

EL TURISMO SOLIDARIO Y JUSTO EN YUCUHITI ALTERNATIVA DE DESARROLLO CON EL ENTORNO Y LA COMUNIDAD.

Omar Jiménez Márquez¹

Instituto Tecnológico de Tlaxiaco
omarjim_80@hotmail.com

María Evelinda Santiago Jiménez²

Instituto Tecnológico de Puebla
mariaelinda.santiago@itpuebla.edu.mx

RESUMEN

Los desarrollos turísticos generan beneficios económicos para las grandes corporaciones con poco impacto social en el entorno inmediato y sobreexplotación del medio ambiente, formando cinturones de miseria en los grandes destinos turísticos. Por otro lado, si los desarrollos turísticos se llevan a las comunidades rurales alejadas de los grandes centros urbanos, con condiciones orográficas y poca cobertura de programas sociales, se lograría incidir en su desarrollo. Sin embargo, es importante, para diseñar una propuesta turística solidaria y justa, se requiere el consenso general de los pobladores, para tomar las decisiones de implementar el desarrollo del turismo, en la realización del diagnóstico de sus recursos naturales y culturales con potencial de atractivo turístico y la participación activa en la prestación de los servicios turísticos a ofertar. Con base a lo anterior, se propone un plan estratégico de mercado resultado del diagnóstico del potencial turístico, la identificación de los esquemas la organización comunitaria de los pobladores y la propuesta de los productos y servicios turísticos. Con los resultados de este proceso de investigación se han podido determinar con certeza los paquetes turísticos con rentabilidad sustentable, social y económica de los paquetes turísticos a ofertar bajo la modalidad de turismo solidario y justo.

Palabras Clave: Turismo Solidario-Turismo Justo-Desarrollo humano-Diagnóstico-Investigación de mercado-Segmento de Mercado-Plan estratégico-Servicios Turísticos.

Abstract

Tourism developments generate economic benefits for large corporations with little social impact on the immediate environment and overexploitation of the environment, forming belts of misery in major tourist destinations. On the other hand, if tourism developments are taken to rural communities far away from large urban centers, with orographic conditions and poor coverage of social programs, it would be possible to influence their development. However, it is important to design a solidarity and fair tourism proposal, the general consensus of the inhabitants is required, to make the decisions to implement the development of tourism, in the diagnosis of their natural and cultural resources with potential for attractiveness. Tourism and active participation in the provision of tourist services to offer. Based on the foregoing, a strategic market plan is proposed as a result of the diagnosis of the tourism potential, the identification of the schemes, the community organization of the inhabitants and the proposal of the tourism products and services. With the results of this research process, it has been possible to determine with certainty the tourist packages with sustainable, social and economic profitability of the tourist packages to be offered under the solidarity and fair tourism modality.

Key Words: Solidarity Tourism - Fair Tourism-Human Development-Diagnosis-Market Research-Market Segment-Strategic Plan-Tourist Services.

¹ Profesor del Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Tlaxiaco, Licenciado en Administración de empresas adscrito al departamento de Ciencias Económico - Administrativas

² Profesor Titular del Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Puebla, Ingeniero en Sistemas Computacionales adscrita a la División de Estudios de Posgrado e Investigación.

INTRODUCCIÓN

Etimológicamente el término turismo procede de las raíces latinas *tour* y *tour* ya sea de sustantivo *tornus* (torno) o del verbo *tornare* (girar, en el latín vulgar) sinónimos de viajes circular. Además, se menciona que el vocablo *tour* posiblemente sea de origen hebreo, utilizando como sinónimo de viaje de vanguardia, reconocimiento o exploración (Mesofilo, 2007). El turismo es una actividad social producto de la sociabilización que los hombres modernos han adoptado para enriquecer la cosmovisión de su mundo y de su contexto, a lo largo del desarrollo histórico de la sociedad una relación estrecha en viajes y viajeros. De esta manera los principios fundamentales del desarrollo turístico sostenible son según la Organización Mundial del Turismo OMT: Conservar los recursos naturales, históricos, culturales, la calidad ambiental global de la zona turística debe mantenerse y mejorar donde sea necesario, puesto que la demanda turística actual se orienta con preferencia a sitios atractivos, funcionales, limpios y no contaminados, así; las Mega-tendencias del turismo internacional están determinados por el crecimiento económico sostenible, la necesidad de preservación del ambiente y de las culturas, las necesidades emergentes como el acceso a la información veraz y contrastada, la diversificación de las animaciones y la calidad de los entornos, el posicionamiento activo del turista al experimentar otras culturas legítimas creando en este, motivaciones diferentes de viaje, al estimular su mente la búsqueda de experiencias distintas, haciendo crecer su acervo intelectual y despertar conciencia sobre la importancia de la historia en el presente y futuro de todas las civilizaciones, bases sobre las que se sustenta el plan estratégico-turismo. Ahora bien, la expansión del ecoturismo en México tiene su origen en la convergencia de dos factores fundamentales: 1) el cambio de orientación discursiva en favor del ecoturismo y en contra del turismo convencional de masas y, 2) la provisión de mecanismos logísticos, mercadológicos y financieros a nivel global que han incrementado su reconocimiento entre los viajeros (Barkin, 2005). En relación a lo anterior, México se ha convertido una potencia turística importante a nivel mundial con el desarrollo de distintos destinos turísticos del sol, arena, mar, bosques, selvas, ciudades de la cultura Olmeca, Maya, Teotihuacana, Zapoteca, Aztecas, ciudades coloniales, turismo cultural y turismo alternativo. Según datos de la Secretaría del Turismo la llegada de turistas internacionales fue de 3.4 millones, superior en 379 mil turistas al observado en enero 2017 equivalente a un incremento anual de 12.7%, el ingreso de divisas por concepto de viajeros internacionales ascendió a mil 941 millones de dólares, lo que representa un incremento de 0.7% con respecto a enero de 2017. El Banco de México reportó que la llegada de viajeros internacionales durante el primer mes de 2018 fue de 8.4 millones, esto es 164 mil viajeros más de los que lo hicieron en 2017, lo que representó un crecimiento de 2.0%. (SECTUR, 2018). Sin embargo, la derrama económica generada por la actividad turística en gran medida a beneficiados a los capitalistas del turismo con poca incidencia en desarrollo económico y social de la población que se encuentra en esos destinos turísticos de importancia. Es por eso que esta propuesta turismo solidaria y justa aborda al turismo como una actividad importante para los pobladores de comunidades originarias que son poseedores de una riqueza cultural, histórica y naturaleza; un turismo con causa social y desde una perspectiva sustentable. La Región de la Mixteca se encuentra en la mayor parte del Estado de Oaxaca y parte en los Estados de Puebla y Guerrero; la Mixteca Oaxaqueña se divide en Alta y Baja Mixteca, tiene 189 municipios, entre los más importantes preponderan los distritos de Huajuapán, Tlaxiaco, Putla, Juxtlahuaca, Nochixtlan, Teposcolula, Jamiltepec y Silacayoapan, otros 14 municipios se encuentran en ocho distritos de Cuicatlán. Dos a Zaachila, uno a Sola de Vega, dos a ETLA y uno a Juquila (INPI | Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas, 2018). Ahora bien el Municipio de Santa María Yucuhiti ubicado en una latitud Norte de 17° 01' con longitud Oeste de 97° 46' y a una altura de 1,740 msnm se localiza en la frontera de los límites del municipio de Tlaxiaco con el Municipio de Putla de Guerrero, Yucuhiti es la cabecera municipal del Municipio del mismo nombre; una distancia de 221 kilómetros de la Ciudad de Oaxaca por la vía supercarretera 131-D hasta Nochixtlan, desviándose hacia la izquierda por carretera Federal 125 pasando por Tlaxiaco y tomando hacia la izquierda, una carretera que pasa por Santo Tomás Ocotepec hasta llegar a la cabecera municipal de Yucuhiti. Forma parte de la Mixteca, en específico de la Mixteca Alta con una superficie de 72.72 km cuadrados, cuenta con una densidad poblacional de 89.33 habitantes por kilómetro cuadrado. Santa María Yucuhiti se encuentra en una de las regiones más pobres del País. La geografía política la conforman cinco Agencias Municipales, Guadalupe Miramar, Guadalupe Buenavista, Reyes Llano Grande, San Isidro Paz y Progreso y San Lucas Yosonicaje, por tres Agencias de Policía, San Felipe de Jesús Pueblo Viejo, San José Zaragoza, la Soledad Caballo Rucio y una Delegación Municipal Centro Yucuhiti (Mesofilo, 2007).

Históricamente los diferentes lugares y atractivos turísticos de Santa María Yucuhiti, han sido visto y observado por personas que han acudido al municipio a disfrutar de las diferentes festividades religiosas, culturales y sociales acompañada con la deliciosa gastronomía con platillos típicos con ingredientes regionales y resultado de la influencia cultural ancestral, su música de bandas municipales de cuerdas y

percusiones que interpretan melodías que describen la forma de vida del municipio. Otros motivos por la cual el municipio ha sido visitado es que desde épocas anteriores era el paso obligado de caravanas de arrieros que trasladaban mercancías a lomo de mulas y conectaban comercialmente con el intercambio de productos de la Costa con la Mixteca Oaxaqueña. Actualmente es el centro donde se reúnen y transitan comerciantes de diversos municipios para vender y al mismo tiempo comprar productos regionales. Yucuhiti es lugar con una maravillosa riqueza en paisajes, un agradable clima, una particular gastronomía, una diversa y consolidada cultura y una biodiversidad admirable.

Sin embargo, el Municipio de Santa María Yucuhiti se encuentra como uno de los municipios de México con menor índice de desarrollo humano, debido a las condiciones orográficas que dificulta la agricultura, la ganadería y el traslado de productos originarios, así como el acceso a productos y servicios necesarios para satisfacer las necesidades básicas de la población; otro factor que ha impedido el desarrollo del municipio es la poca cobertura de los programas sociales; esta problemática se ha traducido en el alto índice de migración de la población a los grandes centros urbanos de México, a los campo de cultivo del Norte del País, a los Estados Unidos y Canadá en búsqueda de mejores oportunidades, para ellos y sus familias.

La migración genera un círculo vicioso que inicia con el abandono de los hogares de hombres y mujeres en edad productiva, provocando la falta de atención a las actividades productivas propias del municipio, disminuyendo la producción de alimentos, por otro lado de manera constante se ve afectada la cultura y costumbres de los habitantes por el proceso de transculturación que da por la interacción con otras culturas, los habitantes jóvenes al ver que su vecinos han mejorado sus condiciones económicas con la migración deciden tomar la decisión de salir de sus hogares e inclusive jóvenes en edad escolar. Por lo tanto, es necesario la propuesta de un plan estratégico de mercado que comprende la participación comunitaria en el diagnóstico de sus recursos naturales y culturales, la participación técnica del Instituto Tecnológico de Tlaxiaco en el diagnóstico de mercado e investigación y la definición de la comunidad en los paquetes turísticos bajo la modalidad de turismo justo, solidario y sostenible, respetando los recursos naturales, costumbres y cultura por parte de los visitantes. Con la finalidad de contribuir de manera significativa a reducir la pobreza, incrementar el índice de desarrollo humano, fortalecer la independencia alimentaria, la autonomía económica, arraigo por la cultura y territorio. La presente propuesta de plan estratégico para el turismo solidario y justo se divide en cinco partes. La primera sección comprende el diagnóstico situacional para determinar el potencial del municipio, la diversidad de flora y fauna, las grutas, los senderos, los miradores, los vestigios arqueológicos, los sitios de identidad cultural, los productos originarios. Mediante reuniones comunitarias por el régimen de usos y costumbres son los habitantes del municipio que determinarán que elementos culturales y naturales de su territorio serán parte de la propuesta de los paquetes turísticos. Por otra parte la construcción del diagnóstico del entorno del Municipio de Santa María Yucuhiti, se analizaran los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos mediante la recolección de información en plataformas de bases de datos especializadas, esta actividad estará a cargo de un equipo de docentes de Instituto Tecnológico de Tlaxiaco con herramientas del diagnóstico participativo facilitando la apropiación de los conocimientos filosóficos por parte de pobladores del municipio de esta modalidad de turismo (INCA RURAL, 2009). En la segunda sección comprende el diagnóstico de mercado para la obtención de datos relacionados con las variables de la oferta, la demanda, la competencia, productos y servicios turísticos existentes, para acceder a esta información se analizarán los documentos, datos estadísticos del turismo a nivel macro, meso y micro, se utilizarán técnicas de sistemas de inteligencia de mercadotecnia. En la tercera sección comprende la investigación de mercado en línea, para ello se diseñará instrumentos de recolección de información que se alojaran aplicaciones de plataformas digitales, como meta de obtener información relacionada con el segmento de mercado de interés del comercio solidario y justo. En la cuarta sección comprende el análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que el Municipio tiene hacia el interior y exterior, de esta manera con el apoyo de la matriz de priorización conjuntamente con los pobladores se priorizara el orden y la importancia de las estrategias para en emprender un proyecto de turismo. En la quinta sección con el consenso de los habitantes del Municipio de Santa María Yucuhiti se integrará la propuesta de plan estratégico de mercadotecnia, y finalmente en la sexta sección se presentan las conclusiones generales de este trabajo.

CONTEXTO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

El Desarrollo Humano es un paradigma, ya que va más allá del aumento o la disminución de los ingresos que refleja un país, comprende la creación de un entorno en el que las personas puedan desarrollar su potencial y llevar a cabo una vida productiva y creativa de acuerdo con sus necesidades e intereses.

Desde esta perspectiva, se reconoce que los habitantes son la verdadera riqueza de las naciones dado que el crecimiento económico constituye sólo un medio para impulsar el proceso conducente en la ampliación de las oportunidades para que cada persona pueda vivir de calidad. Para ello, es fundamental desarrollar sus capacidades de lo que pueden hacer o ser en la vida; principalmente disfrutar de una vida longeva y saludable, haber sido educado, acceder a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida digno, poder participar en las decisiones y la vida de la comunidad. Sin la participación activa de los habitantes se limita considerablemente la variedad de opciones disponibles y las oportunidades.

Para medir el desarrollo humano de los países, la ONU creó dos indicadores sociales, el "Índice de pobreza multidimensional" y el "Índice de Desarrollo Humano" (IDH) a través del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en los años 90's; cuya finalidad es la de clasificar a los países miembros a partir de variables no tradicionalmente usadas en economía (PIB, Balanza Comercial, Consumo Energético, Desempleo, etc.), por lo que se consideró tomar en cuenta la salud (tasa de natalidad, esperanza de vida, etc.) y la educación (taza de alfabetización, núm. de matriculados según el nivel educacional, etc.).

Al incluir los tres campos indicados anteriormente, el IDH ha logrado abrir un abanico de indicadores suficientemente homogéneos y recreativamente universales por lo que se convierte en una medida innovadora y útil que pone de manifiesto que el bienestar y el ingreso no son dimensiones equiparables; en esencia, se trata de un indicador compuesto y comparable internacionalmente dado que el PNUD se ha preocupado por el devenir de diversos fenómenos relevantes que influyen en el bienestar y la calidad de vida de la población.

La búsqueda de este fin, contempla la plena libertad de ejercer los derechos humanos, para hacer uso de sus alternativas, participar en la toma de decisiones que afectan sus vidas, como consecuencia ayudan a garantizar el bienestar y la dignidad de todas las personas.

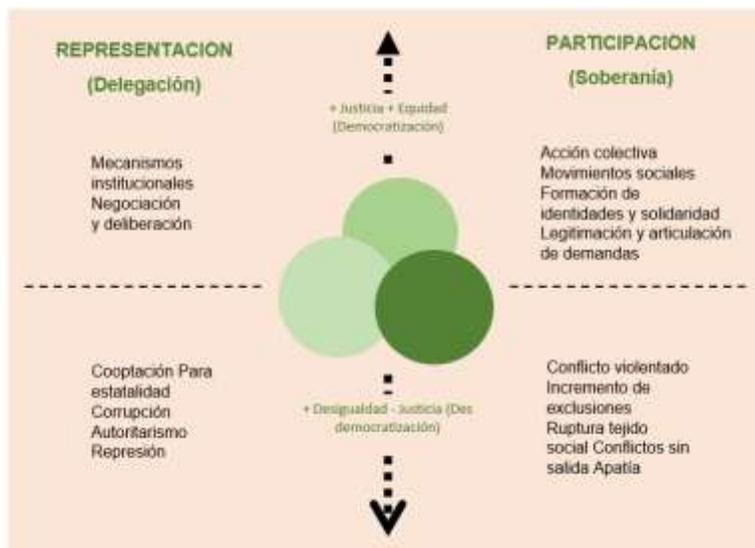
Otro aspecto importante del desarrollo humano es la democracia, la cual se constituye como proceso de estructuración del ordenamiento social que busca la justicia y la equidad de poder, intrínsecos a la idea del desarrollo humano. Esta se edifica formalmente por un Estado democrático, que establece mecanismos para reducir las desigualdades y facilita una justa solución a las disputas bajo los principios de equidad, aunque muchos estados formalmente democráticos tienden a reforzar las desigualdades y a favorecer a los actores más poderosos.

Cuando se producen círculos virtuosos con el desarrollo humano, el proceso de democratización conlleva una fuerte participación, movimientos sociales consolidados e identidades fuertes, con demandas que son atendidas de forma justa, oportuna y transparente por instituciones deliberativas que operan en el marco de un sistema de justicia y respeto por los derechos humanos.

Cabe destacar que de acuerdo al PNUD, México se encuentra dentro de la categoría de los países altos con la posición 74 de los 189 países miembros de la ONU, aunque cabe recalcar la discrepancia que la información anterior tiene en comparación con el contexto y la situación que se da en las comunidades indígenas de nuestro país, debido a que los indicadores que se miden y se dan a conocer parten de información de contextos diferentes que generalizan las situaciones y los resultados, lo que apertura la percepción errónea de la verdadera situación en la que se encuentran.

La falta de diseño de programas y estrategias apegadas de manera autónoma a las necesidades de un solo lugar, generalizan y pretenden que todos los municipios y estados, presenten los mismos factores, problemáticas e indicadores y que como consecuencia contraerán los mismos resultados, ya que se piensa que lo que funciona para uno, funciona para otro, por lo que esta percepción es equivocada dado que no comparten las mismas variables y conduce al fracaso de las acciones diseñadas e implementadas por los gobiernos en pro del Desarrollo Humano.

La importancia del desarrollo humano no solo radica y se mide en indicadores económicos a nivel individual y/o nivel nacional, sino también de otros indicadores sociales que brinden y maximicen las oportunidades para el desarrollo pleno de las capacidades humanas en su entorno, sin embargo, se sabe que los resultados obtenidos de estos indicadores, no son tan apegados a la realidad, por lo que las comunidades indígenas y con menores oportunidades existentes en nuestro país deben integrarse a este nivel de desarrollo, con el respecto a su autonomía, usos, valores y costumbres, de manera participativa involucrando a sus habitantes en la vida activa de estas comunidades indígenas, con esquemas de producción diferentes a los establecidos por el sistema capitalista que responde a interés privados y de especulación financiera.

Figura 1: El Espacio Político del Desarrollo Humano

Fuente: Informe Nacional de Desarrollo Humano Guatemala

El Municipio de Santa María Yucuhiti es municipio con población indígena perteneciente a la Región Mixteca que presentan rezago social de acuerdo a indicadores del CONEVAL en México, destacando a su vez índices de desarrollo social y humanos bajos así como un alto grado de necesidades básicas insatisfechas.

La característica de desarrollo socioeconómico que se busca impulsar mediante el turismo solidario y justo en el municipio oaxaqueño de Santa María Yucuhiti, va a contramano del modelo de desarrollo económico mundial y nacional hegemónico llamado neoliberalismo, las cuales se reflejan en las políticas públicas que desde los gobiernos buscan detonar un crecimiento económico estableciendo programas sectoriales para el desarrollo, en algunos casos insuficientes, en otros, inadecuados a la necesidades particulares de las comunidades y peor aún muchas veces ni siquiera la población local los conoce.

Por lo consiguiente sus principales fuentes de ingresos provienen del exterior de las remesas de los emigrantes, de apoyos que reciben los habitantes por medio de los programas sociales y las actividades primarias desarrolladas en los traspato de la viviendas, dichos recursos son insuficientes para cubrir las necesidades básicas de subsistencia, imposibilitando la capitalización social de sus recursos naturales y culturales, la pérdida gradual de sus aspectos culturales más sobresaliente, el abandono de la familia y la dependencia con el exterior.

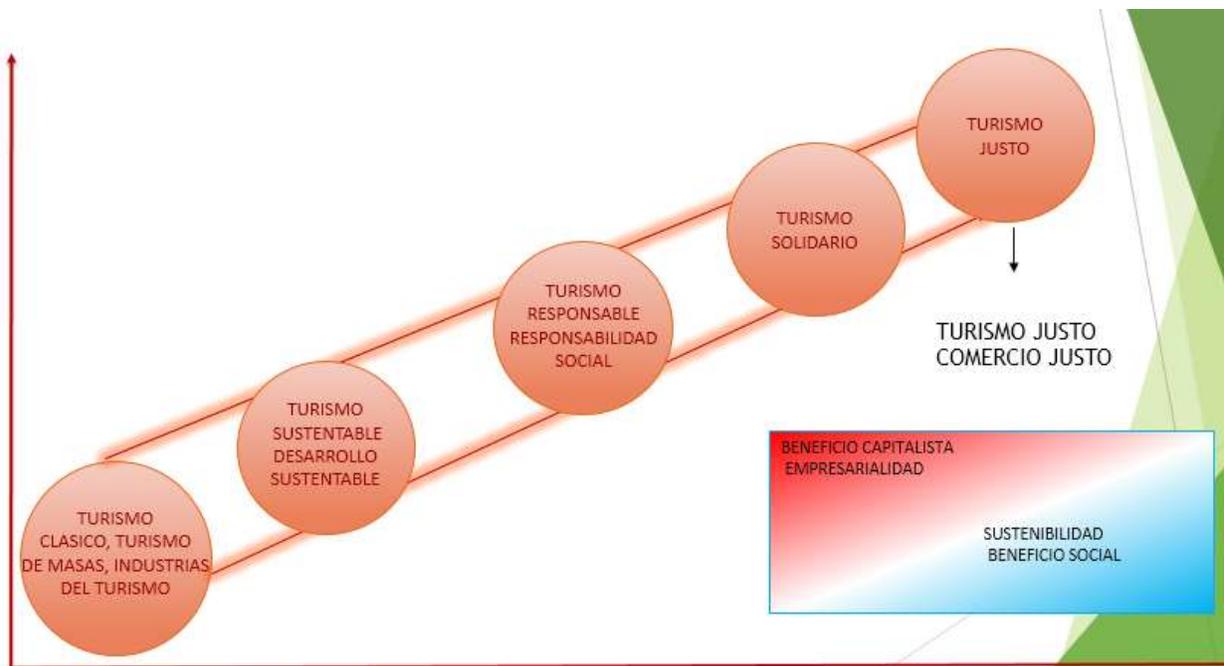
Ante esta problemática este trabajo de investigación da como resultado una propuesta diferente de uso de sus recursos naturales y culturales dado que el Municipio tiene un potencial importante para ofrecer el turismo bajo la modalidad de solidario y justo, con la participación activa de sus habitantes, respetando el entorno natural, la continuidad de su cultura, arraigo por el territorio y el deseo de aspirar a mejores condiciones para todos sus habitantes, para ello se propone ofrecer servicios turísticos integrados en paquetes turísticos con binomios cultura-naturaleza, para un segmento del mercado turístico que requiere servicios diferentes a los ofertados por los grades destinos turísticos, donde el turista se solidariza con las actividades de los habitantes del municipio con esquema de aprendizaje comunitario y pagando por esos servicio una remuneración justa.

CLASIFICACIÓN DEL TURISMO SEGÚN SU IMPACTO SOCIAL.

Dentro de la clasificación de turismo en uno de los extremos se tiene el turismo clásico, de masas, industrializado que promueve la empresarialidad con el beneficio para los capitales inversores de los grandes destinos turístico con poco impacto en la sostenibilidad y beneficio social del entorno en el que se da su desarrollo, en el otro extremo derivado de un movimiento social esta el turismo solidario es aquel que se da una integración de la comunidad con el turista propiciando el intercambio de aprendizajes, el turismo solidario es una cuestión social porque se fundamenta en la interacción por un a lado el turista que anda en busca de espacios y escenarios diferentes a sus entornos cotidianos y por el otro los lugares idóneos son las comunidades indígenas alejadas de los centros urbanos con carencias económicas en sus vida cotidiana pero con riqueza cultural y natural. Derivado de esa relación que trasciende del mero

entretenimiento y distracción a la sustentabilidad y el beneficio social, es indudablemente el aspecto económico, la remuneración y el intercambio justo promovido por el comercio justo con una repartición más equitativa de beneficios económicos en este último enfoque se fundamenta este trabajo de investigación para poder tener un impacto social significativo en el municipio.

Figura 2: Clasificación del turismo según su impacto social.



Fuente: Elaboración propia

EXPRESIONES DEL TURISMO COMUNITARIO EN MÉXICO

Como resultado de la acción gubernamental o por las iniciativas comunitarias autogestionadas, actualmente existen 998 empresas 7 con participación indígena dedicadas a ofrecer servicios y actividades turísticas en algunos de los segmentos que conforman el turismo alternativo en México, asentadas en 729 localidades de 27 entidades federativas y que involucran a 414 municipios que representan 16.82% de los 2 461 que da cuenta el catastro municipal.

Si bien, las empresas de turismo indígenas (ETI) se ubican en municipios con cierto grado de marginación, en correspondencia a la lógica de combate a la pobreza de los programas gubernamentales de apoyo a la población indígena, es revelador que 61% de éstas se ubiquen en municipios catalogados de medio, bajo y muy bajo grado de marginación, pues ello supondría que tendrían mejores condiciones para desarrollar las actividades de turismo, al contar con factores externos relativamente mejores como comunicaciones, accesibilidad, infraestructura social y de servicios, entre otros, según lo establecido en los lineamientos de la propia Secretaría de Turismo. Sin embargo, en los estados de Chiapas, Oaxaca y Veracruz se concentran casi la tercera parte del total de las empresas turísticas manejadas por indígenas, la mayoría de ellas se ubican en municipios catalogados de alto y muy alto grado de marginación con condiciones adversas para el desarrollo de la actividad.

El hecho de que en Chiapas y Oaxaca se ubiquen precisamente las ETI con mayor presencia en el mercado nacional es de gran relevancia porque la mayoría de ellas son comunitarias: en Chiapas encontramos los centros ecoturísticos Escudo Jaguar, Ara Macao-Las Guacamayas, Cascada de Misol Ha, Nueva Alianza, Las Nubes-Causas Verdes, Nahá y los campamentos Yatoch Barum, Top Che, y en Oaxaca está Ecoturixtlán, el centro de Ecoturismo Comunitario Capulalpam, La Nevería Latzi Belli, Ecoturismo Benito Juárez, Ecoturismo Yaa-Cuetzi, Llano Grande, Santa Catarina Lachatao, la Ventanilla y el Santuario de las Tortugas Escobilla en Oaxaca. Los grupos indígenas que desde hace tres lustros impulsan estas actividades han enfrentado y remontado dificultades internas y externas adversas, superando los obstáculos que el mercado presenta a las MiPyMes que en un amplio número no logran sobrevivir tres años de competencia. (Palomino Villavicencio , Gasca Zamora , & López Pardo, 2016)

TURISMO SOLIDARIO

El turismo solidario es aquel tipo de actividad económica en el que los procesos de desarrollo se realizan esencialmente en beneficio de las poblaciones directamente afectadas y ubicadas en Países en Vías de Desarrollo, y de acuerdo con dos premisas: primera, que el turismo minimice el impacto sobre el entorno, buscando conservar el patrimonio local, las culturas, las tradiciones, el medio ambiente, etc.; y segunda, que el turismo fortalezca las sociedades locales, gracias a dinámicas económicas autónomas. Ello implica, al mismo tiempo, que debe existir una relación muy estrecha entre el turista y los miembros de la comunidad local, ya que, incluso en ocasiones, el turista desempeña algún tipo de trabajo dentro de la propia comunidad local. Por tanto, aquí aparece un elemento clave que es la hospitalidad, la interrelación entre personas de diferentes lugares, aspecto completamente distinto del que existe en el turismo tradicional, ya que en éste prácticamente la relación intercultural entre las dos comunidades (viajeros y locales) no existe. Además, y desde el punto de vista del turista, también se menciona el concepto de solidaridad, pues la persona que visita estos lugares lo realiza con un ingrediente bastante importante de ayuda a dicha comunidad, realizando, como anteriormente hemos señalado, incluso trabajos físicos en dicha comunidad. (Tomás J. López-Guzmán Guzmán, 2007)

El turismo solidario se encuentra enmarcado bajo la modalidad de turismo sostenible, responsable y justo. Los adjetivos “justo” y “solidario” están estrechamente vinculados con principios del comercio justo, es decir, quien compra un artículo fabricado en una zona menos desarrollada está consciente que con su compra contribuye de alguna manera al desarrollo local de esa comunidad productora. (Berruti & Delvecchi, 2009)

Por su parte, López, Millán y Melián (2007) hacen referencia al turismo solidario relacionándolo más como un tipo de actividad económica cuya realización y proceso se realiza en beneficio económico de la localidad receptora de turistas solidarios, logrando a través de la misma el fortalecimiento de las sociedades locales, tratando siempre de preservar su patrimonio, tradiciones y culturas.

Varios aspectos caben mencionar, en primer lugar, a pesar de ser un turismo de tipo solidario el factor económico aún está presente aunque más enfocado hacia el desarrollo de la localidad donde se practica el turismo; en segundo lugar, se busca el fortalecimiento de las sociedades locales, ello a través de una interacción más directa entre el turista/usuario y miembros de la comunidad, así como entre la organización que ofrece este turismo y miembros de la comunidad, ello siempre respetando patrimonios locales, tradiciones y culturas.

Otro autor considera que el turismo solidario como el vínculo relacional entre el turista y la población que lo acoge, la labor de quien practica turismo solidario es la de fortalecer el valor de la solidaridad concretamente hacia las poblaciones visitadas, a través de proyectos, apoyo, acciones concretas encaminadas a colaborar con la comunidad y habitantes de la población que visita. (Sancho, 2007)

Aquí el elemento económico pasa a un segundo plano, la hospitalidad, solidaridad, apoyo entre turista y la comunidad es el elemento principal en este turismo. Se puede decir que los tres autores coinciden en cuanto a establecer el turismo solidario como una actividad de cooperación en beneficio de las comunidades visitadas.

Sin embargo, López, Millán y Melián (2007) consideran el turismo solidario como una actividad económica, de práctica del turismo en poblaciones en vías de desarrollo, tomando en consideración el cuidado a tradiciones, medio ambiente, cultura, valores e impulsando el desarrollo de las localidades donde se lleva a cabo la actividad turística. (Moreno Fernandez & Urdaneta, 2017)

DIMENSIONES DEL TURISMO JUSTO.

El turismo justo tiene un carácter multidimensional:

1. Dimensión Comercial. Se produce y comercializa en el mercado y contempla las negociaciones entre agentes, que deben ser transparentes y no impuestas.
2. Dimensión Económica. Existe un valor añadido que se distribuye en base al trabajo y no exclusivamente a la disponibilidad de capital.
3. Dimensión Ética: Exige el respeto a los DDHH y laborales.
4. Dimensión Sostenible. Incorpora prácticas sostenibles a nivel social, cultural y medioambiental.
5. Dimensión Política. Fomenta la creación de espacios de participación democrática.
6. Dimensión Educativa. Propicia procesos de autoaprendizaje entre la población local y los visitantes, apoyándose en la sensibilización en origen y la capacitación en destino. En este sentido, el turismo justo parece permitir, a través del respeto a criterios básicos, que distintos tipos de productos turísticos puedan

realizarse y comercializarse en clave solidaria, más aún que crear productos turísticos paralelos o alternativos basados en un vago concepto de solidaridad. (PALOMO PEREZ, 2019)

METODOLOGÍA

Para integrar la propuesta de proyecto el turismo solidario y justo en el Municipio de Santa María Yucuhiti como alternativa de desarrollo con el entorno y la comunidad, se utilizó la metodología basada en el diagnóstico participativo de sus pobladores, los turistas y los investigadores respetando los usos y costumbres propios de municipio bajo el rigor del método de investigación cuantitativa, la investigación de campo por el territorio del municipio y la Región de mixteca Oaxaqueña, la investigación de mercados con el alojamiento de cuestionarios en diferentes plataformas digitales para la obtención de información de los potenciales turistas, tal como se muestra en la tabla No. 1.

Tabla No. 1. Metodologías, métodos, instrumentos y su tratamiento.

| Fases | Tipo de investigación | Metodología Instrumento | Tratamiento |
|----------|---|--|--|
| Fase I | Investigación documental | Búsquedas en internet, búsquedas en google académico y google scholar. Revisión de documentos legales | Búsqueda de información de lo general a lo particular en orden cronológico, se sintetizo, se comparó y se ordenó. |
| Fase II | Investigación cuantitativa | Reuniones comunitarias con autoridades y pobladores. Bitácoras de registro. Memoria fotográfica. Georeferencia. | Análisis de decisiones de los pobladores Calendarización de visitas. Ubicación de puntos de interés |
| Fase III | Investigación de campo | Recorridos por los territorios y puntos de interés. Observación directa de recursos culturales y naturales Cuestionario para pobladores. | Determinar potencial humano, infraestructura, recursos naturales y culturales con potencial de turismo. |
| Fase IV | Investigación de campo. Sistema de inteligencia de mercado. | Recorridos por centros ecoturísticos de la Región Mixteca. Monitoreo por medio de bechmarketing | Análisis de comportamiento de variables de oferta, demanda, servicios turísticos, precios, estrategias de comercialización y promoción. |
| Fase V | Investigación documental, sistema de inteligencia de mercadotecnia. | Búsqueda en base de datos especializada. Cuestionario para expertos en turismo. PESTEL y FODA | Análisis de información especializada. Obtener las oportunidades y amenazas Fortalezas y Debilidades. |
| Fase VI | Investigación de mercado | Cuestionario administrado electrónicamente en plataformas digitales para turistas solidarios y justos. Conversaciones con expertos. | Análisis e interpretación de información con un programa estadístico. Integración de plan de mercadotecnia y el plan de comunicación mercadológica. |

Fuente: Elaboración propia.

DESARROLLO.

DIAGNÓSTICO INTERNO.

Como primer contacto se llevaron a cabo reuniones con las autoridades municipales y cabildo del Municipio de Santa María Yucuhiti en la misma se expuso la propuesta de investigación para determinar potencial del turismo solidario y justo en Yucuhiti como alternativa de desarrollo con el entorno y la comunidad, con la participación de cada uno de los representantes reconocieron el compromiso del Instituto Tecnológico de Tlaxiaco y el Municipio a fin de contribuir con la integración de la propuesta. Al finalizar la sección de reuniones se acordó exponer en una asamblea comunitaria el contenido y los alcances del proyecto investigación. En una fecha posterior se llevó a cabo la reunión comunitaria donde se tuvo la asistencia de la gran mayoría de habitantes del Municipio, se abrió la mesa de debates, se cuestionó sobre el impacto que tendría la afluencia de turistas a las diferentes comunidades del municipio, se propuso como eje central el desarrollo del turismo solidario y justo, que sobre todo prevalezcan los intereses de la colectividad, que no afectara la cultura, los valores, usos, costumbres y el equilibrio ecológico de los recursos naturales existentes. Como conclusión de la asamblea comunitaria se solicitó que se iniciara con los trabajos de investigación mediante visitas guiadas con el acompañamiento de autoridades de los lugares de interés con la finalidad de realizar el diagnóstico interno, en el primer recorrido se visitó las Agencias Municipales de Guadalupe Miramar, Guadalupe Buenavista, Reyes Llano Grande, San Isidro Paz y Progreso y San Lucas Yosonicaje, así como las Agencias de Policía de San Felipe de Jesús Pueblo Viejo, San José Zaragoza, la Soledad Caballo Rucio y la Delegación Municipal Centro Yucuhiti, durante este proceso se georreferenciaron sitios de interés por medio de herramientas de GPS, se observó la diversidad de flora y fauna, se platicó con los habitantes de las diferentes comunidades se le explicó el objetivo de la visita con su aportación, se facilitó la identificación de los potenciales turísticos a ofertar, se pudo identificar sus principales actividades productivas y laborales, así como sus fuentes y destino de sus ingresos. Por otra parte, en un segundo recorrido por las comunidades con el acompañamiento de representantes de las comunidades, se identificaron la ubicación de las grutas, el recorrido por diversos senderos, se identificaron tres miradores donde se puede visualizar diversos municipios circunvecinos, se ubicaron dos sitios arqueológicos, las cascadas de los ríos de los rebotes y el recorrido por los beneficios de café, miel y huertas de frutas. En el tercer recorrido, se continuó con la ubicación de grutas, se realizó recorrido por el bosque de cipreses especie endémica de la Región, se identificaron diversos afloramientos de rocas de mármol, se visitó el museo comunitario, se realizó plática participativa con los artesanos que realizan a telar de cintura las prendas típicas de algodón y lana, se registraron los platillos típicos en el tianguis municipal. Para continuar con el trabajo de investigación, en el cuarto recorrido se identificaron las principales vías de acceso al Municipio y a los distintos puntos de interés turístico contabilizando tiempos y kilometraje de recorrido, se identificó los servicios de agua potable, los principales establecimientos de comida, tiendas comunitarias, servicios de telecomunicaciones, los servicios médicos, los sitios de transporte local, se identificaron los espacios de participación y organización social. Durante estos recorridos por medio de la observación, el diálogo participativo, el registro en bitácoras, el levantamiento de puntos por geolocalización, la memoria fotográfica, la entrevista semiestructurada, se pudo identificar los recursos físicos, medioambientales, los recursos naturales, los recursos culturales, el conocimiento de la naturaleza, el arraigo y sobre todo la calidez de los habitantes del municipio, con un gran potencial de ofertar servicios turísticos bajo la modalidad solidaria y justa. Además, como es una investigación participativa donde los pobladores se involucraron en el proceso de la investigación-aprendizaje-acción.

DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO DEL MUNICIPIO.

Después de haber realizado de manera exitosa el diagnóstico interno del municipio, se continuó con la construcción del diagnóstico del entorno del municipio con respecto a las tendencias actuales del turismo solidario y justo, se realizó la búsqueda de información en fuentes especializadas; con la herramienta PESTEL se realizó el análisis de las tendencias Políticas, Económicas, Sociales y Tecnológicas. En el análisis de las tendencias políticas se pudo determinar que a nivel mundial hay un movimiento en constante crecimiento de ejercer el turismo alternativo muy diferente al que ofertan los grandes destinos turísticos, parte de esa tendencia es el turismo solidario y justo ofertado por comunidades que poseen los recursos y atractivos naturales y culturales. En las tendencias económicas se pudo determinar que la mayoría de los municipios de menor índice de desarrollo humano del México se caracterizan por que tienen condiciones especiales, recursos naturales y culturales con enorme potencial de desarrollo del turismo solidario y justo, además los turistas hoy en día no solo buscan diversión, su comportamiento ha cambiado a tener un

consumo responsable contribuyendo a preservar la biodiversidad, la cultura, costumbres, valores y el buen vivir de las comunidades que han dado la oportunidad al mundo capitalista de aprender a convivir bajo una cosmovisión de vida diferente. En relación a las tendencias sociales se pudo identificar que la brecha entre los países denominados ricos y los países pobres, entre los centros urbanos y el sector rural se hace más profunda, esas diferencias han impulsado grandes flujos migratorios de países pobres a países ricos, de comunidades rurales a centros urbanos, provocando el abandono sus hogares, de sus estilos de vida, de sus seres queridos, de su cultura, de su territorio y adaptarse a nuevos esquemas de vida. Finalmente en el análisis de las tendencias tecnológicas se identificó que los adelantos tecnológicos en los diversos campos de la actividad humana las empresas capitalistas han secuestrado su uso y explotación comercial haciendo partícipe de las bondades de la tecnología a quienes puedan pagar por su uso, la ciencia y tecnología ha acercado a muchas comodidades, incrementado la esperanza de vida, nuevas oportunidades de bienestar, sin embargo, no habido democratización de la ciencia y tecnología, el principio de bien común en la que se sustenta la ciencia no se ha traducido en acciones de bienestar común, aunado a esto la ciencia y tecnología ha virtualizado la realidad del entorno inmediato. Como consecuencia la propuesta de turismo solidario y justo, es una alternativa para acercar a los habitantes de las ciudades con la armonía de la naturaleza y las culturas originarias con el enfoque de ciencia, tecnología y sociedad.

Como complemento de lo anterior esta propuesta de turismo solidario y justo, en Yucuhiti es una alternativa viable de desarrollo con el entorno y la comunidad, se justifica no solo por el potencial interno que tiene el Municipio, sino por las oportunidades que ofrece el entorno, sin embargo, en este proceso de abrirse hacia el mundo exterior tiene su riesgo. Por lo tanto, es necesario valorar qué aspectos sí se deben compartir y que se deben reservar, para garantizar la identidad del Municipio de Santa María Yucuhiti.

DIAGNÓSTICO DEL MERCADO DE LOS COMPETIDORES DIRECTOS Y DEMANDA POTENCIAL.

Continuando con la investigación en la tercera sección, para identificar los competidores directos e indirectos de los servicios turísticos, se realizaron diversas investigaciones mediante el monitoreo, la observación y aplicación de las herramientas de investigación, en el que se analizaron los aspectos geográficos, productos que ofrece, características del consumidor. A su vez, se realizaron entrevistas con expertos, conversaciones participativas que ayudan a identificar el funcionamiento de centros de ecoturismo del entorno, los servicios que ofrecen a los turistas y la particularidad de cada una de ellos que ayudan a la adquisición de ventajas competitivas. La investigación de los atractivos turísticos con que cuenta la Región Mixteca, ayuda a conocer la participación de la competencia en el mercado, lo cual influirá en las decisiones que se tomaran para determinar las actividades necesarias en las estrategias comerciales del proyecto de turismo solidario y justo, ya que con ellos fue posible determinar varias rutas para los paquetes turísticos que esta propuesta tiene como objetivo. Posteriormente, con el análisis de la competencia se busca el desarrollo de la entrada de nuevos productos turísticos, así como las innovaciones (presentaciones, calidad, estilo) y con ello lograr intensificar la participación en el mercado turístico mediante la mezcla promocional (publicidad, ventas personales, promoción de ventas y relaciones públicas)

INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

Para complementar el trabajo de investigación realizado en actividades previas y obtener información específica, se realizó la investigación de competidores directos mediante la observación exploratoria en la búsqueda de distintas páginas web, redes sociales, plataformas digitales del cual se obtuvieron datos relevantes como son la calidad, la ubicación, su principal ventaja competitiva.

Para el análisis de la información adecuada se realizó una tabla para el bechmarketing entre los competidores donde contiene los siguientes aspectos que son el nombre del competidor (empresa), la dirección en donde se encuentran ubicados, la principal ventaja competitiva con la que cuenta y las acciones que han realizado para posicionarse. Mediante las conversaciones con expertos, así como la búsqueda de información en fuentes documentales, se realizaron listados de las principales empresas ecoturísticas y considerándolos de acuerdo al impacto que han generado en el transcurso del tiempo y así llegar a la identificación de los productos y servicios turísticos que ofrece la competencia en la Región Mixteca. Posteriormente, al obtener la información se clasificó y se concentraron los datos en una tabla, se consideran los siguientes aspectos como son productos y servicios, variedad, calidad y precio. Para poder determinar el potencial de demanda existente de servicios turísticos bajo la modalidad de turismo solidario y justo, se utilizaron plataformas digitales especializadas en investigación de mercados y así poder observar el comportamiento del turismo alternativo que se practica en el Estado de Oaxaca, el impacto que está

generando en las distintas comunidades que actualmente lo ofrecen y los gustos y preferencias de los clientes potenciales respecto al turismo solidario y justo.

ANÁLISIS FODA.

El análisis FODA es una herramienta de planeación muy importante para la obtención de estrategias, en este orden de ideas, la propuesta del turismo solidario y justo en el Municipio de Santa María Yucuhiti como alternativa de desarrollo con el entorno y la comunidad, se basa en las actividades de investigación del diagnóstico del entorno del Municipio, el mercado de los competidores directos e indirectos, productos y servicios, demanda potencial, información del mercado de oferta, demanda, características de segmento de mercado, la temporalidad de visita de turistas, entre otras variables específicas de mercado. Todas las actividades de recolección de información se basaron en el diagnóstico participativo de los habitantes del Municipio, respetando su territorio, cultura, costumbres y valores. Respetando la metodología del análisis FODA se clasificó la información en factores internos (fortalezas y debilidades) y factores externos (oportunidades y amenazas). Específicamente los factores internos se clasificaron en elementos favorables o ventajas y elementos desfavorables o desventajas que tiene el municipio hacia el interior con relación a sus aspectos humanos, materiales, infraestructura, recursos naturales, recursos culturales, sistemas de organización social, actividad económica, que de acuerdo al análisis FODA se derivan en fortalezas que se tienen que potencializar y en debilidades que se tienen que resarcir. Asimismo, con el apoyo de la herramienta PESTEL se identificaron los factores externos se clasificaron en elementos favorables o ventajas y en elementos desfavorables o desventajas, según las megatendencias políticas, legales, económicas, sociales, demográficas, tecnológicas y de mercado del turismo solidario y justo ; obteniendo como resultado las oportunidades que el entorno ofrece al municipio que tienen que ser aprovechadas al máximo y amenazas que se tienen que minimizar con acciones estratégicas para convertir las amenazas en oportunidades.

PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADOTECNIA.

Con trabajo de gabinete para la recolección de información, la confrontación de elementos internos y externos, el análisis FODA y la matriz de priorización de estrategias se pudieron determinar las estrategias generales para la puesta en marcha del turismo solidario y justo. La propuesta está integrada por la descripción de los productos y servicios turístico incluidos en tres paquetes que se pueden ofrecer, la determinación de precios de los servicios turísticos por método de costeo y pago justo, los canales de contacto con los turistas, las herramientas de promoción, el proceso de prestación de los servicios turísticos entre otros elementos específicos del plan.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como parte del trabajo de investigación para integrar la propuesta de turismo solidario y justo en Yucuhiti como alternativa de desarrollo con el entorno y la comunidad fue necesario diversas reuniones con las autoridades y los pobladores del municipio, se tuvo la aprobación de iniciar con los trabajos de investigación donde se tuvo la participación de la colectividad de manera activa facilitando la recolección de información (investigación-aprendizaje-acción), con herramientas de diagnóstico participativo, con el acompañamiento de las autoridades municipales, se realizaron recorridos por los distintos lugares con potencial turístico.

Figura 3: recursos culturales y naturales con potencial turístico

Fuente: elaboración propia.

Posterior a haber integrado el diagnóstico interno de municipio, se continuó con la investigación para determinar el diagnóstico del entorno del Municipio de Santa María Yucuhiti con la herramienta de análisis PESTEL se obtuvo información valiosa de plataformas especializadas de las tendencias políticas, económicas, sociales y tecnológicas que impulsan el turismo solidario y justo, se pudieron determinar los riesgos y oportunidades que el entorno ofrece para la puesta en marcha de esta propuesta.

Para poder complementar la información de la actividad de diagnóstico interno del municipio y el diagnóstico del entorno del Municipio fue necesario realizar el diagnóstico de mercado de los competidores directos e indirectos productos y servicios turísticos existentes y la demanda potencial existente.

Se realizó, la investigación de competidores directos mediante la observación exploratoria en la búsqueda de distintas páginas web, redes sociales, plataformas digitales del cual, se obtuvieron datos relevantes como son la calidad, la ubicación y su principal ventaja competitiva.

Para el análisis de la información obtenida de la investigación, se hizo una tabla de competidores, en la cual contiene los siguientes aspectos; como el nombre del competidor (empresa), la dirección en donde se encuentran ubicados, la principal ventaja competitiva con la que cuenta y las acciones para posicionarse.

Mediante la utilización de distintos métodos de recolección como; las fichas, resúmenes, síntesis y entrevistas y/o conversaciones con expertos así como la búsqueda de información en fuentes hemerográficas, se realizó en listados de las principales empresas ecoturísticas, de acuerdo al impacto que han generado en el transcurso del tiempo y así llegar a la identificación de los productos y servicios turísticos que ofrece la competencia en la Región Mixteca.

Posteriormente, al obtener la información se clasifica y se coloca los datos en una tabla del cual se consideran los siguientes aspectos como son: el producto, la variedad, la calidad y el precio.

Tabla 2: Productos de los competidores

| 1.- Productos de la competencia | | | | |
|---------------------------------|---|----------|-------------------------------|---------------------|
| Nombre del Competidor | Producto (s) Que vende | Variedad | Calidad (buena, mala regular) | Precio |
| Ruta Mixteca | <ul style="list-style-type: none"> Recorridos mediante paquetes | Si | Buena | \$1200.00-\$3000.00 |
| Santiago Apoala | <ul style="list-style-type: none"> Peñas Cañones Cascadas Valles Cuevas con amplias galerías Miradores Ciclismo de montaña | Si | Buena | \$150.00 a \$350.00 |
| Santo Domingo Tonalá | <ul style="list-style-type: none"> Caminatas Ciclismo de montaña El cañón del boquerón | Si | Buena | \$150.00 a \$300.00 |
| San Francisco Yosocuta (Presa) | <ul style="list-style-type: none"> Presa Lanchas Torneos de pesca | Si | Buena | \$250.00-\$400.00 |
| Yosondúa (cascadas) | <ul style="list-style-type: none"> Puente colgante Tirolesa Cascada Miradores grutas | Si | Buena | \$50.00 - \$250.00 |

Fuente: elaboración propia.

Respecto a las variables más específicas del mercado del turismo solidario y justo se aplicó una investigación de mercado utilizando la herramienta on line de Google Trends, obteniéndose datos referentes como meses con mayor auge de turistas, que en este caso identificar las temporadas altas y cuáles son las temporadas bajas del cual ayuda a sustentar las estrategias de comercialización que deberá de utilizar en el Municipio de Santa María Yucuhiti. Con la herramienta Google Trends se pudo determinar que existen temporadas altas y bajas de turistas de dichas tendencias, se realizó el análisis de la información, se obtuvo que la demanda real del ecoturismo en el Estado de Oaxaca en los meses de Enero, Marzo, Abril, Mayo, Noviembre y Diciembre, sólo el 3.7% de las y los visitantes corresponde al turismo internacional, y 96.3% restante al turismo nacional. Siendo los países que más aportan es Estados Unidos, Canadá y Alemania son los principales países que visitan el estado de Oaxaca en realización del ecoturismo buscando obtener experiencias únicas con el contacto natural y cultural. (google trends, 2018) Con base al análisis anterior, se concluye que los meses de Abril, Mayo, Junio y Julio que más demanda tiene el ecoturismo en el Estado de Oaxaca esta es una información muy importante para realizar la planeación de las ventas considerando dos variables el volumen de ventas y los periodos de ventas; entre otras decisiones muy importantes que los pobladores del municipio tienen que tomar para tener un éxito en la prestación de los servicios turísticos de manera solidaria y justa, satisfaciendo de la mejor manera los gustos y preferencias de los turistas. Con toda la información reunida en las actividades anteriores se integró el análisis FODA. Obteniéndose nueve fortalezas, ocho oportunidades, ocho debilidades y ocho amenazas, que posteriormente se confrontaron fortalezas con oportunidades, fortalezas con amenazas, debilidades con oportunidades y debilidades con amenazas, de esta confrontación se obtuvieron 20 estrategias que se tienen que implementar para que esta propuesta se pueda poner en marcha con la participación activa de los habitantes del municipio.

Tabla 3: Análisis FODA del potencial del turismo solidario y justo en Yucuhiti

| Fortalezas | Oportunidades |
|---|---|
| F1. Recursos naturales sin explorar F2. Diversidad de climas F3. Existen distintos talleres (apicultura, producción de café, artesanías de mármol y vestimenta típica) F4. Existe una gran diversidad recorridos F5. Han desarrollado investigaciones distintas universidades sobre la arqueología. F6. Diversidad cultural F7. Existen muchos rutas y recorridos F8. Las condiciones del tramo carretero son accesibles y se encuentran en buen estado. F9.- Existe una cultura de preservación de los recursos naturales | O1. Desarrollo y crecimiento económico y social O2. Rescate y conservación de tradiciones O3. Implementación de nuevos atractivos turísticos (Tirolesa, Rapel y puente colgante) O4. Ofrecer experiencias únicas a los clientes O5. Generar plataformas digitales que ayuden a brindar información completa de cada uno de los sitios turísticos O6. Capacitación al personal para el servicio. O7. Apoyo del gobierno para financiar proyectos O8. Existen instituciones que permiten brindar la capacitación sobre el sector turístico |
| Debilidades | Amenazas |
| D1. Dificultad de acceso. D2. Desconocimiento de los atractivos turísticos. D3. No cuenta con el apoyo total de sus agencias. D4. No contar con recurso suficiente para el desarrollo de los proyectos D5. Falta de experiencia en el sector turístico (ecoturismo) D6. Falta de difusión en medios de comunicación de los atractivos turístico D7. Conflictos agrarios con personas de la misma comunidad. D8.-No existe la infraestructura adecuada para recibir a los visitantes D9. Áreas consideradas como reserva ecológica D10.- Extinción de alguna especies D11. Incendios forestales | A1. Cambios radicales en las leyes ambientales. A2. Exceso de lluvias ocasionando derrumbes. A3. Cambio en las políticas nacionales del turismo y endurecimiento de las leyes migratorias que puedan afectar al proyecto. A4. Poca credibilidad de los atractivos turísticos por la falta de difusión del entorno. A5. Nuevos competidores con precios atractivos para los clientes y que se encuentren cerca de la Región. A6.- Conflictos agrarios con los municipios A7.- Desastres naturales para los recursos(incendio de bosques, A8 .- Cambios tecnológicos constantes A9.- Conflictos agrarios |

Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Es importante analizar y conocer el comportamiento de los clientes o turistas potenciales que nos ayude a identificar el grado de aceptación que podría tener las actividades ecoturísticas del Municipio de Santa María Yucuhiti, así determinar las estrategias comerciales que ayudaran a posicionarse en el mercado.

Como resultado de la fórmula de la población infinita para la investigación de mercado fueron aplicadas 203 encuestas a la población en general. Con base a la investigación antes realizada sobre los recursos naturales y culturales del municipio, el diagnóstico de mercado de los competidores de los distintos productos y servicios turísticos que ofrecen en la región Mixteca, se realizó el diseño un cuestionario con preguntas con opción múltiple para obtener la información precisa, para el diseño de la estrategia comercial que a su vez integre la propuesta bajo la modalidad del turismo solidario y justo del Municipio de Santa María Yucuhiti.

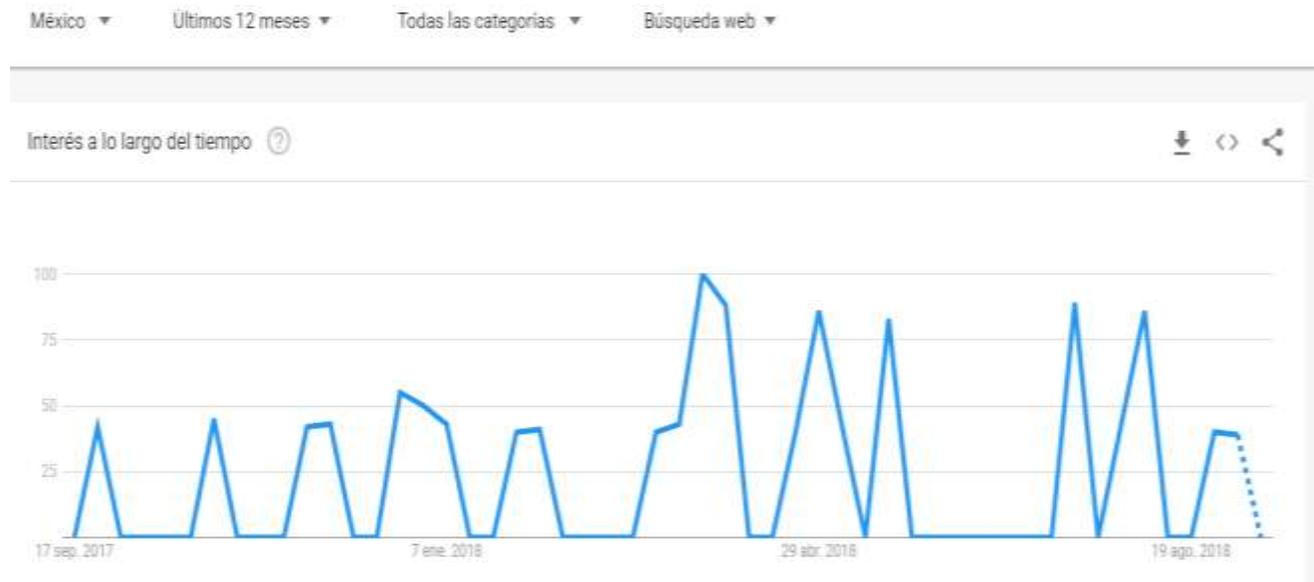
En la estructura del cuestionario se consideró las variables de gustos de las personas por las actividades ecoturísticas, la frecuencia, el motivo, el precio, medios de comercialización, alimentación, hospedaje, paquetes ecoturísticos y tipos de actividades que le gustarían desarrollar en Santa María Yucuhiti. Se aplicaron 203 cuestionarios, se utilizó plataformas digitales para tener mayor cobertura, el 20% de las encuestas fueron aplicadas en la plataforma surveymonkey donde se obtuvieron respuesta de personas del extranjero, las cuales han llevado a cabo el ecoturismo, otras de las plataformas que fue utilizada es Google Trends mediante redes sociales donde también se obtuvieron respuestas de diferentes personas consta del 20 %. El 60% de las encuestas fue aplicado directamente a las personas de la población que visitan el estado de Oaxaca, México y sus alrededores. Para la tabulación de los resultados obtenidos de

las encuestas se realizó mediante el software IBM (International Business Machines) el cual ayuda a graficar cada una de las respuestas.

A continuación se muestra el análisis de los resultados más relevantes de las preguntas aplicada a la población en general, considerando turistas extranjeros, nacionales y locales, cada una de ellas con sus respectivas gráficas.

Como se puede observar en la imagen existen temporadas altas y bajas de turistas del cual se realizó el análisis de la información tal que, se obtuvo que la demanda real del ecoturismo en el estado de Oaxaca son los meses de Enero, Marzo, Abril, Mayo, Noviembre y Diciembre, sólo el 3.7% de las y los visitantes corresponde al turismo internacional, y 96.3% restante al turismo nacional. Estados unidos, Canadá y Alemania son los principales países que visitan el Estado de Oaxaca así mismo, el principal objetivo de los turistas es tener experiencias únicas en el medio natural y cultural.

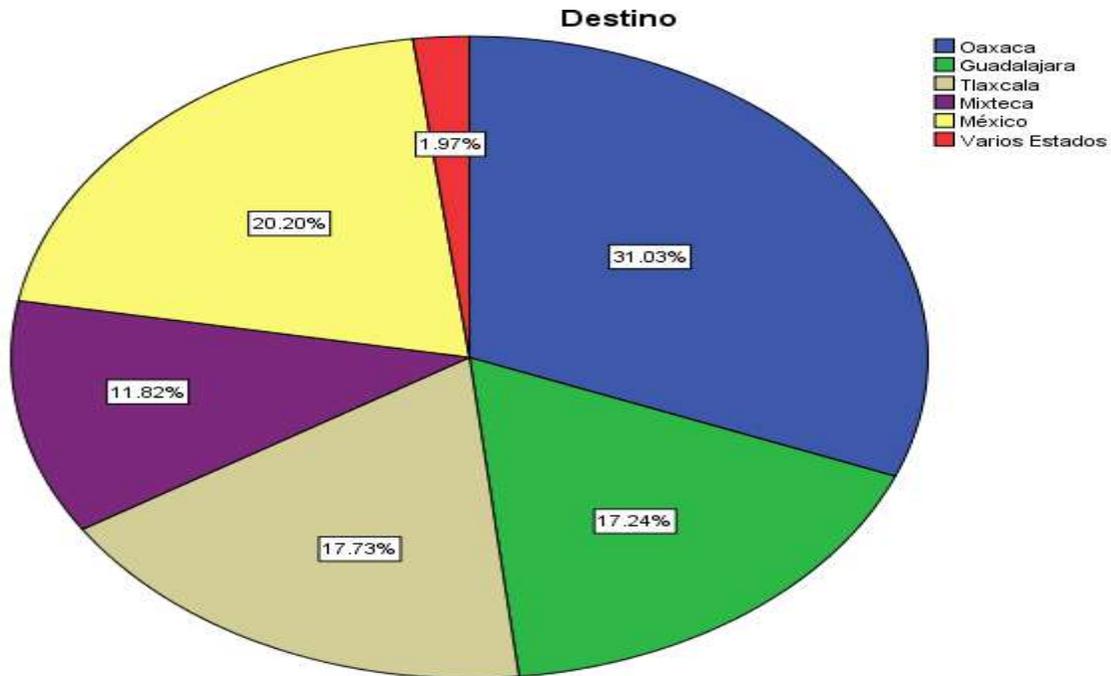
Grafica 1: Demanda real del ecoturismo en Oaxaca.



Fuente <https://trends.google.com.mx/trends/explore?geo=MX&q=%2Fm%2F07bxq> vista el 12 de septiembre 2019

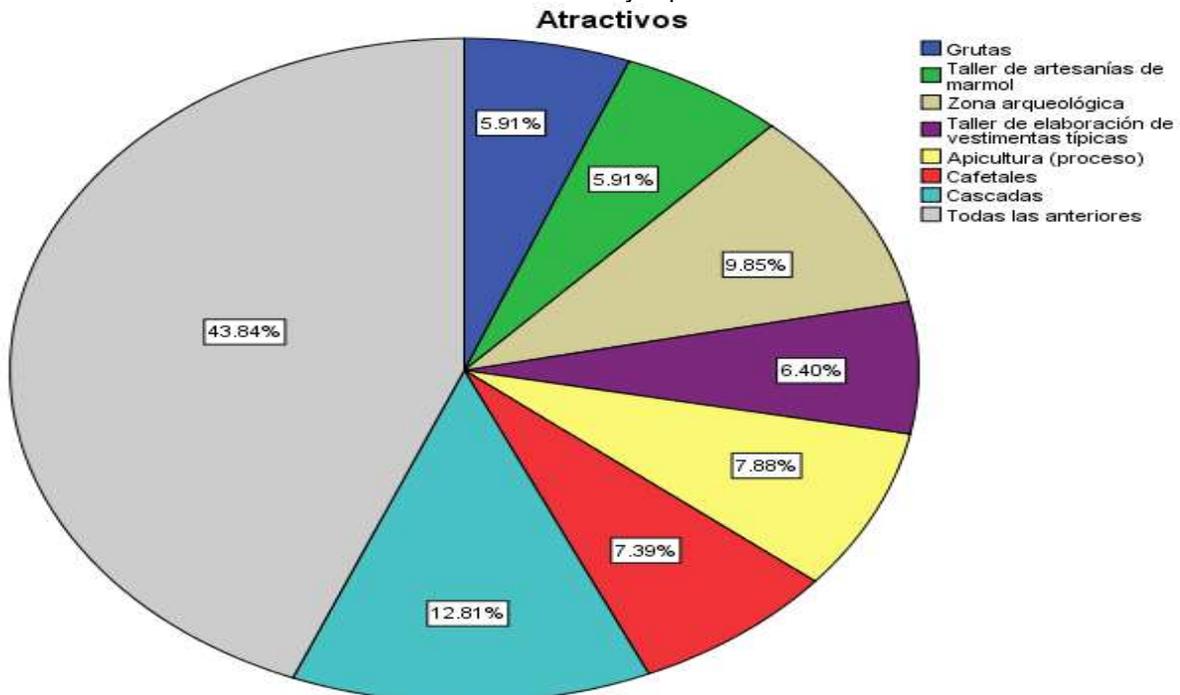
Los destinos turísticos en el que han realizado actividades turísticas en México, teniendo como resultado de la aplicación de las 203 encuesta como se muestra en la gráfica es que el 31.03% ha visitado Oaxaca, principalmente zonas arqueológicas como son: Monte Albán y Mitla, así como el patrimonio natural que es el árbol del tule, en segundo lugar se encuentra Guadalajara con el 17.24%, en tercer lugar se encuentra 17.73% con el Estado de Tlaxcala, después se encuentra la Mixteca con el 11.82% con la visita del Parque Natural de Santiago Yosondúa, en el quinto lugar se encuentra la Ciudad de México con un 20.20% y por último se encuentra con el 1.97% de las personas que han visitado varios estados.

Grafica 2: Demanda de los principales destinos ecoturísticos
Fuente: Elaboración Propia



Las actividades ecoturísticas que les gustaría que integrara el paquete que ofertará en el Municipio es del 43.84% prefiere que todas las actividades sean integradas como son las grutas, el taller de artesanías de mármol, visita a la zona arqueológica, taller de elaboración de vestimentas típicas, apicultura, cafetales y cascadas, mientras que el 12.81% prefiere realizar un recorrido por las cascadas, el 9.85% desea tener una visita a la zona arqueológica, el 7.88% prefiere la apicultura (proceso) ,mientras 7.39% hace referencia a los recorridos por los cafetales, el 6.40% pertenece al taller de elaboración de vestimentas típicas , el 5.91% tanto para el taller de artesanías de mármol y grutas, por lo que es importante que se consideren las actividades que el turista desea experimentar.

Grafica 3: Atractivos de mayor preferencia de Yucuhiti



Fuente: Elaboración Propia

Como resultado de todo el proceso de esta investigación la propuesta del turismo solidario y justo en Yucuhiti es alternativa de desarrollo con el entorno y la comunidad representado por el plan estratégico de mercadotecnia que especifica de manera detallada la mezcla de productos y servicios turísticos integrando en tres paquetes con sus respectivas denominaciones característicos de los servicios que se ofrecen con el respectivo cuidado de que sean atractivos a los turistas; cada uno de los productos y servicios se le ha determinado su precio con una justa nominación, para contribuir al desarrollo de las comunidades del Municipio de Santa María Yucuhiti, además se estableció la duración, logística del recorrido, los medios de promoción de los productos o servicios turísticos. Con relación a lo anterior los paquetes que se determinaron son:

El paquete Desde la montaña, es un recorrido de dos días y una noche con un circuito que abarca las siguientes agencias San Lucas Yosonicaje y San Felipe de Jesús Pueblo Viejo.

Figura 4 Paquete 1: Desde la montaña.



Fuente. Elaboración Propia

El paquete denominado "El aroma perfecto" consta de un circuito de San Lucas Yosonicaje, San Felipe de Jesús Pueblo Viejo, Santa María Yucuhiti, San José Zaragoza y Guadalupe Miramar que consta de 3 días y dos noches.

Figura 5 Paquete 2: El aroma perfecto.



Fuente: Elaboración Propia

El paquete “Un paseo de mil cascadas” de la Región de Santa María Yucuhiti abarca 4 días para que el turista realice la visita a sus nueve agencias que comienza con San Lucas Yosonicaje, San Felipe de Jesús Pueblo Viejo, Santa María Yucuhiti, San José Zaragoza, Guadalupe Miramar, Guadalupe Buena Vista, Reyes Llano Grande, La soledad Caballo Rucio, San Isidro Paz y Progreso.

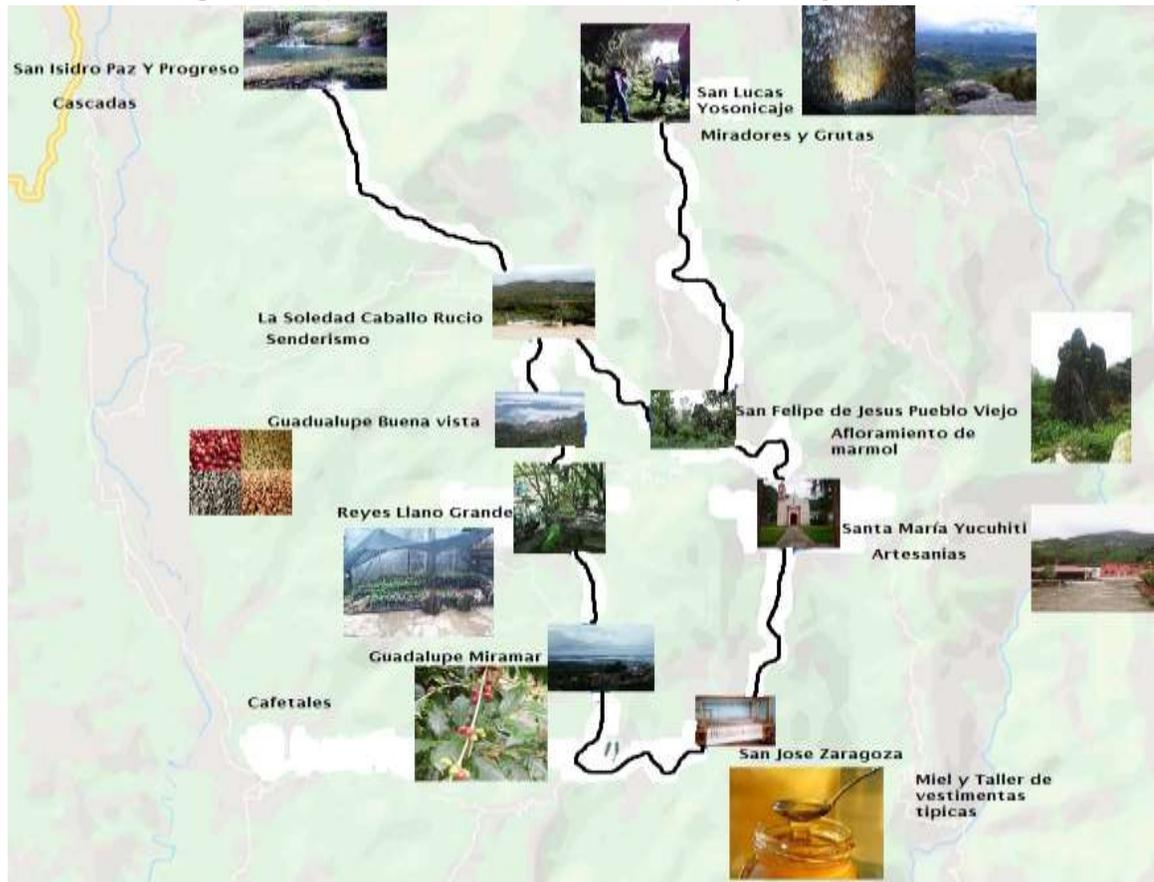
Figura 6 Paquete 3: Un paseo de mil cascadas.



Fuente: Elaboración Propia

Con el apoyo y la aprobación de los pobladores del Municipio de Santa María Yucuhiti, sus agencias y parajes se definieron los lugares y los servicios que se pueden ofertar bajo la modalidad de turismo solidario y justo.

Figura 7: Mapa de ruta ecoturística de Yucuhiti y sus agencias.



Fuente: Elaboración Propia

Esta investigación origino una propuesta para utilizar los recursos naturales y culturales del Municipio de Santa María Yucuhiti como una alternativa de desarrollo socioeconómico de sus pobladores, esta propuesta se ha plasmado en un plan estratégico de mercadotecnia que se integra con la mezcla de mercadotecnia considerando el producto y servicios turísticos que el Municipio ofrecerá, también se consideró el precio de venta bajo el método de costos así logrando establecer el precio justo para el cliente, los canales de distribución considerando intermediarios y venta directa, la promoción, el personal, los procesos y evidencia física mediante la utilización de distintos autores para la determinación de las variables que interviene dentro del mismo.

Finalmente, cada una de estas variables ayuda a la combinación para el diseño y desarrollo de las estrategias de comercialización que ayuden a los servicios turísticos a adquirir ventajas competitivas y alto rendimiento en el mercado turístico, generando así el plan de mercadotecnia que será una base para el desarrollo.

Para el diseño de las estrategias de comercialización fue necesario analizar las distintas variables que intervienen para el lanzamiento de un nuevo producto y servicio en el mercado turístico solidario y justo, así mismo se identificó los clientes potenciales, los canales de distribución para captar a más clientes, establecer los distintas estrategias de promoción para llegar a la mente del consumidor, analizar las proyecciones de ventas para conocer el rendimiento que se ha generado y así determinar planes de acción que contribuyan a lo logar lo planeado.

CONCLUSION

Después de realizado la investigación para integrar esta propuesta del turismo solidario y justo en el Municipio de Santa María Yucuhiti, Oaxaca, México con la interacción constante se mantuvo con los pobladores y autoridades ven como una alternativa viable y socialmente sustentable que contribuya en la solución de los problemas sociales que tienen al municipio en condiciones de bajo índice de desarrollo humano, concediendo en todo momento que la propuesta de desarrollo con el entorno y la comunidad. Se concluye que para integrar un proyecto comunitario se requiere con la participación activa de los diferentes sectores del municipio como son las autoridades municipales, el comisariado de bienes comunales, los diferentes comités sociales, los poseedores de los atractivos naturales, los pequeños productores de productos originarios, los prestadores de servicios y especialistas de escuelas de nivel superior que vinculen la ciencia, tecnología con los problemas de la sociedad a la que pertenecen, como agente promotor del turismo solidario y justo, centrado en el diagnostico participativo, el respeto a la cultura y la sustentabilidad de los recursos naturales. Con esta propuesta se logró la investigación-aprendizaje-acción de parte de los pobladores de Municipio y del investigador.

La oferta de servicios turísticos bajo la modalidad de turismo solidario y justo contribuirá de manera sustancial a elevar los principales indicadores de desarrollo humano, reduciendo la emigración de sus pobladores arraigándolos a sus costumbres y actividades productivas, conservar la cultura y el uso sustentable de sus recursos por el cambio de sus vocación productiva, reducir la dependencia económica que se tiene con el exterior por el pago justo que realizaran los turistas que visiten los atractivos turísticos integrados en paquetes.

Finalmente los pobladores del municipio tienen un plan estratégico de mercadotecnia para ofertar los diferentes servicios turísticos bajo la modalidad de turismo solidario y justo garantizando el éxito social y comercial, con estrategias competitivas posicionando al municipio como un destino atractivos para los turistas del mundo que deseen vivir experiencias únicas en este territorio.

REFERENCIAS

1. Moreno Fernandez , M., & Urdaneta, D. (2017). MERCADEO SOCIAL PARA EL FORTALECIMIENTO DEL TURISMO SOLIDARIO EN LA CIUDAD DE MARACAIB. *Marketing Visionario*, 17.
2. Palomino Villavicencio , B., Gasca Zamora , J., & López Pardo, G. (2016). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable*, 32.

3. Barkin, D. (2005). *Building a future for Rural México*. . MEXICO: Latin American Perspectives.Vol. 33.
4. Berruti, A., & Delvecchi, A. (2009). *Turismundo. Pobreza, desarrollo y turismo responsable*. ESPAÑA: Centro de iniciativas para la cooperación, con el apoyo de la Unión Europea.
5. google trends. (23 de SEPTIEMBRE de 2018). *google trends*. Obtenido de <https://trends.google.com.mx/trends/explore?geo=MX&q=%2Fm%2F07bxq>
6. INCA RURAL. (2009). *Formación en línea para el desarrollo rural. Diseño de Proyectos de Desarrollo*. . D.F., DISTRITO FEDERAL, MEXICO: INCA RURAL.
7. Mesofilo, G. (01 de diciembre de 2007). *www.pdfactory.com/*. . Obtenido de www.pdfactory.com/.
8. PALOMO PEREZ, S. (09 de MAYO de 2019). *INSTITUTO DE ESTUDIOS TURISTICOS*. Obtenido de <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/revistas/ret-168-2006-pag7-46-97136.pdf>
9. Sancho, A. (2007). Jornadas internacionales de turismo justo. En *Jornadas internacionales de turismo justo. Un reto para el desarrollo turismo y desarrollo*. Valencia.
10. SECTUR. (23 de ENERO de 2018). *datatur.sectur.gob.mx*. Obtenido de [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjYwJbR8pbiAhVEIKwKHQq2B4wQFjABegQIBRAC&url=https%3A%2F%2Fwww.datatur.sectur.gob.mx%2FRAT%2FRAT-2018-01\(ES\).pdf&usg=AOvVaw2ItAagK4MrK5utQfdQ_rBm](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjYwJbR8pbiAhVEIKwKHQq2B4wQFjABegQIBRAC&url=https%3A%2F%2Fwww.datatur.sectur.gob.mx%2FRAT%2FRAT-2018-01(ES).pdf&usg=AOvVaw2ItAagK4MrK5utQfdQ_rBm)
11. Tomás J. López-Guzmán Guzmán, G. M. (2007). TURISMO SOLIDARIO, Una perspectiva desde la Unión Europea. *Gestión Turística*. N° 8, 20.