como la del vino en Baja California, la del vino y queso en Querétaro, la de tequila en Jalisco y la misma de mezcal en Oaxaca, la ruta del mezcal en el Altiplano potosino tiene muy bajo posicionamiento porque no es conocida.

Nivel de atracción.

La moda de visitar la ruta del mezcal por el auge de la bebida en el mercado nacional invita a un mayor número de visitantes. Sin embargo, al ser el mezcal el único eje de la ruta, el nivel de atractivo, comparado con otros destinos turísticos, sigue siendo muy bajo.

No obstante, para el turista extranjero, la ruta del mezcal tiene alto nivel de atracción pues éste busca experiencias de identidad y tradición cultural y en la de mezcal puede encontrar eso. Además, es un atractivo importante en términos de turismo cultural desde la perspectiva de conocer el origen y tradición del mezcal en el Altiplano potosino.

Atractivos por incluir.

En la ruta a Charcas se puede incluir el Vivero “La ilusión” de Villa de Guadalupe, que está organizado por un grupo de mujeres de edad avanzada y que cuentan con invernadero de cactáceas.

También puede integrarse a Matehuala para llegar a comer cabrito y en el camino, detenerse a ver el monumento al Trópico de Cáncer.

No existe un museo temático sobre el mezcal o lo que se realiza o existe en el Altiplano potosino.

En la ruta hacia Zacatecas, están las salineras de Salinas, un sitio industrial muy interesante. En Moctezuma está el Valle de Tlaxcala y cuenta con una Iglesia. A lo largo del camino se aprecian también haciendas abandonadas que, si bien no se pueden visitar, al menos se pueden apreciar sus construcciones.

Cuando se diseñó la ruta se incluía a Moctezuma para aprovechar su cocina tradicional y a Venado para visitar el Centro Cultural Roberto Donís que contaba con una colección de aborígenes australiano, pero que, por motivos de seguridad la Secretaría de Cultura decidió resguardar y no ha podido reabrirse al público. Frente al museo se tiene una tienda de dulces

regionales y también podía visitarse el acueducto y el ojo de agua como parte del recorrido. Ahí mismo en Venado podrían visitarse también las Haciendas de Guanamé y Coronado.

En el caso de Aqualulco, se tenía prevista la visita al Museo de Julián Carrillo, compositor musical potosino que inventó el “Sonido 13”; sin embargo, como en el caso del Centro Cultural Roberto Donis, por motivos de seguridad se resguardó el material exhibido.

Actualmente se lleva a cabo el festival del mezcal en Charcas y lo están replicando en Mexquitic e incluso en la capital potosina, sin embargo, este tipo de eventos no cuentan con una fuerte participación por parte de los productores que son los principales interesados en posicionar el mezcal, ni se recibe el apoyo necesario por parte de las autoridades competentes.

En opinión de uno de los expertos del Instituto de Investigación de Zonas Desérticas, no existe una cultura de mezcal definida y difundida como sí ocurrió con el tequila en su momento. El Consejo Regulador de Mezcal no participa de manera activa en este tipo de iniciativas que podrían fortalecer la estrategia de la ruta de mezcal en el Altiplano potosino, ni siquiera se hace difusión a la denominación de origen de la que San Luis Potosí forma parte.

Algunos elementos adicionales que podrían incrementar el atractivo de la ruta del mezcal tienen que ver con el uso de la herbolaria en la región, considerando que el turista pudiera interesarse en conocer cómo se utilizan las plantas medicinales para remedios caseros.

Actores para el establecimiento de la ruta.

Según la Directora de Patrimonio Cultural de Gobierno del Estado, trabajan en conjunto la Secretaría de Turismo, Secretaría de Cultura y la Secretaría de Desarrollo Económico, además de las operadoras turísticas, agencias de viaje y las propias fábricas de mezcal en la operación de la ruta. Sin embargo, en opinión de la mayoría de los actores entrevistados, no existe tal articulación de esfuerzos por apoyar y desarrollar esta ruta.

Desde la perspectiva de la Secretaría de Turismo Estatal, lo que más hace falta para activar correctamente la ruta es la participación comprometida de las fábricas de mezcal, pues por

más promoción o difusión que hagan las operadoras turísticas o las agencias de viaje, si las empresas están sin operar a la hora que llegan los visitantes, éstos se desaniman y se pierde valor.

Una de las agencias de viaje propone que se articulen esfuerzos conjuntos entre autoridades gubernamentales, empresas de servicios turísticos y, las empresas productoras de mezcal y de productos complementarios a la misma para que pueda tomar más fuerza la ruta del mezcal y consolidarse como un destino turístico favorito.

Factores para el establecimiento de la ruta.

El ex Director de Patrimonio Cultural diseñó la ruta original considerando los siguientes factores: a) facilidad de acceso al lugar, b) estado de conservación de las fábricas de mezcal, c) si la fábrica produce o no, d) nivel de seguridad para los visitantes y, e) disposición de los dueños para recibir a los visitantes.

A partir de ese diseño, también se propusieron dos estrategias que quedaron en fase de planeación porque no se asignó presupuesto para implementarlas. Una tenía que ver con la capacitación que se impartiría a los participantes de la ruta y, el establecimiento de señalética que facilitara visualmente el acceso a la ruta.

Un factor muy importante que se consideró para la ruta de mezcal es que en realidad represente un itinerario con inicio y fin.

El diseño de esta ruta data del año 2000 en que, por primera vez, se publicó un capítulo sobre la ruta del mezcal en un encuentro de investigación sobre champagne y vino y, donde se abrió el foro a otras bebidas del mundo.

Un elemento favorable para que los turistas opten por hacer la ruta de mezcal es que implica poco tiempo, saliendo desde la capital potosina, a diferencia de destinos que tal vez están más consolidados y más conocidos como es la Huasteca.

Categoría. Normatividad.

Certificación del mezcal.

Los productores de mezcal expresaron que los auditores certifican principalmente que el nivel de metanol en el mezcal no exceda los parámetros permitidos.

Laguna Seca e Ipiña cuentan con certificación ante el Consejo Regulador de la Calidad del Mezcal (COMERCAM). (figura 18). Esto significa que una vez que cuenta con los sellos de la COMERCAM, su mezcal se puede comercializar.

Figura 18. Certificación como productor artesanal, Laguna Seca, Charcas.



Fuente: Trabajo de campo, 2019.

Denominación de origen mezcal.

Normalmente una denominación de origen implica una limitación geográfica. En el caso de la denominación de origen mezcal no es así, pues se extiende a muchos espacios geográficos, incluido San Luis Potosí, y esto no representa un verdadero valor para los productores. En cambio, si existieran, por ejemplo, denominaciones de origen como: mezcal del Altiplano potosino o, denominación de origen mezcal campanilla, que refiere un tipo de elaboración, eso sí podría brindar una protección adecuada a los productores.

Norma oficial mexicana.

La Norma señala los tipos de mezcal autorizados, mismos que clasifica en: mezcal, artesanal y ancestral. Esta clasificación genera confusión entre los productores de mezcal.

Categoría. Perfil del turista.

Perfil ambiental.

Los turistas que optan por la ruta del mezcal tienen aprecio por el paisaje y ecosistema local. A algunos, sobre todo, extranjeros les llama la atención el tipo de vegetación del lugar.

El clima no es un factor decisivo para que el turista visite o no la ruta de mezcal, sin embargo, resulta atractivo en especial para el turista extranjero. También la vegetación les parece más atractiva que a los turistas nacionales o locales.

El turista que visita la ruta tiene sensibilidad por el cuidado del medio ambiente y esto es reforzado por el guía turístico durante la visita.

Perfil económico.

Los visitantes de la ruta de mezcal son de nivel económico medio-alto, por lo general.

Los turistas que visitan la ruta están dispuestos a pagar un precio elevado y se interesan por saber todo lo que va a incluir la visita y cómo va a ser.

Perfil sociocultural.

La ruta del mezcal es visitada por una amplia gama de personas, desde escolares de primaria hasta personas con posgrados; hombres, mujeres por igual.

Generalmente, acuden personas que tienen interés cultural por conocer los procesos de elaboración de mezcal y la bebida en sí.

Principalmente vienen turistas nacionales de estados como Jalisco, Querétaro y Cd. de México. Y en turismo internacional participan personas de Estados Unidos, Colombia y Francia, principalmente.

Categoría. Interés por preservación de la cadena maguey-mezcal.

Interés ambiental.

A los productores de mezcal y a los ejidatarios les interesa la preservación del maguey y por ello se trabaja en la reposición de plantas.

Se observa vulnerabilidad en el tema de reforestación de maguey, así como en la falta de programas de manejo de residuos.

Ninguna fábrica tiene un programa de manejo sustentable de residuos. Algunas fábricas ni siquiera tienen sistemas de drenaje. No se encuentran iniciativas importantes para el uso de los residuos del maguey, el bagazo lo utilizan para alimentar ganado o para prender los hornos, pero en algunas ocasiones simplemente lo tienen ahí acumulado. En el caso de Laguna Seca, lo utilizan combustible orgánico para calentar las calderas (figura 19), colectan toda la ceniza y la venden a fábricas de fertilizantes.

Figura 19. Bagazo como combustible para caldera, Laguna Seca, Charcas.



Fuente: Trabajo de campo, 2019.

Interés económico.

A los trabajadores que participan en las labores del campo les interesa la preservación del maguey, así como de las plagas que se presentan, por motivos económicos, ya que les permite tener un ingreso.

Los productores de mezcal tienen especial interés por preservar esta bebida, ya que les representa ingresos económicos y repercute en los esfuerzos de marketing que realizan por alcanzar mayores ventas.

Se reconoce por parte de las autoridades, que no existe un apoyo económico que favorezca la preservación del maguey ni del mezcal.

Hace falta mayor reconocimiento para que la ruta del mezcal pueda consolidarse como un destino turístico importante que pueda significar ingresos económicos y que se genere derrama económica en las localidades.

La práctica de la ruta del mezcal abre la oportunidad de generar derrama económica en las comunidades.

No existe promoción específica que impulse un mayor consumo del mezcal.

Algunos productores están comenzando a trabajar muy fuerte con campañas de marketing para posicionar su mezcal e incrementar sus ventas.

Interés sociocultural.

Se empieza a identificar un interés cultural por el mezcal de parte de los consumidores porque buscan obtener una bebida pura y original, situación que ya no existe con el tequila y ahora lo buscan en el mezcal.

En las comunidades donde se produce el mezcal se tiene la costumbre de consumirlo.

Hay interés por proteger los procesos de elaboración de mezcal como patrimonio cultural.

En opinión de la titular de la Dirección de Patrimonio Cultural de Gobierno del Estado, existe interés en la sociedad por conocer nuestras raíces, y considera que, a través del mezcal es una forma de lograrlo.

La ruta turística del mezcal puede contribuir a conservar las tradiciones y costumbres locales.

Categoría. Beneficios de la ruta.

Beneficios ambientales.

Cada vez hay más turistas interesados en realizar actividades amigables con el medio ambiente y el caso de la ruta del mezcal lo favorece.

Beneficios económicos.

La ubicación geográfica de la fábrica de mezcal Laguna Seca favorece la generación de ingresos económicos para la población de Charcas, debido al alto tránsito de personas en todo el año.

En Ipiña se benefician las comunidades locales por la realización de la ruta del mezcal, algunos por la posibilidad de empleo y otros, por la venta de algunos productos complementarios al mezcal como gorditas o artesanías.

La ruta del mezcal representa más oportunidades de trabajo y, por ende, ingreso, para la población.

Se prevé que, con el auge del mercado del mezcal, habrá apertura de nuevas fábricas de mezcal que generen mayores ingresos en las localidades y por supuesto para sus propietarios.

Como la ruta puede integrar a más actores que estén en el mismo espacio geográfico, habilita la opción de incrementar los recursos económicos regionales.

Beneficios socioculturales.

Una ventaja actual es la moda que se tiene en el mercado por el mezcal y eso se aprovecha favorablemente en la ruta de mezcal.

La ruta del mezcal puede fortalecer la identidad cultural del producto con su lugar de origen.

Algunos productores de mezcal se muestran muy orgullosos del producto que elaboran como parte de las tradiciones culturales de nuestro estado.

Beneficios de comunicación y difusión.

La fama del lugar a visitar es importante y se da a conocer al mercado.

Se observa la necesidad de mayores esfuerzos de comunicación y difusión de la ruta de mezcal para que se consolide como destino turístico preferido y que amplíe los beneficios.

Categoría. Desventajas de la ruta.

Problemas ambientales.

El problema latente es que no se tiene un adecuado manejo de residuos.

Hace falta regulación ambiental para los procesos productivos de mezcal.

No hay planeación sustentable y eso pone en riesgo el medio ambiente en el atractivo turístico de la ruta del mezcal.

Falta mejorar la higiene en las fábricas de mezcal.

Problemas económicos.

No hay oportunidades de trabajo en Charcas y en Ahualulco y eso promueve que los jóvenes sigan emigrando.

Problemas socioculturales.

La moda por el mezcal está generando que algunas personas de las comunidades donde se produce prefieran venderlo y lo dejan de consumir ellos, poniendo en riesgo su preservación cultural.

Debido a la demanda de mezcal en el mercado, han surgido problemáticas al interior de las comunidades, especialmente en la producción ancestral.

Algunos interesados en incursionar en procesos de elaboración de mezcal se acercan con expertos por asesoría y terminan haciendo lo que conviene a sus intereses económicos,

pasando por alto aspectos socioculturales vulnerables y formas que ponen en riesgo al ambiente.

Se requiere mejorar las condiciones de seguridad en la carretera para que se brinde mayor confianza al visitante.

Problemas de comunicación y difusión.

Hace falta integración de esfuerzos de los diversos actores interesados en desarrollar la ruta de mezcal para que ello permita de manera coordinada consolidarlo como un buen producto turístico.

No existe señalética adecuada que permita llegar sin problema a los lugares de visita.

Análisis de los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a turistas y población local.

Dentro de los principales hallazgos en el grupo de población local, se tienen:

De la población local encuestada en total todos conocen la ruta; el 60% fueron del género masculino y el 40% del género femenino, 20 personas originarias de la localidad de Ipiña, en el municipio de Ahualulco y 20 personas de la localidad de Laguna Seca en el municipio de Charcas, con el propósito de lograr equilibrio en número de respuestas por municipio.

El 20% tiene de 18 a 24 años, el 25% de 25 a 34 años, el 20% de 35 a 44 años, el 17.5% de 45 a 54 años y el 17.5 más de 54 años de edad. Esto indica que la mayor parte de la población local se encuentra en un rango de edad entre los 18 y 44 años, quienes, por factor edad son propensos a estar desempeñando alguna actividad laboral.

El 87.7% tiene relación con la ruta a través de un conocido que trabaja en ésta y sólo el 12.5% trabajan en ella. Este dato refiere la importancia que tienen las actividades relacionadas con la ruta del mezcal con la identidad que ésta tiene en la región.

El beneficio que la mayoría de la población considera que se tiene gracias a la ruta del mezcal es la posibilidad de venta de productos, seguido de contratación laboral.

La mayoría de los encuestados consideran que entre los factores decisivos más importantes del turista para visitar la ruta del mezcal son el proceso de elaboración de mezcal, la fama del lugar, atractivos complementarios, oferta gastronómica, costumbres y tradiciones, información turística, limpieza del lugar, cuidado del ambiente, tipo de mezcal que se elabora, derrama económica para el lugar visitado, y en menor medida la disponibilidad de fechas. Estos factores que observan permiten reflexionar acerca de lo que se tiene y en lo que hay que mejorar, toda vez que son las perspectivas más cercanas a los contextos donde se lleva a cabo la ruta.

Por otra parte, los problemas ambientales más vulnerables a causa de la visita del mezcal observados por la población de estos municipios donde se encuentran las mezcaleras objeto de estudio son la disposición de residuos, y en menor medida la contaminación de aire.

Asimismo, la población coincide en que los aspectos que les gustaría que tuvieran mejoras en la ruta se dirijan a mejorar las vías de comunicación, señalética e infraestructura turística, así como mayor compromiso y apoyo de gobierno para impulsar la ruta y conservar la tradición de elaboración de mezcal.

Ahora bien, para el grupo de turistas que respondieron la encuesta, se tienen los siguientes resultados:

De los 60 turistas encuestados, el 54.5% es del género masculino y el 45.5% femenino, lo cual indica que el tema de la ruta del mezcal presenta un nivel equilibrado de atracción entre hombres y mujeres.

El 8% tiene entre 18 y 24 años, el 44% de 25 a 34 años, 32% de 35 a 44 años, y 16% de 45 a 54 años. La mayor parte de los turistas están en un rango de edad entre 25 y 44 años de edad, lo cual indica un perfil de personas adultas jóvenes que conforman el principal nicho como visitantes que demandan este destino turístico.

El 64% con nivel licenciatura, 20% maestría, y 12% doctorado. Destaca el dato de escolaridad avanzada en los turistas que suelen visitar la ruta del mezcal.

El 60% de los turistas son espontáneos, el 28% visitaron a través de un grupo organizado por turismo municipal y sólo el 8% mediante operadoras turísticas. Estos datos sugieren que la ruta es lo suficientemente atractiva para ser visitada, lo cual presenta como oportunidad para que los intermediarios turísticos ofrezcan productos turísticos adecuados a este mercado.

El 40% se enteró de la ruta por medio de recomendación de otras personas, el 32% por redes sociales y el resto por otros medios como publicidad en eventos. Más de tres cuartas partes de los turistas visitaron la ruta del mezcal en respuesta a dos de los principales mecanismos de promoción, dejando ver un nicho de mercado que habría que abordar por otros medios publicitarios para llamar su atención.

Los factores decisivos más importantes para visitar la ruta son el proceso de elaboración de mezcal que se lleva a cabo, oferta gastronómica, información turística, limpieza del lugar, atractivos complementarios, cuidado del ambiente, derrama económica para el lugar visitado y disponibilidad de fechas. Éstos coinciden en gran medida con los que la población local señaló. Al haber coincidencias entre las perspectivas de los actores, sugiere que son puntos esenciales a tomar en cuenta en la gestión turística que vaya a aplicarse en la ruta del mezcal.

Los problemas ambientales más vulnerables a causa de la visita a la ruta del mezcal, desde la perspectiva de los turistas es la disposición de residuos seguida de la contaminación de suelo. Éstos problemas observados coinciden con los de la población local y los otros actores entrevistados, en especial el de disposición de residuos ya que no cuentan con relleno sanitario ni con camiones recolectores; por lo que sugiere que es un punto importante que debería ser atendido, en primer lugar para poder ofrecerles a los habitantes locales una forma adecuada para disponer sus residuos y, en segundo lugar para anticiparse a que los turistas de la ruta del mezcal afecten aún más esta problemática, al dejar residuos a causa de su visita.

Entre las ventajas que tiene la ruta del mezcal en comparación con otros destinos, destacan la gastronomía, precios y duración del viaje. Esto significa una fortaleza para la ruta del mezcal, puesto que encuadran las principales características de un itinerario como el que ofrece este producto turístico.

Finalmente, la mayoría de los turistas coinciden que deberían atenderse aspectos como infraestructura para recepción de turistas, señalética en carreteras, mejor atención al turista, capacitación de los guías turísticos, reutilización de residuos en las fábricas y promoción a la ruta. Lo anterior confirma que son áreas de oportunidad para atender en las estrategias que se planteen en una nueva gestión turística.

3.3. Consideraciones para el trazado de la ruta de acuerdo con la percepción de los actores involucrados.

Es importante contextualizar las condiciones en que se producía mezcal en San Luis Potosí anteriormente y las condiciones actuales de producción, donde se busca establecer una ruta del mezcal. Partiendo desde el manejo del maguey que era muy diferente, principalmente porque anteriormente era la base de la principal actividad económica en el esquema de Haciendas; éstas eran complejos agroindustriales, autosuficientes y con diversificación en sus giros mercantiles, donde incluía la producción de mezcal; la Revolución Mexicana, con el reparto de tierras generó la desarticulación de estos complejos y colapsó gradualmente a las más de 30 Haciendas mezcaleras en San Luis Potosí que trabajaban bajo ese esquema.

San Luis Potosí no puede equipararse a Oaxaca porque el contexto es completamente distinto; la estructura campesino-indígena de Oaxaca, el esquema agricultor de subsistencia, y el hecho de ser una ciudad enclavada en dos centros arqueológicos (Monte Albán y Mitla), asociados con las artesanías los hace un esquema complejo en el que conjuntan tres actividades (producción de mezcal, turismo y artesanía) que generan un producto atractivo para el turista, que no fue circunstancial, sino que han sido las condiciones en las que se desarrollaron; aunado a ello, el mezcal para Oaxaca forma parte de su identidad, y de sus costumbres; contrario a San Luis Potosí, que si bien es parte de su historia y su cultura, el fin siempre ha sido principalmente económico. Es hasta ahora, con el auge del mezcal, que la gente joven empieza a interesarse porque ve una oportunidad laboral a largo plazo, pero anteriormente el interés por trabajar en la producción de mezcal era de gente mayor. Otra diferencia es la ubicación geográfica de estos dos estados; San Luis Potosí al tener cercanía con Estados Unidos y pocas posibilidades de trabajo, siempre ha sido más factible que la gente migre en busca de oportunidades y en el caso de Oaxaca no es así.

Por otra parte, el Altiplano potosino es incipiente en turismo, sin embargo, una ruta turística bien diseñada sería una estrategia para el desarrollo regional y para lograr un sentido de pertenencia de la comunidad.

Anteriormente, con el esquema de las Haciendas, había una mentalidad más industrial y había una valoración mayor de los recursos; por eso estaban muy bien articulados, porque era la actividad económica que los sostenía; ahora el esquema es completamente distinto.

El auge del mezcal, como señalan los expertos, se debe, por una parte, a que la bebida tradicional mexicana que es el tequila ya no satisface las necesidades del consumidor porque se ha desnaturalizado con los procesos industriales y la masificación, y por su parte, el mezcal es una bebida que ha cuidado no caer en estos errores; por otro lado, las redes sociales han influido en el acercamiento de esta bebida a muchos mercados. Sin embargo, el mezcal ha sido, como muchos productos, objeto de marketing, donde se exaltan valores subjetivos ajenos a la producción del mezcal para poder posicionarlo en el mercado aprovechando la subjetividad.

Un ejemplo de lo anterior es la fama del mezcal ancestral que detonó gracias a redes sociales, creando un foco de atención alrededor de esta forma de producción a partir de ello, asegurando ser el mejor mezcal de San Luis Potosí, incluso ganando premios y reconocimientos de parte de gobierno; sin embargo, eso no significa que verdaderamente sea el mejor mezcal; no cuentan con certificación, no cumplen ciertos parámetros que dicta la norma, entonces ¿cómo se ostentan como los mejores?

Tras el auge que ha adquirido el mezcal, los jóvenes se han interesado por trabajar en la elaboración del mezcal y esto ha frenado un poco la migración a Estados Unidos y también ha permitido que se conserve la tradición; pero ha sido motivo también de desintegración por conflictos entre las comunidades.

En cuanto al abastecimiento de maguey en San Luis Potosí, por la producción actual en este estado y por las condiciones silvestres en las que se da no compromete al recurso; pero esta situación podría cambiar si el auge del mezcal se mantiene; por otra parte, en los ejidos del Altiplano potosino que se encargan de abastecer de materia prima a las fábricas mezcaleras

de San Luis Potosí, personas de otros estados donde se produce tequila o mezcal llegan a comprar piñas porque en aquellas entidades el costo del maguey es muy elevado; lo cual resultaría un problema de sobreexplotación a mediano plazo en San Luis Potosí dada la demanda del agave.

En San Luis Potosí podría producirse más y mejor mezcal si se hiciera más eficiente el proceso sin hacerlo completamente industrial o con un enfoque de masificación, porque sería perder la congruencia con el producto que se busca; ahora bien, con todo y sus ineficiencias, esta forma de producción de Laguna Seca e Ipiña no tiene punto de comparación con el ancestral, porque al ser más rudimentario este último, hay mayor merma por no tener un proceso de producción adecuado; es decir, la ineficiencia no sólo se refiere a producir más mezcal, sino a saber aprovechar el agave, ya que se desperdicia mucho por no tener un proceso de producción adecuado, y esto a largo plazo no es sostenible.

Se apoyó a los productores de mezcal en equipamiento, para reactivar esta industria después de la revolución. Sin embargo, los programas asistencialistas, al no orientarse hacia la generación de fuentes de empleo que fortalecieran el desarrollo y crecimiento económico de la región, han orillado a que el campesino tenga menos interés de trabajar; tiene las tierras, pero no las trabaja; cada vez busca mayores beneficios con el mínimo esfuerzo.

Con el gobierno actual, se está manteniendo ese esquema asistencialista y por eso se pierde el interés de dedicarse a esta industria.

Hace falta inversión en la industria del mezcal; eso generaría más empleos, pero como el volumen de producción es bajo, no hay una red de empleos alrededor del mezcal que permita que detone esta industria como pudiera esperarse.

Es necesario el apoyo de gobierno en inversión para el proceso de producción ya sea en adquisición, mantenimiento o renovación de equipo. Por otra parte, en cuanto al sector turístico falta apoyo en infraestructura carretera, en señalética y en infraestructura en las fábricas para la recepción de los turistas.

Sin embargo, cabe señalar, que el apoyo no termina con destinar recursos; se tendría que dar seguimiento donde se compruebe que tal recurso se aplicó adecuadamente.

El gobierno tiene que estar consciente de lo mucho que se ha desaprovechado en esta industria y que podría consolidarse a través de una ruta turística bien diseñada; hay mucha migración de gente joven que busca mejores oportunidades en Estados Unidos porque no tiene ninguna oportunidad en su región.

Por lo que pudo observarse en el trabajo de campo, así como en la información recabada en las entrevistas es que los factores que se tomaron en cuenta para el establecimiento de la ruta carecen de análisis; por una parte, la accesibilidad en cuanto a tiempo si es factible, pero en lo que respecta a la señalética es inadecuada o inexistente y también falta habilitar algunos tramos carreteros; la conservación de las fábricas sólo se observó en el sentido arquitectónico, no en la infraestructura para recepción de turistas; que estuvieran produciendo tampoco, porque sólo dos de ellas lo hacen de manera continua y algunas otras no producen en absoluto; la seguridad según lo observado no representa mayor peligro siempre y cuando se viaje de día y si se conocen las vías para llegar a los destinos; por otra parte la disponibilidad de los dueños para la recepción de turistas es relativa porque se tienen que empatar tiempos con los horarios de producción y mientras los trabajadores tengan oportunidad de atenderlos.

Los productores de mezcal ancestral en San Luis Potosí son pequeños productores que adoptaron el esquema de Oaxaca, es decir, no son procesos representativos de la región del Altiplano potosino. El gobierno en la búsqueda por promover la economía y apoyar a nuevos empresarios, no toma en cuenta que, si el recurso es destinado para favorecer el desarrollo de la entidad, no es conveniente que se apoye la comercialización o envasado de productos de otras regiones.

Hay apoyos de promoción del mezcal en ferias, festivales y exposiciones a aquellos productores que quieran sumarse, sin embargo, el producto turístico de la ruta del mezcal no se ofrece, al menos no de la manera en que se planteó.

Es importante mencionar que ninguna operadora turística se ha sumado a estas rutas ya diseñadas porque no son un producto que pueda ofrecerse al turista, partiendo de que no

existe infraestructura adecuada en la mayoría de las fábricas contempladas, muchas otras no producen, sólo Laguna Seca está abierta al público de lunes a sábado, pero eso tampoco garantiza una adecuada recepción para el turista; por lo tanto, no logra reflejarse el trabajo conjunto de aquellos que diseñaron el proyecto de la ruta del mezcal.

Otra vía de apoyo del gobierno es a través de la Dirección de Patrimonio Cultural que ha buscado otorgar la declaratoria de patrimonio cultural del proceso de producción de mezcal ancestral; pero esto sólo beneficia a una familia productora, que cabe mencionar que no forma parte de la ruta. Esta declaratoria protege el conocimiento y autenticidad del proceso, pero no se establece con claridad ¿cuál es el seguimiento?, ¿cuál es el plan de salvaguarda?, ¿a qué dependencia le corresponde prever la sobreexplotación del maguey?, ¿a quién le corresponde atender el aprovechamiento del maguey y reutilización de residuos?

Ahora bien, sería importante analizar las implicaciones que trae consigo la declaratoria de un proceso de producción que no cumple con otros aspectos más allá de los socioculturales, es decir, si bien esta dependencia se centra en salvaguardar la cultura, se deja de lado la sustentabilidad del proceso, la parte ambiental.

El objetivo de esta tesis no es probar qué proceso de producción es mejor, sino, va orientada a hacer una propuesta de gestión turística para una ruta que pueda contribuir al desarrollo regional del Altiplano potosino sin centrarse exclusivamente en el interés económico; y en este sentido cabría destacar, incluir y apoyar a aquellas fábricas que aporten al ambiente, a la cultura y a la sociedad y que sean capaces de permanecer en el tiempo, es decir, que sean un producto turístico sostenible.

Por otro lado, la población local está interesada en la producción de mezcal y en el establecimiento de una ruta porque significa desarrollo regional; son los primeros que se suman a esta propuesta porque implica su participación a través de la venta de otros productos o servicios complementarios al mezcal, ya sea por la gastronomía, artesanía, hotelería, transporte, entre otros.

Es importante señalar que el auge del mezcal también ha representado efectos negativos; el tejido social de algunas comunidades donde han surgido formas de producción de mezcal

ancestral se ha ido desintegrando con la fama que ha adquirido el mezcal; como un efecto de la demanda, el mezcal ha aumentado el precio y por consiguiente los ejidatarios han elevado el precio de las piñas en estos lugares.

Otros ejidos de regiones productoras como Laguna Seca e Ipiña conservan el precio de las piñas porque la producción de mezcal no se debe a la actividad turística, sino que tienen un manejo diferente con los ejidatarios y su mercado también es diferente.

Estas formas de producción ancestrales son reconocidas y exaltadas por el simple hecho de ser una forma rudimentaria de elaboración del mezcal, sin tomar en cuenta la sustentabilidad del proceso. Se entiende que se busque preservar la tradición y la cultura, reconocer el bien cultural o el conocimiento; sin embargo, se deben observar aspectos que permitan que se sostenga a largo plazo.

En adición a lo anterior, la normatividad del mezcal y de la actividad turística en la que se circunscribe la ruta del mezcal es muy laxa, con muchas carencias y en algunos rubros inexistente. Al respecto, la última modificación a la NOM-070-SCFI- 2016 relativa al mezcal y sus especificaciones, incluye el proceso de producción ancestral, esto puede deberse a que hay muchos intermediarios e intereses de por medio.

Por otra parte, la certificación del mezcal ante el Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal debería ser obligatoria para todos los productores de mezcal y a un costo proporcional al volumen de producción; la certificación significa que es un mezcal de calidad ya que pasó los análisis en laboratorios especializados y certificados, donde miden principalmente el porcentaje de metanol presente en el mezcal que no comprometa la salud del consumidor, y al pasar este proceso se les proporcionan los sellos para que se envase y comercialice; esto para la ruta significaría posicionarse como un producto turístico más competitivo.

En los esquemas ancestrales es difícil controlar el grado de metanol porque es un proceso manual y rudimentario donde no se tiene control del proceso, principalmente de la temperatura y puede variar mucho el grado; sí es posible, en Oaxaca se hace, pero han sido

años de experiencia que no pueden compararse con los nuevos productores que adoptaron este proceso en San Luis Potosí.

Por otra parte, se ha distorsionado el mercado debido a que se ha abierto un canal de “competencia” entre operadoras y agencias turísticas ofreciendo precios bajos pero no un producto turístico de calidad, todo ello a partir de los cursos de capacitación de una empresa extranjera que ha sugerido el aumento de precios de acceso y la libre competencia; los prestadores de servicios turísticos deberían estar obligados a certificarse para poder ofrecer un mejor servicio al turista, pagar impuestos, seguros, permisos, personal capacitado y así poder ser sujetos de multas y sanciones en caso de ser necesario; pero al permitir esta competencia, no hay medio de defensa para aquellos que si se certifican, porque la ley no combate al comercio informal, la Secretaría de Turismo no tiene la facultad de restringir la actividad y en consecuencia el mercado puede determinar los precios como mejor le convenga.

El turista debería tener la opción de viajar por su cuenta o de visitar la ruta a través de operadoras turísticas o agencias de viajes y que la experiencia sea la misma. Una ventaja competitiva de la ruta del mezcal es que el viajero contemporáneo busca experiencias de identidad y tradición, lo cual puede encontrar en este tipo de turismo. Aunado a esto, dado que San Luis Potosí es un destino de negocios, y la ruta del mezcal es un itinerario corto, puede aprovecharse como una opción para este tipo de turismo.

Ahora bien, para que el panorama de la ruta del mezcal sea favorable, tienen que atenderse algunos puntos; tiene que haber mayor flexibilidad y apertura en las negociaciones con los ejidatarios, es decir, buscar un trato directo. Esta figura jurídica deposita todo el poder sobre los poseedores del derecho y hace muy complicado el proceso porque todo tiene que pasar por la asamblea.

Tiene que entenderse que la ubicación geográfica de las fábricas mezcaleras se debe a la cercanía con la materia prima y a otros factores que permiten la funcionalidad de éstas y no únicamente atender a factores turísticos. Primero tiene que haber una adecuada infraestructura de producción si se quiere un buen rendimiento y después atender a la

infraestructura turística. Replicar esquemas de producción de otros lugares sería un error porque se tiene que atender al contexto local; lo mismo pasa al querer replicar una ruta funcional de otras regiones de México o del mundo.

Ahora, generalmente para que el gobierno destine un apoyo necesita solicitarlo el interesado, en este caso son los productores los principales actores de este proyecto turístico, sin embargo, algunos de ellos carecen de visión a largo plazo pues piensan que la venta directa del mezcal es la única forma de comercializar el mezcal, siendo el turismo una opción muy viable que puede permanecer en el tiempo.

Una recomendación para los nuevos inversionistas es que analicen el contexto antes de incursionar en el negocio del mezcal, es decir, tener bases sólidas para que pueda sostenerse su producto a largo plazo. Por otra parte, para los productores que ya están consolidados y quieren sumarse a este proyecto de la ruta del mezcal es importante que busquen que sus procesos de elaboración sean sustentables.

El proyecto de capacitación de la empresa española que ha participado en el diseño de rutas de vino busca formalizar a la ruta del mezcal de la manera en que ha funcionado en otras partes de México y el mundo; sin embargo, replicar una estrategia como la que se plantea, sin atender al contexto local, sería un grave error, porque es una bebida diferente, elaborada en otras condiciones, con una historia que hay que respetar y cuidar, con un paisaje diferente, con un tejido social complicado, pues dentro de este existe la figura jurídica del ejidatario y hay muchas cuestiones que tienen que negociarse con ellos para que funcionen, porque son los propietarios de las tierras; si no se pone atención a todos estos factores, y se dirige el foco al aspecto económico, puede romper toda la estructura detrás de la elaboración de mezcal. No debe dejarse de lado a las comunidades que son las directamente afectadas o beneficiadas con las decisiones que se tomen; su opinión y participación es muy importante.

En cuanto a los atractivos alrededor del mezcal, se proponían centros culturales para complementar la visita; sin embargo, no contaban con la seguridad necesaria en los recintos y sustrajeron piezas, por lo cual han sido resguardadas las obras y permanecen cerrados al público. Ahora bien, el panorama de la ruta del mezcal depende de la gestión en turno y de

las estrategias que se implementen en el periodo de gobierno en curso. Dada la falta de continuidad política, el escenario es incierto.

Es importante señalar que no se esperaba el auge del mezcal de la manera en que se ha presentado y esto está propiciando muchos errores en los productores y empresarios, pero también por parte de gobierno, pues no se previó una estrategia de comercialización tanto del producto como de una ruta turística; por otra parte, las comunidades tampoco están organizadas para aprovechar esta oportunidad de desarrollo de manera adecuada y esto coadyuva a que sea más atractivo el interés económico inmediato, poniendo en riesgo el tejido social.

La vulnerabilidad de las comunidades es importante a tomar en cuenta porque son fáciles de corromper y más cuando de por medio hay intereses económicos. El mezcal al pasar de ser un producto cultural a un producto comercial donde prefieren venderlo a tomarlo, pierde por completo la poca identidad que pudiera tener; y esto ha pasado con productos gastronómicos, particularmente en el Altiplano con las plagas como el escamol, el gusano rojo, los cabuches, porque son productos que dejan mayor beneficio económico si lo venden a comercializadores de otros estados y se van perdiendo las tradiciones, las costumbres como el uso con la herbolaria para remedios medicinales, el consumo de la bebida como parte de su cultura.

Destaca la falta de organización, coordinación e integración de todos los actores que conformen la ruta. Por otro lado, no se cuenta con la disposición de todas las fábricas que inicialmente se habían contemplado, para recibir turistas, porque como ya se comentó, son lugares de trabajo y, además, al no presentar un producto turístico bien diseñado es difícil que se sumen, pues implica inversión para ellos.

Algunas mezcaleras debido a su nivel de producción no trabajan de manera continua y esto dificulta la visita porque el turista puede encontrar cerrado y los prestadores de servicios turísticos dependen también de la disponibilidad de recepción de los productores.

Actualmente las rutas están planteadas económica y culturalmente, sin embargo, al turista contemporáneo le interesa además la sustentabilidad ambiental y sería muy bueno poder incluir esta parte no solo en el discurso del guía turístico, sino empezando por el proceso de

producción y la reutilización de residuos del mismo proceso. Si se siguen promoviendo los procesos ancestrales o se apoya a fábricas donde su proceso no está estandarizado, regulado y certificado, la sustentabilidad está lejos de la realidad.

Falta poder ofrecerle al turista la garantía de que los lugares que visita sean sede de fábricas socialmente responsables y sustentables, con productos que cuenten con los requerimientos de la NOM y con certificaciones que den la certeza de que lo que se consume es un producto de calidad. También es necesario que algunos empresarios se interesen en desarrollar un sistema de aprovechamiento integral del maguey y que definan estrategias para atraer al turista de la capital potosina que es el punto de partida de la ruta.

Dentro de la gestión turística que se lleva a cabo, porque cabe señalar que a pesar de no ser la idónea la hay, se encuentran los planes de desarrollo donde incluyen al sector turístico como un pilar para el desarrollo; sin embargo no se establecen en dichos instrumentos los planes de acción y sobre todo de seguimiento y evaluación efectivos; si bien tienen obligación de presentar un informe que no es homologado, este sólo muestra cifras que no dicen nada respecto a las estrategias que se implementaron y que más que reflejar un porcentaje alto en el ranking nacional o internacional deberían destacar por la calidad del turismo que se ofrece y que vaya en concordancia con los demás ejes rectores, para así poder hablar de un desarrollo integral.

Si no hay consistencia entre los planes de desarrollo de un municipio y otro, no pueden esperarse resultados en el mismo tenor y menos en el caso de un proyecto turístico que incluye diversas localidades y que busca el desarrollo para las mismas.

Por otro lado, la falta de continuidad política no permite que la ruta del mezcal se consolide porque en cada cambio de administración los ejes que se establecen en los planes de desarrollo a cualquier nivel cambian de acuerdo a los intereses de cada gobierno, esto no permite que se desarrolle un proyecto como este porque hay incertidumbre de la direccionalidad que se vaya a dar en la siguiente administración; el límite de planeación es de 3 o 6 años y un plan de gestión cuando menos es a mediano plazo.

Falta un marco regulatorio en materia turística conformada con apartados ambiental, social y cultural; falta coordinación y comunicación entre las dependencias de gobierno que tengan relación con el establecimiento de la ruta. De la misma forma, que la dependencia de gobierno responsable de coordinar este proyecto busque la participación de otras dependencias para no dejar fuera ningún aspecto importante y que sea funcional como producto turístico. Contrario a lo que está pasando, que se tienen reconocidas de manera “oficial” dos rutas, pero ningún operador turístico quiere sumarse porque no cuentan con las características que el turista demanda.

Si bien hay un par de productores interesados en participar en este proyecto, falta unión y compromiso por parte de todos los productores de mezcal contemplados; en primera instancia, que se organicen y soliciten apoyo al gobierno para hacer mejoras en sus fábricas, falta disposición de los prestadores de servicios turísticos de capacitarse o de igual manera pedir apoyo de gobierno para poder ofrecerle un servicio de calidad al turista; falta participación de la comunidad local donde busquen ese acercamiento para poder ofrecer productos complementarios al mezcal; debe entenderse que si se consolida el proyecto todos salen beneficiados, pero si se siguen buscando alcanzar los intereses particulares aunque el gobierno hiciera todo lo correcto, no va a funcionar.

Si logra desarrollarse el proyecto de la ruta del mezcal es importante darle seguimiento y evaluar periódicamente todas las estrategias y políticas públicas que permitieron en primera instancia su establecimiento para así hacer ajustes necesarios. Es necesario, además, que se destine recurso a este proyecto, que sea eficiente y que no sea mediante programas asistencialistas.

Cabe señalar, que ningún modelo de gestión turística ya diseñado atiende a las necesidades de todos los destinos pues se tiene que atender al contexto; por lo tanto, es importante que exista una propuesta de gestión turística sustentable que sirva como mecanismo para catapultar políticas públicas y que futuras generaciones utilicen este producto como base para que, de manera proactiva se mejore la situación turística actual.

A continuación, se presenta la propuesta de la estrategia de gestión turística sustentable para la ruta del mezcal en la región Altiplano en San Luis Potosí, mediante cuatro elementos: mapa que ilustra las rutas y la descripción de sus características; modelo de gestión turística sustentable; flujograma del proceso de gestión turística sustentable e información detallada sobre la propuesta.

En la figura 20 se ilustran los hoteles y sitios de descanso, así como los restaurantes disponibles al servicio del turista, y las haciendas que constituyen atractivos turísticos para el visitante.

La estrategia turística de la ruta del mezcal permite posicionar al producto local que es el mezcal, beneficiar principalmente a las regiones productoras de esta bebida y situar a San Luis Potosí como una entidad productora de mezcal y con un atractivo turístico importante; sin embargo, para tal efecto, se propone una reconfiguración de las rutas originales, diversificándolas en cuatro opciones:

Ruta 1. San Luis-Ahualulco-Salinas- Zacatecas.

Comprende salir de San Luis Potosí capital, visitar la Fábrica de mezcal Santa Teresa; la Fábrica de mezcal Ipiña; la Fábrica de mezcal Saldaña; así como las salineras en Salinas de Hidalgo; y por último visitar la Fábrica de mezcal La Pendencia en Pinos, Zacatecas.

Ruta 2. San Luis-Venado-Villa de Guadalupe.

Inicia desde la capital potosina, para hacer una parada en Venado y disfrutar de la gastronomía (gorditas); visitar el ojo de agua (en Semana Santa); visitar la Hacienda de Guanamé y Hacienda de Coronado); así como la Fábrica de mezcal Santa Isabel y la Fábrica de mezcal de Zaragoza de Solís.

Ruta 3. San Luis-Charcas-Real de Catorce.

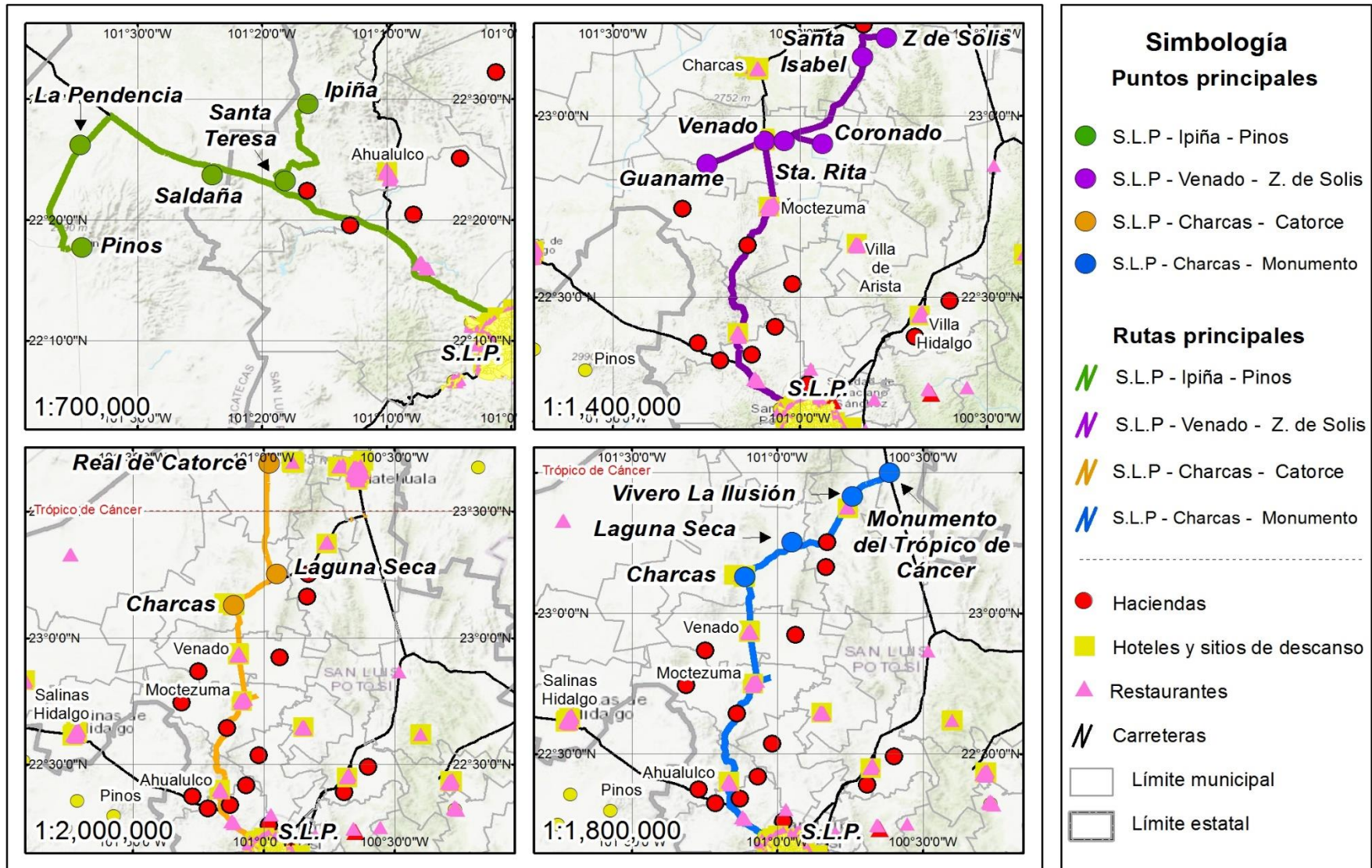
El recorrido parte de San Luis Potosí; se hace una parada en Charcas para disfrutar de su gastronomía (gorditas); se visita la Fábrica de mezcal Laguna Seca; y el recorrido termina en Real de Catorce con la opción de pernoctar.

Ruta 4. San Luis-Charcas-Matehuala.

El itinerario comienza en San Luis Potosí; se hace una parada en Charcas para desayunar; se visita la Fábrica de mezcal Laguna Seca; visita al Vivero La Ilusión; y el recorrido termina en Matehuala para disfrutar de su gastronomía (cabrito) y se hace una parada en el monumento al Trópico de Cáncer.

Se propone que en esta reconfiguración participen Secretaría de Turismo, Turismo Municipal, Secretaría de Cultura, Secretaría de Economía, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Secretaría de Ecología y Gestión Ambiental de manera conjunta, aportando desde su ámbito de experiencia para consolidar este producto turístico y que permanezca en el tiempo; donde no se atiendan a los intereses particulares de ninguna dependencia ni se pervierta el aspecto cultural y ambiental de la ruta por el económico.

Figura 20. Trazado de rutas propuestas.

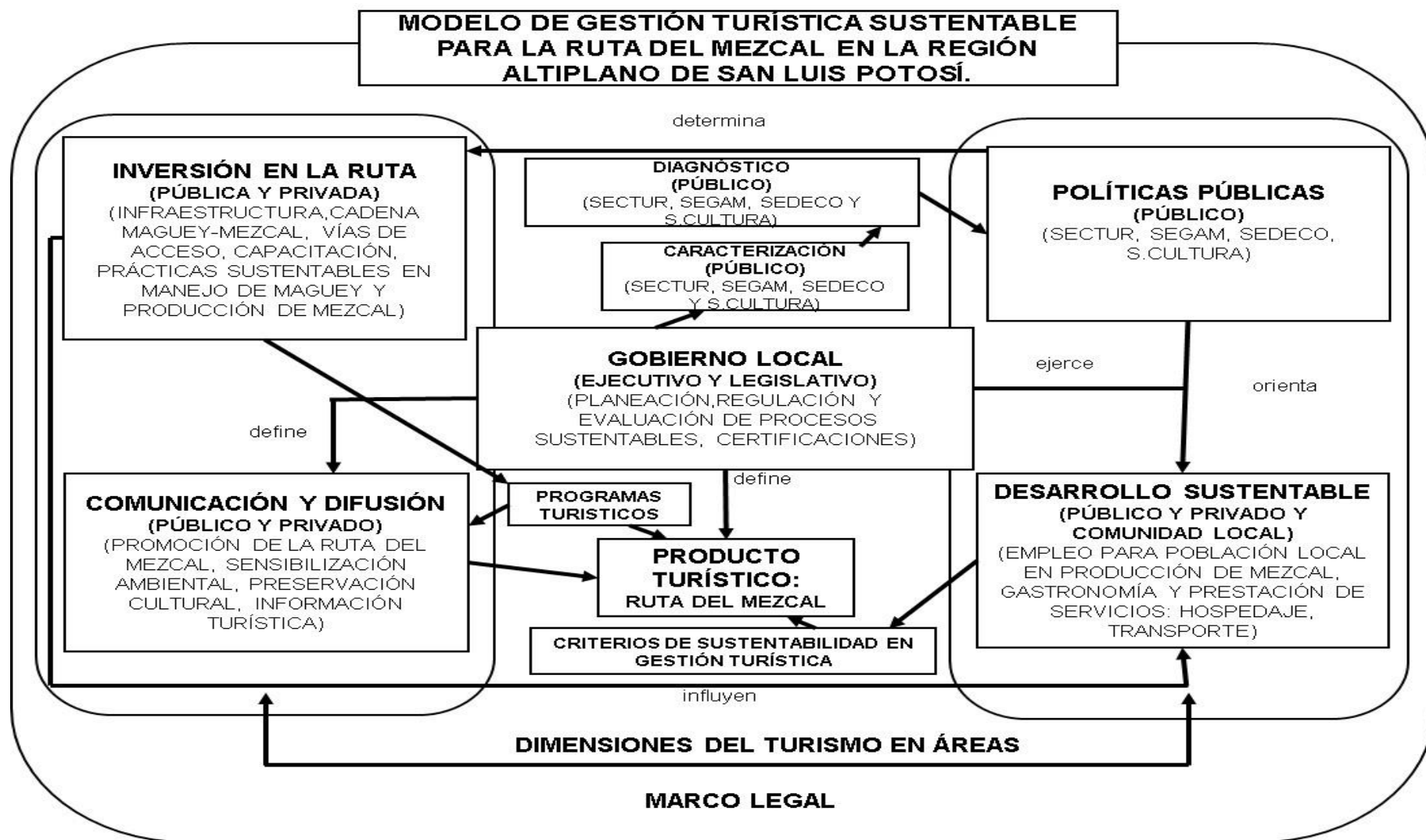


Fuente: Elaboración propia con datos de DENU (2012).

3.4. Propuestas para la gestión turística sustentable en la ruta del mezcal en la región Altiplano de San Luis Potosí.

Una vez que se ha realizado el análisis de la información obtenida a través de la investigación de campo; además de haberse apoyado en la literatura revisada sobre modelos de gestión turística y, con el propósito de incorporar la sustentabilidad en la gestión turística de la ruta del mezcal en la región Altiplano en San Luis Potosí, se hizo una adaptación del modelo propuesto por Ornés (2009), el cual se muestra a continuación en la figura 21.

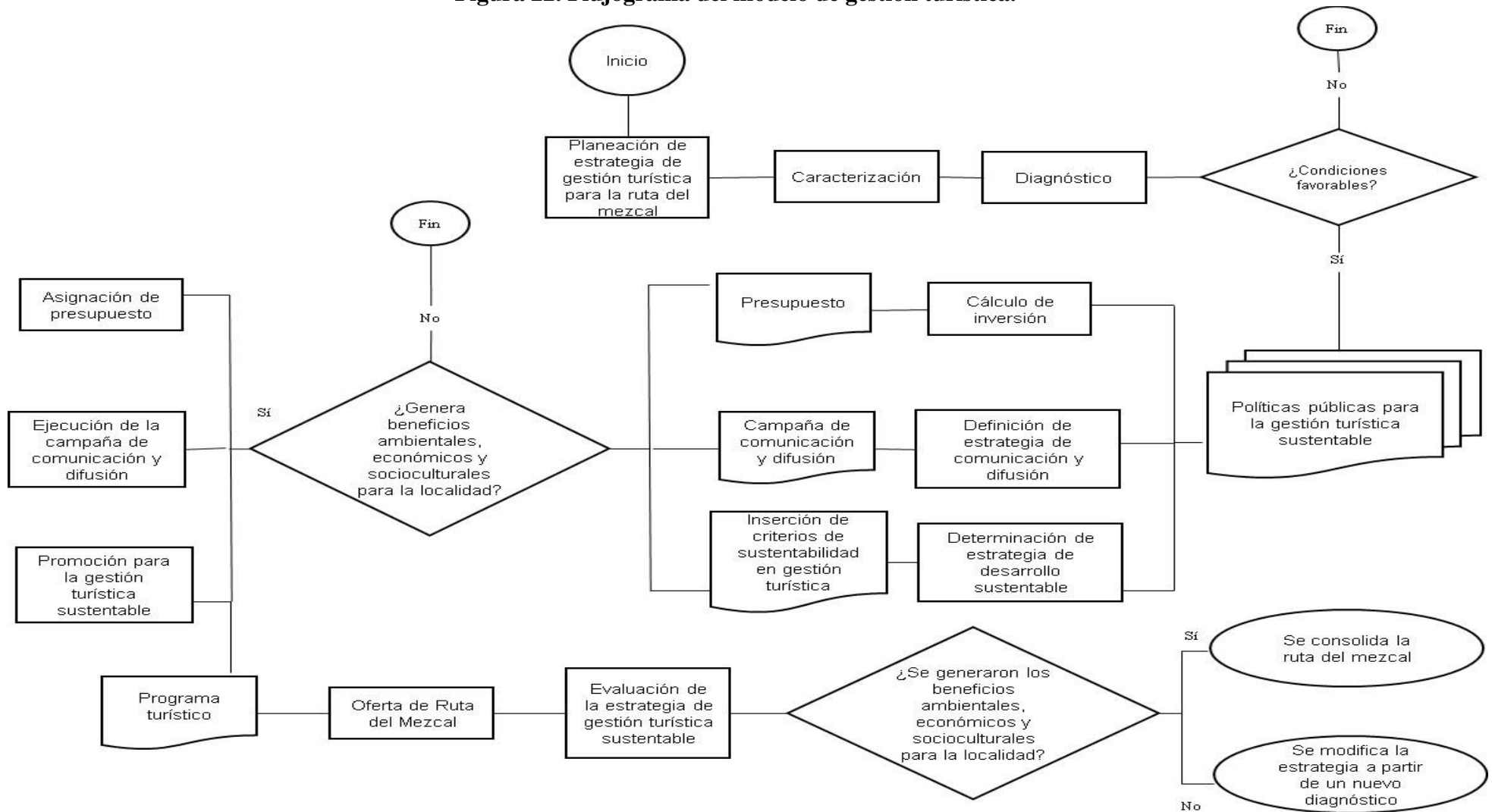
Figura 21. Modelo de gestión turística sustentable para la ruta del mezcal en la región Altiplano de San Luis Potosí.



Fuente: Adaptación con base en (Ornés, 2009; citado en Pearce 2015).

En la figura 22 se aprecia el proceso de la gestión turística sustentable para la ruta del mezcal indicando actividades, decisiones y documentos involucrados.

Figura 22. Flujograma del modelo de gestión turística.



Fuente: Elaboración propia.

De este modelo se derivan propuestas muy puntuales relacionadas con las cinco categorías principales en las que se analizaron los datos obtenidos en la investigación de campo de esta tesis: ambientales, económicas, socioculturales, comunicación y difusión, e integrales. Estas propuestas se han clasificado en esas cinco categorías para facilitar su comprensión. (cuadro 9).

Cuadro 9. Propuestas para una gestión turística sustentable en la ruta del mezcal en la región Altiplano de San Luis Potosí.

Ambientales.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Diseñar programas de repoblación para permitir que los agaves maduren y que los hijuelos se desarrollen, y de esta manera evitar una gran presión para los recursos. ○ Incorporar en los procesos de elaboración de mezcal el cumplimiento de aspectos sustentables como el uso racional del maguey como materia prima, y buscar que se utilicen al máximo los residuos de éste a lo largo del proceso productivo. ○ Identificar posibles usos secundarios a otros residuos que se generen en el proceso de elaboración del mezcal con el propósito de utilizar al máximo el recurso y minimizar el impacto ambiental. Un posible uso de los residuos o desperdicios sería la elaboración de artesanías, como ocurre en industrias como la del tequila, del vino, del café, entre otros. ○ Regulación y evaluación de los procesos sustentables que adopten las fábricas.
Económicas.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Crear un programa gubernamental de apoyo económico para la adquisición, mantenimiento y/o renovación de equipo de las fábricas de mezcal para incidir en su productividad y competitividad. ○ Consolidar la industria mezcalera a través de las mejoras en sus procesos productivos. ○ Obligatoriedad de la certificación del mezcal para que los productores ofrezcan un producto de acuerdo con los estándares de calidad para su comercialización, y de esta manera el turista que visite la ruta pueda además de hacer la visita contribuir económicamente con la compra de un producto de calidad. ○ Apoyo de gobierno hacia empresarios que comercialicen mezcal potosino o productos locales relacionados con éste. ○ Destinar presupuesto para mejorar la infraestructura carretera, colocar señalética adecuada para el acceso y tránsito de personas a la ruta del mezcal. ○ Incentivar la inversión de los propietarios de las fábricas de mezcal para mejorar su infraestructura para recibir de manera más adecuada a los turistas. ○ Fortalecer la articulación de la ruta del mezcal en la producción- comercialización- servicios con el apoyo de más dependencias de gobierno, y de esta manera generar empleos para la población local en actividades como: elaboración de mezcal, elaboración de platillos típicos del lugar, elaboración de artesanía, oferta de servicios de hospedaje y transporte, entre otras. ○ Incluir más atractivos turísticos a las rutas ya planteadas para atraer al turista y hacer extensivo el beneficio económico a más personas.
Socioculturales.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Previo a la generación de programas y esquemas de apoyo, hacer foros de consulta con los ejidatarios para conocer sus opiniones y considerar sus necesidades. ○ Trabajar de manera conjunta con las comunidades para tener mejor recepción a la visita de los turistas y que, se generen beneficios para todos. ○ Si se hace la declaratoria de patrimonio cultural del proceso de producción de mezcal ancestral, que la Dirección de Patrimonio Cultural trabaje en conjunto con la SEGAM para asegurar además la protección del agave para su adecuado manejo. ○ Diseñar estrategias de atracción de turistas desde la capital potosina, como un museo dedicado al Altiplano potosino y que se incluya al maguey mezcalero potosino y el trasfondo cultural que tiene, y, por otra parte, en restaurantes y hoteles ofrecer en primer lugar al mezcal potosino. ○ Proteger la parte cultural en el consumo del mezcal, así como de otros productos regionales como son los escamoles, gusano rojo, cabuches, entre otros, que forman parte de las tradiciones y costumbres locales. ○ Programar las visitas podría otorgar ese valor agregado al turista sin interferir en los planes de producción de la fábrica, además, contar con personal capacitado que se dedique exclusivamente a la recepción de turistas.
Comunicación y difusión.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Dirigir las estrategias de comunicación de la ruta a promover el turismo sustentable, con información de calidad y recomendaciones de viajero responsable. ○ Ofrecerle al turista toda la información necesaria previa a la visita y las recomendaciones pertinentes para que sea un turista responsable ambiental, social y culturalmente, y que durante la estancia en los sitios turísticos exista personal calificado para poder acompañar al usuario de servicios turísticos durante su visita. ○ Promover la pernocta en los lugares que sean factibles, para fomentar la participación de la hotelería disponible en algunos de estos sitios por los que atraviesa la ruta y aprovechar de otra manera el viaje para los que tengan posibilidad de ampliar la duración.

Integrales.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Crear programas de apoyo a la cadena maguey-mezcal, a la infraestructura turística y a la promoción del producto turístico de la ruta del mezcal de la región Altiplano en San Luis Potosí como estrategia de desarrollo regional. Que el programa conste de financiamiento con tasa preferencial para invertir en manejo de maguey, infraestructura productiva y en capacitación de prestadores de servicios turísticos. ○ Establecer estrategias con visión a largo plazo que apunten a la sustentabilidad y preservación de la producción de mezcal y la actividad turística, tomando en cuenta las necesidades específicas en la región. ○ Establecer un programa estratégico en el que participen: Secretaría de Desarrollo Económico (aportando recursos para financiamiento para elaboración de mezcal y productos y servicios complementarios en la ruta); Secretaría de Turismo (capacitando a guías turísticos que aseguren el conocimiento del contexto cultural y natural alrededor del mezcal); Secretaría de Cultura (otorgando asistencia técnica sobre la valoración cultural del mezcal como bebida emblemática de la región). ○ Vigilar que la actividad turística no represente un impacto ambiental, social y cultural negativo. ○ Coordinar los esfuerzos que realizan las distintas dependencias con el interés de fortalecer la ruta del mezcal. ○ Definir políticas públicas que tengan como eje estratégico el impulso al turismo sustentable en el Altiplano potosino, orientadas hacia el desarrollo regional. ○ Lograr sinergia entre todos los actores (públicos y privados) de la ruta del mezcal para lograr un producto turístico eficiente. ○ Generar conciencia de los beneficios de la ruta del mezcal y que se establezca un compromiso firme para largo plazo, no solo como medidas políticas temporales. Que los beneficios sean claros para los participantes. ○ Impulsar la gastronomía de la región Altiplano a través de la ruta del mezcal como parte de la articulación y cuidando no promover platillos exóticos que pongan en peligro a las especies que habitan estos ecosistemas. ○ Evaluar posteriormente las políticas públicas implementadas una vez formalizada la ruta y puesta en marcha.
-------------	--

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones.

Esta propuesta de gestión turística sustentable para la ruta del mezcal en la región Altiplano de San Luis Potosí, responde al turista contemporáneo que busca experiencias diferenciadas con aspectos de naturaleza, cultura y convivencia comunitaria; genera oportunidades de desarrollo para la población local en la prestación de servicios en la ruta del mezcal; apoya para la preservación de la tradición de elaborar mezcal en ex haciendas y, consolida un atractivo turístico que integra cultura, ambiente y comunidad, en el largo plazo para que no se pierda la práctica ante una simple moda, y que atienda de manera simultánea los propósitos ambiental, económico y sociocultural.

Algunas ventajas con las que cuenta la ruta del mezcal tienen que ver con que algunas de las empresas productoras de mezcal cuentan con el reconocimiento de premios internacionales que sustentan la calidad de sus productos y le dan prestigio a la región; algunas de esas fábricas están certificadas. Otra ventaja es la ubicación de las empresas mezcaleras y, el contar con atractivos turísticos en la región que pueden articularse en la ruta temática.

Un aspecto natural que favorece que el turista elija a la ruta del mezcal como un destino turístico es el paisaje agavero.

Una situación positiva que se ha observado mediante esta investigación es el interés que muestran los actores en participar en la ruta del mezcal.

Es importante destacar que, para su adecuada implementación, necesita apoyo de las autoridades competentes y respaldo de políticas públicas que hagan viable su permanencia y mejora continua. Se pretende que involucre a más empresas productoras de mezcal, dependencias relacionadas con esta práctica y que se comprometan para salvaguardar los intereses de la región Altiplano en San Luis Potosí. En este contexto, es importante lograr el involucramiento de empresas productoras de mezcal que se quieran sumar, así como las dependencias que tienen relación directa con esta práctica y que deberían tener un rol más activo y comprometido para salvaguardar los intereses de la región en la que se lleva a cabo,

pues hasta el momento, se han identificado carencias importantes en los apoyos gubernamentales que se necesitan.

Por otro lado, dentro de los aspectos que representan debilidades para la ruta del mezcal como se practica en la actualidad, están que, el precio que se fija a algunos mezcales no refleja el valor real de la bebida, sino que es un resultado del marketing que se realiza en su concepto comercial.

Otro problema detectado es que se está dando apoyo, reconocimiento y promoción a algunos mezcales que no cumplen con certificaciones ni procesos sustentables.

También se aprecia la falta de inversión gubernamental para apoyar la elaboración del mezcal e infraestructura para la recepción de turistas. Es imprescindible mejorar la infraestructura de vías de comunicación y recepción de turistas.

Como parte de las características negativas en las que se está realizando el apoyo y promoción por parte de las autoridades competentes, están que, algunos de los programas apoyan a los esquemas de producción no originarias de la región, además de que la promoción a la ruta temática es prácticamente, inexistente.

Por otro lado, se observa que el producto turístico original de la ruta del mezcal está desarticulado en su práctica actual. No existe regulación para los prestadores de servicios turísticos en cuanto a que se capaciten, certifiquen y ofrezcan servicios adecuados.

Uno de los aspectos que afecta en gran medida una participación permanente e idónea por parte de las autoridades competentes, es el problema de la no continuidad política entre un período de gobierno y otro; por lo que es necesario comprender que una estrategia de gestión turística sustentable debe tener como centro, su permanencia en el tiempo y el aseguramiento de los tres ámbitos que la componen.

La migración de población joven a Estados Unidos reduce la oferta laboral en las comunidades del Altiplano potosino y esta situación podría ser atendida con la creación de oportunidades de trabajo en actividades dentro de la ruta turística, desde la elaboración de

mezcal, hasta diversos servicios como alimentos, hospedaje, transportación y, venta de productos y servicios complementarios.

Otras situaciones de conflicto se refieren a que faltan políticas públicas que promuevan la sustentabilidad en la ruta del mezcal, así como la coordinación por parte de las dependencias relacionadas con esta ruta turística.

Desde la perspectiva de largo plazo, la ruta del mezcal puede coadyuvar al aprovechamiento de algunas oportunidades que se han detectado en el contexto en el que se realiza esta práctica turística. Estas tienen que ver con las alternativas de ingresos que pueden representar para la población local al participar en actividades de la ruta y diversificando la oferta laboral.

Además, ayuda a lograr la identificación del mezcal con su lugar de origen y dar más prestigio a la región. Apunta a un mayor aprovechamiento del maguey a través de mejoras en los procesos de elaboración del mezcal.

Presenta la opción de tener un crecimiento potencial en el número de empresas productoras de mezcal, la promoción para el consumo del mezcal y productos regionales y, plantea una forma de incrementar el desarrollo regional a partir de la ruta turística. Abre posibilidades para la reutilización de residuos en el proceso de elaboración de mezcal y coadyuva a la sustentabilidad que se espera con este tipo de gestión turística.

En cuanto a algunos aspectos desfavorables que se han detectado es la vulnerabilidad sobre el valor del mezcal para ser solo analizado desde fines meramente económicos y afectando el valor cultural de esta bebida. De no modificarse las prácticas actuales, podría ocasionarse una sobreexplotación por manejo inadecuado del maguey, a la par de un mal aprovechamiento de los recursos otorgados al campo por parte del gobierno.

Destacan como posibles desventajas futuras, la falta de infraestructura carretera e información turística; la posibilidad de que nuevas empresas productoras de mezcal no se apeguen a procesos productivos sustentables; una latente preponderancia de intereses económicos por parte de los actores que participan en la ruta del mezcal; así como que el turismo se entienda como factor de desarticulación y de ruptura en el tejido social.

Para efecto de que la gestión turística sustentable en la ruta del mezcal del Altiplano potosino sea una realidad, se plantea la propuesta de que todos los agentes involucrados, reconozcan la importancia de preservarla y se comprometan a trabajar de manera conjunta, en busca de un beneficio común a nivel regional. De la misma manera, se enfatiza la importancia de identificar el valor cultural del mezcal con la ruta turística temática para fomentar su crecimiento. Y, finalmente exhortar a las instituciones y dependencias encargadas de la promoción turística a trabajar de manera coordinada para beneficio de la consolidación de la ruta como un producto turístico atractivo en la región Altiplano en San Luis Potosí.

Como todo trabajo de tesis, es indispensable acotar el tiempo, lo cual deja abiertas posibilidades para futuras líneas de investigación donde puedan profundizarse algunos de los elementos aquí contenidos.

Referencias bibliográficas.

- Acerenza, M. (1998). "Administración del turismo, planificación y dirección." México. Trillas.
- Aguirre J. et al. (2001). "El maguey mezcalero potosino." Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- Alpízar, V y Maldonado, M. Integración de la ruta del vino en Querétaro, un producto innovador. Quivera. (2009).
- Avello, R. (2017). "Principales tipos de limitaciones." Revista Comunicar. Escuela de autores.
- Barrado, D. (2004) "El concepto de destino turístico: una aproximación geográficoterritorial." Estudios Turísticos (160): 45-68.
- Barros, J. el al. (2013). "Bases para el desarrollo del negocio enoturístico en el Valle de Casablanca." Universidad de Chile.
- Bernal, H. (2002). "Introducción a la Gestión Ambiental." Recuperado de <https://es.calameo.com/books/003270371ef66395e9d0c>.
- Boullón, R. (1990). "Los municipios turísticos". Trillas. México.
- Boullón, R. (2006). "Planificación del espacio turístico". Recuperado de: https://www.academia.edu/7023645/Planificaci%C3%B3n_del_espacio_tur%C3%ADstico._Roberto_Boull%C3%B3n?email_work_card=view-paper. Consultado en: 6 de mayo de 2019.
- Bozzani, M. (2012). "Turismo enológico en Argentina". Universidad Nacional de Mar del Plata. Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Académico y Científico. Recuperado de: http://nulan.mdp.edu.ar/1801/1/bozzani_ml_2012.pdf. Consultado el 10 enero de 2018.
- Centro Nacional de Planeamiento Estratégico. (2016) "El Futuro del Turismo". Perú.

Chan, N. (2005) "Circuitos turísticos. Programación y cotización." (2005). Ediciones turísticas. Argentina.

Chorley, R. y Haggett, P. (1967) "Models in geography". London: Methuen. Universidad de Michigan. Recuperado de: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1191/0309132506ph595xx>. Consultado el 12 de marzo de 2019.

Conferencia Mundial de Turismo Sostenible (1995). "Carta del Turismo Sostenible." Lanzarote, España. Recuperado de <http://www.turismo-sostenible.org/docs/Carta-del-Turismo-Sostenible.pdf>. Consultado el 15 de marzo de 2019.

Crouch, G. y Ritchie, J. (1999) "Tourism, competitiveness and societal prosperity". Journal of Business Research.

Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. (2012). Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>. Consultado el 9 de diciembre de 2019).

Dredge et al. (2011) "Managing local tourism: building sustainable tourism management practices across local government divides". Tourism and Hospitality Research. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/258193005_Managing_local_tourism_Building_sustainable_tourism_management_practices_across_local_government_divides. Consultado el 16 de marzo de 2019.

Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México. (1986). San Luis Potosí. Recuperado de: <http://siglo.inafed.gob.mx/enciclopedia/EMM24sanluispotosi/municipios/24001a.html>. Consultado en: 03 de marzo de 2019.

Díaz, T. (2008). "Gestión Ambiental y Turismo. Instituto de Investigación y Consultoría Turística."

Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México. (1986). San Luis Potosí. Recuperado de: <http://siglo.inafed.gob.mx/enciclopedia/EMM24sanluispotosi/municipios/24015a.html>
Consultado en: 03 de marzo de 2019.

Galindo, J y Loa, E. (1998). “Marco Jurídico e Institucional para el uso y la conservación de la biodiversidad.” Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO)

Gamboa et al. (2015). “Análisis de los conceptos ambiente, educación ambiental y gestión ambiental dentro de la norma ISO 14001: 2004.” Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Facultad de Ciencias de la Educación, Especialización en Educación y Gestión Ambiental. Bogotá, Colombia.

García, E. (1998). Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO).

Gobierno del Estado de San Luis Potosí. (2019). “Tercer Informe de Gobierno San Luis Potosí (2017-2018).” Recuperado de: http://beta.slp.gob.mx/tercerinforme/Documentos%20Botones/3_Completo_Cualitativo.pdf
.Consultado en: 11 de mayo de 2019.

González, M., (2008). “El patrimonio sorbo a sorbo, Gestión de turismo cultural sostenible para la región de Tequila.” PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 6. No. 2. pp. 327-333.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2015). “Panorama sociodemográfico de San Luis Potosí 2015”. Recuperado de: http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos//prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/inter_censal/panorama/702825082345.pdf. Consultado en: 15 de noviembre de 2018.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2016). “Conjunto de Datos Vectoriales de Uso de Suelo y Vegetación. Escala 1:250 000. Serie VI (Capa Union).” escala: 1:250 000. edición: 1. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Aguascalientes, México.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2016). “Conjunto de Datos Geológicos. Escala 1:250 000. Serie VI (Capa Union).” escala: 1:1, 000 000. edición: 2002. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Aguascalientes, México.

Instituto Nacional de investigaciones Forestales y Agropecuarias (INIFAP) (1995). Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO).

Lawson, F. y Baud-Bovy. (1977). “Tourism and recreation development”. Architectural Press, London.

Longjit, C. y Pearce, D. (2013) “Managing a mature coastal destination:Pattaya, Thailand”. Journal of Destination Marketing & Management. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/259172412_Managing_a_mature_coastal_destination_Pattaya_Thailand. Consultado el 12 de marzo de 2019.

López, R. (2016). “Diagnóstico de la Cadena de Valor Ecoturismo en las Regiones de Oaxaca.”

Massolo, L. (2015) “Introducción a las herramientas de gestión ambiental.” Laura Massolo, coordinadora, Editorial de la Universidad de la Plata.

Meráz, L; Ruiz, A. (2016). “El enoturismo de Baja California, México: un análisis de su oferta y comparación con la región vitivinícola de La Rioja, España.” Revista Investigaciones Turísticas. No. 12. Pp. 73-98.

Ministerio de Turismo y Deporte del Uruguay. (2019). Plan Nacional de Turismo Sostenible (2009-2020). Uruguay.

Navarro, D. (2007): “Sistema Turístico Mendocino”, en TurPlan II-Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Mendoza. Mendoza, Subsecretaría de Turismo-Ministerio de Turismo y Cultura-Gobierno de Mendoza y Consejo Federal de Inversiones.

Navarro, D. (2015). Recursos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. Cuadernos de Turismo. núm. 35, enero-junio, 2015, pp. 335-357. Universidad de Murcia. Murcia, España. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>

Navarro, M; Vázquez, V. (2013). “El ecoturismo en el Parque Nacional Islas Marietas, Jalisco. Diagnóstico, Retos y Perspectivas para la Implementación de un Modelo de Desarrollo Sustentable.” En Guzmán, M; Juárez, D (Ed). En busca del Ecoturismo. Casos y experiencias del turismo sustentable en México, Costa Rica, Brasil y Australia. (pp. 153-176). México. Ediciones y Gráficos Eón.

Newsome, et al. (2002). “Natural Area Tourism. Ecology, Impacts and Management. Aspects of Tourism.

Ochoa, R, et al. (2014). En Juárez, D; Vera, A. Turismo Sustentable y Competitividad. (pp.42-) Cultiva Libros.

Organización de las Naciones Unidas. (1999). Código Ético Mundial para el turismo. Por un turismo responsable. Recuperado de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodees.pdf>. (Consultado el 16 de marzo de 2019).

Organización de las Naciones Unidas. (2018). Informe del Secretario General del Organismo Especializado de las Naciones Unidas en Materia de Turismo. Parte I: Situación actual y actividades. CE/108/5(c) rev.1 Madrid.

Organización Mundial del Turismo. (1999). “Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal.” Madrid, España.

Organización Mundial del Turismo. (1999). “Guía para administradores locales: desarrollo turístico sostenible.” España.)

Organización Mundial de Turismo. (2017). Turismo y motivaciones principales.

Organización Mundial de Turismo. (2018). “Panorama OMT del turismo internacional.” Edición 2018. UNWTO, Madrid.

Organización Mundial de Turismo. (2019). “Las llegadas de turistas internacionales suman 1.400 millones dos años antes de las previsiones.” Madrid. Recuperado de: <http://www2.unwto.org/es/press-release/2019-01-21/las-llegadas-de-turistas-internacionales-suman-1400-millones-dos-anos-antes>. Consultado en: 15 de marzo de 2019.

Osorio, M. (2006). “La planificación turística. Enfoques y modelos”. Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, México. Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal.

Pearce, D. (2015). “Modelos de gestión de destinos. Síntesis y evaluación”. Victoria University of Wellington, Nueva Zelanda.

Periódico Oficial del Gobierno del Estado. (2015). Plan Estatal de Desarrollo 2015-2021. San Luis Potosí. Recuperado de: [http://beta.slp.gob.mx/SECULT/pdf/Plan-Estatal-de-Desarrollo-2015-2021-\(23-MAR-2016\).pdf](http://beta.slp.gob.mx/SECULT/pdf/Plan-Estatal-de-Desarrollo-2015-2021-(23-MAR-2016).pdf). Consultado en: 12 de abril de 2019.

Pineda, U; Vázquez, V. (2013). “Delimitación de rutas ecoturísticas en la Zona Media de San Luis Potosí: Una alternativa para a diversificación económica.” En Guzmán, M; Juárez, D (Ed). En busca del Ecoturismo. Casos y experiencias del turismo sustentable en México, Costa Rica, Brasil y Australia. (pp. 153-176). México. Ediciones y Gráficos Eón.

Red de Desarrollo Sostenible. (1993). Comunidad de Gestión Ambiental. Red de Desarrollo Sostenible de Colombia. Recuperado de: <http://www.rds.org.co>. Consultado en: 12 de febrero de 2019.

Ritchie, J. R. B. y Crouch, G. I. (2003) “The competitive destination: a sustainable tourism perspective”. CABI, Wallingford.

Ruíz et al. (2011). “Aproximaciones al turismo enológico y sus estrategias de mercadotecnia en México.” Ges. Tur, No. 16. pp. 137-155.

Sánchez, D; Aguilera, M. (2014). “Corrientes del Ambientalismo y alternativas de gestión desde la sustentabilidad y la ética ambiental.” Universidad de Medellín, Colombia.

Sainaghi, R. (2006). "From contents to processes: versus a dynamic destination management model (DDMM)". *Tourism Management*.

Secretaría de Gobernación. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018*. México.

Secretaría de Gobernación. (2017). "Crece 12.2% llegada de turistas Internacionales y 9.8% derrama económica en primer semestre." Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/crece-12-2-llegada-de-turistas-internacionales-y-9-8-derrama-economica-en-primer-semestre-emc>. Consultado en: 11 de mayo de 2019.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (2019). *Presupuesto de Egresos de la Federación 2019. Estrategia Programática. Ramo 21: Turismo*. Recuperado de: https://www.pef.hacienda.gob.mx/work/models/PEF2019/docs/21/r21_ep.pdf. Consultado en: 14 de abril de 2019.

Sunkel, O. (1980). "Introducción a la Interacción entre los Estilos de Desarrollo y Medio Ambiente en América Latina." México.

Vanegas, G. (2006). "Ecoturismo, instrumento de Desarrollo Sostenible."

Vargas, E. et al. (2011). "Gestión ambiental en el sector turístico mexicano. Efectos de la regulación en el desempeño hotelero." *Cuad. admon.ser.organ. Bogotá (Colombia)*, 24 (42): 183-204.

Vera, A, et al. (2015). "La Ruta del Queso y del Vino en Querétaro como atractivo enoturístico y desarrollo local. En Juárez, D. *Turismo, desarrollo local y relaciones económicas internacionales*." (Pp. 52-76). Letras de autor.

Vera, J. et al. (2011). "Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos". Tirant Lo Blanch, Valencia.

Vera, J. (2011). "Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores." Instituto Universitario de Geografía. Universidad de Alicante.

Vinetur. (2017). Revista Digital del Vino. ¿Qué busca el turista del vino? Recuperado de: <https://www.vinetur.com/2017041127823/que-busca-el-turista-del-vino.html>. Consultado en: 5 de abril de 2019.

Zamorano, F. (2002) “Turismo alternativo”. México: Trillas. Recuperado de: <https://www.unich.edu.mx/wp-content/uploads/2014/01/turismo-alternativo-zamorano.pdf>. Consultado el: 13 de marzo de 2019.

Apéndice.

Anexo 1. Cuestionario a productores de las fábricas mezcaleras de Ipiña, Ahualulco y Laguna Seca, Charcas.

Anexo. 2. Cuestionario a prestadores de servicios turísticos de la ruta de mezcal en el Altiplano potosino.

Anexo. 3. Cuestionario a la población local de los municipios de Ahualulco y Charcas.

Anexo. 4. Cuestionario a turistas que visiten la ruta de mezcal en el Altiplano potosino.

Anexo. 5. Cuestionario a expertos en temas de sustentabilidad, gestión turística, turismo y Altiplano potosino.

Anexo 6. Análisis FODA para la ruta del mezcal.



Anexo. 1. Cuestionario a productores de las fábricas mezcaleras de Ipiña, Aqualulco y Laguna Seca, Charcas.

Objetivo: Conocer la participación de los productores de mezcal en la gestión turística sustentable de la ruta de mezcal en el Altiplano potosino.

1. El maguey que utiliza para elaborar su mezcal es:
 - a) Cultivo propio.
 - b) Cultivo rentado.
 - c) Compra a otros cultivos. Especifique dónde.
 - d) Cultivo propio y compra a otros cultivos. Especifique dónde.

2. Tipo de suelo.

3. Número promedio de toneladas de maguey que produce, recolecta o compra al año.

4. Variedades de maguey que cultiva, recolecta o compra para la elaboración de mezcal.
 - a) Maguey salmiana.
 - b) Otras variedades. Especifique cuáles.

5. ¿Quiénes participan en el cuidado de sus cultivos o de aquéllos donde los compra?
 - a) Ing. Agrónomo.
 - b) Técnico agrónomo.
 - c) Jornaleros.
 - d) Jimadores.
 - e) Otros. Especifique.

6. Tipo de problemas que enfrenta el maguey en la región.
 - a) Cambios de clima.

- b) Insectos.
 - c) Plagas.
 - d) Roedores.
 - e) Control de riego.
 - f) Lluvias abundantes o escasez.
 - g) Control de crecimiento de plantas.
 - h) Distracción de mano de obra.
 - i) Ganado grande.
 - j) Otros. Especifique.
7. ¿Existe algún tipo de plaga que afecte al maguey? De ser así, ¿cómo lo atienden y controlan?
8. ¿Identifica usted algún inconveniente en el cultivo que se pueda generar a causa del visitante? ¿Cómo podría prevenirse?
9. Tipos de ventajas que tiene el maguey en la región.
- a) Latitud.
 - b) Altitud.
 - c) Tipo de suelo.
 - d) Clima o microclima.
 - e) Exposición solar.
 - f) Exposición al viento.
 - g) Exposición a heladas.
 - h) Escasez de agua.
 - i) Otros. Especifique.
10. ¿Está dispuesto a mostrar sus campos de maguey?, si no fueran propios, ¿Habría acceso a los campos de maguey de donde se abastece su producción de mezcal?
- a) Sí.
 - b) No.
- ¿Por qué?
11. ¿Cómo es el manejo de maguey que realizan actualmente?
12. ¿Identifica usted algún riesgo ambiental derivado del manejo del maguey, de ser así, indique cuál es y cómo considera usted que se podría prevenir?
13. ¿Existe algún problema que dificulte el manejo del maguey?
- a) Escasez de agua.

- b) Erosión del suelo.
 - c) Alguno derivado de cultivos colaterales.
 - d) Otros.
14. ¿Qué tan sensibles considera usted que son los siguientes riesgos desde la perspectiva ambiental por la visita de la ruta del mezcal? Contaminación de suelo, aire, disposición de residuos, erosión de suelo
- a) Muy sensible.
 - b) Algo sensible.
 - c) Indiferente.
 - d) Poco sensible.
 - e) Nada sensible.
15. ¿Qué medidas de reforestación aplican por parte de su fábrica para la reposición y preservación del maguey?
16. ¿Observa usted algún interés por parte de la población local, respecto a la preservación del maguey?
17. ¿Cuántas personas trabajan actualmente en el manejo de maguey?, ¿dónde viven? Y ¿cómo se trasladan?
18. Indique la capacidad de producción de mezcal al año.
19. Años de experiencia que tiene su empresa fabricando mezcal.
- a) 1 a 10.
 - b) 11 a 20.
 - c) 21 a 50.
 - d) 51 a 100.
 - e) Más de 100.
20. Tipos de mezcales que produce su empresa.
- a) Joven.
 - b) Añejo.
 - c) Reposado.
21. ¿Qué tipo de personas son las que están visitando la ruta?
- a) Hombres maduros.
 - b) Mujeres maduras.
 - c) Hombres jóvenes.
 - d) Mujeres jóvenes.

- e) Hombres y mujeres maduros.
- f) Hombres y mujeres jóvenes.
- g) Familias completas.
- h) Grupos de amigos.

22. De los siguientes factores indique qué tan importantes son en la decisión de realizar turismo enológico en el Altiplano potosino.

	Muy importante.	Algo importante.	Indiferente.	Poco importante.	Nada importante.
Fama del lugar a visitar.					
Proceso de elaboración de mezcal.					
Moda.					
Atractivos y actividades complementarias.					
Costumbres y tradiciones.					
Información turística.					
Convivencia con la población local.					
Paisaje.					
Flora y fauna del lugar.					
Clima.					
Limpieza del lugar.					
Cuidado del ambiente.					
Tipo de mezcal que se elabora en el lugar.					
Hospedaje disponible.					
Oferta gastronómica.					

Servicios médicos.					
Derrama económica para el lugar visitado.					
Disponibilidad de fechas.					

23. Por favor indique el(los) tipo(s) de prestador de servicios turísticos que su empresa utiliza para la ruta de mezcal.

- a) Agencia de viajes.
- b) Operadora turística.
- c) Guía de la empresa.
- d) Guía de la Secretaría de Turismo.
- e) Otro: ¿cuáles?

24. ¿Cuáles de los siguientes esfuerzos de comunicación y promoción realiza su empresa o a través de terceros para atraer personas a la ruta del mezcal?

- a) Publicidad en eventos.
- b) Publicidad a través de radio.
- c) Publicidad en medios impresos.
- d) Publicidad en redes sociales.
- e) Publicidad en internet.
- f) Publicidad a través de la autoridad en materia de turismo.
- g) Otro. Especifique.

25. ¿Con qué frecuencia diría usted que se visita la ruta de mezcal en el Altiplano potosino?

- a) Diariamente.
- b) Dos a tres veces por semana.
- c) Una vez por semana.
- d) Una vez al mes.
- e) Sólo en ocasiones especiales.
- f) Temporada alta.
- g) Temporada baja.

26. Por favor ordene del 1 al 4 los siguientes prestadores de servicios turísticos que promueven la ruta del mezcal en el altiplano potosino. Donde 1 es el que más promueve y 4 el que menos promueve.

- a) Agencias de viajes.

- b) Operadoras turísticas.
- c) Propia empresa.
- d) Autoridades en materia de turismo.

27. De los siguientes tipos de apoyo, indique cómo considera usted que son en la ruta de mezcal. En caso de no existir, indique si usted considera necesario que deban existir. Especifique por qué.

	Excelente.	Bueno.	Regular.	Malo.	Pésimo.	Inexistente.
Apoyos gubernamentales estatales.						
Apoyos gubernamentales municipales.						
Apoyos de cámaras empresariales, consejo regulador, otros.						

28. ¿Qué implica una ruta turística de mezcal para su fábrica? (pros y contras)

29. ¿Qué beneficios considera que puede obtener al participar en la ruta turística?

30. ¿Qué actividades desarrolla dentro de la ruta turística?

- a) Visita al cultivo.
- b) Visita guiada a proceso de elaboración.
- c) Cata y degustación.
- d) Apreciación de paisaje.
- e) Otras actividades. Especifique cuáles.

31. ¿Cómo es su proceso de producción de mezcal en su fábrica?

32. ¿Considera importante que su prestador de servicios turísticos reciba capacitación para sensibilizar al turista a través de interpretación ambiental, que le permita al visitante valorar el ecosistema local, además del producto del mezcal como atractivo principal y como parte del patrimonio cultural de la región?

- a) Si.
 - b) No.
- Especifique.

33. ¿Cómo considera usted las formas de alojamiento respecto a factores económicos, sociales y ambientales, y qué mejoras propondría?

- a) Muy adecuada.
- b) Adecuada.
- c) Poco adecuada.
- d) Inadecuada.
- e) Totalmente inadecuada.

34. ¿Cómo considera usted la oferta gastronómica que existe en la ruta respecto a factores económicos, sociales y ambientales, y qué mejoras propondría?

- a) Muy adecuada.
- b) Adecuada.
- c) Poco adecuada.
- d) Inadecuada.
- e) Totalmente inadecuada.

35. ¿Qué necesidades observa usted para la atención a turistas? ¿Cuenta usted con la infraestructura adecuada?

36. ¿Qué características son deseables para su fábrica para las visitas que reciban por la ruta de mezcal? (tiempo, orden, comportamiento, reglas, etc.)

37. ¿Cuenta usted con algún video o apoyos visuales que expliquen el proceso de cultivo del maguey y elaboración del mezcal?, de no ser así, ¿Le interesa contar con ello para compartirlo con los turistas en la visita e incluso en redes sociales?

38. ¿Desea agregar alguna información que considere importante para esta investigación?

Muchas gracias por su colaboración para esta investigación. La información es confidencial y para uso exclusivamente académico.
Programa Multidisciplinario de Posgrado en Ciencias Ambientales. Universidad Autónoma de San Luis Potosí.



Anexo. 2. Cuestionario a prestadores de servicios turísticos de la ruta de mezcal en el Altiplano potosino.

Objetivo: Conocer la participación y estrategias que emprenden los prestadores de servicios turísticos en la gestión turística de la ruta de mezcal del Altiplano potosino.

1. Por favor indique el tipo de prestador de servicios turísticos que usted representa:
 - a) Agencia de viajes.
 - b) Operadora turística.
 - c) Encargado de actividades turísticas en la empresa de mezcal.
 - d) Empleado de la Secretaría de Turismo municipal o estatal.

2. Por favor indique ¿en qué lugares promociona la ruta de mezcal como destino turístico? Especifique dónde en cada caso.
 - a) A nivel local.
 - b) A nivel estatal.
 - c) A nivel nacional.
 - d) A nivel internacional.

3. ¿A través de qué medios promueve la ruta de mezcal en el Altiplano potosino?
 - a) Publicidad en eventos.
 - b) Publicidad a través de radio.
 - c) Publicidad en medios impresos.
 - d) Publicidad en redes sociales.
 - e) Publicidad en internet.
 - f) Publicidad a través de la autoridad en materia de turismo.
 - g) Otros. Especifique.

4. De los siguientes elementos por favor indique qué tan importante es cada uno de ellos en la decisión de realizar la ruta turística de mezcal en el Altiplano potosino.

	Muy importante.	Algo importante.	Indiferente.	Poco importante.	Nada importante.
Calidad de la experiencia.					
Disponibilidad de fechas.					
Atención de los anfitriones.					
Fama del lugar a visitar.					
Moda.					
Atractivos complementarios.					
Tradicición.					
Otros. (¿cuáles?)					

5. ¿Qué tan conocida es la ruta de mezcal del Altiplano potosino comparada con otras rutas enológicas como la del vino, queso y el vino en Querétaro, Guanajuato o Baja California, Tequila, Jalisco y mezcal en Oaxaca?

- a) Muy conocida.
- b) Poco conocida.
- c) Nada conocida.

6. Frente a cada una de las siguientes opciones de destino turístico, indique qué tan atractiva es una ruta enológica.

	Muy atractiva.	Algo atractiva.	Indiferente.	Poco atractiva.	Nada atractiva.
Turismo de sol y playa.					

Turismo de aventura.					
Turismo cultural.					
Turismo de negocios.					
Turismo médico.					
Otros. (cuáles)					

7. De los siguientes factores, indique qué tan importante es cada uno de ellos para decidir visitar la ruta de mezcal del Altiplano potosino.

	Muy importante.	Algo importante.	Indiferente.	Poco importante.	Nada importante.
Tipo de mezcal que se elabora en el lugar.					
Actividades culturales alrededor del mezcal.					
Paisaje típico del lugar.					
Hospedaje disponible					
Oferta gastronómica.					
Opciones de transporte.					
Servicios médicos.					
Información turística.					

Otros. (cuáles)					
--------------------	--	--	--	--	--

8. De los siguientes factores indique qué tan importante es cada uno de ellos para visitar la ruta de mezcal en el Altiplano potosino.

	Muy importante.	Algo importante.	Indiferente.	Poco importante.	Nada importante.
Valor cultural del mezcal.					
Apreciación del paisaje.					
Preservación del contexto ambiental.					
Proceso de elaboración del mezcal.					
Arquitectura local.					
Costumbres y tradiciones locales.					
Convivencia con población local.					
Moda.					
Tradición.					
Derrama económica local para el lugar.					

Otros. (¿cuáles?)					

9. ¿Qué tan sensible es el turista que decide visitar la ruta de mezcal en el Altiplano potosino respecto al costo que va a pagar por todas las actividades incluidas?

- a) Muy sensible.
- b) Algo sensible.
- c) Indiferente.
- d) Poco sensible.
- e) Nada sensible.

10. Para cada uno de los siguientes problemas ambientales, indique qué tan sensibles cree usted que son a causa de la visita a la ruta de mezcal.

	Muy sensible.	Algo sensible.	Indiferente.	Poco sensible.	Nada sensible.
Contaminación de suelo.					
Contaminación de aire.					
Disposición de residuos.					
Erosión de suelo.					
Contaminación visual.					
Extracción de ejemplares vegetales.					

11. ¿Qué cantidad de personas visita la ruta en temporada alta y baja?

12. ¿Qué tipo de personas son las que están visitando la ruta?

- a) Hombres maduros.
- b) Mujeres maduras.
- c) Hombres jóvenes.
- d) Mujeres jóvenes.
- e) Hombres y mujeres maduros.
- f) Hombres y mujeres jóvenes.
- g) Familias completas.
- h) Grupos de amigos.
- i) Grupos de trabajo.

13. ¿En comparación con otros destinos turísticos, qué tanto promueve al turismo sustentable la ruta de mezcal?

- a) Mucho.
- b) Algo.
- c) Regular.
- d) Poco.
- e) Nada.

14. De los siguientes tipos de apoyo, indique cómo considera usted que son en la ruta de mezcal. En caso de no existir, indique si usted considera necesario que deban existir. Especifique por qué.

	Excelente.	Bueno.	Regular.	Malo.	Pésimo.	Inexistente.
Apoyos gubernamentales estatales.						
Apoyos gubernamentales municipales.						
Apoyos de cámaras empresariales, consejo regulador, otros.						

15. ¿Cómo prestador de servicios, cuáles son los riesgos ambientales que observa en el ejercicio de la práctica turística y qué precauciones se toman al respecto?
16. ¿Cómo considera usted las formas de alojamiento respecto a factores económicos, sociales y ambientales, y qué mejoras propondría?
- a) Muy adecuada.
 - b) Adecuada.
 - c) Poco adecuada.
 - d) Inadecuada.
 - e) Totalmente inadecuada.
17. ¿Cómo considera usted la oferta gastronómica que existe en la ruta respecto a factores económicos, sociales y ambientales, y qué mejoras propondría?
- a) Muy adecuada.
 - b) Adecuada.
 - c) Poco adecuada.
 - d) Inadecuada.
 - e) Totalmente inadecuada.
18. ¿Qué ventajas percibe usted que puede tener la ruta de mezcal del Altiplano potosino respecto a otros destinos turísticos?
19. ¿Cuáles aspectos le gustaría que tuvieran mejoras en la ruta de mezcal?
20. ¿Qué aspectos negativos observa usted mediante su experiencia en la ruta de mezcal?
21. ¿Cuáles sitios considera usted que sería adecuado incluir en la ruta de mezcal? Favor de especificar atractivos turísticos de dichos sitios.
22. ¿Existe alguna información adicional que desee agregar a esta investigación?

Muchas gracias por su colaboración para esta investigación. La información es confidencial y para uso exclusivamente académico.
Programa Multidisciplinario de Posgrado en Ciencias Ambientales. Universidad Autónoma de San Luis Potosí.



Anexo. 3. Cuestionario a la población local de los municipios de Ahualulco y Charcas.

Objetivo: Conocer la participación de la población local en la ruta de mezcal, y la incidencia que representa esta práctica turística en el desarrollo local.

Edad. _____

Sexo. _____

1. ¿Conoce usted la ruta de mezcal que aquí se practica?

2. ¿Qué tipo de relación tiene con la ruta de mezcal?
 - a) Trabajo en ella.
 - b) Algún familiar o conocido trabaja en ella.
 - c) No tengo ninguna relación.

3. ¿Conoce usted alguno de los siguientes beneficios que se tienen gracias a la ruta de mezcal?
 - a) Contratación.
 - b) Acceso a prestaciones laborales.
 - c) Posibilidad de venta de productos.
 - d) Otros. Mencione cuáles.

4. ¿Ha observado usted algún riesgo ambiental que se genere por esta práctica turística? Por favor diga cuál(les).

5. ¿Considera usted importante que se realice la ruta de mezcal para dar a conocer la importancia cultural que tiene esta bebida?
 - a) Si.
 - b) No.

¿Por qué?

6. Mencione 3 ventajas y 3 problemas que usted considera que tiene la población en el municipio. ¿Cuáles ventajas considera usted que tiene para la población local la práctica de la ruta de mezcal?
7. De los siguientes factores, por favor indique ¿qué tan importante es cada uno de ellos para decidir visitar la ruta de mezcal del Altiplano potosino?

	Muy importante.	Algo importante.	Indiferente.	Poco importante.	Nada importante.
Actividades culturales alrededor del mezcal.					
Belleza del paisaje típico.					
Hospedaje disponible.					
Oferta de alimentos y bebidas.					
Uso de transporte.					
Atención médica.					
Información turística.					
Otros. (cuáles)					

8. ¿Qué tan dispuestos están para convivir con los turistas?

- a) Muy dispuestos.
- b) Algo dispuestos.
- c) Dispuestos.
- d) Poco dispuestos.
- e) Nada dispuestos.

9. ¿Qué beneficios representa para usted el hecho de que viniera más gente de visita a la ruta de mezcal?

10. De los siguientes factores, por favor indique qué tan importante es cada uno de ellos para visitar la ruta de mezcal en el altiplano potosino.

	Muy importante.	Algo importante.	Indiferente.	Poco importante.	Nada importante.
Valor cultural del mezcal.					
Apreciación del paisaje.					
Preservación del contexto ambiental.					
Proceso de elaboración del mezcal.					
Arquitectura local.					
Costumbres y tradiciones locales.					
Convivencia con población local.					
Moda.					
Tradicición.					

Derrama económica local para el lugar.					
Otros. (cuáles)					

11. ¿Dónde ha observado usted alguno de los siguientes problemas a causa de la visita de la ruta de mezcal?

- a) Contaminación de suelo.
- b) Contaminación de aire.
- c) Disposición de residuos.
- d) Erosión de suelo.
- e) Otros. Especifique cuál.

12. ¿Sabe usted si el municipio recibe algún tipo de apoyo de Gobierno Estatal o de otras fuentes que apoyen el desarrollo de la ruta de mezcal? De ser así, por favor indique cuáles conoce y dónde se aplican.

13. ¿Cuáles aspectos le gustaría que tuvieran mejoras en la ruta de mezcal?

14. ¿Qué aspectos negativos observa usted mediante su experiencia en la ruta de mezcal?

15. ¿Existe alguna información adicional que desee agregar a esta investigación?

Muchas gracias por su colaboración para esta investigación. La información es confidencial y para uso exclusivamente académico.

Programa Multidisciplinario de Posgrado en Ciencias Ambientales. Universidad Autónoma de San Luis Potosí.



Anexo. 4. Cuestionario a turistas que visiten la ruta de mezcal en el Altiplano potosino.

Objetivo: Conocer la perspectiva del turista desde su experiencia, acerca de la gestión turística de la ruta de mezcal en el Altiplano potosino.

Edad. _____

Sexo. _____

Lugar de donde visita. _____

1. Por favor indique el tipo de prestador de servicios turísticos que usted contrata para visitar la ruta de mezcal:

- a) Agencia de viajes.
- b) Operadora turística.
- c) Encargado de actividades turísticas en la empresa de mezcal.
- d) Empleado de la Secretaría de Turismo municipal o estatal.
- e). Otros. Especifique.

2. ¿A través de qué medios se enteró de la ruta de mezcal en el Altiplano potosino?

- a) Publicidad en eventos.
- b) Publicidad a través de radio.
- c) Publicidad en medios impresos.
- d) Publicidad en redes sociales.
- e) Publicidad en internet.
- f) Publicidad a través de la autoridad en materia de turismo.
- g) Recomendaciones.
- h) Otros. Especifique.

3. De los siguientes elementos, por favor indique qué tan importante es cada uno de ellos en la decisión de realizar la ruta turística de mezcal en el Altiplano potosino.

	Muy importante.	Algo importante.	Indiferente.	Poco importante.	Nada importante.
Calidad de la experiencia.					
Disponibilidad de fechas.					
Atención de los anfitriones.					
Fama del lugar a visitar.					
Moda.					
Atractivos complementarios.					
Tradicición.					
Otros. (¿cuáles?)					

4. ¿Qué tan conocida es la ruta de mezcal del altiplano potosino comparada con otras rutas enológicas como la del vino, queso y el vino en Querétaro, Guanajuato o Baja California, Tequila, Jalisco y mezcal en Oaxaca?
- a) Muy conocida.
 b) Poco conocida.
 c) Nada conocida.

5. Frente a cada una de las siguientes opciones de destino turístico, por favor indique qué tan atractiva es la ruta de mezcal.

	Muy atractiva.	Algo atractiva.	Indiferente.	Poco atractiva.	Nada atractiva.
Turismo de sol y playa.					

Turismo de aventura.					
Turismo cultural.					
Turismo de negocios.					
Turismo médico.					
Otros. (¿cuáles?)					

6. De los siguientes factores, indique qué tan importante es cada uno de ellos para para decidir visitar la ruta de mezcal del Altiplano potosino.

	Muy importante.	Algo importante.	Indiferente.	Poco importante.	Nada importante.
Tipo de mezcal que se elabora en el lugar.					
Actividades culturales alrededor del mezcal.					
Paisaje típico del lugar.					
Hospedaje disponible					
Oferta gastronómica.					
Opciones de transporte.					
Servicios médicos.					
Información turística.					
Otros. (cuáles)					

7. De los siguientes factores, indique qué tan importante es cada uno de ellos para visitar la ruta de mezcal en el Altiplano potosino.

	Muy importante.	Algo importante.	Indiferente.	Poco importante.	Nada importante.
Valor cultural del mezcal.					
Apreciación del paisaje.					
Preservación del contexto ambiental.					
Proceso de elaboración del mezcal.					
Arquitectura local.					
Costumbres y tradiciones locales.					
Convivencia con población local.					
Moda.					
Tradicición.					
Derrama económica local para el lugar.					
Otros. (cuáles)					

8. ¿Qué tan sensible es usted al visitar la ruta de mezcal en el altiplano potosino respecto al costo que va a pagar por todas las actividades incluidas?

- a) Muy sensible.
- b) Algo sensible.
- c) Indiferente.
- d) Poco sensible.
- e) Nada sensible.

9. Para cada uno de los siguientes problemas ambientales, indique qué tan sensibles cree usted que son a causa de la visita a la ruta de mezcal.

	Muy sensible.	Algo sensible.	Indiferente.	Poco sensible.	Nada sensible.
Contaminación de suelo.					
Contaminación de aire.					
Disposición de residuos.					
Erosión de suelo.					

10. ¿En comparación con otros destinos turísticos, qué tanto se promueve al turismo sustentable en la ruta de mezcal?

- a) Mucho.
- b) Algo.
- c) Regular.
- d) Poco.
- e) Nada.

11. De los siguientes tipos de apoyo, indique cómo considera usted que son en la ruta de mezcal. En caso de no existir, indique si usted considera necesario que deban existir. Especifique por qué.

	Excelente.	Bueno.	Regular.	Malo.	Pésimo.	Inexistente.

Apoyos gubernamentales estatales.						
Apoyos gubernamentales municipales.						
Apoyos de cámaras empresariales, consejo regulador, otros.						

Comentarios:

12. Mencione 3 ventajas que usted percibe que puede tener la ruta de mezcal del Altiplano potosino respecto a otros destinos turísticos.
13. ¿Cuáles aspectos le gustaría que tuvieran mejoras en la ruta de mezcal?
14. ¿Qué aspectos negativos observa usted mediante su experiencia en la ruta de mezcal?
15. ¿Existe alguna información adicional que desee agregar a esta investigación?

Muchas gracias por su colaboración para esta investigación. La información es confidencial y para uso exclusivamente académico.
Programa Multidisciplinario de Posgrado en Ciencias Ambientales. Universidad Autónoma de San Luis Potosí.



UASLP
Universidad Autónoma
de San Luis Potosí

pmpca

Anexo. 5. Cuestionario a expertos en temas de sustentabilidad, gestión turística, turismo y Altiplano potosino.

Objetivo: Conocer la experiencia y opinión que tienen como expertos acerca de la práctica turística que se realiza en la ruta de mezcal del Altiplano potosino.

1. ¿Cuáles son las condiciones que había antes en el Altiplano potosino en términos sociales, ambientales, económicos, políticos, y cuáles son las condiciones actuales que permiten el desarrollo del mezcal?
2. ¿Quiénes intervinieron en la realización de la ruta de mezcal?
3. ¿A qué cree usted que se deba el auge del mezcal?
4. ¿Qué ventajas y desventajas observa en la ruta de mezcal, según las condiciones de los lugares donde se lleva a cabo?
5. ¿Usted conoce los factores que se tomaron en cuenta para el establecimiento de las rutas?
6. ¿Sabe usted si los actores que participan en las actividades que conforman a la ruta reciben alguna capacitación?
7. ¿Qué tan dispuestos están los dueños para mostrar sus campos de maguey y proceso de producción? ¿A partir de cuándo se empiezan a mostrar?

8. ¿Qué problemas ambientales conoce en los lugares donde se lleva a cabo la ruta de mezcal?
9. ¿Conoce usted a qué se dedica la población en Ahualulco y Charcas?
10. ¿Ha observado si la población local se siente identificada con el mezcal?
11. ¿Qué perfil tiene el visitante de la ruta de mezcal?
12. ¿Quiénes promueven la ruta de mezcal?
13. ¿Tiene conocimiento de algún apoyo gubernamental o privado que reciba la ruta de mezcal?
14. ¿Qué opinión tiene de la ruta de mezcal respecto al beneficio económico que puede representar?
15. ¿Qué papel juega la infraestructura y la oferta gastronómica en la ruta de mezcal?
16. ¿Qué otros atractivos turísticos incluiría usted en la ruta de mezcal?
17. ¿Cómo observa el panorama a futuro de la ruta de mezcal?

Muchas gracias por su colaboración para esta investigación. La información es confidencial y para uso exclusivamente académico.
Programa Multidisciplinario de Posgrado en Ciencias Ambientales. Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Anexo 6. Análisis FODA para la ruta del mezcal.

<p style="text-align: center;">Fortalezas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Preservar la tradición de la elaboración de mezcal en ex haciendas. ○ Se cuenta con premios internacionales en mezcal de Ahualulco y de Charcas. ○ Algunas fábricas de mezcal de la región están certificadas. ○ Paisaje agavero. ○ Integración de cultura, ambiente y comunidad como producto turístico. ○ Interés de participación de actores. ○ Escenario turístico favorable. ○ Atractivos turísticos que pueden articularse. ○ Ubicación de las mezcaleras. 	<p style="text-align: center;">Oportunidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Desarrollo regional a partir de la ruta del mezcal. ○ Oportunidades de ingresos para población local en actividades de la ruta del mezcal. Oportunidad de diversificación productiva para la población local. ○ Identificación del mezcal con su lugar de origen. ○ Mejora en el aprovechamiento del maguey a través de mejoras en el proceso de producción de mezcal. ○ La certificación del mezcal apoyaría al reconocimiento de la calidad y sustentabilidad del mezcal de la región. ○ Crecimiento potencial en número de empresas productoras de mezcal. ○ Promoción del consumo del mezcal y de productos regionales. ○ Reutilización de residuos en el proceso de elaboración de elaboración del mezcal. ○ Contexto y coyuntura favorable para el desarrollo de la actividad turística.
<p style="text-align: center;">Debilidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Migración de población joven a Estados Unidos, que reduce fuerza laboral. ○ Precio que no refleja el valor real del mezcal como resultado del marketing. ○ Promoción y reconocimiento a mezcales que no cumplen con certificaciones ni procesos sustentables. ○ Falta inversión gubernamental para apoyar la elaboración del mezcal e infraestructura. ○ Infraestructura de vías de comunicación y de recepción de turistas deficiente. ○ Apoyo a esquemas de producción no originarias de la región. ○ Inexistente apoyo de promoción a la ruta del mezcal. ○ Desarticulación del producto turístico original de la ruta del mezcal. ○ La protección al patrimonio cultural que se está buscando no considera aspectos ambientales. ○ No existe regulación para los prestadores de servicios turísticos, para que se capaciten, certifiquen y puedan ofrecer un buen servicio. ○ Faltan políticas públicas que promuevan la sustentabilidad en la ruta turística. ○ Falta de coordinación por parte de las dependencias relacionadas con la ruta del mezcal. 	<p style="text-align: center;">Amenazas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Pervertir el valor del mezcal por un fin meramente económico y afectando su valor cultural. ○ Sobreexplotación por manejo inadecuado del maguey. ○ Aprovechamiento inadecuado de los recursos otorgados por el gobierno para el campo. ○ Desventaja hacia el turista espontáneo por falta de infraestructura carretera e información turística. ○ Que nuevas empresas productoras de mezcal no se apegaran a los procesos productivos sustentables. ○ Querer implementar un modelo de gestión turística que ha funcionado en otros lugares, sin atender el contexto local. ○ La falta de continuidad política no permite la permanencia de las estrategias turísticas para la ruta del mezcal. ○ Preponderancia de intereses económicos por parte de los actores que participan en la ruta del mezcal. ○ Desinterés de pernoctar en temporada de mayor afluencia turística por saturación en las opciones de hospedaje. ○ Turismo como factor de desarticulación y de ruptura en el tejido social.

Fuente: Elaboración propia.