



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

**ALCANCE REGIONAL DEL TURISMO RURAL
EN LA FINCA ARGOVIA, CHIAPAS**

TESIS

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN GEOGRAFÍA**

P R E S E N T A:

KARINA ITZEL CRUZ CASTILLO

ASESOR DE TESIS:

DR. ENRIQUE PROPIN FREJOMIL

CIUDAD UNIVERSITARIA, CD. MX. FEBRERO 2017





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicatorias

A mi papá. Porque fue muy difícil llegar a este punto sin que estuvieras aquí, pero el recuerdo de tu ejemplo ha guiado mi vida hasta ahora y lo seguiré haciendo siempre. El poco tiempo que tuvimos para estar juntos me bastó para entender el valor del amor y de la vida, y fue también ese tiempo que me hizo querer llegar a ser una persona tan admirable como tú. ...

A mi mamá. Es difícil encontrar las palabras adecuadas para agradecerte todo lo que has hecho por nosotras, pero ahora hablo por mí y quiero agradecerte por todo lo que me has dado. Yo sé que no ha sido fácil llegar hasta aquí, pero creo que cada momento ha valido la pena y prueba de esto, es que ahora termino esta etapa de mi vida, que hubiera sido impensable de no ser por tu apoyo, tus consejos y tu determinación para hacer las cosas. ¿Te acuerdas de las tardes de bici y cuerda, de los domingos de helado, de la víbora que no se movía o del dibujo del molcajete?... porque yo sí los recuerdo y sé que, gracias a eso, hoy soy una persona muy feliz, que a pesar de todos los problemas que conlleva el enfrentar la vida, de ti he aprendido a superar cada obstáculo con firmeza y valentía. Sé que no soy la mejor hija, pero trato de serlo como respuesta a lo que tú has hecho por mí. Eres la persona a la que más admiro en el mundo y por ahora solo me queda decirte nuevamente, gracias por todo...

A Vale. Hermanita, desde que tengo memoria nos hemos divertido en grande, sabes que además de ser mi hermana eres una de mis mejores amigas. Te admiro por tener la capacidad de hacer las cosas que quieres, siempre te sales con la tuya. Gracias por los momentos alegres, por tus ocurrencias y por la ayuda que me ofreces siempre que la necesito, en especial gracias por aquella tarea de griego...

A Mariana. Aunque eres la más pequeña, he aprendido mucho de ti. Envidio tu memoria y admiro tu inteligencia y la capacidad que tienes para hacerle frente a los problemas. Sé que llegarás muy lejos y quiero que sepas que cuentas conmigo para todo. Gracias por ayudarme siempre, por los mapas, el herbario, las fotos, y por todos los momentos que compartimos...

Las amo

...y también a Duque, por hacerme reír tantas veces...

Agradecimientos

A la Universidad Nacional Autónoma de México por darme la capacidad de ver más allá en cualquier situación. Al Instituto de Geografía por las becas otorgadas para el inicio y conclusión de este trabajo.

A mi asesor, el Dr. Enrique Propin Frejomil, quien me ha guiado desde el tercer semestre de la carrera. Le agradezco el haberme aceptado para trabajar con usted, pues le he aprendido muchas cosas en este tiempo, no solo las que se refieren a la academia, sino también sobre aquellas que me han ayudado a entender y disfrutar la vida.

A los miembros del sínodo por la revisión de este trabajo y por cada sugerencia. Dr. Álvaro Sánchez, gracias por sus clases, por el apoyo recibido durante la carrera y por haberme puesto en manos del Dr. Propin. Dr. Abraham Navarro, gracias por enseñarme todo lo que hasta ahora sé de cartografía, por cada consejo y por la dedicación puesta en cada clase. Profesora María Teresa López, le agradezco cada enseñanza, cada una de ellas aumentó en mí el interés por el mundo natural. A la Dra. María del Carmen Juárez por su disposición, su amabilidad y todas sus enseñanzas.

A mi profesor de Geografía de la ENP 9, German Carrasco Anaya, que cambió totalmente el rumbo de mi vida como estudiante. Esas clases tan alucinantes de Geografía Económica fueron motivo suficiente para elegir esta carrera como la mejor para mí. Fue usted quien me salvó de estudiar medicina.

A toda mi familia, pero en especial quiero darle las gracias infinitas a mi tía Gabi, a mi tío Luis, a mi tía Juana y a mi tía Mago, quienes han estado siempre ahí, que nos apoyan y ayudan con cualquier problema, que comparten todas nuestras alegrías, y que con gusto y cariño siempre nos dan el mejor consejo. Gracias por creer en nosotras y no dejarnos solas.

A mis amigas que adoro. BFF, Evelyn, son muchos ya los años de conocernos y tantos momentos buenos que hemos compartido que no me queda más que darte las gracias por tu

amistad incondicional. Rocha, gracias por apoyarme en cada decisión, pero principalmente por animarme a estudiar esta carrera que disfruté tanto, por cada consejo, y por todas las risas. Me enseñaste que el qué dirán no importa cuando algo te hace feliz.

A todos mis amigos geógrafos, pero en especial a Giselle. No recuerdo el momento en el que te convertiste en mi geógrafa favorita, pero permanecen en mi mente todos los trabajos en equipo (que terminábamos haciéndolos tú y yo solas), las prácticas de campo y las fiestas, que con tu compañía siempre fueron de lo mejor. Aunque hemos tenido muchos momentos felices, te doy las gracias también por estar conmigo en las situaciones difíciles, por escucharme, por los consejos y sobre todo, por el apoyo incondicional que siempre me has brindado.

A ti Álvaro, con quien siempre es un gusto platicar sobre cualquier tema y a quien le debo el buen gusto por las artesanías. A Quique, por escucharme, regañarme y por tener un consejo para mí cada vez que lo necesito.

A Leo, por tu ayuda y por cada sugerencia que siempre me haces con la mejor de las intenciones. Gracias por los ánimos, por tu tiempo, por los consejos y por creer en mí. Es una fortuna contar siempre contigo.

A mis amigos bailadores. Sofi, Sebas, Eric, Marian, Cari, Rubén, Óscar, Fer, Nayell, Fredy y Sam quienes comparten mi gran amor por el baile. Disfruto muchísimo cada momento con ustedes, y agradezco conocer a cada uno, porque cada uno me ha enseñado un mundo diferente. Pero sobre todo a Dianita que además de bailadora, es mi más reciente confidente y amiga; los chismes y todas las risas de los buenos momentos, son el augurio de que esta amistad va para largo.

A Lety y a Juan Pablo por toda su ayuda en Argovia. A Anthony, gracias por las fotos y por toda la información que me facilitaste, por los tours y porque conocerte fue lo más divertido de hacer este trabajo.

¡A todos, gracias!

Índice

Introducción	1
Capítulo 1. Posiciones cognoscitivas asociadas al turismo rural	5
1.1. Turismo rural como concepto y práctica	5
1.1.1. La problemática en la definición de lo rural.....	6
1.1.2. Particularidades del turismo rural.....	8
1.1.3. Diferencias en el desarrollo del turismo rural	13
1.1.4. Diversidad en la oferta actual del turismo rural.....	18
1.2. Turismo de intereses especiales en el ámbito rural	22
1.3. Aportes de la Geografía del turismo	31
1.4. Antecedentes investigativos	38
Capítulo 2. Contexto geográfico de la región del Soconusco en Chiapas	44
2.1. Características del medio físico-geográfico	44
2.2. Desarrollo histórico de la economía cafetalera	53
2.3. Rasgos socioeconómicos	73
Capítulo 3. Dinámica regional del turismo rural en la finca Argovia	83
3.1. Estrategias metodológicas	83
3.2. Contexto regional de la actividad turística	87
3.3. Diversificación de actividades económicas	95
3.4. El turismo en finca Argovia	101
3.4.1 Recursos turísticos.....	101
3.4.2 Construcción de la imagen.....	109
3.4.3 Temporalidad y peso del turista y visitante.....	114
3.5 Interacciones espaciales generadas con la actividad turística	117
Conclusiones	126
Bibliografía	130

Índice de cuadros

Cuadro 2.1 Conformación territorial del Soconusco.....	45
Cuadro 2.2 Soconusco: índice y grado de marginación.....	75
Cuadro 2.3 Chiapas: turistas anuales por destino turístico seleccionado.....	79
Cuadro 2.4 Chiapas: cuartos disponibles en destinos turísticos seleccionados.....	79
Cuadro 2.5 Chiapas: turistas extranjeros en destinos turísticos seleccionados.....	80
Cuadro 3.1 Finca Argovia: líneas de diversificación.....	99

Índice de figuras

Figura 1.1 Dificultades para la elaboración de una definición de turismo rural.....	8
Figura 1.2 Características primarias del turismo rural.....	12
Figura 1.3 Principales modalidades del turismo rural.....	21
Figura 1.4 Valores característicos del imaginario del espacio rural.....	25
Figura 1.5 Principales categorías del Turismo de Intereses Especiales.....	28
Figura 1.6 Continuidad del entre el espacio rural y urbano.....	37
Figura 1.7 Antecedentes investigativos.....	39
Figura 2.1 Soconusco: altimetría.....	46
Figura 2.2 Soconusco: tipos de clima y corrientes de agua.....	47
Figura 2.3 Climograma de la estación 7012, Finca Argovia, Chiapas (2012).....	48
Figura 2.4 Soconusco: tipos de suelo.....	49
Figura 2.5 Soconusco: tipos de vegetación y usos de suelo.....	51
Figura 2.6 Principales flujos del tributo en el imperio Azteca y Maya.....	55
Figura 2.7 Intendencias y provincias en el sureste mexicano hacia 1786.....	58
Figura 2.8 Finca Argovia: Casa Grande procedente de Oregon.....	61
Figura 2.9 Soconusco: las fincas cafetaleras alemanas durante los siglos XIX y XX.....	62
Figura 2.10 Soconusco: distribución de la producción cafetalera hacia 1927.....	66
Figura 2.11 Soconusco: configuración histórica de la economía cafetalera.....	68
Figura 2.12 Soconusco: población total y composición por sexo, 2010.....	74
Figura 2.13 Soconusco: Población Económicamente Activa Ocupada por Sector de Actividad, 2010.....	76
Figura 2.14 Valor de la producción de los principales cultivos de la región en 2015.....	77
Figura 2.15 Soconusco: localización de la oferta turística.....	82

Figura 3.1 Puerto Chiapas: conexión portuaria a través del turismo de cruceros.....	88
Figura 3.2 Ruta del Café: localización de las fincas cafetaleras con mayor promoción.....	93
Figura 3.3 Certificación orgánica del café producido por la finca Argovia	96
Figura 3.4 Viveros para la producción de anturios.....	96
Figura 3.5 Principales elementos de la diversificación utilizados para el turismo.....	100
Figura 3.6 Remanentes de la selva alta perennifolia.....	102
Figura 3.7 Plantas de café dentro de Argovia Finca Resort.....	102
Figura 3.8 Las flores tropicales como elemento atractivo natural.....	103
Figura 3.9 Ave perteneciente a la familia <i>Ramphastidae</i>	104
Figura 3.10 Poza natural en el curso del río Cuilco.....	105
Figura 3.11 Volcán Tacaná visto desde el mirador de la finca Argovia.....	105
Figura 3.12 Maquinaria utilizada en el beneficiado del café.....	106
Figura 3.13 Casa Grande de Argovia Finca Resort.....	106
Figura 3.14 Argovia Finca Resort: localización de los recursos turísticos.....	108
Figura 3.15 Argovia Finca Resort: origen de las opiniones en TripAdvisor.....	110
Figura 3.16 Argovia Finca Resort: códigos conceptuales de promoción.....	111
Figura 3.17 Certificaciones y distintivos otorgados a Argovia Finca Resort.....	113
Figura 3.18 Argovia Finca Resort: turistas mensuales (2015 – 2016).....	115
Figura 3.19 Deslizamientos en la carretera hacia Nueva-Alemania durante el período de lluvias.....	116
Figura 3.20 Argovia Finca Resort: organización laboral.....	118
Figura 3.21 Trabajadores de origen guatemalteco empleados en Argovia.....	120
Figura 3.22 Presencia de turistas extranjeros en Argovia.....	122
Figura 3.23 Alcance regional del turismo rural en la finca Argovia.....	124

Introducción

Chiapas ocupa el primer lugar en producción de café a nivel nacional, y dentro del estado, la región del Soconusco destaca por la cantidad de cafetales que cubren sus suelos, ya que además de contar con un territorio que cubre los requerimientos agroecológicos del cultivo, fue de gran trascendencia que durante el siglo XIX, como consecuencia de la introducción a gran escala del café en el país, inmigrantes europeos, principalmente alemanes, colonizaron la zona más elevada de la región, lo que dio paso al establecimiento de las primeras fincas cafetaleras. Este cambio en el uso del suelo llevó a la transformación de un paisaje que inicialmente tuvo un predominio de las especies tropicales de la selva alta en estado prístino, a otro que, intervenido por la actividad humana, añadió nuevos elementos materiales, a partir de los cuales se reorientó la configuración de este espacio en torno a la producción de café.

Estas fincas, a través de la estandarización del cultivo del café, se convirtieron en las más productivas del país, hasta alcanzar el punto en que exportaban el mayor porcentaje de su producción hacia países europeos, lo que hizo de Tapachula, la cabecera regional actual del Soconusco, el eje económico de Chiapas durante el siglo XX. A pesar del éxito obtenido con el cultivo, a partir de 1989 los precios del grano en el mercado internacional cayeron, y la mayoría de las fincas cesaron su producción, aunque algunas otras como Argovia, Irlanda y Hamburgo se mantuvieron con otras actividades para sobrellevar la crisis. De esta manera, las fincas cafetaleras alemanas impulsaron el desarrollo del turismo en la zona, con la denominada "Ruta del Café", cuyo atractivo principal es la exhibición del procesamiento del café como parte de la historia productiva de la región.

La finca Argovia se localiza a 30 kilómetros de la cabecera municipal de Tapachula y fue la principal promotora del proyecto "Ruta del Café". Entre las transformaciones en la finca, a

partir de la caída internacional del precio del café, se encuentra la diversificación de sus actividades, orientadas ahora, hacia la floricultura, la elaboración de productos en conserva, el cultivo y venta de café orgánico, así como la implementación del turismo. Sin embargo, el alcance regional del turismo rural en la finca Argovia no solamente se explica por los elementos que forman parte y giran en torno a la cultura productiva del café, sino que existen otros aspectos que lo influyen, como es la exuberancia de un paisaje tropical modificado por la intervención humana, las actividades que Argovia tiene como empresa rural diversificada y las certificaciones que acreditan a la finca en la producción del café y en los servicios para el turismo que oferta, características que en conjunto, construyen una imagen de este espacio rural, misma que condiciona los flujos de personas y mercancías dados en torno a la finca. Y aunque las interacciones espaciales dadas en función de la actividad turística comparten algunas características de las que se tuvieron durante el auge cafetalero, existen nuevos patrones territoriales que se desarrollan a partir la terciarización de sus actividades, y otros que se mantienen con el tiempo.

Esta investigación apoya el conocimiento sobre el desarrollo de las actividades turísticas en espacios rurales, contextualizándolo de forma microrregional, ya que aunque el turismo rural ha sido abordado como tema de investigación por múltiples disciplinas, no ha sido una línea de investigación consolidada dentro de la Geografía, situación que se confirma cuando se identifica la escasez de trabajos que aborden las interacciones espaciales derivadas de la actividad turística en espacios no urbanos en México.

De esta manera, la hipótesis que dirige la investigación se planteó de la siguiente forma:

El alcance regional del turismo rural en la finca Argovia es selectivo y trasciende las fronteras nacionales debido a la oferta de servicios e infraestructura con los que cuenta, las

condiciones de acceso al lugar y las características de los actores sociales que intervienen en la promoción del destino turístico.

Con el propósito de cumplir el objetivo general de esta investigación, que es el de revelar el alcance regional del turismo rural en la finca Argovia, Chiapas, fueron planteados los objetivos particulares siguientes, a partir de los cuales se estructuraron los tres capítulos que integran este trabajo. Ellos son:

- Explorar las perspectivas teórico-conceptuales sobre el turismo rural.
- Indagar sobre la cultura productiva de la finca en torno a la economía cafetalera del Soconusco.
- Valorar la oferta turística de la finca en México y en la Ruta del Café de Chiapas.
- Conocer las generalidades de la diversificación de las actividades económicas en la finca.
- Caracterizar territorialmente a la finca Argovia como destino turístico.
- Determinar las relaciones territoriales derivadas de la actividad turística en Argovia

Esta investigación se compone de tres capítulos; el primero aborda el surgimiento y las discusiones conceptuales que hasta ahora tienen vigencia entorno al término de turismo rural, la relación que éste tiene con el turismo de intereses especiales, los aportes para su estudio desde la Geografía del turismo, así como los antecedentes investigativos.

El segundo trata los elementos geográficos e históricos que han sido determinantes para la configuración de la actual región del Soconusco, que es la que contiene a Argovia como lugar de estudio. En este apartado también se muestran las principales características socioeconómicas de la región que tienen mayor relación para la implantación y el desarrollo de cualquier tipo de actividad turística.

Finalmente, el capítulo tercero documenta el tipo de relaciones espaciales que genera la actividad turística en Argovia, como destino turístico preferente de la región. La procedencia de los flujos y la caracterización presentadas en este apartado son el resultado de la investigación hecha en el trabajo de campo.

Capítulo 1

Posiciones cognoscitivas asociadas al turismo rural

En este capítulo, se exploran las dificultades existentes para la delimitación y definición del turismo rural, dado que las modalidades en las que se ha desarrollado responden a diferentes contextos; por un lado, el europeo, que es en donde nace y, por otro lado, el latinoamericano, cuya inserción y desarrollo de la actividad es más reciente. Aunque se advierten las diferencias en el uso del concepto, también se señalan las características esenciales que cumpliría un turismo rural, ya sea en los países desarrollados o en aquellos que se encuentran en vías de desarrollo como es el caso mexicano.

Por otra parte, se recupera brevemente la historia del turismo rural y los elementos más sobresalientes que lo distinguen actualmente, donde son los intereses especiales del turista, aquellos que han originado la apertura de nuevas tendencias en la oferta turística de los sitios rurales. También se reconocen las aportaciones de la Geografía del turismo para el estudio de las actividades recreativas en el campo y, finalmente, el capítulo termina con la identificación de las principales tendencias cognoscitivas que guían y anteceden este trabajo.

1.1 Turismo rural como concepto y práctica

Para conocer la realidad que explican, la exploración de los conceptos se vuelve fundamental en la medida que son estos flexibles y son los que permiten realizar cuestionamientos sobre las manifestaciones del conocimiento empírico, así como para abordar la lógica que los sostiene. Por esta razón, a continuación se presentan los

resultados de una indagación sobre el concepto de turismo rural a lo largo del tiempo y en diferentes contextos espaciales.

1.1.1 Problemática en la definición de lo rural

Las definiciones que aparecen para el concepto de turismo rural son numerosas, y lejos de ser comunes entre sí, difieren en cuanto al tipo de actividad que describen y al espacio donde se realizan estas actividades. El mayor problema para identificar al turismo rural es la misma definición de lo rural, que constantemente se asocia con las imágenes de la vida ideal en las comunidades o de la rusticidad del entorno (Solsona, 2006; Lane, 1994).

En la investigación sobre la recreación y el turismo rural se expone la necesidad primeramente de identificar las cualidades esenciales de lo que es rural, y es que aunque para el ámbito urbano hay mayor consenso, los espacios rurales se han identificado vagamente dentro de un contexto cotidiano, como aquellas áreas que no son urbanas.

La actividad de medir todos los procesos y fenómenos sociales provoca que se establezcan parámetros, que son diferentes en cada país, lo que ha dado pie a una diversidad de enfoques utilizados por las instituciones y los investigadores, que han resultado en la apreciación de distintos matices entre ambos polos, lo rural y lo urbano, con la finalidad de identificar diferentes grados de ruralidad que puedan ser caracterizados y descritos con mayor facilidad.

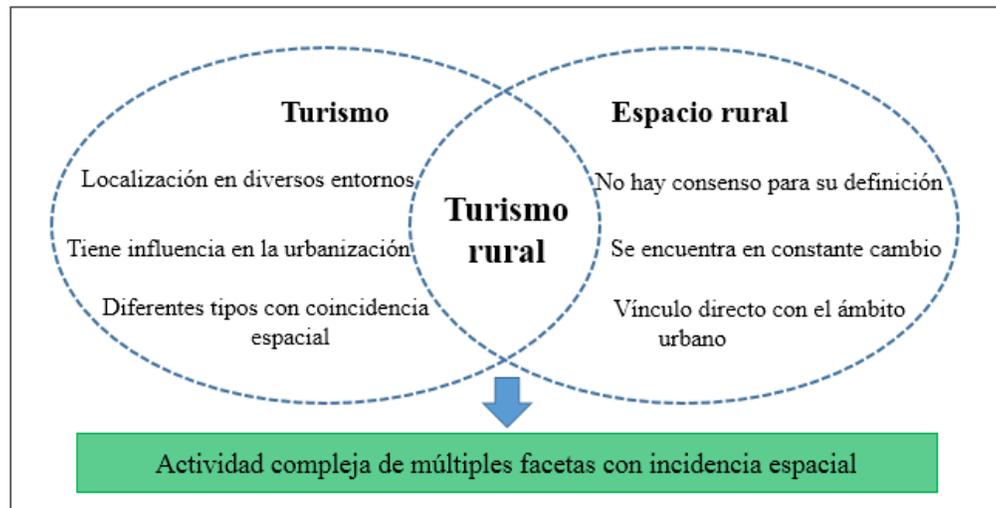
Por otra parte, son las entidades gubernamentales de cada país las responsables de generar un número de habitantes considerado como el límite para distinguir entre lo urbano y lo rural, pero esta cifra, que va de acuerdo con el contexto de cada país, dificulta en gran medida la comparación de la realidad entre uno y otro. De esta manera, es que no se puede observar la realidad de la dinámica turística, si no se revisan otros factores, más allá de la

cantidad de población, que solamente ofrece una caracterización cuantitativa a partir del tamaño y la densidad de población, que son resultados de procesos cualitativos más complejos.

Si bien, el espacio rural no se define a partir de *características propias* que le brindan las actividades económicas, sino que más bien se trata de espacios cuya expresión está dada con base en los recursos productivos y reproductivos con los que cuenta, se debe aclarar también que la tierra, como medio de producción y reproducción es el principal elemento del campo, que condiciona las peculiaridades en cada sitio, ya que solo a partir del uso y significado de la tierra se pueden conocer cuáles son las condiciones que permiten la inserción del turismo, tanto en su devenir histórico como en la contextualización de su dinámica actual.

La dificultad conceptual que limita las coincidencias en el desarrollo de un cuerpo teórico que aborde al turismo rural específicamente, ha sido revisado por científicos sociales de distintas disciplinas. En la aproximación a las dificultades que tiene el concepto turismo rural, Lane (*op. cit.*) reconoce algunas de las situaciones que vuelven difícil su comprensión y aplicación (Figura 1.1).

Figura 1.1 Dificultades para la elaboración de una definición de turismo rural



Fuente: elaborado con base en Lane, 1994.

Entre estas dificultades, nuevamente sobresale la complejidad de la unión de los dos conceptos en tanto que la construcción e interpretación del turismo rural que se hace para cada caso práctico está condicionado por especificidad de la ruralidad en cada sitio donde se inserta la actividad turística.

Asimismo, el que existan sitios cuya ruralidad sea solamente una cuestión emotiva o técnica y que el turismo se considere como una actividad que promueve el cambio cultural y económico de los lugares, son elementos que se aprecian como esenciales para abordar de forma consiente la singularidad en la ruralidad de cada territorio, lo que retoma elementos característicos del paisaje actual, pero complementados también por aquellas construcciones históricas que definen las estructuras sociales donde está presente la actividad.

1.1.2 Particularidades del turismo rural

A pesar de que se vislumbra enrevesado el panorama al momento de abordar la actividad turística en el campo, hay coincidencias metodológicas que permiten diferenciar la esencia

del turismo rural, lo que hace posible la distinción de aquellas categorías que aun cuando pueden desarrollarse en un espacio definido cuantitativamente como rural, no caben dentro del turismo de este tipo.

Para esta diferenciación conviene señalar que las representaciones sociales, así como las imágenes individuales que tienen las personas del campo son determinantes para comercializar el espacio, y que atraen a más personas para que concreten su visita, de manera que la mercantilización dispone lo que los turistas perciben y hacen durante su visita, a modo de que lo rural puede ser interpretado como un mero adorno (García, 2005).

Respecto esta mercantilización Francès (2006) reconoce que el campo se comercializa bajo dos enfoques; el primero cuyo motivo de apreciación es el estilo de vida rural, que se forma como resultado de la creación de íconos de la cultura rural, y el segundo que aprovecha las características naturales del espacio para ofrecerlo como algo diferente y auténtico.

De esta forma, las zonas rurales aparecen como lugares para ser consumidos, y su producción como elementos de consumo se basa en la creación de nuevas materias primas o la generación de imágenes, que reformulen los lugares adecuados para la recreación y el turismo (Hall y Page, 1999).

Y es que a diferencia de lo que afirma Solsona (*op. cit.*), cuyo planteamiento señala que el turismo rural se construye sobre dos líneas de desarrollo en donde se puede prescindir del elemento humano, deteniéndose solamente a promover el elemento natural, dado que para el caso europeo se incluye toda una serie de conceptos referidos a diferentes actividades turísticas, las tendencias en la investigación actual, principalmente la de países en vías de desarrollo, como México, apuntan una marcada línea que debe seguir un turismo rural

auténtico, en donde no necesariamente todas las actividades turísticas en zonas rurales deben ser referidas como turismo rural.

Desde este enfoque, que procura resaltar el fortalecimiento de una economía rural deprimida, se advierte la distinción que se hace a partir del encuentro de tres elementos centrales en cada proyecto, que son la valorización de los recursos locales del ámbito rural, la integración de servicios turísticos como consecuencia de una diversificación rural y la participación de una demanda no masificada que busca el contacto con lo autóctono, como parte de la aspiración por conservar el entorno natural (Francès, *op. cit.*).

En cuanto a la importancia que adquieren ambas categorías, la social y la natural, puede definirse al turismo rural como aquella "...actividad turística que se desarrolla en el medio rural y cuya motivación principal es la búsqueda de atractivos turísticos asociados al descanso, paisaje, cultura tradicional y huida de la masificación..." (Valdés, 1996 en Parra, 2006: 578). Y es a partir de la última aclaración que señala la definición, que se agrega la no masificación del lugar como una característica inexcusable para esta actividad.

Que la actividad no sea masificada se explica, por un lado, a partir de la capacidad de carga que tiene cada lugar, que al ser rural, carece de gran infraestructura para el hospedaje de cantidades elevadas de personas, porque también de forma paralela juega que el turista busca la tranquilidad que implica la elección de un sitio rural y, por último, un turismo no masificado se puede asociar con la oferta de cada lugar, en donde el precio se convierte en el factor para entender la exclusividad de cada espacio.

Ligado a la exclusividad, se encuentra la autenticidad que brinda un mayor o menor valor a cada espacio, que puede ser para la parte cultural, histórica o paisajística. En conjunción, estos tres elementos, no-masificación-autenticidad-exclusividad, se tornan determinantes

al momento que se transmiten el valor de la actividad turística rural que "...se caracteriza por la autenticidad; en la medida en que se pierde la misma, el producto tiende a desvalorizarse. Naturalmente la autenticidad está reñida, en este caso, con la masividad...". (Barrera, 2006: 72).

Si bien, tanto las cualidades ambientales como las culturales son las que definen la actividad en su origen, hay algunos estudios que desde el análisis del posible turista, dejan ver que dentro de las representaciones sociales, son las cualidades ambientales las que tienen mayor peso para la concreción de la visita, ya que el turista considera fundamental que en el territorio predomine un espacio cuya densidad de población sea bajo, otorgándole mayor valor al *paisaje* (Solsona, *op. cit.*). Aunque el autor hace referencia al paisaje únicamente como aquella representación y abstracción del entorno físico, la apreciación de esta característica será entendida con la advertencia de que en el paisaje rural subyacen en las formas de reproducción social que han condicionado el modo en el que se utiliza la tierra.

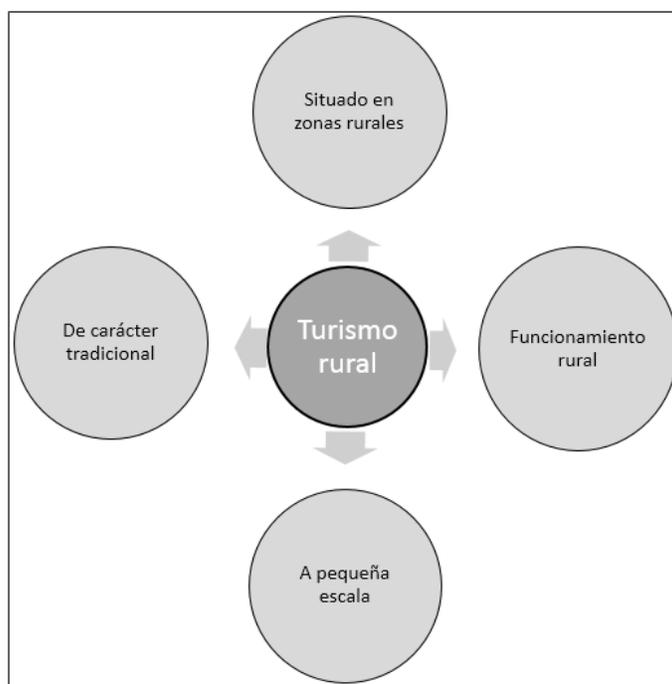
En tanto que la sociedad fabrica sus representaciones en el territorio, como consecuencia de una interacción y desarrollo del tiempo, las personas establecen relaciones a partir de y con el entorno natural, hecho que crea formas distintas de significación que son peculiares en cada espacio rural. Así que las expresiones paisajísticas del entorno natural se vuelven un reflejo cultural derivadas de las acciones que la sociedad ejerce o no en él, lo que convierte al paisaje en una exteriorización y evidencia de las manifestaciones culturales que tienen las personas.

Por otra parte, y relación con el valor que tiene la significación de la tierra para el campo, también hay coincidencia de ideas cuando se afirma que el turismo rural aparece como una actividad complementaria a la agrícola, lo cual permite a la unidad productiva o pequeño

productor diversificar y ampliar su fuente de ingresos, hecho que disminuye, en mayor o menor medida, su dependencia hacia el cultivo (Garduño *et. al.*, 2009), sea para los países centrales o aquellos que son dependientes.

A partir de las ideas anteriores, se vislumbran las características más importantes que tiene el turismo rural desde el punto de vista de la investigación social (Figura 1.2); sin embargo, se admite que las instancias gubernamentales de cada país frecuentemente llegan a nombrar actividades que cumplen estas características con nombres distintos, puesto que el desarrollo de estas actividades constantemente tiene coincidencia espacial.

Figura 1.2 Características primarias del turismo rural



Fuente: elaborado con base en Garduño *et. al.* 2009; Lane, 1994; Solsona, 2006.

En la misma vertiente, los trabajos que revisan los proyectos para la implementación y gestión del turismo rural, desde una perspectiva que se concibe como más aplicada, también se establecen las condiciones básicas que debe tener el lugar para poder iniciarse

en la actividad turística, las cuales presentan similitudes con las anteriormente expuestas, y que se pueden resumir en (Laredo, 1991 en García, *op. cit.*):

- El paisaje, el entorno y la calidad de vida del medio rural deben ser conservados y mantenidos.
- Debe tomarse en cuenta la capacidad de acogida de la población rural para abordar el problema del turismo de manera positiva, lo que presupone una previa concertación entre los agentes locales.
- Debe existir una oferta suficiente de servicios en el lugar, adaptados a las normativas actuales, a fin de hacer frente a las necesidades inmediatas de los turistas.
- La organización del transporte e infraestructura debe ser suficiente para permitir un desarrollo moderado de los servicios que se presten.

1.1.3 Diferencias en el desarrollo del turismo rural

Para contextualizar la marcada singularidad del turismo rural que se diferencia a nivel regional, hay que hacer énfasis en la historia, donde se pueden conocer cuán distintos han sido los periodos de iniciación en la actividad, que se ha diferenciado por la demanda turística y el balance de los recursos naturales para cada sociedad, así como las políticas nacionales y estatales que se han llevado a cabo con el fin de impulsar o no su aplicación.

Los entornos campestres han sido atractivos para el turismo y las actividades recreativas tanto en los países desarrollados como en aquellos que no lo son, hecho que basa su origen en la moda de estos espacios que se adecuan para cada período que facilita el desarrollo de sitios orientados a satisfacer las necesidades de la élite de la sociedad en momentos históricos reconocidos. Puesto que fue en Europa donde inician estas actividades de

recreación y acercamiento a estos entornos, conviene señalar que son las haciendas las que tienen mayor difusión hacia los siglos XVII y XVIII. Por otra parte, se cuenta que en el *Gran Tour* ya hay indicios de un interés hacia lo rural, espacio que simbólicamente se había cargado de romanticismo con énfasis en el paisaje (Hall y Page, *op. cit.*).

Como es bien sabido, fue la expansión de las líneas de ferrocarril, el hecho que coadyuvó a la dispersión de la población con diferentes intenciones en el campo, y que hizo más evidentes los flujos entre los centros urbanos y las periferias; pero fue la creciente demanda de las segundas residencias, durante los primeros años del siglo XX, aquello que consolidó el uso de los paisajes rurales para el consumo turístico (*Ibid.*).

Así, durante la primera mitad del siglo XX, el campo se limitaba a recibir a las personas que deseaban recrearse en un entorno distinto al urbano, y eran las actividades recreativas las mayores expresiones del ocio en el entorno rural, sin que hasta entonces existiera la aparición de infraestructura turística. Durante las siguientes décadas, esta realidad se configuró de forma distinta y así:

...las actividades recreativas y turísticas en las zonas rurales, ocuparon un nuevo enfoque, que comenzó en el periodo posterior a la guerra, en el que la mayoría de los países desarrollados, a partir de su accesibilidad, fueron focos de atracción para la población nacional, y en menor grado para el visitante internacional. De tal manera que el espacio rural se habría ganado la reputación de ser el patio de recreo de la población urbana... (Hall y Page, *op. cit.*: 218).

En este punto, en donde las localidades rurales comienzan a ser atractivas para los habitantes de la ciudad, se ubican los primeros programas institucionales que buscan incentivar la creación o adecuación de infraestructura turística. Solsona (*op. cit.*) y Parra

(*op. cit.*) consideran que fue el programa *Gîtes de France*, la primera iniciativa en consolidar lo que posteriormente se denominaría turismo rural, seguida por las diferentes formas de agroturismo en Alemania y Austria durante la década de los setenta.

Francia es el país que inició este turismo, y actualmente dirige la actividad turística en el espacio rural a nivel mundial, a partir de las denominaciones de origen en productos como quesos y vinos que han implementado las pequeñas y medianas empresas agrícolas. En Holanda, el turismo rural se traduce como todas aquellas actividades recreativas que se realizan al aire libre, mientras que en Italia son los servicios de alimentación sobre los que recae la revalorización de los recursos naturales y culturales (Barrera, *op. cit.*)

El caso de España se torna interesante, puesto que son las experiencias turísticas en este país, las que han promovido el concepto de alojamientos rurales y actividades complementarias, para designar a las actividades recreativas, deportivas y de entretenimiento en general (*Ibíd.*). Respecto a esto, cabe señalar que en el continente europeo, es el alojamiento el factor de comparación entre los diferentes segmentos que se conocen del turismo rural, más que una comparación a partir del turismo en localidades de cierto tamaño.

En cambio, en Alemania, a diferencia de los países anteriores, no se habla de agroturismo, sino de *vacaciones en una finca agrícola*, donde el concepto de vacaciones a buen precio tiende a ser remplazado por el de vacaciones de calidad, que se comercializan a partir de la creación de una imagen relacionada a la cultura productiva local (Barrera, *op. cit.*).

Por alojamiento rural, en Europa se entiende a aquellas empresas o pequeñas unidades de negocio, manejadas en su mayoría por unidades familiares o pequeñas cooperativas, que son diferenciadas en cada país; conocidas como *gîtes* en Francia, casas rurales en España,

agroturismo en Italia y *bed and breakfast* en Reino Unido. Aunque también se consideran otros tipos de alojamiento como son los pequeños hoteles y camping rurales (Solsona, *op. cit.*).

Entre estos conceptos de alojamiento, y en favor de la apreciación de la cultura productiva de las regiones, la modalidad más extendida de turismo rural en Europa es el agroturismo (Barrera, *op. cit.*), en donde la región de mayor trascendencia es la del mediterráneo, especialmente en Francia, España e Italia, que sobresalen por las denominaciones de calidad referenciados con su origen geográfico.

Actualmente, se identifica que la actividad turística de este tipo es un producto consolidado en Francia, Inglaterra, Austria y Suiza, donde su implementación data al menos de la década de los sesenta. España y Portugal se caracterizan por estar en una fase de expansión, mientras que los países de Europa Central y del Este se encuentran en la primera fase del desarrollo de primeros intentos para sus áreas rurales (Solsona, *op. cit.*).

Existen diferencias en el desarrollo e incidencia de actividades turísticas en las áreas rurales, aun dentro de los mismos países europeos; sin embargo, se han encontrado coincidencias tanto en los fines como en las circunstancias que han originado que la actividad pueda ser llevada a cabo, ya que a final de cuentas, en la mayoría de los casos, se ha visto a esta actividad como la oportunidad para la búsqueda de alternativas a una realidad que se encuentra en declive y se que se proyecta con pocas oportunidades para el futuro (*Ibid.*).

Tanto para el caso europeo como para el latinoamericano, en donde se observa que las áreas agrícolas sufren un declive a causa de la industrialización, la urbanización y el crecimiento del sector terciario que reúne a las actividades económicas en las ciudades, se

ha vislumbrado un retorno de las personas, en calidad de visitantes, con la finalidad de alejarse de la cotidianidad que implica la vida en la ciudad.

Parecido a la dinámica europea, Barrera (*op. cit.*) afirma que existen desarrollos turísticos en las zonas rurales de todos los países latinoamericanos, en donde durante los últimos 20 años se ha observado el crecimiento e interés por parte de los productores y los habitantes de las zonas rurales; sin embargo, aún no se ha consolidado esta actividad en ninguno de los países, pero destacan algunos donde la política en relación con la temática, se visualiza como más ordenada y estructurada.

En Argentina, se ha promovido la creación de rutas agroalimentarias con el propósito de posicionar los alimentos regionales a través del turismo; a la par, en Colombia se impulsa el turismo rural a través de las haciendas cafeteras, y en México, el turismo rural está más orientado hacia el etnoturismo que privilegia a las características sociales de las comunidades indígenas (*Ibíd.*).

La actividad turística en el campo mexicano se observó desde la década de los setenta, como una actividad característica, casi exclusivamente, para las comunidades locales. Actualmente, se visualiza como incipiente y marginal, no obstante, se identifican inversiones para el llamado *turismo rural elitista*, en donde la ruralidad se oferta a través de productos turísticos rurales para las élites sociales (Garduño *et. al.*, *op. cit.*).

Para el turismo rural en México, conviene señalar que además de ser gestionado por pequeños productores, que en su mayoría se trata de cooperativas o asociaciones comunales en áreas ejidales, también existen empresas que participan para este sector turístico, y que dadas las circunstancias de su creación y actividades, pertenecen también a esta clasificación del turismo.

Lo anterior, demuestra que los establecimientos considerados como receptores del turismo rural están muy ligados a las características y particularidades de cada área, al mismo tiempo que se definen a partir del uso del mismo que se hace y del producto o la experiencia que en él se ofrecen.

1.1.4 Diversidad en la oferta actual del turismo rural

De igual manera que todas las actividades turísticas, el turismo rural ha experimentado numerosos cambios. Parra (*op. cit.*) advierte que hay cambios desde su filosofía, su planteamiento y desarrollo, que han evolucionado acorde con la demanda del mercado, lo que añade ideas, conceptos e incluso productos complementarios.

El turismo rural comprende diversas modalidades del turismo que no son excluyentes, sino más bien, se trata de actividades que se complementan. “Si bien el espacio rural ya era escenario de las practicas recreativas hoy en día es una moda o *snob* turístico que comprende desde lo más sencillo hasta lo más elaborado en servicios turísticos, tomando en cuenta que las condiciones contextuales de cada una de sus expresiones difieren de forma radical...” (Garduño *et. al.*, *op. cit.*: 9).

García (*op. cit.*) señala las tendencias que han propiciado la aparición y el alto grado en el crecimiento de la oferta de turismo rural, entre las que destacan: la concienciación con temas medioambientales, la exigencia en el aumento de calidad, la mayor segmentación del mercado, la búsqueda de vacaciones activas, el crecimiento de los viajes independientes y la mayor capacidad económica.

Con la finalidad de atraer a la mayor cantidad de turistas, se insertan actividades que puedan dejar una derrama extra, a la vez que se satisfacen las necesidades de ocio de varios sectores, que pueden no solamente buscar la esencia del turismo rural que se

planteó con anterioridad, sino que el espacio se torna atractivo para personas con intereses en otros elementos del medio. De esta manera, "...el turismo rural es un concepto amplio que recoge multitud de actividades, actores e intereses vinculados con las nuevas demandas de servicios turísticos y recreativos que se desarrollan en el espacio rural." (Francès, *op. cit.*: 106).

En esta línea, hay autores que señalan que existen visitantes que buscan el disfrute del medio rural a partir de su estancia en alojamientos rurales, sin que exista un interés de su parte por adentrarse el conocimiento del mundo agrícola o la participación en otras actividades, sino que por el contrario, el objetivo que tienen como turista, es la de emplear su tiempo en descansar (García, *op. cit.*; Francès, *op. cit.*). Este hecho pone de manifiesto que las motivaciones de los turistas oscilan entre la oferta que existe como resultado de la cotidianidad en el entorno rural y aquella que ha sido instalada como complemento a la primera, que en ocasiones puede ser el motivo principal.

De los alojamientos rurales, en relación al papel que toman dentro de la importancia que tiene para la atracción del turista, se argumenta que "...la vivienda no es un recurso turístico a menos que se trate de un casco histórico...Sólo excepcionalmente el motivo de un viaje es dormir en lugar distinto al de su residencia habitual..." (Barrera, *op. cit.*: 79). Entre los ejemplos de la oferta en el turismo rural, puede observarse que aunque el hospedaje no parece ser la principal motivación, es este el que tiene fundamentalmente la atención pues las ganancias en su ocupación sobresalen por el resto de las obtenidas por el resto de las actividades complementarias.

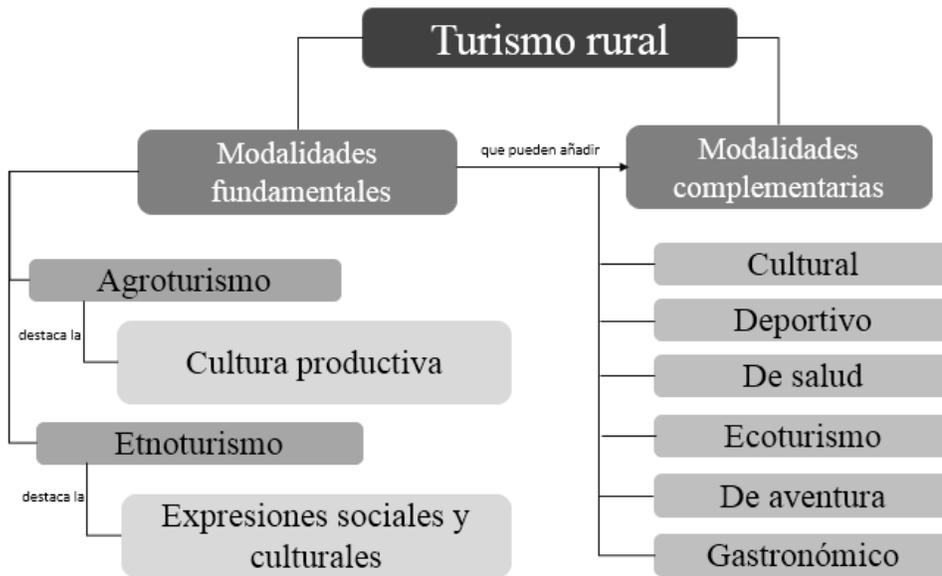
Además del disfrute del paisaje, las personas también tienen la motivación de conocerlo a través de la práctica de diferentes actividades, que con base en los autores referidos, se reconocen en la figura 1.3 las modalidades que pueden ser asumidas por el turismo rural.

En las particularidades de la actividad se identifica dos líneas diferentes que van acorde con la significación del entorno en relación al campo: el agroturismo y el etnoturismo, que de acuerdo con los elementos naturales que tengan, cada una puede ser completada con otras actividades cuyo interés no se centra en ninguna de las actividades consideradas como principales.

Por un lado, la cultura productiva que destaca el agroturismo, se mostrará en la valoración de aquel espacio agrícola, así como en los procesos productivos que de este puedan derivar. Generalmente esta es la tendencia que se sigue en Europa, y en aquellos espacios con importancia regional al interior de un país, derivado de la actividad agrícola o agroindustrial.

Ligadas al agroturismo están las rutas agroalimentarias, que incorporan la producción del sector primario, la industria y el sector gastronómico; en ellas, se promocionan los alimentos con una fuerte identidad territorial y de calidad. Estas rutas requieren la organización de los productores, ya que se trata de una imagen que se comercializa en conjunto, en función del producto que distingue la región. Generalmente, estas rutas tienen la intervención del gobierno en su estructuración y promoción pues abarca también, una serie de condiciones asociadas a la accesibilidad y comunicación carretera.

Figura 1.3 Principales modalidades del turismo rural



Fuente: elaborado con base en Barrera, 2006; Blanco y Riveros, 2010; César y Arnaiz, 2005; Ciani., 2003; Lane, 1994; Solsona, 2006.

Barrera (2003) señala que las rutas agroalimentarias permiten resaltar la historia de la región y poner atención en el origen de productos que a pesar de ser de consumo cotidiano, pocas veces se tiene consciencia del proceso que conllevan, además de argumentar que estas rutas benefician a los productores agrícolas que implementan la actividad turística en sus propiedades.

Mientras que un posicionamiento desde el etnoturismo, se verá mayormente en países que concentren mayores cantidades de población indígena como Bolivia, Guatemala, Perú y México, ya que se destaca el conocimiento de los recursos históricos, arqueológicos, folclóricos y costumbristas de las poblaciones (Constabel *et. al.*, 2008).

De esta manera, se marcan dos escenarios que a simple vista se pueden observar como diferentes, pero que en su conjunto reúnen las situaciones que se repiten en el campo alrededor del mundo: por un lado, aquellos espacios encargados de producir alimentos y, por el otro, aquellos en donde la población que vive alejada de los núcleos urbanos, ha construido modos de vida que son característicos y que generan un interés en las personas, motivo de atractivo.

Más allá de difundir únicamente cualquiera de las dos situaciones anteriores, como proyecto de turismo, se busca que las personas encuentren otros elementos de recreación en el mismo lugar, lo que da paso a la elaboración de otras actividades que ayuden como complemento a las primeras. Estas actividades también se incluyen en otras clasificaciones del turismo como el ecoturismo, el turismo de naturaleza, turismo verde y el turismo de aventura que pueden coincidir en ciertas actividades como son la equitación, la caza, la pesca, el senderismo o aquellas actividades acuáticas que, sin competir puedan ser ejecutadas en el mismo espacio que sitúa las actividades derivadas del agroturismo o el etnoturismo (Solsona, *op. cit.*).

1.2 . Turismo de intereses especiales en el ámbito rural

A diferencia de los viajes con fines recreativos realizados durante la mayor parte del siglo XX, en el que viajar era una novedad y las vacaciones eran un lapso que implicaba una separación con la vida cotidiana, donde su decisión radicaba en elegir un paquete turístico, estandarizado y rígido, y donde el sol y la playa eran el principal atractivo, actualmente, como consecuencia del cambio en el comportamiento de las personas, así como en las modificaciones de sus valores al momento de consumir, se observa que los nuevos turistas consideran las vacaciones como una prolongación de su vida, en donde no solamente se busca tener momentos de recreación, sino que se busca conocer y entender elementos

específicos del lugar al que se asiste, lo que además de diversión, también les otorga conocimiento.

Dentro de esta reciente concepción de la actividad turística, Parra (*op. cit.*) explica que hay nuevas necesidades de ocio y modificaciones en la demanda como consecuencia de los cambios en los valores y estilo de vida que presenta el nuevo turista, interesado en realizar actividades al aire libre, en tener mayor contacto con la naturaleza, además de conocer y entender más sobre los aspectos históricos y culturales.

Sobre el creciente interés de los individuos en los elementos de un entorno con menor huella de la actividad humana, cabe señalar que este se da partir de un cambio en la percepción de los valores que hasta años recientes se creían como los que mayor peso tenían en la caracterización de los espacios rurales (Figura 1.4). Dado que las actividades económicas primarias habían tenido mayor presencia en el campo, limitándose en la inserción de actividades secundarias o terciarias, se concretaba una comparación que resultaba en una apreciación del campo como un espacio tradicional, carente de oportunidades, de bajo o nulo desarrollo que respondía a la poca tecnología empleada en sus actividades.

Esta apreciación derivaba en que se le atribuyeran cualidades de pasividad, relajación y nostalgia al espacio rural, que a partir de la incorporación de nuevas actividades productivas varían con el tiempo, hasta llegar a crear en el imaginario colectivo una representación que tiene énfasis en los elementos del medio físico, concepción que deja de lado, en la mayoría de las ocasiones, la visibilidad de las formas de construcción social que operan.

Si bien, en principio, la inversión del tiempo de ocio en sitios naturales tenía como características tradicionales la relajación y alejamiento del ámbito urbano, actualmente

existe toda una serie de usos del escenario rural. En la misma dirección es que se encuentra un segmento de la población alto que busca en el entorno rural la tranquilidad y relajación que pueden brindar los entornos naturales (Lane, *op. cit.*).

La oferta turística en el medio rural se caracteriza por ser respetuosa con el medio ambiente, natural y social, y por estar basada en los recursos naturales y culturales existentes, pero este mismo escenario rural también cumple otras funciones para turistas más especializados. Las personas o pequeñas empresas que ofrecen los servicios en el turismo rural, además de conocer que los elementos naturales, partícipes del paisaje y el aislamiento que proporciona la tranquilidad de los turistas, hacen uso de otras características del lugar para la mayor cantidad de personas (García, *op. cit.*).

En este punto, conviene aclarar que estas características de las que se hacen uso, no siempre se vinculan con la construcción social del entorno, ya que a menudo son solamente los elementos del medio físico los que se promueven. Es importante reconocer esta situación, pues frecuentemente esta es la motivación que genera en el turista el interés de ir hacia un sitio, y aunque estas prácticas están más apegadas al ya conocido turismo alternativo, son un nicho que se busca fortalecer en los proyectos del turismo rural porque las actividades selectivas realizadas le brindan mayor *status* y posibilidad de promoción con mayor alcance geográfico. De esto, Solsona (*op. cit.*) señala que la competitividad de un destino se vincula con la estructuración que se haga de la oferta en conjunción con lo adecuado de su planificación al usar los recursos turísticos que puedan generar un mayor interés en el lugar.

Figura 1.4 Valores característicos del imaginario del espacio rural



Fuente: elaborado con base en Garduño *et. al.*, 2009; Hall y Page, 1999; Zizumbo, 2007.

Así, se persigue que las personas encuentren atractiva una respuesta personalizada en sus intereses individuales, donde a partir de la práctica turística, además de incrementar sus conocimientos sobre el tema de su atención, podrán realizar alguna práctica diferente que corresponda con sus necesidades individuales (Barrera, *op. cit.*). Al respecto, Lane (*op. cit.*) señala al turismo rural como una actividad compleja de múltiples facetas, que incluye, desde actividades que se basan en la agricultura, hasta aquellas que tienen un interés especial relacionado con la naturaleza como el senderismo, la observación, caza y pesca; o aquellas de carácter más educativo como el relacionado con el conocimiento del patrimonio o el etnoturismo, que captan a las formas más especializadas de turismo rural.

De esta manera es que las personas prefieren y están en la búsqueda constante de un turismo más especializado e individualizado, con un creciente interés por el contacto con la naturaleza, la cultura y los productos no masificados. Poon (1993 en García, *op. cit.*) aclara que para estos turistas la calidad es algo fundamental a partir de lo cual elegirán o no un sitio. Tal hecho expone que se trata de un turista que está concienciado ambientalmente y,

por otra parte, que tiene un cierto poder adquisitivo que le permitirá conocer y hacer lo que desea.

Dichas implicaciones prácticas son indispensables para hablar de una segmentación de mercado, en el que hay diversidad en el modo de operación y es esto lo que motiva la comercialización del lugar para satisfacer las formas particulares de la demanda turística. Así, se identifica que la transformación de la oferta turística ha pasado de ser regimentada y estandarizada a ser segmentada, personalizada y flexible en el tiempo y el espacio (Millán, 2002). Este cambio se explica con el paso de una sociedad fordista a otra postfordista, que se sostiene con las innovaciones tecnológicas, pero que ha marcado el devenir de la forma en que se demandan los servicios turísticos que ahora se diferencian del patrón que sostiene al turismo de masas, en tanto que orientan la oferta hacia patrones más individuales con alto grado de diferenciación, lo cual deviene en la segmentación del mercado de forma más sistemática.

Millán (*op. cit.*) retoma a Butler (1998), a Nácher (1997) y a Urrr (1995), y a partir de ellos discierne dos tipos de turistas que acuden a los destinos rurales; el turista alternativo y el turista alternativo especializado. El autor distingue sus características principales, a partir de las motivaciones y actividades que marcan a cada uno.

De las características que describen al turista alternativo, destacan que:

- Demanda cierto grado de seguridad
- Muestra una actitud contemplativa de los recursos naturales, así como de la cultura local, y realiza un análisis somero del entorno
- Tiene afinidad por elementos significativos de carga antrópica, con énfasis en los elementos de la infraestructura y el equipamiento.

En tanto que los turistas alternativos especializados frecuentemente tienen los siguientes rasgos:

- Su objetivo es conocer con precisión ciertos atractivos de índole rural, cultural o ecológica
- Se inclinan por los espacios poco o nada congestionados,
- Eligen el lugar que cumpla con las características específicas para la actividad que pretendan realizar

Orientado hacia la satisfacción de la demanda de los turistas especializados, es que se tiene a bien empatar sus actividades con el concepto de Turismo de Intereses Especiales (TIE) que se define como un turismo que no se comercializa de forma masiva, sino que por el contrario, busca atender y satisfacer un interés puntual del turista a diferencia del turismo de masas donde la participación es masiva y los productos son estandarizados (Espinosa *et. al.*, 2014).

Los turistas que eligen este tipo de viajes no se concentran únicamente en ámbitos rurales, pero generalmente son estos espacios los que tienen la mayor oferta vinculada a lo que buscan, ya que "...su intención es viajar a destinos que son ambientalmente y culturalmente ricos, bien conservados, raramente frecuentados y que son lugares en donde todavía se puede disfrutar del lujo de la tranquilidad." (Kruja y Gjyrezi, 2011: 80). Así, al aprovechar las características del medio, el campo puede comercializarse y mercantilizarse en torno su situación periférica.

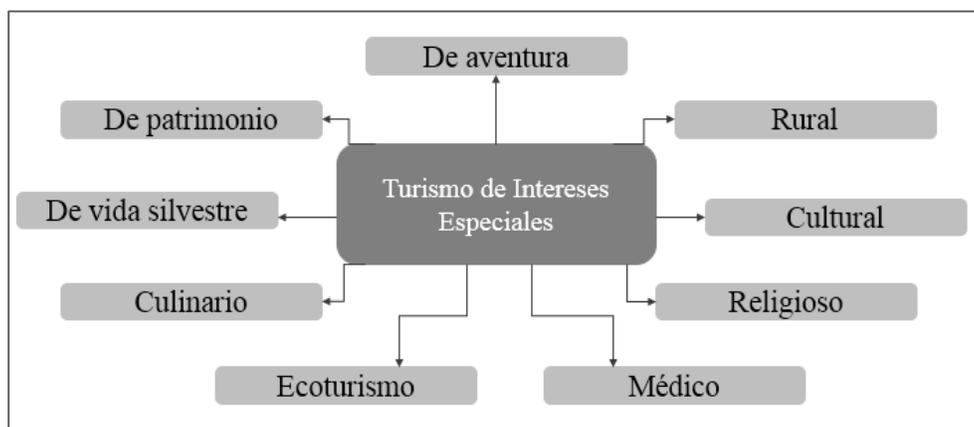
La aplicación conceptual del TIE tiene mayor énfasis en conocer las motivaciones de los desplazamientos del turista, ya que éste se moverá para tener una experiencia que conlleve el uso o apreciación específica de un elemento del lugar, que a partir de esto se convertirá

en un recurso turístico. Esta situación revaloriza el espacio, ya que se encuentran nuevos usos dadas las condiciones territoriales de su unicidad que están definidas por el interés que tiene el turista en tanto que desea ampliar su conocimiento sobre una materia en específico.

Para el conocimiento de la motivación, (*Ibíd.*) identifican las categorías en donde se marca la búsqueda de una experiencia diferente (Figura 1.5), que será elegida bajo el conocimiento de las condiciones que cumpla un lugar.

En cualquiera de las categorías que se expresan, se reconoce que son los turistas los que buscan aquellos espacios, que serán propicios para realizar alguna actividad recreativa o de carácter natural o cultural, al identificar de antemano la singularidad del lugar que se visitará. Debe mencionarse que las motivaciones no son excluyentes entre sí, y que por el contrario, la suma de actividades que se puedan realizar en el lugar, darán mayor motivación al turista para emprender su viaje.

Figura 1.5 Principales categorías del Turismo de Intereses Especiales



Fuente: elaborado con base en Kruja y Gjyrezi (2011).

La singularidad del espacio rural se visualiza como un símbolo de oportunidades, ya que “...el TIE está basado en los recursos naturales, la cultura y la historia, o bien en una mezcla entre estos elementos y se presenta como una alternativa de desarrollo para regiones con una gran diversidad y riqueza de este tipo de recursos.” (Huybers y Bennett, 2003 en Espinosa *et. al.*, 2014: 116). Esta razón motiva que los gestores del turismo rural identifiquen las peculiaridades que tiene su territorio, ya que a través de la promoción es que pueden captar a nuevos sectores.

De esto se advierte que cuando el interés especial se centra en la naturaleza, son los espacios alejados de los centros urbanos los que captarán a las personas, que serán motivadas para consumir otros elementos que complementen su actividad principal, como son el alojamiento o los servicios de alimentación. Se trata de usos diferenciados del espacio por parte de las personas que acuden, ya que mientras “...los turistas de intereses especiales disfrutan de actividades en contacto con la naturaleza, la belleza de un espacio natural conservado, el placer de ver la fauna en su hábitat natural, de explorar, descubrir y aprender, superar los obstáculos y sentir el placer de superarlos...” (Kruja y Gjyrezi, *op. cit.*: 80), el otro sector de los visitantes mantiene su atención en la oferta principal y más promocionada del lugar.

Al observar que el turista elegirá el destino para satisfacer sus intereses y motivaciones personales, también se incluye otro elemento que adquiere importancia en cuanto a la posibilidad que tienen las personas en general de realizar estas actividades, y es el precio. La tranquilidad y las características de la actividad que se realizan implican gastos mayores del individuo en relación al acceso y a la posibilidad de transporte que en ocasiones requiere la actividad.

Ejemplo de ello son los turistas que van al encuentro de animales exóticos o característicos de un ecosistema, aquellos cuyo objetivo es reconocer las formas del relieve que construyen el terreno, o cualquiera cuyo interés se incline hacia el lado natural del espacio. Por otro lado, los turistas que se inclinan hacia el conocimiento de elementos específicos de la cultura, generalmente harán menores gastos en transporte, ya que son las localidades, de cualquier tamaño, en donde está su interés, y la mayoría de estas se comunican a través de carreteras o caminos. La especificidad de las actividades que pueden realizarse es tan diversa que a modo de ejemplo, también se puede ver al acto de alimentarse como un hecho cultural y buscar sitios que alberguen los elementos deseados (Barrera, *op. cit.*).

Sznajder *et. al.* (2009) notan que la demanda de actividades recreativas rurales se relaciona fuertemente con la clase social de las personas, pues son las personas con un mayor poder adquisitivo aquellas que pueden moverse con mayor facilidad, además de que poseen un nivel educativo mayor que, según el mismo autor, es el responsable en la valorización del ámbito campestre; se establece que existe una relación entre las variables sociodemográficas como, edad, género, ingresos y educación y los patrones espaciales de participación.

En esta búsqueda por satisfacer el interés particular de cada individuo, a partir de cubrir con los requerimientos personalizados que solicita la experiencia turística en el espacio rural, el caso mexicano presenta una gran dificultad y es que se le asocia con el rezago, la pobreza y lo problemático. Al respecto se menciona que "...no obstante, la expansión y consolidación del turismo rural en México enfrenta serios problemas, comenzando por el de la inseguridad. Los riesgos que supone el internarse en áreas rurales poco pobladas tiene una influencia decisiva en la promoción y consolidación de los lugares como atractivos turísticos..." (López *et. al.* 2014: 296). A la hora de elegir un destino apropiado para la

realización de cierta actividad de tipo turística o recreativa, los aspectos negativos influenciarán en que las personas no elijan los sitios que presentan tales dificultades.

A partir de conocer que las características del espacio no son homogéneas, Garduño, Guzmán y Zizumbo (*op. cit.*) deducen que la actividad turística en estos espacios se centra principalmente en una demanda de las clases medias y bajas, como consecuencia del tipo de servicios ofertados que se visualizan como sencillos y poco especializados. Sin embargo, existen áreas rurales en México, que no siguen esta línea, puesto que derivado de las condiciones históricas bajo las cuales se conformaron resultan en sitios atractivos para las clases altas que están en busca de lugares especializados, seguros y con mayores distinciones, que representan un costo extra para las personas que los visitan.

1.3 Aportes de la Geografía del Turismo

La Geografía económica, como encargada de revelar la situación espacial de la producción, distribución y consumo, ha sufrido cambios en la forma en que se entienden estas etapas, ya que anteriormente la producción, que hace referencia a las actividades primarias y secundarias, había sido considerada como el pilar para la acumulación de la riqueza; sin embargo, recientemente, las actividades que van ligadas a los servicios son las que fundamentan al valor económico.

En atención a la importancia que representa el estudio de la actividad turística, aparece la Geografía del Turismo como aquella vertiente de la Geografía que busca revisar la vinculación espacial entre los espacios de origen y receptores de turistas, el cómo se relaciona el turista con el conjunto de bienes y servicios, y cómo es que el entorno geográfico receptor condiciona y encamina el desarrollo de la actividad.

También es esta rama de la Geografía, la que se encarga de revisar las relaciones socio-territoriales acontecidas y vinculadas al espacio de uso turístico, en cualquiera de sus procesos involucrados que, según Callizo (2011), se pueden agrupar en campos de estudio los cuales se resumen en el análisis de las condiciones territoriales que implica la oferta y demanda de los espacios emisores y receptores, la modelización de flujos y los factores de localización del sitio turístico; las formas tangibles e intangibles de la producción espacial del turismo y la articulación espacial que revisa la organización del turismo a nivel local así como los vínculos que se generan con otros sitios. El movimiento de los turistas a partir de la interpretación de flujos, las consideraciones regionales, así como el impacto que tiene la actividad han sido los rubros más explorados dentro de esta vertiente.

No obstante el interés que han mostrado los estudios geográficos por la incidencia de la actividad turística en el territorio, la Geografía del Turismo ha desarrollado pocos trabajos cuya centralidad se encuentre en el entendimiento de la expresión espacial del turismo en los espacios rurales. A la vez, es el carácter integrador que distingue a la Geografía, el mismo que le da ventaja para aplicarlo en soluciones prácticas, ya que se considera como uno de los más grandes errores de los responsables de la gestión del ámbito rural, el que se trate al turismo como un acontecimiento aislado de las formas de construcción del tejido social, ambiental y económico.

Uno de los objetivos dentro de esta vertiente de la Geografía es reconocer el uso que se le da a la tierra de un entorno rural, de la misma forma que busca identificar los recursos que resguarda, de manera que se entienden, estos últimos, como aquellos elementos que se construyen a partir de la evaluación subjetiva de su valor y potencial con la finalidad de que satisfagan las necesidades recreativas y deseos de la sociedad.

Para el ámbito campestre, además de conocer las características esenciales de la dimensión espacial, ubicación y dimensión, se debe indagar en las características que construyen la especificidad, el grado de utilización y el grado de desarrollo artificial de los recursos de recreo. De esta manera, el conocimiento real del espacio dará mayor entendimiento de los procesos que devienen con la inserción del turismo que, "...debe integrarse adecuadamente dentro del conjunto particular de los vínculos y las relaciones que comprenden la esencia de la ruralidad con el turismo, que se reconoce solamente como un componente de la combinación de políticas del gobierno y del sector privado, que formulan para el desarrollo rural..." (Hall y Page, *op. cit.*: 247).

En cuanto a la influencia que tiene la dimensión espacial, resalta que como consecuencia de que la oferta turística rural ha de adaptarse a las exigencias de una demanda, se ha de tener en cuenta que a la oferta turística no sólo como un símil de los recursos naturales, sino que abonado a esto se dispondrá de una infraestructura para el turismo, como son los conjunto de alojamientos, instalaciones, estructuras de ocio, y los recursos arquitectónicos existentes en zonas donde existirá previamente una economía predominantemente agrícola (García, *op. cit.*). Esta situación deja ver que más allá de centrar la atención en una actividad, el estudio geográfico también contribuye en la interpretación de los cambios en las actividades económicas, que para el campo son cada vez más aceleradas.

En esta interpretación, pocas veces se destaca la variedad de usos de la que puede ser objeto el campo, situación que para el caso del turismo rural resulta en una competencia por el espacio pues, de manera frecuente, las actividades encaminadas a la recreación disponen de espacios destinados inicialmente a la realización de otras actividades productivas, sea agricultura, silvicultura, o la extracción de agua o minerales, por mencionar solo algunos. El campo ha sido sujeto de transformaciones en su composición social y

estructura económica, hecho que le abre paso al sector de los servicios, pues pocas veces el turismo la única actividad económica de un lugar.

De lo anterior se observa que las implicaciones espaciales del turismo en el medio rural son de dos tipos; por un lado, lleva la carga de una actividad que compite por el uso del entorno y, por el otro, se asume como una actividad que complementa los distintos usos del suelo. Al contemplar los dos ámbitos en los que transita la actividad turística, la identificación de las formas en que la recreación y el turismo se vuelven fundamentales en el momento de que dichas actividades serán las responsables de una reorganización del lugar.

En este punto conviene aclarar que dentro de la investigación se he hecho énfasis en la recreación al aire libre en el campo, donde el fenómeno turístico ha tenido menor peso, y es que Gil *et. al.* (2013) aclara que existe una evidente superposición de las dos actividades, el turismo y la recreación. Para Phillip, *et. al.* (2010) la línea que divide a la recreación del turismo es cada vez más borrosa y carente de importancia puesto que las actividades hechas dentro de cada una son idénticas; para ambos casos, el uso del espacio es el mismo, sin embargo, la intensidad del uso varía de acuerdo con el tiempo invertido, las motivaciones y percepción de las personas.

Como complemento, Hall (1995 en Hall, 2014) argumenta que la superposición del turismo y recreación se debe a las características de las actividades que se ofertan, principalmente aquellas que definen el tiempo de su ejecución. En esto, también influye que el turismo rural se caracterice por una limitada capacidad de alojamiento y una oferta de actividades específicas.

Para abordar la relación del turismo con aquellas prácticas recreativas, se recurre a la epistemología del turismo, donde dentro de las definiciones de turismo destacan los

conceptos de espacio y tiempo; el primero porque viajar implica moverse de la zona de residencia, mientras que el segundo resalta el lapso que se pasa fuera del sitio en donde se reside. Es la pernoctación en el destino la que define al turismo, de esta manera, se asumen como tal aquellos viajes dentro del tiempo de ocio que duran más de 24 horas (*Ibíd.*).

Al mismo tiempo, se reconoce que los límites para diferenciar al turismo son imprecisos, lo que se refleja en la creación de conceptos como los excursionistas o viajeros de un día, los cuales a pesar de no pernoctar en el lugar, hacen uso también de los recursos y de la infraestructura desarrollada para el turismo. La ONU (1994, en Hall, 2014) afirma que "... las visitas de un día son igual de importantes para los consumidores y para muchos proveedores, espacialmente las atracciones turísticas ..." (Hall, 2014: 4).

Los vínculos que existen entre las actividades que se realizan en el tiempo de ocio, su duración y las distancias dejan ver que "...los límites entre el turismo, el recreo y el ocio, así como el trabajo que a menudo se ve como lo opuesto al ocio, deberán entenderse como límites permeables..." (*Ibíd.*: 6).

Lejos de que la preocupación principal sea cuántos excursionistas o turistas visitan un lugar, esto da pie a plantearse si es que existen diferencias significativas en el uso, transformación y percepción del espacio, ya que se debe tomar en cuenta que los dos conviven dentro de un mismo escenario, sin dejar de reconocer que el tiempo es el mejor indicador para medir la actividad turística en un lugar.

Dentro de la Geografía del turismo rural se reconoce que la distancia desempeña un papel relevante; tanto en que es esta la que aumenta el atractivo del lugar, y en que explicará los cambios en el paisaje desde las relaciones que se producen con el entorno inmediato y las

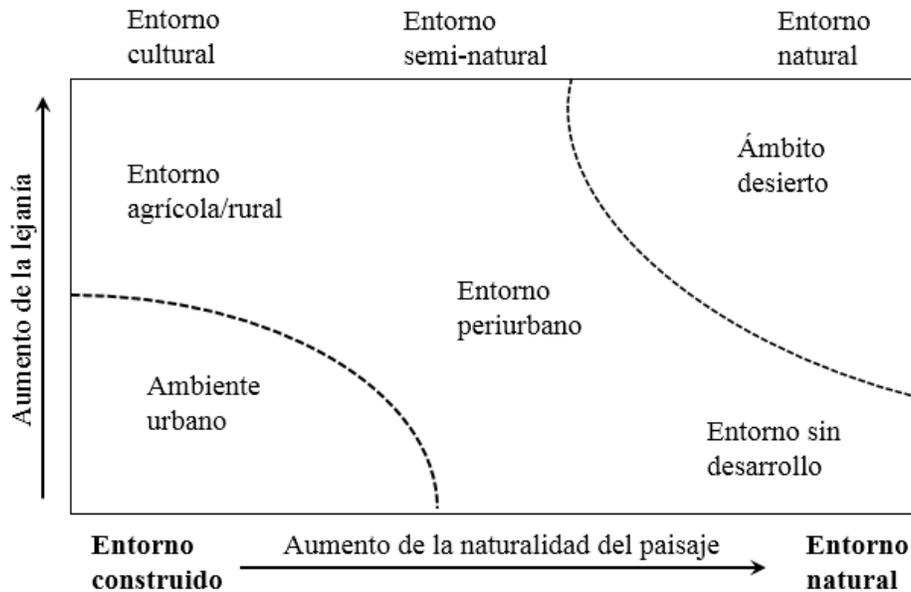
transformaciones que lleva el alejamiento de la zona de residencia, lo que permite profundizar en la continuidad u homogeneidad del espacio.

La continuidad que pueda observarse es decisiva para la elección de un sitio u otro, de acuerdo con las características que busque cada visitante (Figura 1.6). En esta interrelación las huellas de la actividad humana se difuminarán con la lejanía a los núcleos urbanos. Los movimientos de las personas entre estos ámbitos serán vistos de forma general, desde los flujos turísticos que existan con un lugar. Estas interacciones, se pueden visualizar como uno de los resultados en la trayectoria de vida de los individuos (Perkin, 1993 en Hall y Page, *op. cit.*).

Sobre las temáticas que desarrolla una geografía del turismo rural, se ubican dos vertientes; la primera que estudia la demanda del espacio y la segunda, que tiene interés en los estudios de caso, cuyo propósito es abordar una amplia gama de problemas aplicados. En cuanto a los estudios de caso, que se reconocen como los más numerosos, aparte de estudiar a la unidad espacial, sus fuentes de suministros y la procedencia de la demanda, también han trabajado con otras características del turismo, como son la capacidad de carga y la percepción de los usuarios.

Por otra parte están los estudios con enfoque en el análisis de la percepción del usuario, relevantes en tanto que identifican la motivación para que los turistas deseen ir a conocer el lugar o regresar para repetir experiencias. Destacan aquellos que valoran la percepción del paisaje y su relación con la calidad del mismo, los que hacen las comparaciones entre la percepción de los usuarios y los gerentes, aquellos que rescatan los beneficios sociales de la recreación y por último, los que muestran el comportamiento de las personas en los sitios, de los que se puede deducir la significación social del espacio en relación con la experiencia del ocio.

Figura 1.6 Continuidad entre el espacio rural y urbano



Fuente: elaborado sobre la base de Hall y Page, 2014.

En esta valoración que hacen los visitantes, y en relación con la Geografía, existe la oportunidad de intervenir desde el análisis de la interacción social deslocalizada, producida por los medios electrónicos, en donde los juicios que se emiten sobre el valor de diferentes entornos físicos o sociales se basan cada vez más en consideraciones estéticas.

Desde una imagen que se promociona en estos medios electrónicos, para el desarrollo de la actividad turística, el espacio se torna fundamental, pues éste se ve aprovechado por su valor paisajístico, y es en el área rural en donde las condiciones naturales y ambientales tienen mayor peso. Esta nueva perspectiva para el estudio del espacio permite reconocer los componentes que resultan atractivos para el sujeto, y la forma en que los mismos son mercantilizados, lo que permite visibilizar las relaciones de todo tipo, de un sitio con otros lugares a partir de la imagen como algo vendible de la cultura, que tienen trascendencia en

la forma de interpretar las nuevas conexiones de las personas y el entorno en que se mueven.

1.4 Antecedentes investigativos

En este apartado se hace referencia a las publicaciones que por la temática que abordan, tienen influencia o relación con el tema que se investiga en este trabajo. Las tendencias cognoscitivas identificadas se muestran en la figura 1.7, y en ellas se agrupan las obras que corresponden con el posicionamiento teórico, el fenómeno y sitio de estudio.

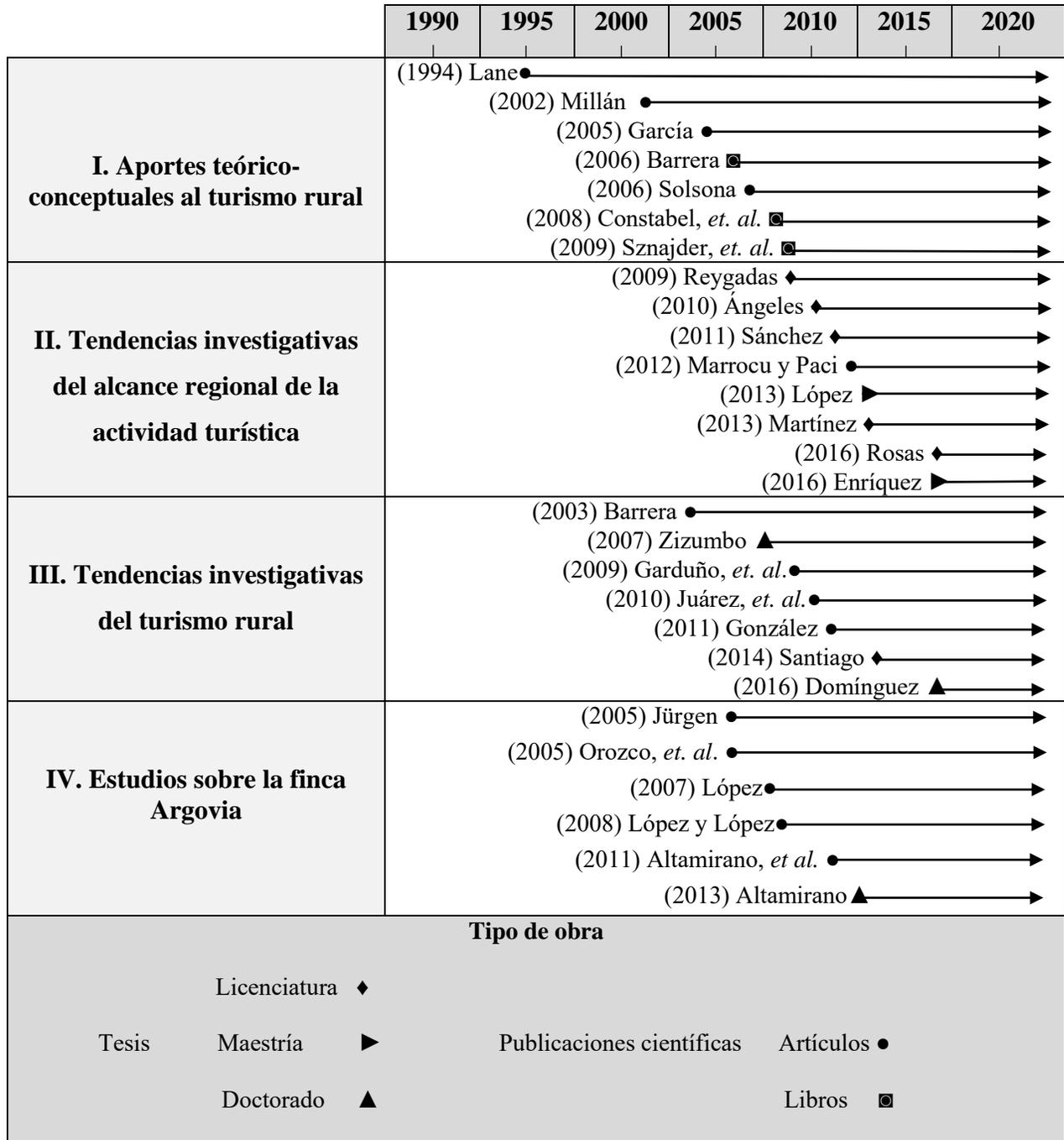
I. Aportes teórico-conceptuales al turismo rural

Es el trabajo de Lane (*op. cit.*) el que ha dirigido las investigaciones sobre turismo rural a nivel internacional. Se trata del primer autor que trabaja teóricamente el desarrollo del turismo en las áreas rurales, y que profundiza en las distintas intensidades que muestra cada área de acuerdo con las particularidades que enfrente cada situación. Por otra parte, también es el primero en reconocer las especificidades del agroturismo así como el vínculo que tienen estas actividades con el término sostenible.

Constabel *et. al.* (*op. cit.*, 2008) exploran, en una primera parte, los términos que refieren a las actividades que comprende el turismo rural, y lo distingue de aquellas que a pesar de desarrollarse en el mismo espacio, no forman parte de esta actividad; su análisis sobre los conceptos que se usan comúnmente es relevante porque los aplica para el caso latinoamericano.

De la mano están los trabajos de García (*op. cit.*), Millán (*op. cit.*) y Solsona (*op. cit.*), quienes exploran la transformación de los conceptos a través del paso del tiempo y la actualidad de su aplicación. Ellos hacen propuestas conceptuales que abonan al entendimiento de la complejidad de la actividad turística para la realidad europea y su

Figura 1.7 Antecedentes investigativos



Fuente: elaborado con base en los autores referidos en la figura

importancia se encuentra en que son términos que nacen en un contexto diferente al que actualmente se aplican.

II. Tendencias investigativas del alcance regional de la actividad turística

El alcance regional, como postura interpretativa de la interacción espacial, se asume como una posición teórica que permite visualizar los vínculos del espacio en relación con la escala geográfica. Su análisis parte del estudio de un lugar en relación con aquellos espacios con los que interactúa; así “las escalas local, micro, meso, macrorregionales y globales estarán referidas al lugar investigado.” (Propin, 2003: 57).

Para contextualizar la aplicación del alcance regional, cabe señalar que dentro de la interacción espacial se entienden tres formas para abordarla, tal y como lo afirma Propin (2003), que la define como “el movimiento de fenómenos de un lugar a otro, las interacciones humanas que desde un lugar influyen en otros distantes y los flujos de bienes, personas e información entre lugares.” (*Ibíd.*: 55-56), aquellos elementos en los que centra su interés para el análisis, con el objetivo de explorar las condiciones que generan dichos intercambios con incidencia espacial.

Con este referente, el alcance regional ha sido retomado como el posicionamiento teórico que dirige la exploración en la dinámica de la actividad turística. De forma explícita, son los trabajos relacionados al turismo religioso los que se han apoyado en este concepto para explicar la atracción que tienen los santuarios de diferentes partes de México y el mundo (Reygadas, 2009; Ángeles, 2010; Martínez, 2013; López, 2013; Rosas, 2016; Enríquez, 2016).

Aunque en el título del trabajo de Marrocu y Paci (2012), no utilizan la expresión de alcance regional, en su trabajo sobre flujos turísticos al interior de las provincias en Italia, dejan ver

las relaciones de los lugares con atractivo para la actividad turística apoyados con el uso de la escala geográfica en su interpretación.

III. Tendencias investigativas del turismo rural

Los trabajos que abordan al turismo rural son numerosos, ya que para cada país se han trabajado los espacios en donde ha tenido lugar el desarrollo de esta actividad. No obstante, se visualiza que estos trabajos se estructuran con base en objetivos comunes, como lo son, las características socioeconómicas que permiten el desarrollo de esta actividad, los atractivos que existen en el entorno, la participación de la sociedad receptora y, en general, las peculiaridades que se registran en cada lugar. Asimismo, se identifica que estos trabajos se sostienen con un marco conceptual originado para explicar el caso del turismo rural en Europa.

Barrera (*op. cit.*) y González (2011) indagan sobre las especificidades productivas que llevan a la creación de las rutas agroalimentarias como estrategia para el desarrollo de espacios económicamente deprimidos. Retoman la experiencia de las rutas en el mediterráneo europeo, para identificar la potencialidad de cada sitio en cuestión. Estos dos trabajos ejemplifican una de las tendencias más seguidas en el abordaje del turismo rural; buscan revalorar el entorno a partir de una significación del lugar desde su cultura productiva.

En México, el turismo rural se ha abordado desde la problemática que representa para las comunidades donde se implementa, con énfasis especial en las comunidades indígenas del país, donde se destacan cuáles son las condiciones a las que se enfrentan y las posibles dificultades que tendrá su desarrollo (Garduño *et. al.*, *op. cit.*; Zizumbo 2007). Dentro de esta línea trabajan, Juárez *et. al* (2010), quien en su trabajo plantean el impulso al turismo rural de la región cafetera de Puebla a través del agroturismo; revisan el papel de la tenencia

de la tierra, el idioma de los indígenas y las características y opiniones de los habitantes respecto a la actividad turística. Aunque este último artículo toca al turismo rural en una región cafetalera, las características que tiene cada lugar y el objetivo del estudio difieren del que se plantea en este trabajo.

Desde la Geografía, el turismo rural no ha captado el interés de un gran número de trabajos. Santiago (2014) aborda el tema del turismo en estos espacios desde el impacto territorial que tiene la actividad en la localidad de Capulálpam de Méndez; en su trabajo también señala las diferencias y complementariedad entre el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural, como parte del conjunto que engloba el turismo alternativo. Por otra parte, está el trabajo de Domínguez (2016) quien reflexiona sobre el turismo rural y sus vínculos con el avance de las condiciones socioeconómicas en las áreas rurales de Quintana Roo.

IV. Estudios que tienen a la finca Argovia dentro de su territorio de estudio o focaliza su atención en ella

Como consecuencia de la larga tradición en el cultivo del café, las fincas alemanas en el Soconusco han dado paso a cambios en las conductas generacionales de los propietarios hacia la diversificación de actividades. Desde un abordaje sociológico, López y López (2008) abordan la estructura organizacional de las fincas alemanas más destacadas para dar a cuenta las razones en los cambios de su identidad y cultura productiva.

En otra dirección, la finca Argovia también ha sido objeto de estudio de cuestiones más técnicas que tienen por propósito identificar cuestiones en torno al cultivo de café como son los estudios de Jürguen (2005) y Orozco *et. al.* (2006); el primero referente al manejo de aquellas plantas, que por su carácter competitivo, resultan como indeseables para los cafetales, mientras que el segundo aborda el tema de la evaluación de las características

químicas de las aguas residuales que resultan del proceso del café en la planta de tratamiento que tiene Argovia.

Finalmente, son los estudios que abordan la biodiversidad en la región, los que marcan otra tendencia de los trabajos que han atraído la atención a la finca. En la misma línea, Altamirano *et. al.* (2011) y Altamirano (2013), revisan las contribuciones que tienen las plantaciones de café para la conservación de algunos grupos de animales silvestres como son las aves. Estos dos últimos trabajos contextualizan, brevemente, la participación de la finca en la ruta del café, e identifican a las aves como un atractivo peculiar por el carácter endémico que poseen ciertas especies.

Capítulo 2

Contexto geográfico de la región del Soconusco en Chiapas

Este capítulo comienza con la descripción de los rasgos físicos que caracterizan al Soconusco como región, los cuales posteriormente son la base para la explicación del desarrollo histórico de las diferentes actividades económicas que han tenido lugar en la región, en donde aún prevalece la agricultura. Al final se presentan las características socioeconómicas actuales de la región y la relación que éstas tienen con el desarrollo del turismo.

2.1 Principales características del medio físico-geográfico

El estado de Chiapas se ubica en la porción sureste del país y está comprendido entre los paralelos 17°59' y 14°32' de latitud norte y entre los meridianos 90°22' y 94°14' de longitud oeste; al interior se encuentra dividido en 15 regiones socioeconómicas, de las cuales el Soconusco es una de ellas. El Soconusco limita al norte con la región Sierra Mariscal, al oeste con el Istmo costa, al sur con el Océano Pacífico y al este con la República de Guatemala (CEIEG, 2014).

En cuanto a la conformación territorial del Soconusco, resulta relevante señalar que se encuentra constituida por 15 municipios (Cuadro 2.1), de los cuales solamente 5 tienen costa. Tapachula es el municipio que alberga la cabecera regional, a la vez este es el municipio de mayor extensión en contraste con Metapa que tiene la menor área de la región.

Del relieve, se identifica la presencia de dos provincias fisiográficas en la región; la Llanura Costera del Pacífico, que se observa como la más extensa, y la Sierra Madre de Chiapas que ocupa una extensión menor con relación al área total de la región y alberga uno de los

rasgos topográficos más representativos del país, el Volcán Tacaná con 4,030 m.s.n.m., que es usado como referencia territorial en la definición de la frontera con Guatemala (INEGI, 2009).

Cuadro 2.1 Conformación territorial del Soconusco

N°	Municipio	Cabecera municipal	Extensión(Km²)
1	Acacoyagua	Acacoyagua	263.38
2	Acapetahua	Acapetahua	529.17
3	Cacahoatán	Cacahoatán	173.26
4	Escuintla	Escuintla	399.57
5	Frontera Hidalgo	Frontera Hidalgo	94.81
6	Huehuetán	Huehuetán	300.18
7	Huixtla	Huixtla	396.22
8	Mazatán	Mazatán	390.86
9	Metapa	Metapa de Domínguez	25.12
10	Suchiate	Ciudad Hidalgo	237.08
11	Tapachula	Tapachula de Córdova y Ordóñez	946.87
12	Tuxtla Chico	Tuxtla Chico	164
13	Tuzantán	Tuzantán	176.07
14	Unión Juárez	Unión Juárez	63.73
15	Villa Comaltitlán	Villa Comaltitlán	445.42
Área total			4605.74

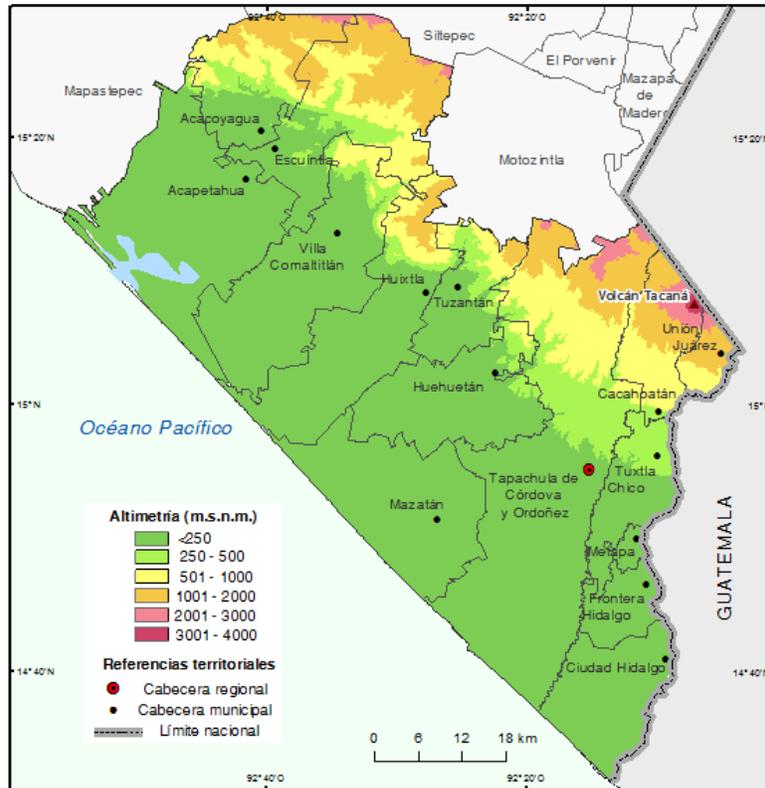
Fuente: elaborado con base en CEIEG, 2014.

La altitud de la región aumenta hacia el noreste (Figura 2.1), en función de la cercanía al volcán. Aunque la mayor porción es plana y no sobrepasa los 250 m.s.n.m., hay municipios que registran elevaciones mayores a 3,000 m.s.n.m. como Tapachula, Cacahoatán y Unión Juárez, situación que condiciona una topografía con cambios drásticos en la parte norte de toda la región y se acentúa para la porción noreste.

En correspondencia con las partes más elevadas y de acuerdo con la clasificación modificada de Köppen por Enriqueta García, se encuentran los climas menos cálidos de la región. Se trata del C(m) templado húmedo, y el (A)C(m) semicálido húmedo del grupo C; la diferencia entre los dos climas es que el primero al ser el más frío, presenta una

temperatura media anual que oscila entre los 12°C y 18°C, mientras que el segundo tiene una temperatura media anual mayor a 18°C. Estos cubren una parte poco extensa en comparación con la dimensión de la región, y aparecen solamente en la porción norte, que es la zona de la sierra.

Figura 2.1 Soconusco: altimetría

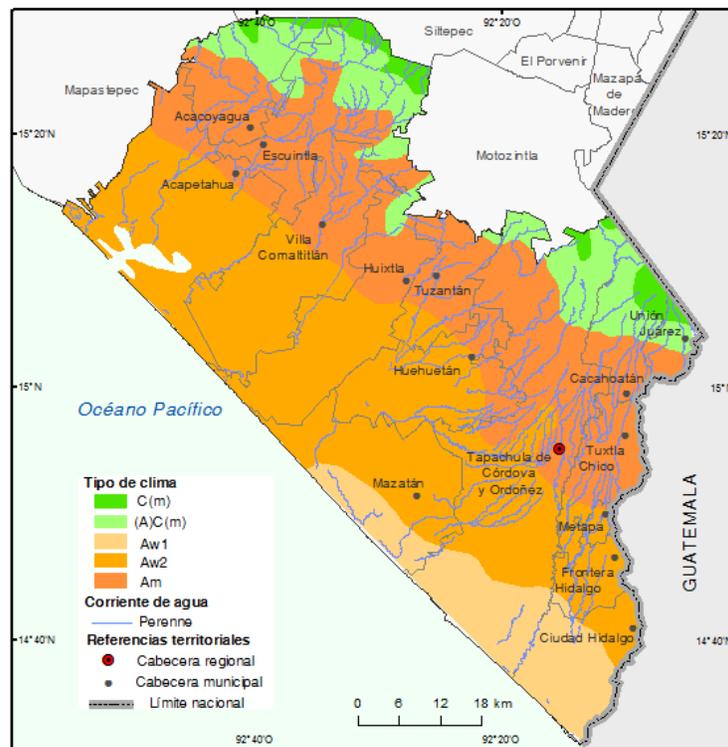


Fuente: elaborado con base en INEGI, 2015a.

La mayor porción de la región se distingue por su clima cálido, que se clasifica a partir de una temperatura media anual mayor a 22°C y una temperatura del mes más frío mayor a 18°C. En la figura 2.2 se identifican 3 climas cálidos: el Aw₁, que se extiende en la porción sureste, el Aw₂ que se encuentra paralelo a la costa, ambos climas subhúmedos, y el Am, que ya es húmedo y se distingue por ser un clima de lluvias torrenciales, característica que va ligada a la condición que tiene esta zona como área de barlovento. Los cinco tipos de clima que se describen anteriormente tienen su temporada de lluvias durante el verano.

El clima Am, característico de los lugares húmedos al sur del Trópico de Cáncer, solamente se encuentra en la llanura tabasqueña, en la base y el declive de la Sierra Madre Oriental y en el declive del Pacífico de la porción sureste de la Sierra Madre de Chiapas, que son los lugares más lluviosos del país (García, 2004). En el Soconusco, este proceso está dado como consecuencia de que las masas de aire cálido húmedo provenientes del Océano Pacífico y con dirección hacia la parte continental ascienden al encontrarse con la sierra que funciona como una barrera orográfica; en su ascenso el aire se enfría hasta alcanzar el punto de saturación del vapor de agua que da origen a la lluvia.

Figura 2.2 Soconusco: tipos de clima y corrientes de agua

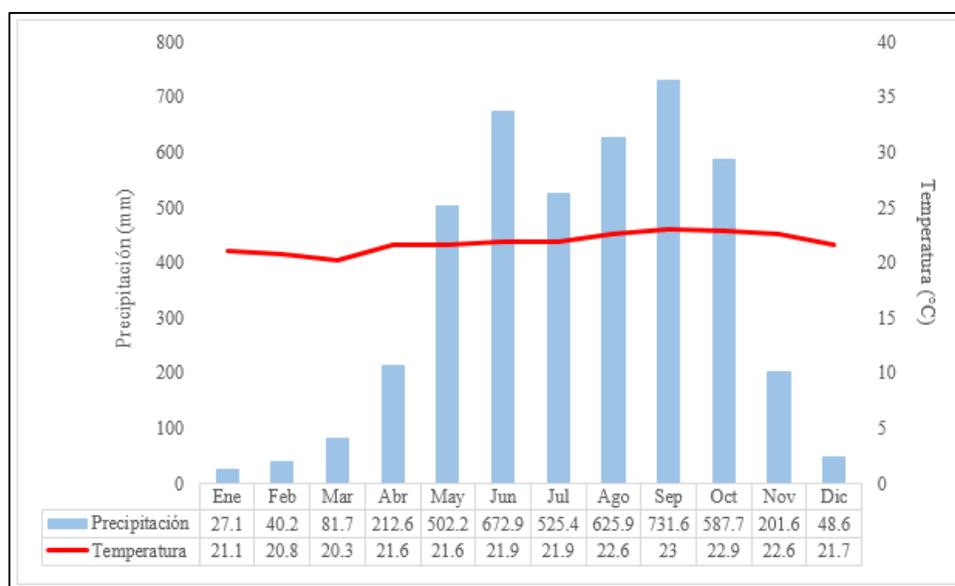


Fuente: elaborado con base en CONABIO, 2001a; INEGI, 2015a.

Los registros pluviométricos alcanzan sus niveles más altos durante la temporada de ciclones tropicales en México que va de mayo a octubre, con una máxima en septiembre.

Aunque en la región la precipitación pluvial oscila entre los 1,200 mm y 3,000 mm, en las zonas más húmedas de las laderas de la sierra se tienen registros que superan los 3,500 mm en el mismo tiempo. Las estaciones meteorológicas que registran estas máximas, son generalmente aquellas que se ubican en las fincas de la región (Figura 2.3), pues requieren un control de esos datos para el adecuado manejo de sus cultivos.

Figura 2.3 Climograma de la estación 7012, Finca Argovia, Chiapas (2012)



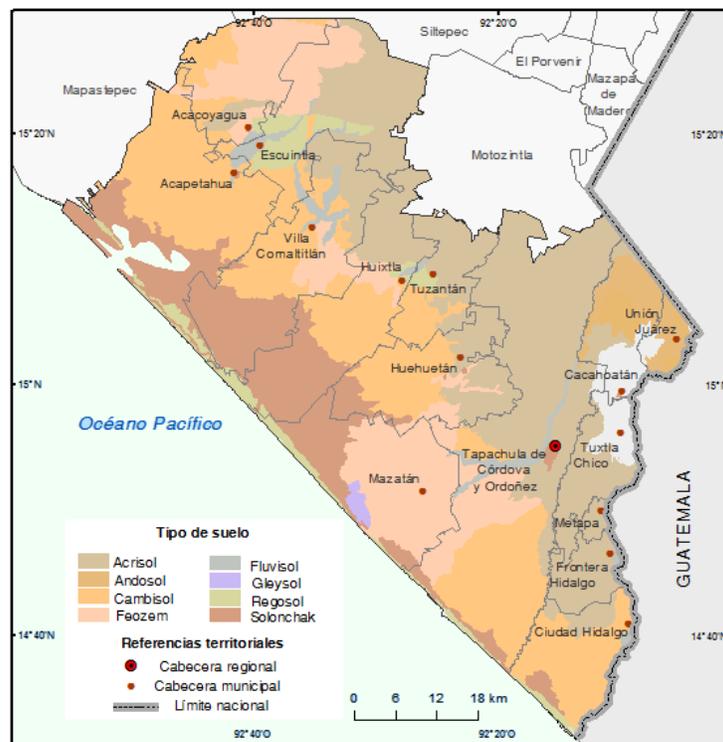
Fuente: elaborado con base en Servicio Meteorológico Nacional 2016.

En la figura 2.2, también pueden apreciarse las principales corrientes de agua. Las corrientes de agua de la región desembocan en el Océano Pacífico, aunque debido a las características de sus caudales, la mayoría termina en barras, esteros o lagunas que se encuentran a lo largo de toda la costa. En comparación con los ríos que desembocan en el Golfo de México, estos son de menor longitud y menor caudal, además se trata de corrientes perennes e intermitentes que nacen en la Sierra Madre de Chiapas y que por las características del terreno no llegan a ser profundos. Destacan los ríos Suchiate, Cahucán, Coatán, Huehuetán y Huixtla (CEIEG, *op. cit.*).

De norte a sur, son cuatro los tipos de suelo predominantes en la región (Figura 2.4), los cuales responden a los procesos de interacciones entre la composición físico-química de la roca, el clima y la orografía principalmente.

Los suelos acrisoles son ácidos y pobres en nutrientes a causa de la acumulación de arcillas en el subsuelo, que se encuentra principalmente en zonas tropicales, y que en condiciones naturales se ve cubierto por selvas o bosques. Se trata de un suelo que presenta rendimientos muy bajos para la mayoría de cultivos en México, excepto para aquellos cultivos de frutos tropicales como el cacao, el café o la piña, para los cuales se obtienen rendimientos altos (INEGI, 2004).

Figura 2.4 Soconusco: tipos de suelo



Fuente: elaborado con base en INEGI, 2015a.

En dirección NW-SE hay áreas que de suelo feozem, los cuales presentan una capa somera oscura y rica en materia orgánica, son de profundidad variable y si son profundos se hayan en superficies de poca pendiente. Se usan para la agricultura con rendimientos altos (*Ibid.*).

En grandes extensiones paralelas a la costa se encuentran los suelos de tipo cambisol, estos suelos pocos desarrollados se caracterizan por presentar una capa con trozos de la roca que lo origina, además de que repetidamente presenta depósitos de arcilla, carbonato de calcio, fierro o manganeso. Su presencia es cuantiosa alrededor de todo el país, pero su rendimiento depende del tipo de clima donde se encuentre.

Por último, y contiguo a la costa está el suelo solonchak, este es un tipo de suelo salino que se localiza en áreas donde se acumula el salitre, como en las lagunas costeras, generalmente en ellos se desarrolla la vegetación halófila (INEGI, 2014).

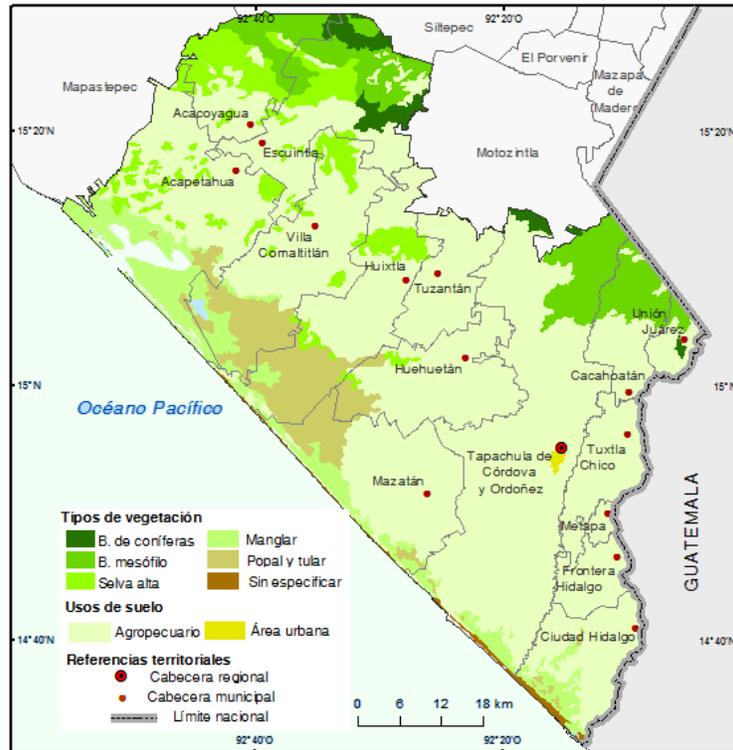
En la secuencia, y como una expresión fundamental de todos los elementos físicos anteriormente mencionados aparecen la vegetación y el uso de suelo como aquellos elementos que saltan a la vista rápidamente durante la apreciación paisajística.

En condiciones naturales, la vegetación que existe en el Soconusco se clasifica en cinco grupos (Figura 2.5) que refieren a un paisaje siempre verde como consecuencia del alto índice de humedad. Hay presencia del bosque de coníferas al norte, ubicado en las mayores altitudes, donde se presenta el clima más frío, lo cual repercute en que su distribución sea menor en comparación con el tamaño de la región. A una altitud menor de la sierra aparece el bosque mesófilo de montaña que se encuentra caracterizado por la presencia de árboles en varios estratos, con cuantiosas especies de helechos y epifitas.

Para las zonas medias, la vegetación original es el bosque tropical perennifolio, también conocido como selva alta perennifolia por Miranda y Hernández (1963), o como selva alta siempre verde por Miranda (1998 en Altamirano, 2013) en donde destaca la gran cantidad de árboles de madera fina como la caoba, el ébano, el guayacán, y el palo mulato. Esta comunidad vegetal se caracteriza por estar debajo de los 1000 m.s.n.m., y porque la presencia de especies arbóreas altas es cuantiosa. Los arboles más grandes logran superar

los 35 m mientras que los más pequeños miden entre 8 y 20 m. La selva alta siempre verde resguarda también cantidades importantes de bejucos, plantas trepadoras y epífitas (*Ibíd.*).

Figura 2.5 Soconusco: tipos de vegetación y usos de suelo



Fuente: elaborado con base en INEGI, 2015a.

Hay una confusión en el análisis del paisaje en esta región, pues aun cuando se afirma que el Soconusco no ha sido impactado intensamente por las actividades de deforestación, no es la cubierta forestal original la que viste estos suelos, sino aquellos sistemas agroforestales que la sustituyeron desde el siglo XIX. En la actualidad, las áreas que ocupaban la cubierta natural vegetal de la región se encuentran ocupadas por zonas agrícolas, pastizales artificiales y demás vegetación secundaria que puede adaptarse a las condiciones físicas de la región. Ahora solamente pueden hallarse islas de la selva alta siempre verde, en orillas de los ríos o en las pendientes de las montañas.

Como muestra la figura 2.5, son solamente pequeñas porciones en la región, aquellos que muestran los remanentes de la vegetación original ya que la mayor extensión del territorio es de uso agrícola, donde son los cultivos de café, cacao, mango, plátano, papaya y soya los que abarcan grandes extensiones de tierra a lo largo y ancho de toda la región (Fernández, 2003).

Del cultivo de café vale la pena señalar que, tanto el policultivo tradicional y el monocultivo de sombra han sido paisajes distintivos de la sierra desde el siglo XX; en el primero aparecen los cafetos bajo la sombra de la vegetación original, mientras que en el segundo, son arboles monoespecíficos los que dan la sombra al cultivo. En ambos casos, los cafetos han sustituido al sotobosque original (Altamirano, *op. cit.*).

Por último, la porción de la región que se encuentra paralela a la costa se asocia con los humedales herbáceos de agua dulce, en donde la vegetación de manglar y popal es la que se registra a lo largo de la costa, el mangle negro, colorado y blanco son los que predominan (CONABIO, 2002).

2.2 Desarrollo histórico de la economía cafetalera

En la historia del Soconusco, existen acontecimientos determinantes para entender la configuración histórica de la cultura productiva del café y su asociación con el desarrollo de las actividades económicas actuales. En la necesidad de contextualizar históricamente una ubicación microrregional, a continuación se presentan las etapas geo-históricas que se delimitaron en función del tema de este trabajo.

I. El Soconusco como puente natural entre los pueblos originarios de Mesoamérica y Centroamérica (antes de 1524)

Los zoques, provenientes de Oaxaca y pertenecientes a familia lingüística mixe-zoque-popoluca, se dispersaron en la región del Istmo de Tehuantepec, en el norte y centro de Chiapas, así como sobre la llanura costera que va de Chiapas hasta Guatemala hacia el 1500 a.C. (Zebadúa, 1999; Vivó, 1954). De esta manera, los vestigios han mostrado que fueron estos grupos zoques los mismos que comenzaron a habitar la zona de la planicie costera perteneciente a la región del Soconusco. En el desarrollo de la vida de estas poblaciones se ubica a la zona de Izapa como el asentamiento prehispánico más importante del litoral chiapaneco y se cree que este sitio estuvo en su máximo esplendor durante el año 600 a.C., mismo que decayó hacia el año 400 d.C. por una posible invasión de grupos nahuas que los hizo migrar hacia Centroamérica (Vivó, *op. cit.*).

Además de los nahuas, Vivó (*op. cit.*) afirma que también grupos de los pueblos chiapanecas-mangues, olmecas y nahuas invadieron la región e influyeron en el desplazamiento de los pobladores originarios desde el 500 a. C. Por otra parte, esta región también se reconoce como la parte sur del imperio maya, la cual comprendía la región

montañosa de Guatemala y Chiapas y las planicies costeras del Océano Pacífico, sin embargo, se afirma que el Soconusco careció de expresiones distintivas de la cultura maya como la arquitectura o el uso del calendario, motivo de que se le atribuyera un retraso tecnológico a la región (Zebadúa, *op. cit.*). Aunque el Soconusco no fue una zona en la que se construyeran destacadas expresiones del ingenio humano, su importancia residió en el hecho de ser un puente natural que comunicara al imperio maya con el resto de los pueblos en Centroamérica, lo que facilitaba el comercio de sus productos.

Entre las etnias mayas que se establecieron en esta porción del actual territorio mexicano también se hayan los mames, cuyos principales poblados fueron Tapachula, Tonalapa, Mazapetahua, Naguatán, Cuilco y Ayutla, este último en Guatemala. En este periodo de tiempo, los habitantes sostuvieron su producción agrícola, con técnicas de cultivo y cosecha rudimentarias, que les proveían del alimento y recursos esenciales para su reproducción social (*Ibíd.*).

Anterior a la invasión del imperio azteca, fueron los teotihuacanos los que nuevamente ocuparon la región, y fue hasta finales del siglo XV cuando los aztecas expandieron su dominio al Soconusco, que a partir de ese momento se volvería una región tributaria, principalmente de cacao, producto de gran trascendencia para los pueblos productores y para aquellos que, dada su ubicación, no podían producirlo (Zebadúa, *op. cit.*).

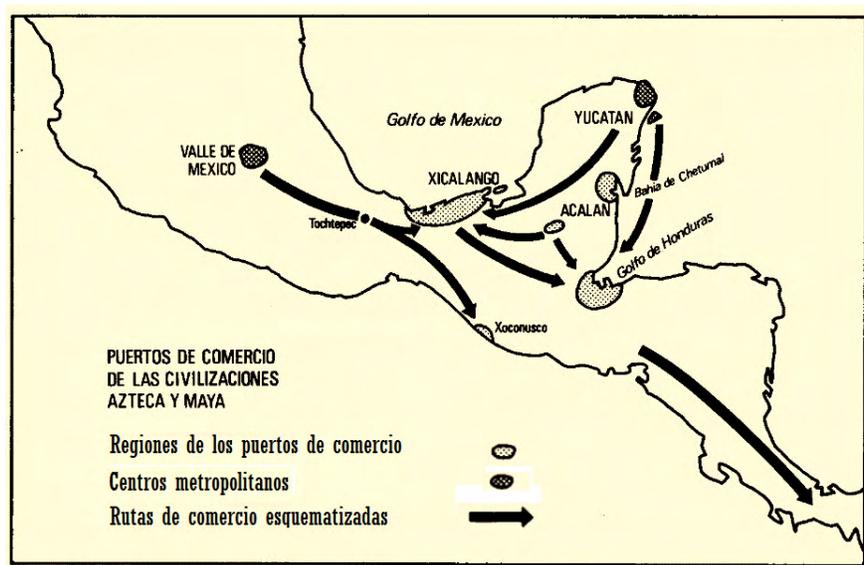
Hasta ese momento fue cuando se le dio el nombre en náhuatl de *Xoconochco* a la región, que por la unión de los términos *xococ* (agrio) y *nochtli* (fruto o tuna), se significaría como el lugar de las tunas agrias, definición que hace referencia al fruto del cacao. Después al castellanizarlo, la región conservaría el nombre del Soconusco hasta la actualidad (Gasco, 2005).

Los intercambios comerciales del imperio azteca estaban determinados por aquellos productos de tributo en otras regiones que habían sido dominadas por los aztecas (Figura

2.6). Los flujos que generaban los tributos, tenían como punto de intercambio aquellas zonas bajas, cercanas a la costa y de fácil acceso por mar y tierra como Xicalango en el Golfo de México o el Soconusco, cuyas características físicas, permitían una comunicación menos accidentada con el resto de los poblados en Centroamérica (Morris, 1978).

Así, la región se vuelve una pieza fundamental en el sistema económico del posclásico mesoamericano, por ser una importante productora de cacao, producto que no sólo tenía una amplia circulación en el comercio a larga distancia, sino que también servía como material de intercambio y jugaba un papel importante en las celebraciones de banquetes y actividades rituales (Gasco, *op. cit.*).

Figura 2.6 Principales flujos del tributo en el imperio Azteca y Maya



Fuente: Polanyi, Arensberg y Pearson, 1957 en Morris, 1978.

El cacao fue el producto de tributo individual más importante, en términos de valor y de los requerimientos para su transportación, que se hacía desde Tonalá, Mapastepec, Escuintla, Huixtla, Huehuetán y Soconusco, nombre de las actuales localidades. Además de este producto, el Soconusco también pagaba tributo con plumas de quetzal, las sartas de

chalchihuitl, recipientes de tecomate, pieles de jaguar y de pájaros azules, bezotes y trozos de ámbar (Damián, 1988).

II Permanencia de rasgos en la estructura socio-económica. El Soconusco como territorio periférico al interés de la colonia española (1524-1824)

El tiempo en que los españoles conquistaron los diferentes espacios en Mesoamérica estuvo diferenciado, ya que después de haber dominado a los aztecas se desplegaron hacia el sur y hacia el norte en busca de riquezas adicionales. Los propósitos del dominio territorial de España en América tenían como fin la obtención de bienes y metales preciosos, principalmente oro y plata, por lo que debido a las condiciones naturales de Chiapas, ésta quedó desde un principio en la periferia de las rutas de exploración y de la conquista española. Los españoles lograron acceder a las regiones del sur, donde aún se hacía notar el dominio maya, y fue hasta 1524 cuando se fundó la gobernación del Soconusco, que pasó a depender de la Capitanía General de Guatemala en 1533 (Zebadúa, *op. cit.*).

La estructura política que la corona española impuso en América estaba encabezada por los virreinos y las audiencias que formaban los niveles jurisdiccionales superiores, seguidos por las alcaldías mayores o corregimientos. En 1544 se estableció la Audiencia de Guatemala a la que quedó integrada la provincia de Chiapas. Cabe mencionar que hasta este punto, el actual territorio de Chiapas, estaba dividido en dos provincias, la de Chiapa y la del Soconusco (*Ibíd.*).

En comparación con el centro de México, el estado de Chiapas se vio menos afectado por los eventos de colonización española, hecho que justifica la continuación en la ocupación de población en las actividades agrícolas y artesanales. El sistema de la encomienda en la

región orientó la producción agrícola de Tapachula, Tuxtla Chico y Tonalá hacia el cultivo de productos específicos como fueron el cacao, el azúcar y la grana, que se comercializaban en el mercado local o eran transportados para ser vendidos en mercados de mayor tamaño como Guatemala, Tabasco, Veracruz, Oaxaca o la Ciudad de México. Además de la agricultura, también dio inicio la actividad ganadera en la región del Soconusco, que por sus tierras de poca pendiente fueron atractivas para su realización, al igual que la cuenca del Grijalva. Junto con la productividad agrícola de la tierra, la población se vio importante como un recurso que generaría mayores ganancias, a partir de la explotación de su trabajo (Zebadúa, *op. cit.*).

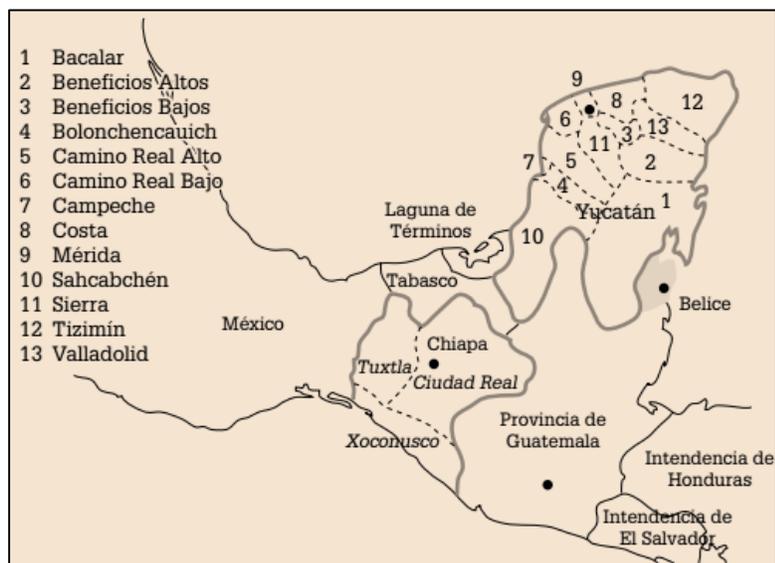
Las rutas de transporte y la comercialización de los productos agropecuarios se hacían generalmente a través de los caminos tradicionales del Soconusco, pues al ser una llanura costera paralela al Pacífico, servía de puente natural. Durante la etapa de la colonia, las relaciones sociales y comerciales de Chiapas y el Soconusco fueron más estrechas con Guatemala que con México; el motivo fue la cercanía que existe con respecto al centro de cada país, ya que mientras con la capital de Guatemala existen 400 km de distancia, con la Ciudad de México hay más de 1400 km. En esta etapa, el cacao fue el principal producto de exportación hacia la Nueva España y hacia Europa (Damián, *op. cit.*; Zebadúa, *op. cit.*).

Para 1679, las Constituciones del Colegio de Nuestra Señora de la Concepción de Ciudad Real de Chiapas mencionan por primera vez las localidades que constituían a la región oficialmente, las cuales eran: Gueguetán, Tusanán, Nejapa, Talibe, Tusta, Tapachula, Mazatán, Cacaguatán, Ayuta, Tonalapa, Naguatán, Cuilco, Tepeguis, Ylamapa, Tacoaloya, Tizapa, Tianguistan, Zapaluta, Mazapetahua, Acapetagua, Guipetagua, Guilcingo, Escuintla, Ozolocalco, Acacoyagua, San Lucas, Zacapulco, Soconusquillo, Mapastepeque, Tonalá, Pigigiapa y Guista (Vivó, *op. cit.*).

La lejanía de las provincias de Chiapas y Soconusco hizo que el poder administrativo central tuviera poca fuerza sobre las decisiones locales, lo que hizo que los propietarios o los funcionarios reales fueran quienes realmente ejercían el poder sobre las comunidades indígenas (Zebadúa, *op. cit.*).

La disputa de las provincias de Chiapas y Soconusco entre México y Guatemala es otra de las características de esta etapa. A fines del siglo XVIII las dos provincias empezaron a considerarse parte de una misma unidad política (Figura 2.7). En 1790, se crea la intendencia de Chiapas, que unió la Ciudad Real y Tuxtla con el Soconusco. Chiapas queda entonces integrada por varias unidades administrativas denominadas partidos, todos dependientes de Guatemala.

Figura 2.7 Intendencias y provincias en el sureste mexicano hacia 1786



Fuente: Jan de Vos, 1993 en Valdez, 2008.

Años después, Chiapas se distanció de Guatemala y se incorporó a México a través de un decreto en 1822. Para julio de 1823, cuando se constituyeron las Provincias Unidas de Centroamérica, hubo un debate entre los representantes regionales, ya que mientras que la élite de los Altos argumentó estar a favor de su anexión a México, Tuxtla, Chiapa,

Comitán y Tapachula, favorecieron la anexión con Guatemala, pues sus negocios tenían vínculos más fuertes con Centroamérica.

El 14 de septiembre de 1824 Chiapas se convirtió en un estado más de la República Mexicana, pero sin que el Soconusco formara parte del estado, pues el cabildo de Tapachula declaró al Soconusco como territorio neutral, situación que duró 17 años debido a las movilizaciones militares por parte del gobierno mexicano y guatemalteco que deseaban anexar esta región a sus límites.

III. La migración de ciudadanos extranjeros al Soconusco: el comienzo de una economía cafetalera (1824-1892)

A principios del siglo XIX, se habían establecido fincas ganaderas, cañeras y maiceras en la zona baja (Renard, 1993). Paulatinamente, se extendieron las fincas ganaderas en la región (Zebadúa, *op. cit.*). Con las Leyes de Reforma, y en particular con la Ley Lerdo expedida en 1856, se establecieron las bases jurídicas para la apertura y explotación de tierras hasta entonces en manos comunales o eclesiásticas, que se declararon como baldíos. Estos bienes inmuebles se vendieron con el fin de obtener ganancias a través de los impuestos generados en el proceso de compra-venta.

La desamortización de bienes comunales hizo que grandes extensiones de tierras, antes propiedad comunal, pasaran a ser utilizadas por actores liberales para la producción de bienes comerciales específicos como el café, azúcar, el ganado y las maderas, también obligó a los habitantes de las comunidades indígenas a descender del altiplano frío a las tierras calientes con la finalidad de emplearse en las fincas (López y López, 2008).

Durante los mismos años en los que se llevó a cabo la venta de tierras, hubo transformaciones en el ámbito de la política internacional. La expansión del capitalismo y el reparto del mundo entre Inglaterra, Alemania, Francia y los Estados Unidos, visualizó el control de la región que va desde el Istmo de Tehuantepec hasta el Istmo centroamericano como fundamental para el dominio del resto del continente americano. Al respecto, Tovar (2004: 5-6) menciona:

Inglaterra ocupó rápidamente los espacios dejados por la corona española en Iberoamérica y consiguió jugosas ganancias con la extracción y comercialización de los recursos naturales del Nuevo Mundo, sobre todo en Centroamérica. Francia, bajo Napoleón III, extendió su imperio en América bajo el concepto de latinidad e inició la construcción del canal en el Istmo de Panamá, pero por problemas económicos vendió sus derechos y avances a los Estados Unidos. Alemania desplegó sobre Centroamérica sus inversiones con el cultivo del café; creó colonias e impulsó diversas industrias. Sus empresas agrícolas y comerciales fueron exitosas, primordialmente las de Guatemala y el Soconusco, donde los alemanes llegaron a convertirse en una cuña para los intereses expansivos de los Estados Unidos.

Si bien las personas de los países mencionados anteriormente fueron los que tuvieron mayor presencia en la región, también hay registro de familias guatemaltecas, chinas, japonesas y kanakas que migraron hacia el Soconusco para asentarse y emprender la realización de nuevas actividades (Tovar, *op. cit.* y Damián, *op. cit.*).

Aunque la literatura coincide con que fue hacia el año de 1846 cuando el italiano Machinelli introdujo la primera plantación de café a gran escala (Vivó, 1964; Renard, 1993; Zebadúa, 1999), no fue sino hasta la segunda mitad del siglo XIX que debido al exceso de población y el reducido parcelamiento de las tierras en Alemania, los migrantes alemanes llegaron a

la región con la finalidad de comprar tierras baratas y obtener grandes ganancias a través del emprendimiento de nuevos negocios (Tovar, *op. cit.*; López y López, *op. cit.*).

Los finqueros alemanes se asentaron primero en los departamentos guatemaltecos de San Marcos, Santa Rosa, Suchitepéquez, Quezaltenango, Alta Verapaz y Retalhuleu, pero como consecuencia del agotamiento de los terrenos y la insuficiencia de personas que trabajaran en el cultivo del café, migraron hacia el Soconusco, cuyas características físicas eran casi idénticas (Tovar, *op. cit.*). Hubo rasgos que hicieron más evidente la presencia de los migrantes europeos, como el nombre de las fincas y la difusión de *chalets* de madera estilo centroeuropeo hechos con madera de la selva baja, y que fungían como las casas grandes en el casco de cada finca (Figura 2.8), las cuales perduran a través del tiempo (Renard, *op. cit.*).

Figura 2.8 Finca Argovia: Casa Grande procedente de Oregón



Fuente: Argovia Finca Resort, 2015.

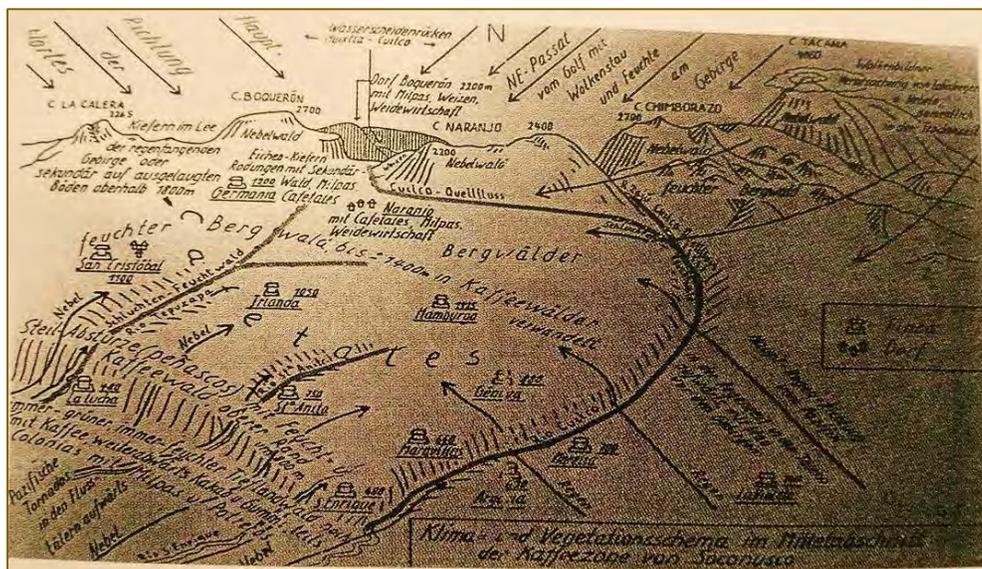
Los finqueros alemanes trajeron consigo jornaleros, caporales, planilleros, administradores y el sistema de peonaje por deudas, vigente en Guatemala; pusieron en práctica en el Soconusco, para asegurarse de la mano de obra de los indígenas de los Altos, chamulas

sobre todo, y del departamento de Mariscal con cabecera en Motozintla (Renard, *op. cit.* y López y López, *op. cit.*).

La característica que distinguió a los alemanes del resto de los inmigrantes fue el control que ejercieron sobre todo el proceso industrial del café, desde el cultivo hasta la exportación. En estas fincas, el capital para invertir era europeo, principalmente alemán; los métodos de beneficio fueron importados de Costa Rica y Guatemala mientras que la maquinaria vino de Europa y Estados Unidos; al respecto Renard (*op. cit.*) afirma que fueron la tecnología, el capital y un mercado seguro, aquellos elementos que dieron vida a las fincas alemanas en el Soconusco.

Los finqueros conocían todas las especificidades del terreno en el que cultivaban, pues la calidad del producto era importante dentro de sus estrategias de comercialización hacia un mercado exterior. La figura 2.9 es un ejemplo de lo anterior, pues se trata de un mapa de climas y vegetación en el que aparecen los ríos y las principales formas del relieve, junto con la localización de las fincas.

Figura 2.9 Soconusco: las fincas cafetaleras alemanas durante los siglos XIX y XX



Fuente: Gobierno del Estado de Chiapas, 2005.

La expansión en el cultivo del café, que inició contiguo a las faldas del Tacaná, se expandió hacia la zona de Argovia de 1890 a 1895 (Renard, *op. cit.*). La expansión se detuvo en esa zona durante estos años debido a la incertidumbre en la tenencia de la tierra, pero con la firma del convenio definitivo de los límites entre México y Guatemala en el año 1892, se tuvo mayor confianza para la inversión extranjera en la región (Renard, *op. cit.*; López y López, *op. cit.*). Con la delimitación oficial de las fronteras, y la elección del río Suchiate como límite natural oficial, se dividió la región histórica del Soconusco que hasta entonces había llegado hasta río Tilapa en el departamento de San Marcos en Guatemala (Damián, *op. cit.*).

IV. El auge de la comercialización del café en el mercado internacional: el Soconusco como eje económico de Chiapas (1892-1929)

Bajo la amenaza de que Guatemala pudiera reclamar nuevamente al Soconusco como parte de su territorio mediante una movilización armada, en el periodo de 1892 a 1894 se extendió la red telegráfica hasta esta frontera, con el propósito de que se comunicara rápidamente cualquier eventualidad. Aunado al telégrafo, fue trascendental para la región la construcción de las vías para el Ferrocarril Panamericano, proyecto que fue puesto en marcha por la empresa estadounidense en 1901, Pan-American Railroad Company, que estaba vinculada con el grupo de los científicos y que construyó 80 km de vías que comunicaran a Tehuantepec con Tapachula (Zebadúa, *op. cit.*).

Para 1908, el ferrocarril fue inaugurado, acontecimiento que conectó en una distancia de aproximadamente 500 km a Tapachula con Coatzacoalcos en Veracruz. Esta vía de comunicación favoreció el transporte del café, al reducir el costo y el tiempo de su transportación, como producto de mayor valorización debido a su importancia comercial.

De manera secundaria, el ferrocarril también movía la producción de maíz, ganado, ajonjolí, frutas, legumbres, plátano y madera (López y López, *op. cit.*; Zebadúa, *op. cit.*).

Cabe señalar que la expansión de las vías de comunicación entre 1891 y 1910, emprendidas en gran medida por el gobernador de Chiapas, Emilio Rabasa, así como la promulgación de leyes que obligaban a los indígenas a emplearse en las fincas cafetaleras, estuvieron orientadas como respuesta gubernamental al rápido crecimiento económico de la región, ya que aunque el cultivo de café se extendió también al norte de Chiapas, en localidades como Mezcalapa, Palenque y Simojovel, estas no alcanzaron los niveles de valorización, comercialización y obtención de ganancias que pudieron percibir los finqueros en el Soconusco (*Ibid.*).

A partir de ese momento, el café sería transportado de la zona montañosa hacia Tapachula por los trabajadores indígenas, y de ahí llevado en riel hasta el Puerto de Veracruz en donde se embarcaría con dirección a los puertos de altura en Hamburgo, Lüek y Bremen en Europa. En alusión a la infraestructura portuaria Renard señala que "...hasta entonces, por lo precario del puerto de San Benito [en Chiapas], les convenía más a los finqueros encaminar su café hasta los puertos guatemaltecos de Champerico o San José y embarcarlo allí..." (Renard, *op. cit.*:27). Con el avance en el transporte, siguió la expansión del cultivo hacia la zona del Boquerón en 1908, que se expendió hasta la zona de Huixtla y la Sierra Madre alrededor de 1912.

Con las facilidades que otorgó el gobierno porfirista (1877-1911), los caminos naturales de acceso a las fincas Nueva Alemania, Santa Brígida, Argovia, Maravillas, Hamburgo, Guanajuato, Irlanda, La Granja y la Chiripa ejercieron una gran atracción para la creciente inmigración alemana, con lo que las fincas, y con ello la región, creció hasta llegar a ser la más próspera de todo el estado (Renard, *op. cit.*; López y López, *op. cit.*). Se afirma que "...como resultado de la demanda internacional, el café fue en uno de los negocios más

lucrativos en Chiapas: su precio llegó a duplicar y hasta triplicar su costo de producción. Entre 1907 y 1910, la producción de café se duplicó de cuatro y medio a nueve millones de kilogramos; en ese mismo periodo se triplicó el valor de la producción.” (Zebadúa, *op. cit.*: 123), lo que confirma que fueron los negocios agrícolas aquellos con mayor expansión en el estado.

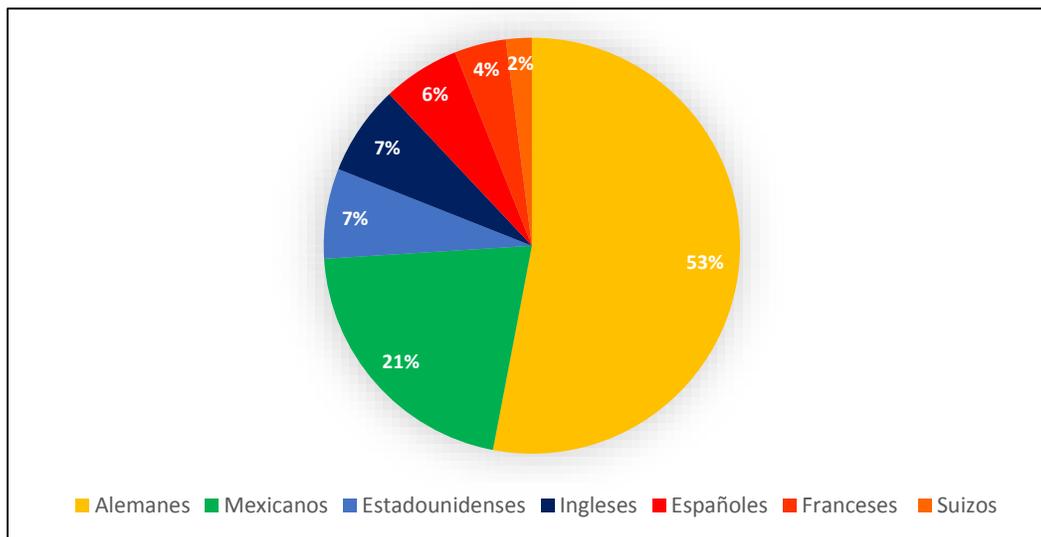
Las inversiones extranjeras llegaron a México en cantidades no vistas anteriormente durante la época del Porfiriato y el incremento en la producción e importancia del cultivo del café en el Soconusco hizo que esta región, que hasta entonces había estado separada del resto de Chiapas, se conectara a través de su actividad comercial. Poblados como Tuxtla Chico, Huixtla y Escuintla crecieron a partir de las riquezas generadas por la producción y venta del café, mientras que otros como, Unión Juárez, nacieron bajo estas mismas circunstancias; asimismo, Tapachula se erigió como la cabecera regional, pues en esta ciudad era donde se llevaban a cabo todas las transacciones comerciales (Zebadúa, *op. cit.*). Durante la primera mitad del siglo XX, el eje político se consolidó en Tuxtla Gutiérrez, la capital del estado, mientras que el eje económico se desplazó al Soconusco, debido a la producción de café.

Durante la década de los veinte, misma que siguió a la derrota de Alemania en la Primera Guerra Mundial, acontecieron cambios en la comercialización del café; la dificultad para el acceso a los mercados europeos, el endeudamiento de los mismos, y la ya mencionada derrota Alemania, fueron las razones de que se abrieran nuevos canales comerciales hacia Estados Unidos; no obstante, este no fue impedimento para continuar con el crecimiento económico de la región, ya que por el contrario, es en esta década cuando se consolida la economía cafetalera (Renard, *op. cit.*; López y López, *op. cit.*).

De esta manera, los alemanes adquirieron tierras, prestigio e importancia productiva en el Soconusco, y como se muestra en la figura 2.10, para el año de 1927 el 79% del café de la

región era producido por extranjeros y “...el grupo principal seguía siendo el de los alemanes, que formaba aun una colonia bastante cerrada.” (*Ibíd.*).

Figura 2.10 Soconusco: distribución de la producción cafetalera hacia 1927



Fuente: elaborado con base en Renard, 1993.

En esta etapa, uno de los finqueros alemanes con más propiedades en el Soconusco era Adolfo Giesemann, quien pasó a ser el propietario de las fincas El Retiro, Argovia, San Nicolás, Santa Fe, Santa Rita, Mexiquito, Chinincé y San Nicolás. Diferentes autores afirman que el señor Giesemann llegó a tener 800,000 hectáreas entre Guatemala y México (Rébora, 1982; López y López, 2008; Renard; 1993). Además de los Giesemann, los señores Keller, Kahle, Luttmann, Edelmann, Reinghagen, Pohlenz, Widmaier y Sonenman también fueron los dueños de las fincas más prósperas.

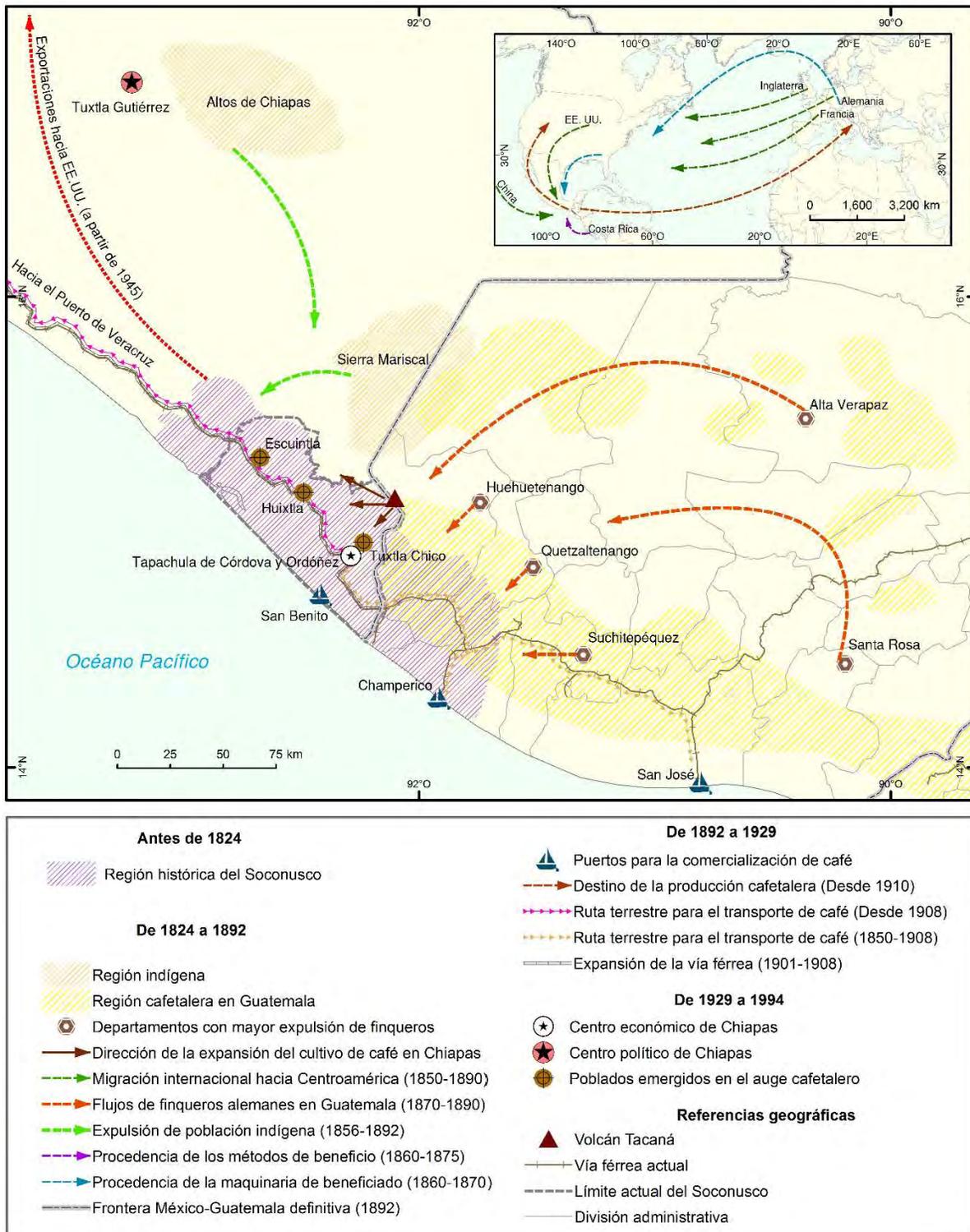
Esta etapa también abarca el periodo de la revolución mexicana y una parte de la reforma agraria. De la primera se puede decir que el Soconusco fue controlado por los carrancistas hasta 1920 y que ésta conoció una tranquilidad mayor a las demás regiones del estado, ya que la mayoría de los finqueros eran extranjeros, y eran ajenos a la contienda por el poder

entre mexicanos (Renard, *op. cit.*), además de que el café a diferencia del ganado, no era objeto de botín por parte de los soldados carrancistas, ya que era una mercancía más difícil de realizar.

De la reforma agraria, resalta que aunque desde 1915 las comunidades indígenas ya tenían los instrumentos legales para su defensa de la explotación y el acceso a la tierra, los finqueros y hacendados imposibilitaron una reforma agraria en el estado, hecho que provocó que en 1922 se fundara el Sindicato de Obreros y Campesinos de Soconusco, afiliado a la CROM, que exigía el cumplimiento de la Constitución en materia de condiciones laborales. Para responder al fortalecimiento de los trabajadores y defender sus intereses económicos, los finqueros se organizaron en la Asociación de Cafetaleros de Tapachula en 1927 (Renard, *op. cit.*; Zebadúa, *op. cit.*).

En atención a la problemática en la tenencia de la tierra, que generó la disputa por el territorio entre mexicanos y extranjeros, en 1925 fue prohibida la posesión de tierras por extranjeros dentro de la franja de 100 km a lo largo de las fronteras; sin embargo, ningún finquero del Soconusco fue molestado ni afectado por esta proclamación, no obstante, los hijos de los finqueros escogieron la nacionalidad mexicana de ahí en adelante (*Ibíd.*). La consolidación de la cultura productiva cafetalera finaliza con esta etapa, y las relaciones espaciales que la configuraron están representadas en la figura 2.11.

Figura 2.11 Soconusco: configuración histórica de la economía cafetalera



Fuente: elaborado con base en Damián, 1988; López y López, 2008; Renard, 1993; Tovar, 2004; Zebadúa, 1999.

V. Periodos de bonanza y crisis en la cafeticultura mexicana. Cambios en la cultura productiva del Soconusco (1929-1994)

Como parte de la Gran Depresión, en 1929 el precio de los principales productos de exportación, incluido el café, cayó drásticamente, situación que provocó el desempleo de muchos jornaleros, aunado a esto, trabajadores de Guatemala y El Salvador, expulsados por la crisis económica y la represión política en sus propios países, presionaron los salarios a la baja al competir con los jornaleros mexicanos (Zebadúa, *op. cit.*).

Años después, en el periodo de 1942 a 1946, la reforma agraria cardenista comenzó el reparto de 800 hectáreas del terreno de los finqueros alemanes en el Soconusco con cultivos de plantación y se dio el reconocimiento de derechos agrarios a cerca de 1600 peones. Se formaron ejidos sobre las propiedades de los Gieseman, Kahle, Widmayer, Pohlenz y Luttmann. Sin embargo, estas familias tenían otras grandes fincas en la Sierra Madre donde las nuevas políticas agrarias no se implementaron.

Aunque la reforma afectó la dimensión de las propiedades, no fue así con las instalaciones de los beneficios de café, que se mantuvieron como propiedad de los finqueros (López y López, 2008; Renard, 1993; Zebadúa, 1999).

Aunque se repartieron grandes extensiones de tierra a los campesinos de la región, y como consecuencia de esto, desde mediados del siglo XX el cultivo del café se volvió minifundista y campesino (González, 2008), los finqueros mantuvieron el control sobre ellos a través de dos mecanismos; el primero fue que los campesinos, al no contar con el sistema de beneficio, vendían el grano al precio que ponían los finqueros, al cual accedían por el riesgo de que el grano se echara a perder por fermentación; en segundo lugar y aunado a la razón anterior, muchas veces esa era la única forma de comercializar el grano, que les generaba

una ganancia extra porque se trataba de un producto de exportación (Renard, *op. cit.*). Un decreto presidencial de 1950 devolvió las fincas, a veces reducidas a la pequeña propiedad a sus dueños. Al poco tiempo los finqueros obtuvieron decretos de inafectabilidad que les devolvieron la confianza y con ella, regresaron también las inversiones.

El periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial fue favorable para los cafeticultores, y se trata del único en el que la demanda del grano superó a la oferta. Como respuesta a la lógica para el desarrollo nacional, se impulsó y fortaleció el sector agropecuario y con ello el cultivo del café, producto que se colocó como un cultivo estratégico nacional dentro de la balanza comercial: en 1975 el café era el primer producto agrícola exportable; en 1977 se convirtió en el primer producto generador de divisas (González, 2008; Renard, *op. cit.*).

El apoyo oficial a la cafecultura respondía asimismo a su creciente importancia en la economía del país, y fue el INMECAFÉ (Instituto Mexicano del Café) el órgano federal que aglutinó las actividades relacionadas al café mexicano. Este instituto fue el encargado de implementar las ideas de la revolución verde en México durante la década de los setenta, que tuvo como acción, la sustitución de los cafetales sembrados bajo la sombra de los árboles de la selva alta perennifolia, en el Soconusco, por monocultivos que requerían el uso intensivo de agroquímicos caracterizados por la poca o nula sombra, con el objetivo de sembrar el grano a gran escala (Muschier *et. al.*, 2006, en Altamirano 2013).

Y es a partir de 1989 que comienza un periodo de inseguridad para los productores, marcado por la caída gradual de los precios internacionales y la consolidación de las políticas neoliberales. Al respecto González afirma que "...a partir de 1985 el INMECAFÉ comienza un proceso paulatino de desincorporación y adelgazamiento de sus funciones..." (González, 2008.: 92). En esta crisis, cuyo fin se observa aproximadamente en 1994, son las agroindustrias transnacionales las que quedan con el dominio del sector.

Es así como el periodo que va de 1989 a 1994 marca la crisis del aromático y pone fin a esta etapa. Con ello, la mayor parte del sector, que tradicionalmente se había dedicado a la producción de café, busca otras alternativas para percibir ingresos ya que las pérdidas ascendieron a cuantiosas cantidades, y "...la disminución del ingreso real de los caficultores fue de alrededor de 70%..." (Olvera y Millán 1994 en González, 2008.: 98). Tal situación se interpreta a que este es un cultivo de países periféricos, países que son dependientes agrícolamente y que se encuentran subordinados a los intereses y dinámicas de aquellos con el control sobre la producción agrícola.

VI. El turismo rural como alternativa a la crisis económica: la finca Argovia como promotora de la Ruta del Café (1994-actualidad)

Como respuesta a los embates sufridos por la crisis, las fincas en el Soconusco buscaron alternativas para mantener sus ingresos. Entre las alternativas destaca la producción y certificación del café orgánico, que como consecuencia de una reforestación con las especies de la vegetación original, añaden valor al grano producido bajo un policultivo tradicional; la venta de flores ornamentales correspondientes al ámbito tropical, y el desarrollo de la actividad turística en estas fincas cafetaleras, cuyo atractivo se encuentra en la cultura productiva del café en la región y el paisaje tropical del que forman parte (Altamirano *et. al.*, 2011).

La actividad turística se complementa de las otras actividades utilizadas para la obtención de ganancias, y como muchas de las fincas en la región comparten las mismas características culturales y productivas. En el año 2006, a través de una propuesta hecha por la finca Argovia y finca Hamburgo, ambas de origen alemán, pusieron en marcha la etapa inicial de *La Ruta del Café*, proyecto turístico promovido por la SECTUR y por la Secretaría de Turismo de Chiapas que atrae turistas nacionales e internacionales (SDEM,

2016). Según Altamirano *et. al.* (2011) son trece las fincas cafetaleras que conformaron esta iniciativa: Argovia, Hamburgo, Chiripa, Violetas, Santa Rita, Lindavista, Perú-París, San Antonio Chicharras, Rancho Alegre, San Francisco, La Granja, Irlanda y La Lucha.

De las fincas mencionadas, destaca Argovia por ser la primera que se encuentra en el camino dentro de la ruta y por ser la que tiene la mayor capacidad de alojamiento (Beteta, 2016). En este lugar, además de conocer el área de beneficio, que incluye los sitios de cultivo, despulpe, fermentación, lavado, secado y tostado del grano, también se ha apostado por la apreciación de las flores y follajes característicos, como atractivos de la finca. A estas actividades, se suman aquellas consideradas como de aventura, entre las que destacan el montañismo, senderismo y rappel, aunado a la observación de aves tropicales, actividad hecha por visitantes más especializados (Martín, 2016; Solís, 2015).

Además de un alojamiento rústico, cuyo atributo fundamental es el aislamiento, y la oferta de platillos regionales y nacionales, el concepto *verde* también ha influido para su creciente popularidad pues cuenta con su propia planta hidroeléctrica y otra de tratamientos residuales, que en conjunto le otorgan a la finca los sellos internacionales: NOP, USDA, EU, JAS y Shade Grown, Rain Forest Alliance's ECO-OK y Smithsonian Bird Friendly (Altamirano *et al.*, 2011; Beteta, 2016; Martín, 2016; Solís, 2015).

Para 2014, Argovia fue reconocida por la Subsecretaría de Innovación y Desarrollo Turístico, dependiente de SECTUR, con el premio nacional a la categoría de turismo de naturaleza, y en 2015 con la misma distinción, pero ahora por la categoría de turismo de cruceros, ya que la finca es un punto importante dentro de los recorridos para los cruceristas que llegan a Puerto Chiapas, en donde también se planean rutas complementarias con la zona arqueológica de Izapa, el centro de la ciudad de Tapachula, la Barra de Zacapulco y el tour de chocolate artesanal en Tuxtla Chico (Aguilar, 2015).

2.3 Rasgos socioeconómicos

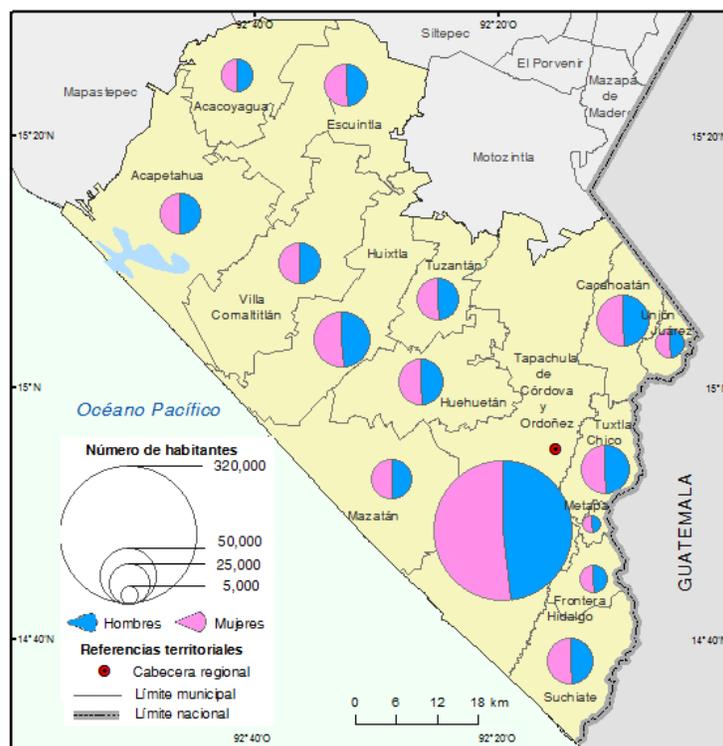
En relación con las condiciones del medio físico y el devenir histórico de la región, se configuran las características socioeconómicas que la describen actualmente. Con base en la exposición de características seleccionadas, la comprensión de la dinámica turística a nivel regional se vuelve más sencilla, pues las tramas que se tejen a mayores escalas posibilita una mejor comprensión de la singularidad. De esta manera, se muestran a continuación los rasgos más significativos de la región dentro del ámbito social y económico:

1. Características de la población

Tanto las cabeceras municipales como las localidades urbanas de mayor tamaño, se encuentran distribuidas en la zona donde se intersecta la llanura costera con la sierra, ya que es ahí donde los ríos ensanchan su cauce, situación que permite el desarrollo agrícola en la región.

La región tiene 710,716 habitantes de los cuales 51% son mujeres y 41% hombres (figura 2.12), de ellos un 56% vive en localidades mayores a 2,500 habitantes, consideradas como urbanas, mientras que el 44% lo hace en localidades rurales. La dispersión de la población es alta y se manifiesta en que, de las 2,062 localidades que tiene la región, son los municipios de Tapachula (320,451 hab.), que es la segunda ciudad más poblada en Chiapas después de Tuxtla Gutiérrez, y Huixtla (51,359 hab.) los que concentran cerca del 52% de la población total de la región (INEGI, 2010).

Figura 2.12 Soconusco: población total y composición por sexo, 2010



Fuente elaborado con base en INEGI, 2010

La marginación es uno de los términos que frecuentemente se utiliza en la definición de la vida de los chiapanecos, situación que se confirma con el cuadro 2.2, en el que se visualiza que todos los municipios se encuentran dentro de un grado de marginación de medio a alto. Uno de los elementos que utiliza el índice es la educación, de la que las estadísticas para la región refieren que el grado promedio de escolaridad es de 6.7 años; 7 años para los hombres y 6.4 para las mujeres, esta cifra se encuentra por debajo del promedio nacional que es de 9.1, y también está debajo del estatal, calculado por INEGI (2015b) en 7.2.

Cuadro 2.2 Soconusco: Índice y grado de marginación

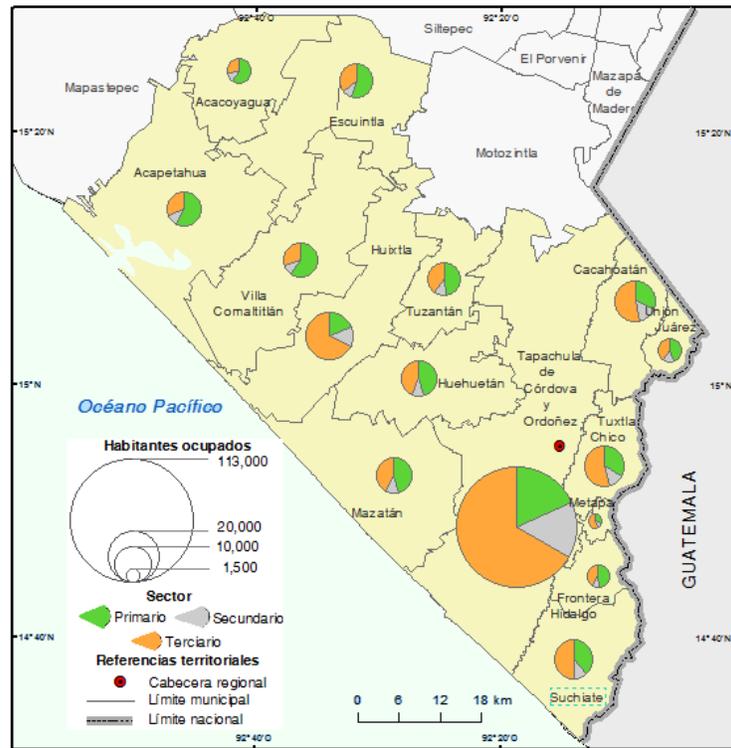
Municipio	Índice de marginación	Grado de marginación
Acacoyagua	0.38112	Medio
Acapetahua	0.86905	Alto
Cacahoatán	0.00620	Medio
Escuintla	0.53874	Alto
Frontera Hidalgo	0.44731	Alto
Huehuetán	0.72917	Alto
Huixtla	0.00498	Medio
Mazatán	0.75115	Alto
Metapa	0.08009	Medio
Suchiate	0.62229	Alto
Tapachula	-0.43726	Medio
Tuxtla Chico	0.33722	Medio
Tuzantán	0.74721	Alto
Unión Juárez	0.22010	Medio
Villa Comaltitlán	0.92301	Alto

Fuente: elaborado con base en CONAPO, 2010

La carencia social que presenta la región, se divide de la siguiente manera: el número de personas que no tiene seguridad social es 447,640 (62.9%), las que no cuentan con acceso a los servicios de salud suman 213,290 (30%), las personas que carecen de calidad y espacios en la vivienda ascienden a 194, 480 (27.3%), mientras que son 170,728 (24%) con rezago educativo y 148,427 (20.8%) con carencias en el acceso a la alimentación (CEIEG, *op. cit.*).

Por otra parte, la Población Económicamente Activa Ocupada (PEAO) es de 241, 256 personas, de las cuales el 30% se emplea en el sector primario, el 13% en el secundario, y el 55% lo hace en el terciario (Figura 2.13). Cabe señalar que, aunque no forma parte de las estadísticas oficiales, la población migrante se emplea frecuentemente dentro de los tres sectores, pero predomina su inserción en las actividades primarias, principalmente las agrícolas.

Figura 2.13 Soconusco: Población Económicamente Activa Ocupada por Sector de Actividad, 2010



Fuente elaborado con base en INEGI, 2010

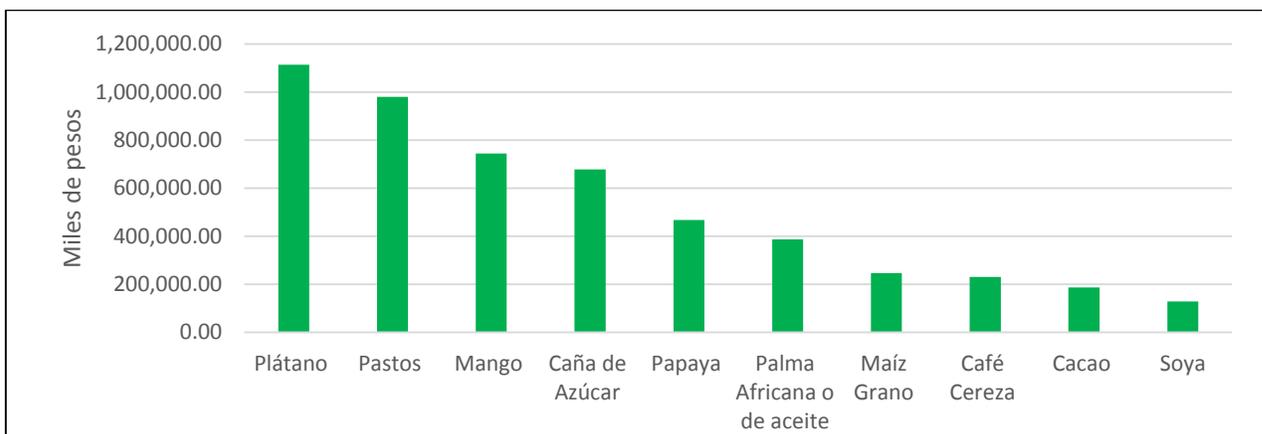
Para finalizar este breve esbozo de las características sociales, en donde se retoman también algunas de las dificultades a las que se enfrenta la población, la delincuencia también forma parte de ellas, y de la misma manera representa un rasgo estrechamente vinculado con la actividad turística. Se reitera que el Soconusco es una de las regiones más peligrosas del país. Esta afirmación se sostiene con el dato que arroja la Procuraduría General del Estado de Chiapas en 2013, en donde expresa que para ese año se cometieron 2,044 delitos en la región, lo que representa el 21% del total del estado, de los cuales cerca del 62% se consideraron como robo.

2. Características de las actividades económicas

El desarrollo de las actividades primarias es el que tiene mayor peso en la región, se contabilizan 51,173 unidades de producción para este sector. De la superficie que ocupa esta actividad en la región, INEGI (2014) señala que el 72.23% se destina a la agricultura y el 25.61% a la ganadería. Respecto a la tenencia de la tierra, es relevante señalar que el 51.07% de la región es propiedad de tipo ejidal, mientras que el 48.79% tiene el título de propiedad privada.

La actividad agrícola es la que tiene mayor dispersión en la región; en la sierra, el cultivo del café de altura es aun el cultivo dominante, mientras que en la llanura son las plantaciones de palma de aceite, mango, cacao, y caña de azúcar, las que predominan; el valor de cada cultivo se muestra en la figura 2.14.

Figura 2.14 Valor de la producción de los principales cultivos de la región en 2015



Fuente: elaborado con base en CEIEG, 2015.

La ganadería es extensiva y se desarrolla en las partes bajas de la sierra, la actividad pesquera se restringe a las lagunas costeras y al mar abierto: Acapetahua, Villa Comaltitlán,

Mazatán, Ciudad Hidalgo y Puerto Madero, son los principales centros dedicados a la captura de camarón, peces y crustáceos.

El sector secundario es el que tiene el menor peso en la región, se tienen contabilizadas 839 unidades económicas de esta actividad, las cuales generaron ganancias por 270.2 millones de pesos. El sector terciario registra 10,816 unidades productivas, las cuales generan ganancias por 416,358,000 pesos, cifra que pone a este sector por encima del primario.

El Gobierno del Estado de Chiapas (2013) señala que la actividad turística es un sector importante de la economía de la región. Refiere que en 2012, el turismo para la región registró una afluencia de 332,741 personas, de las cuales el 75.09% son turistas nacionales y el 24.91% son extranjeros. Es importante señalar que Tapachula también concentra la mayor proporción de aquellos servicios que se encuentran relacionados con la actividad turística como son las redes de transporte y los servicios de alojamiento, alimentación y bebida, además de que solamente es para este municipio de la región que se tiene información estadística para este sector; de esta manera, en los siguientes cuadros se muestra una comparación con los destinos turísticos más importantes por su afluencia de turistas e infraestructura en Chiapas.

En el cuadro 2.3, se observa a Tapachula como un destino que agrupa la menor cantidad de turistas recibidos anualmente en comparación con otros destinos turísticos al interior del estado; no obstante, en el periodo que se muestra se refleja un crecimiento del 22.2%, que supera a Tuxtla Gutiérrez (-5.62%) y a San Cristóbal de las Casas (4.65%), pero se mantiene por debajo del crecimiento de Palenque, con un 26.69%.

Cuadro 2.3 Chiapas: turistas anuales por destino turístico seleccionado

	2009	2010	2011	2012	2013
Tuxtla Gutiérrez	623,389	663,274	640,742	649,582	588,351
San Cristóbal de las Casas	657,361	603,766	741,554	717,094	687,947
Palenque	413,068	457,492	510,166	572,507	523,322
Tapachula	243,681	255,523	280,539	293,922	297,783

Fuente: elaborado con base en DATATUR 2015.

Tapachula tuvo un incremento de los cuartos disponibles del 4.55%, esta cifra está por debajo del crecimiento de las otras ciudades que muestra el cuadro 2.4, con crecimientos de 1 8.03%, 8.6% y 16.39%, respectivamente.

Cuadro 2.4 Chiapas: cuartos disponibles en destinos turísticos seleccionados

	2009	2010	2011	2012	2013
Tuxtla Gutiérrez	1,179,429	1,182,711	1,204,071	1,276,979	1,274,141
San Cristóbal de las Casas	1,107,094	1,104,785	1,104,139	1,144,107	1,202,397
Palenque	731,335	732,847	831,838	849,087	851,225
Tapachula	637,171	664,309	663,847	664,743	666,219

Fuente: elaborado con base en DATATUR, 2015.

Uno de los datos que cobra relevancia dentro de la planeación turística, es la cantidad de turistas extranjeros que llegan anualmente al lugar (cuadro 2.5). En este caso, Tapachula tiene el tercer lugar después de San Cristóbal de las Casas y Palenque, con el número de extranjeros que visitan el lugar. Esta situación se debe principalmente a que desde el 2006, con la apertura de la terminal de cruceros en Puerto Chiapas, este sitio se convierte en un punto de escala dentro del recorrido que hacen los cruceros por Centroamérica.

Cuadro 2.5 Chiapas: turistas extranjeros en destinos turísticos seleccionados

	2009	2010	2011	2012	2013
Tuxtla Gutiérrez	20,667	20,736	21,641	21,044	24,336
San Cristóbal de las Casas	144,854	123,487	133,039	103,995	101,214
Palenque	86,052	73,443	93,770	80,269	79,193
Tapachula	53,924	72,413	64,900	55,817	51,012

Fuente: elaborado con base en DATATUR, 2015.

A nivel estatal, las inversiones en infraestructura han facilitado la accesibilidad de flujos de personas y mercancías al estado. Por un lado, la construcción de la carretera de Chiapas-Veracruz en el año 2012 que facilita el acceso a Tuxtla Gutiérrez, Chiapa de Corzo, y San Cristóbal de las Casas; la construcción del aeropuerto internacional en Chiapa de Corzo en 2006, y la remodelación de Puerto Chiapas, también en 2006, han fortalecido las relaciones con el resto del territorio nacional.

Los datos anteriores corroboran que a pesar de que Chiapas pertenece a uno de los programas nacionales de turismo más importantes en México, que es Mundo Maya, del que forman parte también Tabasco, Campeche, Yucatán y Quintana Roo, el desarrollo de las actividades turísticas no tiene una distribución homogénea dentro de todo el estado, y lo mismo sucede al interior de la región, en donde Tapachula se posiciona como el principal proveedor de servicios turísticos. Derivado de que no hay grandes inversiones públicas y privadas para el desarrollo de la actividad turística en la región, las modalidades de la actividad turística se asocian al turismo alternativo.

El gobierno de Chiapas (2006) afirma que en la región hay muchos atractivos susceptibles de ser recursos turísticos y otros que ya se ofertan como tal en la actualidad, pero de manera real solo pocos aquellos que realmente se utilizan como tal. Este hecho se puede afirmar en el sitio *web* de turismo del estado, en donde reconocen como lugares de atracción: las fincas cafetaleras de la Ruta del Café, el volcán Tacaná, el casco urbano de

la ciudad de Tapachula, la zona arqueológica Izapa, la Reserva de la Biosfera “La Encrucijada”, Puerto Chiapas y Playa Linda.

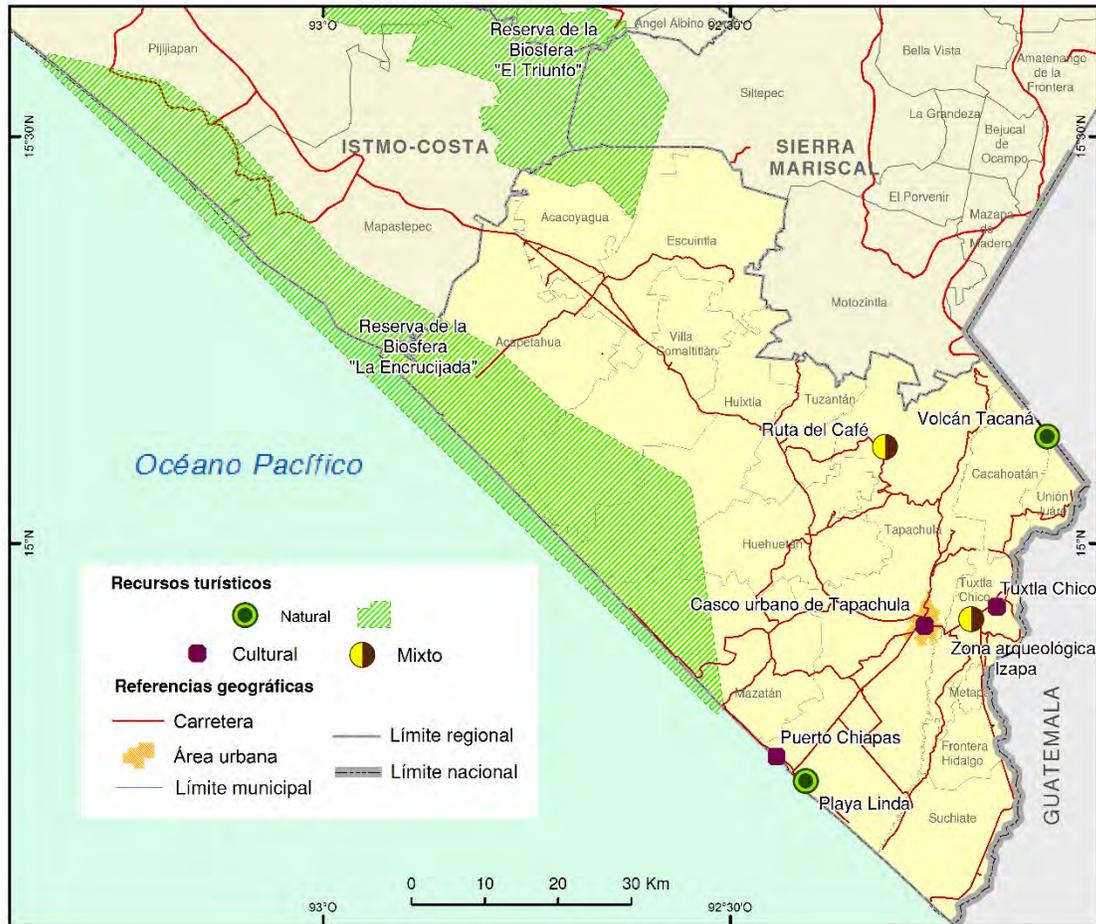
Como se observa en la figura 2.14, la distribución de los sitios con mayor incidencia turística no comprende la totalidad de los municipios que conforman la región, pues estos se concentran en su mayoría en el municipio de Tapachula. Cabe señalar que la relación de la cabecera municipal con el municipio contiguo de Tuxtla Chico es muy estrecha, pues la distancia entre ambos es de tan solo 15 km, situación que hace posible que el acceso a la zona arqueológica de Izapa no tenga tantas trabas.

Por el tipo de recurso que representa cada sitio, se identifica que su naturaleza se asocia con aquellos que son totalmente naturales como es el caso de “La Encrucijada” y el volcán Tacaná, y aquellos de índole más cultural como Izapa y la Ruta del Café, que combina ambos elementos. En función de esta división, que retoma al patrimonio cultural y natural, el gobierno del estado (2006), reconoce los siguientes segmentos: sol y playa, ecoturismo, aventura, turismo comunitario, turismo cultural, y en residencias históricas y rurales.

De esta manera, los recursos señalados con anterioridad, son vistos como un nicho de oportunidad para el turismo de cruceros, que es al que mayor apoyo se le brinda actualmente, por la cantidad de turistas internacionales que atrae anualmente a la región. Sin embargo, la derrama económica que deja solamente beneficia a los actores relacionados directamente con los lugares que promueven las operadoras turísticas, los cuales coinciden con los mostrados en la figura 2.15. Además del acceso a la región por vía marítima, el acceso a través del Aeropuerto Internacional de Tapachula, también se visualiza como importante para el turismo, a través de la conexión que tiene con la Ciudad de México. Para ambos casos, se vuelve atractivo y se promueve un turismo cuyas

actividades empalmen con las actividades tradicionales de la región aunado a los servicios turísticos que se puedan ofertar.

Figura 2.15 Soconusco: localización de la oferta turística



Fuente: elaborado con base en CONANP 2010a; CONANP 2010b; INEGI, 2015a; Turismo Chiapas, 2015.

Capítulo 3

Dinámica regional del turismo en la finca Argovia

En este capítulo, se explican las particularidades del turismo en la finca Argovia como parte de la Ruta del Café en Chiapas y como uno de los principales destinos de la región para el turismo de cruceros. Posterior a la contextualización regional de la finca, se expresa la dinámica que tiene Argovia como empresa rural diversificada, donde la cafecultura, la floricultura y el turismo representan los ejes de su desarrollo económico.

Para finalizar, se exponen las características del turismo en la finca y las relaciones espaciales que tiene la actividad, no solo los asociados a los flujos de turistas, sino que se explican todos aquellos vínculos que posibilitan el desarrollo de la actividad, tal y como es llevada a cabo actualmente.

3.1 Estrategias metodológicas

Los resultados que se muestran en esta parte de la investigación fueron obtenidos a partir de un diseño de investigación mixto; por una parte, se emplearon estrategias cualitativas (entrevistas formales e informales, observación participante y análisis de grupos sociales) para obtener datos que permitieran comprender la dinámica de diversos componentes del espacio que no se consideran comúnmente dentro de las estadísticas o informes oficiales pero que son necesarios para entender el desarrollo del turismo en la finca Argovia, así como el alcance regional, el comportamiento de los visitantes, la percepción que ellos tienen del lugar y la imagen que se oferta.

Por otra parte, se usaron técnicas cuantitativas (gráficos y matrices de datos) para corroborar parte de la información obtenida a través de los métodos cualitativos y para hacer

un análisis de otros procesos relacionados con la afluencia y periodicidad del turismo, como la ocupación habitacional, los insumos requeridos para su funcionamiento y el personal ocupado, el origen de los visitantes, entre otras relaciones de corte económico a nivel local, regional e internacional. A continuación, se explican los pasos metodológicos seguidos para la investigación:

I. Revisión y recopilación de bibliografía

Para proceder con la elaboración del presente capítulo se hizo una selección de información relevante que permitiera contextualizar el desarrollo de la actividad turística en la región del Soconusco, así como de la información que abordara las actividades económicas que sostienen a la finca Argovia, en donde destaca la dinámica turística.

Al ser un tema de que no ha concentrado en gran medida el interés de la literatura especializada de distintas disciplinas relacionadas con el turismo, la búsqueda se hizo principalmente a través de dos vías en cuanto a medios electrónicos, la primera que fue la página de TripAdvisor que brinda referencias importantes sobre la experiencia del turista en el sitio y un esbozo general de su perfil; la segunda vía es la que concentra a las redes sociales Facebook y Twitter, cuya exploración permite identificar cuáles son los elementos principales que construyen la imagen del lugar, cuyo valor es fundamental para la movilización del turista.

II. Trabajo de campo en la zona de estudio

Fueron dos los viajes que se realizaron a la zona de estudio con el fin de identificar los rasgos relevantes que distinguen el desarrollo de la actividad turística en el lugar.

El primero se llevó a cabo en el mes de noviembre de 2015, durante los días 13, 14, 15 y 16, y fue este viaje el que sirvió para un primer reconocimiento del territorio que comprende el área de estudio. A través de la observación participante, como turista, y un primer

acercamiento con los actores principales que coordinan la dinámica turística en la finca se pudo hacer un primer esbozo de la actividad.

Durante el segundo trabajo de campo, realizado del 24 al 31 de agosto del 2016, fue posible la adquisición de datos cuantitativos referentes al alojamiento y a la temporalidad de la afluencia de turistas, pues se hicieron entrevistas abiertas con personajes clave dentro del desarrollo del turismo: el Chef Arturo Cervantes, gerente del área de alimentos y bebidas, y el Ing. Bruno Giesemann, dueño de la finca.

Por otra parte, después de la obtención de información cualitativa y cuantitativa dentro de la finca se indagó en otros lugares que proporcionaron información complementaria a la ya obtenida.

- a) Agencias de viaje y hoteles. Se visitaron las agencias de viaje y los hoteles del centro de Tapachula, con el fin de identificar si hay un reconocimiento de la finca por parte de los sitios que fungen como los receptores inmediatos de los turistas en la región del Soconusco, así como para conocer hasta donde llega la promoción de ésta.
- b) Administración Portuaria Integral de Puerto Madero. Con esta visita se pudieron recolectar datos sobre la afluencia de cruceros en el periodo 2014-2015, a través de una entrevista con la Lic. Iris Abadía Alférez, jefa del departamento de comercialización.
- c) Terminal de cruceros de Puerto Chiapas. Representa un punto estratégico para la conexión con la finca, por la cantidad de turistas extranjeros que envía.
- d) Principales sitios turísticos en el Soconusco. Después de haber identificado los lugares que promociona el turismo de cruceros, reconocidos como los más importantes, éstos fueron visitados con la finalidad de conocer la complementariedad que tienen con la finca.

- e) Delegación Regional de Turismo, Zona III Soconusco. Se realizó una entrevista con el Lic. Tomas Hau Velázquez, encargado de gestionar y coordinar la actividad turística en la región para conocer la dinámica regional del turismo en esta región administrativa de Chiapas, donde la Finca Argovia tiene un sitio importante.
- f) Oficina de los Diversificados Argovia. En esta visita, se pudo indagar sobre la diversificación rural que tiene la finca, a través del conocimiento de los productos y servicios que oferta.

III. Elaboración de cartografía, cuadros y figuras

A partir de la información obtenida en el trabajo de campo y después de su clasificación, procedió la elaboración de cuadros y figuras que permitieran exponer las características del turismo rural en la finca, así como las relaciones espaciales que sostiene con otros lugares.

3.2 Contexto regional de la actividad turística

En la región del Soconusco, existen elementos de índole natural y cultural susceptibles de ser reconocidos como recursos turísticos. De éstos, son solamente algunos los que se promocionan a nivel regional, estatal e inclusive nacional, y son los mismos que aparecen en la oferta turística de la región. Con la revisión de las paginas oficiales de turismo, y en palabras del Lic. Tomas Hau Velázquez, se identifica la concentración de los destinos turísticos en torno a la cabecera regional, la ciudad de Tapachula de Córdova y Ordóñez.

Cabe señalar que, aunque la oferta turística en el estado de Chiapas está orientada a promocionar aquellos lugares en el norte de Chiapas como son Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas y la zona arqueológica de Palenque, el desarrollo de la infraestructura en otros puntos ha favorecido la afluencia de personas en otros lugares dentro del mismo estado.

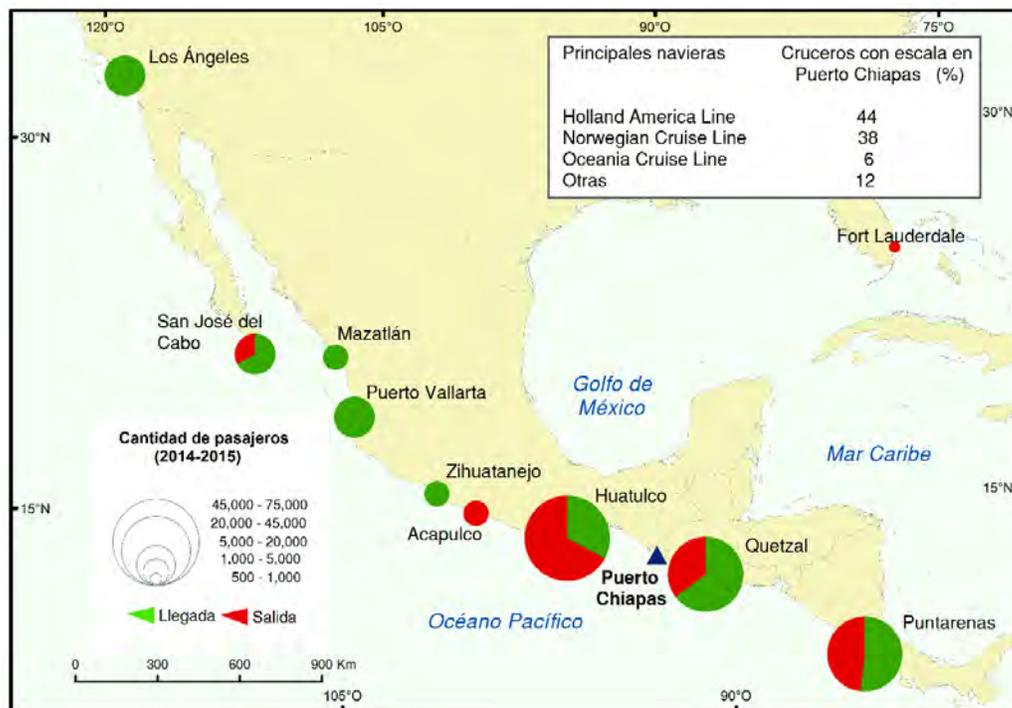
Ejemplo de esta situación es el comienzo de la modernización de Puerto Chiapas en 2004, antes Puerto Madero, que repercutió en la prolongación de 450 metros de la escollera oriente, la construcción de un muelle de 250 metros, y la creación del Centro Integral de Atención a Cruceros (CIAC) en 2005. Fue en febrero de 2006 cuando, con la llegada del buque "The World", el arribo de cruceros se incrementó hasta llegar a ser actualmente el sector del turismo en la región que más apoyo recibe del gobierno estatal y federal.

A partir de entonces, la organización y gestión de actividades vinculadas con el turismo, que se hace desde el nivel gubernamental, dispone y promociona los sitios en función de su complementariedad con el itinerario y procedencia de cada crucero, lo que privilegia a aquellos lugares cuya singularidad se percibe como mayor. La conexión de Puerto Chiapas con otras ciudades se observa en la figura 3.1, en la cual se hace manifiesta la relación estrecha que se mantiene con los puertos de Huatulco en México, Quetzal en Guatemala y

Puntarenas en Costa Rica. De la misma forma, aunque con porcentaje menor de turistas, se encuentran otros puertos nacionales, y dos en EE. UU.

Según los datos proporcionados por la Administración Portuaria Integral de Puerto Madero, entidad federal encargada de la administración de Puerto Chiapas, en los años 2014 y 2015, arribaron 54 cruceros al puerto, que transportaron a 89,051 personas durante los dos años. De este dato, destaca que las rutas que transportan a la mayor cantidad de pasajeros son las de Huatulco-Puerto Quetzal con el 29.6% del total de los pasajeros, Huatulco-Puntarenas con 26.3%, Puntarenas-Huatulco con 18.4%, Puerto Quetzal-Huatulco con 8.8% y Puntarenas-Puerto Vallarta con el 4%. De las navieras que operan en dichas rutas, Holland America Line (HAL) y Norwegian Cruise Line (NCL) son las que concentran al mayor número de cruceros con un porcentaje de 42.59% y 37.03%.

Figura 3.1 Puerto Chiapas: conexión portuaria a través del turismo de cruceros



Fuente: elaborado con base en trabajo de campo, 2016.

La mayor cantidad de turistas extranjeros que llegan a la región lo hacen a través del puerto, principalmente en los cruceros que van de Fort Lauderdale en Florida a Los Ángeles en California, ya que además de los estadounidenses cuyo porcentaje es mayor, esta ruta también alberga una porción ocupada por turistas provenientes del continente europeo. De esta manera, durante la temporada de cruceros, que va de septiembre a mayo, se genera una dinámica diferente en torno al turismo de cruceros, en donde las operadoras turísticas captan a las personas que viajan en el barco, con la finalidad de guiarlas hacia los sitios de interés, para así captar una ganancia durante el lapso en el que el turista se mueve para conocer la región.

Crucero Tour S.A. de C.V, Explora Caribe Tours S.A de C.V, Exytur Irlanda Viajes S.A de C.V y Nativo Tours son las operadoras turísticas que tienen el mayor control de la actividad turística en Puerto Chiapas. Entre los acuerdos y convenios que tienen, se encuentra la visita a cada uno de los destinos turísticos, con preferencia o inclinación por cada uno de ellos con base en el tiempo que el barco arribe en el puerto.

Los principales atractivos de la región sustentan su importancia en el interés que tienen para el turista y su accesibilidad respecto a los principales nodos de articulación: Puerto Chiapas, descrito anteriormente y el Aeropuerto Internacional de Tapachula, este último que se conecta únicamente con la Ciudad de México a través de los vuelos comerciales ofertados por Aeroméxico y Volaris. Con base en la oferta turística que aparece en las páginas oficiales y la información brindada en la Delegación Regional de Turismo, Zona III Soconusco, los sitios de mayor importancia para la dinámica turística en la región se pueden dividir en tres: los recursos naturales, los culturales y aquellos que son mixtos.

En los naturales está el Volcán Tacaná, estratovolcán activo, que abarca una porción de los municipios de Tapachula, Cacahoatán y Unión Juárez; Playa Linda en el municipio de Tapachula, que a pesar de no contar con infraestructura hotelera y pocos servicios

vinculados a la actividad turística, se trata de la playa más visitada en toda la extensión que ocupa la costa de la región, y los manglares que se consideran como parte de la vegetación con mayor representación para la región. Aunque los manglares se distribuyen alrededor de toda la costa, es la Reserva de Biósfera La Encrucijada, la que tiene mayor promoción y en donde existen servicios para la atención del turista.

En los recursos culturales cabe La Ruta del Chocolate de Tuxtla Chico, que más allá de ser una ruta, se trata de una explicación sobre la elaboración artesanal del chocolate en alguna de las casas donde se lleve a cabo este proceso; generalmente, las operadoras turísticas llegan a un acuerdo con algunos de los actores locales inmersos en la actividad, proporcionándoles después parte de las ganancias obtenidas por los tours. Como complemento del tour, también se hace un recorrido por el centro del mismo municipio, donde la iglesia de Santa María de Candelaria se vuelve la edificación de mayor interés. En esta categoría también cabe la misma terminal de cruceros, en la que se agrupan una serie de servicios que pretenden incluir a los alimentos y artesanías más representativas de Chiapas.

De la misma forma, el casco urbano de la ciudad de Tapachula, por la carga histórica que conlleva su apreciación, se oferta como uno de los puntos importantes para la comprensión del desarrollo histórico de la región, en el que la observación de los edificios antiguos es la finalidad del recorrido. Los sitios que se explican se concentran en el cuadro central de la ciudad, en torno al Parque Central Miguel Hidalgo y la Plaza de Armas, entre los que se ven como más significativos, el Antiguo Palacio Municipal, el Museo Arqueológico del Soconusco y la Iglesia de San Agustín, aquellos edificios con valor en la explicación para el turista.

Los recursos mixtos, llamados así por la complementariedad que tiene la parte física y cultural del entorno, se observan en dos sitios; el primero es la zona arqueológica de Izapa,

ubicada en el municipio de Tuxtla Chico, contigua a la carretera federal número 200, la cual conecta a Tapachula con el municipio de Cacahoatán. Izapa concentra los restos de un centro ceremonial que se intercalan con las plantaciones actuales en la región, en donde la observación de las estelas grabadas con escenas religiosas, basamentos escalonados y pirámides son el centro de atención del visitante.

Dentro de esta clasificación también se encuentran las fincas que conforman a la Ruta del Café, que engloban los elementos históricos adquiridos en el devenir de una economía cafetalera, junto con el paisaje que les rodea. Aunque la mayor porción de la zona montañosa de la región se encuentra ocupada por fincas productoras de café, son solamente algunas de las que se encuentran en el municipio de Tapachula aquellas que ofertan diferentes servicios turísticos. En palabras del delegado Tomas Hau (trabajo de campo, 2016), son "...Izapa junto con la Ruta del Café, aquellos sitios en que concentra principalmente el interés de visitantes y turistas, nacionales y extranjeros, que se han visto como punto obligatorio en la visita a la región".

Después de abordar la importancia que tiene el turismo de cruceros para la promoción de sitios específicos de la región, a continuación se explica la configuración de la Ruta del Café como destino turístico, ya que este es el principal código de promoción del que hace uso Argovia en su reconocimiento como destino cultural y natural.

La Ruta del Café hace referencia a un proyecto turístico, que parte de la iniciativa privada y que se ha consolidado con el apoyo del gobierno municipal y estatal. A diferencia de las otras rutas que tienen por objetivo, mostrar el cultivo y procesamiento del café, como actividades fundamentales para la articulación de la vía campesina como es en el caso de Veracruz y Oaxaca, en Chiapas la dinámica es diferente. Se trata de incentivar a las personas para que visiten las fincas cafetaleras de la región, donde lejos de explicar el papel del café dentro de la reproducción social del campesinado, se hace énfasis en la

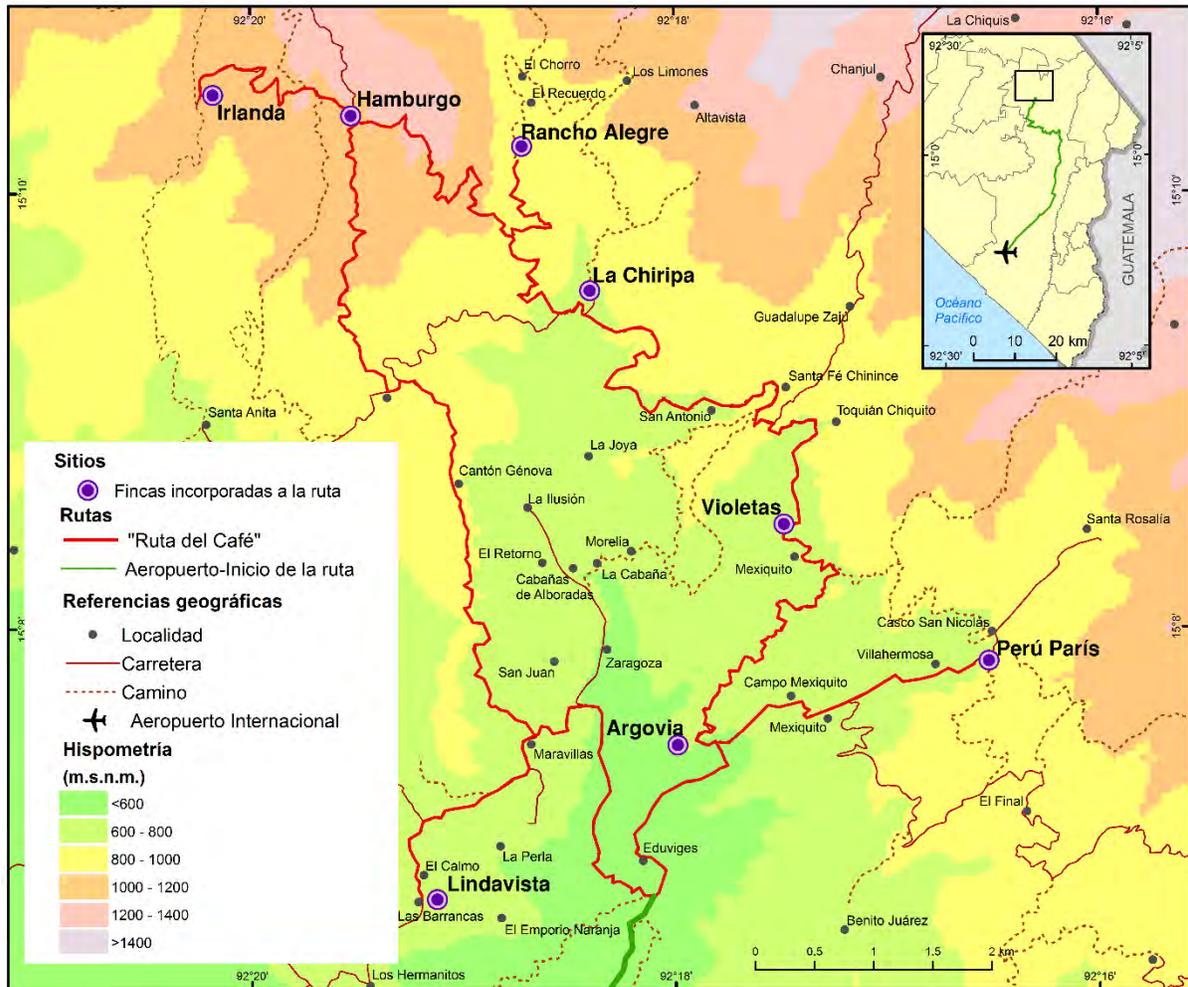
historia de las fincas, la cual está totalmente influenciada por las características propias de los migrantes europeos durante el siglo XIX.

Dentro de estas características, es el tipo de edificaciones que se tiene junto con el procesamiento y comercialización del café, aquellas que se priorizan en la ruta. No obstante, las actividades de la diversificación rural han ocupado también, un nicho que caracteriza su oferta. Sumado a lo anterior, es el servicio de alojamiento la mayor diferencia con otros sitios en los que se explica el procesamiento del grano.

En el año 2006, se dio inicio a la primera etapa del proyecto, de esta manera, todas las fincas cafetaleras localizadas en el camino que va de finca Argovia a finca Irlanda, acordaron desarrollar la infraestructura para atraer turistas a la región cafetalera (Figura 3.2). Las fincas inscritas en esta primera etapa fueron Hamburgo, Chiripa, Argovia, Violetas, Santa Rita, Lindavista, Perú-París, San Antonio Chicharras, Rancho Alegre, San Francisco, La Granja, Irlanda y La Lucha. Aunque todas las fincas mencionadas cuentan con un beneficio de café, fueron solamente dos, Argovia y Hamburgo, las que aumentaron la infraestructura con la finalidad de generar una ganancia mayor a la que se podía obtener a través de la explicación del procesamiento del grano.

Tanto Hamburgo como Argovia cuentan con habitaciones para el alojamiento de máximo 30 personas en la primera y 50 en la segunda, con precios que oscilan entre 1,780 y 3,400 pesos mexicanos por noche para el caso de Hamburgo y entre 1,908 y 3,409 para Argovia, de acuerdo con el tipo de habitación que se requiera. Ambas cuentan también con el servicio de alimentos y bebidas, en un restaurante acondicionado para recibir alrededor de 70 personas cada uno. A estos servicios se añaden los tours de café y el de flores, además del spa y una tienda de *souvenirs*.

Figura 3.2 Ruta del Café: localización de las fincas cafetaleras con mayor promoción



Fuente: elaborado con base en trabajo de campo, 2016 e INEGI, 2010.

Con la información anterior, se pone en evidencia la similitud de servicios que existe entre ambas fincas, en las que el precio y tipo de estos, son los factores que distinguen al tipo de visitante que llega para consumirlos. A la idea anterior se añade que ambas son acreedoras de varios premios o distinciones que les han sido otorgadas por diferentes actores, entre las que se encuentran: el distintivo *H* (Secretaría de Turismo y Secretaria de Salud) y el *M* (Secretaría de Turismo), el sello *México Chiapas Original* (Iniciativa privada) y el reconocimiento como *Tesoro de Chiapas* (Secretaría de Turismo).

No obstante a la coincidencia entre las dos fincas, el delegado de turismo en el Soconusco y el Ing. Bruno Giesemann, dueño de la finca Argovia, sostienen que la cantidad de visitantes y turistas es muy superior en Argovia, dada la circunstancia del acceso. La Ruta del Café, como se muestra en la figura 3.2, se encuentra en la porción norte del municipio de Tapachula y se conecta con la ciudad mediante la carretera a Nueva Alemania/Chiapas 229, que se encuentra ininterrumpida hasta finca Hamburgo, pues después de ésta, solo hay tramos construidos que se encuentran de manera intermitente. Aunque la distancia lineal entre el inicio y el final de la ruta es de 7 km, el tiempo que se ocupa para ir a Hamburgo es una hora más, sumada a la hora y media aproximada que se ocupa en llegar desde el centro de Tapachula. El continuo aumento de la elevación conforme se avanza en la ruta, así como la sinuosidad del trayecto, añaden tiempo al recorrido que inicia aproximadamente en los 600 m.s.n.m. y finaliza en los 1,300 m.s.n.m..

De esta manera, son las características del relieve las que condicionan el acceso a la Ruta del Café, por el tiempo que se ocupa en recorrer un trayecto que podría describirse como serpenteante; sin embargo, las condiciones de acceso, también se vuelven un factor de atracción importante, por la lejanía que implica llegar hasta estos sitios. Para el caso especial de cruceristas, el tiempo es fundamental, pues elaboran un itinerario en función de las horas que el barco arribe en Puerto Chiapas, en donde casi siempre queda descartada la posibilidad de llegar hasta las fincas ubicadas en la porción final de la ruta. Así, la visita hacia la ruta del café que se oferta a nacionales y extranjeros, generalmente está arreglada entre las operadoras turísticas y la parte de la administración que se encarga de gestionar las visitas al lugar, en donde generalmente se toma únicamente el tour del café.

3.3 Diversificación de actividades económicas

Como se mencionó en la última etapa geohistórica del capítulo anterior, la diversificación de las actividades productivas fue una de las consecuencias que tuvo la caída internacional de los precios del café. A partir de este momento fue que se buscaron otras actividades para la obtención de ingresos. En este punto, se advierte que el conocimiento de las condiciones físico-geográficas de la región es lo que motiva la implantación de nuevas actividades como son aquellas asociadas a la floricultura y al turismo, que complementan a la producción de café, que es la de mayor antigüedad en el espacio y que mantiene una producción constante. La consolidación de las actividades primarias, y su uso como recurso turístico se vieron influenciados por otros hechos que describe este subcapítulo.

Las propiedades de la familia Giesemann se organizaron espacialmente entorno a la producción de café durante el siglo pasado, donde las grandes extensiones en la propiedad de la tierra fueron el distintivo espacial que conservan hasta la actualidad aquellas fincas pertenecientes a la familia: finca Argovia, Santa Rita, Isabel, Violetas y Eduviges. En estas fincas, la producción de café nunca cesó, más bien, fue el uso de nuevos instrumentos aquello que le dio la oportunidad de seguir con la comercialización de café hacia mercados estratégicos. El instrumento principal usado en esta nueva dinámica comercial, fue el uso de los certificados orgánicos en el cultivo del grano, característica que hizo posible el aumento del valor agregado a los productos. Entre las certificaciones que tiene el café producido, sobresalen las que hacen: NOP/USDA (National Organic Program), JAS (Japanese Agricultural Standard) y Bird Friendly Coffee (Figura 3.3). Este proceso de certificación se mantiene y promueve desde hace dos décadas.

Durante los primeros años de la década de los noventa, época en que se hicieron evidentes los estragos de la crisis, Bruno Giesemann, ingeniero agrónomo de profesión, evaluó la posibilidad de implementar actividades de floricultura en sus propiedades, así que partió

hacia Costa Rica para conocer algunas experiencias en las fincas cafetaleras que habían incorporado la producción de flores tropicales. Al conocer los detalles de la organización en el espacio que requería aplicar dentro de sus propiedades, y con la finalidad de mantener la selectividad que desde entonces había caracterizado a la región, procedentes de Veracruz, llevó a la región, flores del género neotropical *Anthurium*, consideradas como flores exóticas en el mundo por tratarse de especies tropicales y subtropicales de Centroamérica y Sudamérica (Figura 3.4). A partir de ese momento, la cantidad de especies tropicales sembradas ha aumentado, ya que actualmente además de flores, los follajes y las plantas de ornato están distribuidos en Argovia, que es la finca que concentra los viveros y las áreas dedicadas a la reproducción de estas plantas.

Figura 3.3 Certificación orgánica del café producido por la finca Argovia



Figura 3.4 Viveros para la producción de anturios



Fuente: trabajo de campo, 2016

La última actividad en que se diversificó la finca fue el turismo. Hacia 1998, los dueños de Argovia, visitaron exhibiciones de agroturismo en EE.UU y Europa, para conocer cuáles eran las formas en que la actividad agrícola podría ser aprovechada como un atractivo de interés turístico. Así, fue como en los años inmediatos, se probaron las áreas susceptibles de interés, el contenido y los recorridos hechos durante los tours con personas que llegaban de manera ocasional a conocer las peculiaridades de aquella región cafetalera reconocida por ser propiedad de los descendientes de migrantes alemanes.

De manera casi simultánea, en 2005, el restaurante y algunas cabañas fueron abiertas al público que tuviera la intención de visitar la región; sin embargo, durante los primeros días del mes de octubre del mismo año, la llegada del huracán Stan impactó la región de Centroamérica, incluidas las áreas de Veracruz y Chiapas en territorio mexicano. Las localidades inmersas y cercanas a la Sierra Madre del Sur en Chiapas se vieron severamente afectadas por la cantidad de ríos desbordados y movimientos de remoción en masa que originaron las intensas precipitaciones. Fue entonces que Argovia, quedó incomunicada por vía carretera, hecho que paralizó la realización de la actividad turística para el lugar.

Superada la situación de emergencia, el turismo en la finca fue incentivado nuevamente, lo que atrajo a un número mayor de personas. Durante esta transformación, en donde la finca pasó de concentrarse únicamente en la producción y comercialización de café, hasta su inserción en la producción y venta de flores, así como la implementación de la actividad turística, es que se puede hablar de Argovia como una empresa rural diversificada. En este sentido, la finca se encuentra inmersa dentro de las actividades empresariales llevadas a cabo bajo dos razones sociales: Diversificados Argovia S.A de C.V y Río Cuilco (Cuadro 3.1).

Argovia, como empresa rural, es un ejemplo de la lógica de la diversificación que revisan Viladomiu y Rosell (s/f), autores que clasifican las líneas de diversificación en:

- La incorporación de valor añadido a un producto agrario, servicio o cualquier tipo de producción realizada por la empresa rural. Se acompaña de la búsqueda de la diferenciación del producto y normalmente de un esfuerzo de calidad.
- El uso alternativo del suelo en donde el acondicionamiento de las edificaciones para ser convertidos en alojamientos turísticos es la situación más difundida.

- El suministro de servicios variados que cubre la empresa rural. Parte de estos son complemento de la oferta turística.

Como se observa en el cuadro 3.1, la cantidad de productos que oferta Argovia es numerosa, situación que no ha representado una dificultad en el emplazamiento de las actividades al interior de la finca, por el contrario, todas ellas se han utilizan como complemento y atractivo de la actividad turística. En función de las actividades de la diversificación se entienden las características espaciales del emplazamiento, que para este caso no se pueden ver como una competencia por el espacio, sino como un complemento en el escenario rural.

Y es a partir de las prácticas recreativas y la actividad turística desde donde se puede vislumbrar todo el espectro de la diversificación: la producción de café y flores como centro de atención en los tours, mientras que las conservas hechas por la misma empresa, tienen el lugar central dentro de la tienda de souvenirs (Figura 3.5). De esta manera, es que todas las actividades tienen su punto de coincidencia en el nicho generado por Argovia Finca Resort, que es como se le denomina de manera oficial al hotel.

Cuadro 3.1 Finca Argovia: líneas de diversificación

Empresas pertenecientes a la familia Gieseemann	
Diversificados Argovia S.A de C.V.	Río Cuilco
<p>Argovia Finca Resort</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hotel • Restaurante-Bar • Tour de café • Tour de flores • Tour de mirador • Spa • Temazcal • Eventos <p>Café</p> <p>Conservas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mermelada de carambola • Chiltepín • Cardamomo • Chile pepita • Vainilla 	<p>Flores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Heliconias • Colgantes • Musas • Gingers • Anturios • Otras <p>Follajes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Palmas • Dracaenas • Cordilíneas • Otros <p>Ramos de flores</p> <p>Plantas de ornato</p> <ul style="list-style-type: none"> • Palmas • Agaves, beucarneas, y otras • Herbáceas para setos • Programables <p>Semillas</p> <p>Rizomas</p> <p>Composta</p> <p>Piedras</p> <p>Servicios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento, diseño y construcción de jardines • Instalación de sistemas de riego • Cursos

Fuente: elaborado con base en trabajo de campo, 2016

Figura 3.5 Principales elementos de la diversificación utilizados para el turismo



Fuente: trabajo de campo, 2016.

En el trabajo de campo (2016), los actores principales en la gestión de la finca afirmaron la intención de aumentar el número de actividades desarrolladas. Entre los proyectos que están en diferente grado de avance se encuentra el cuidado de una huerta de carambola, fruto cuyo mercado es selecto por su característica de exótico; la extracción de aceites esenciales para su venta a las empresas farmacéuticas o para aquellas dedicadas a la fabricación de productos cosméticos y la implantación del cultivo de diferentes plantas medicinales.

Para concluir el tema de la diversificación, solamente hace falta mencionar que los flujos que se dan en la comercialización del café, las flores, los follajes y las conservas, aunque están sujetos a una cartera de clientes que cambia frecuentemente, llegan a trascender

fronteras. A pesar de que la venta no se fija en un nivel regional, de forma frecuente el café se oferta en sitios establecidos en Tuxtla Gutiérrez, pero son los envíos hacia Europa y EE. UU aquellos que acaparan el grueso de la producción. En cuanto a las flores, se trata de la Ciudad de México, Monterrey, y California en EE.UU, aquellos lugares en donde se concentra su mercado. Esta aclaración es importante, ya que más adelante se verá que las relaciones comerciales con otras personas ubicadas en otros sitios, influyen en los flujos de turistas con destino a Argovia.

3.4 El turismo en la finca Argovia

La singularidad en la dinámica de las actividades recreativas y turísticas en la finca Argovia es el resultado de las particularidades del entorno y otros elementos que refuerzan su condición de un lugar selectivo. A continuación, se explican estos elementos y su grado de influencia sobre la actividad.

3.4.1 Recursos turísticos

García (1970) explica que los recursos turísticos se dividen en naturales y culturales, y estos últimos a la vez, pueden clasificarse en históricos y contemporáneos. La relevancia de explicar estos elementos es porque se debe a ellos que las personas estén dispuestas a generar un desplazamiento, con el objetivo de conocer cierto elemento en el que se encuentren interesados. En el caso de *Argovia Finca Resort*, vale la pena señalar estos recursos, ya que son los que motivan la afluencia de turistas a un sitio que no se encuentra promovido de forma primaria a nivel estatal y que, en segundo lugar, al tratarse de un lugar internado en las faldas de la Sierra Madre del Sur, el acceso supone tiempo y ciertas dificultades cuya superación se explican, en parte, por aquellos elementos de valor paisajístico que le otorgan personalidad al espacio.

a) Recursos naturales

La selva alta perennifolia que se caracteriza principalmente por la abundancia de diferentes especies arbóreas y por su altura, que en varias ocasiones llega a sobrepasar los 35 metros, constituyen el elemento visual más importante del paisaje (Figura 3.6). De entre los remanentes de esta selva, en Argovia se encuentran principalmente ejemplares de *Cedrela odorata*, *Aspidosperma megalocarpon*, *Tabebuia rosaea* e *Hymenaea courbaril*.

Además de la vegetación originaria, el paisaje cafetalero es también aquel que le abona a visualizar esta área como una zona natural (Figura 3.7). Estas plantaciones de café corresponden a tres tipos de manejo: el policultivo tradicional, que refiere a plantas de café arábica que se encuentran a la sombra de árboles de la especie *Inga vera* e *Inga Rodrigueziana*; el policultivo comercial, en donde los árboles que le dan sombra a las plantas de café arábica son especies introducidas de *Terminalia catappa*, *Cordia alliodora* e *Inga vera*, mezclados con otros de la selva alta perennifolia y, finalmente, el monocultivo de sombra, en donde la variedad *packas* del café arábica está bajo la sombra de *Inga rodrigueziana*.

Figura 3.6 Remanentes de la selva alta perennifolia



Fuente: trabajo de campo, 2016

Figura 3.7 Plantas de café dentro de Argovia Finca Resort



Fuente: trabajo de campo, 2016

Como tercer elemento de carácter natural que se encuentra relacionado con la vegetación, resaltan todas las especies de flores, follajes y plantas de ornato, que se han introducido

en el caso principal de Argovia, como consecuencia de la diversificación. Cabe señalar que éstas solamente pueden ser vistas por aquellas personas que pagan por el tour de flores, en el que, de la mano con la explicación de un guía, se reconocen las especies, su nombre y otras características más particulares, además de visitar la empacadora en donde las diferentes especies son preparadas para su comercialización. Algunas de las especies más vistosas y con mayor valor en el mercado internacional son las del género *Anthurium* y *Heliconia L.*

Figura 3.8 Las flores tropicales como elemento atractivo natural



Fuente: trabajo de campo, 2016

De la unión de todas aquellas características físico-geográficas que confluyen en la región, y como testimonio de que México está considerado como un país con alta riqueza de especies de aves con alrededor de 1050 especies registradas, en la región donde se localiza Argovia, se habla de 157 especies para la zona baja de la Ruta del Café, de las cuales alrededor de 89 utilizan directamente para su subsistencia a los cafetales (Altamirano, 2013). La atención que tiene el que los macizos forestales hayan pasado a convertirse en áreas de cafetales y la relación que ello tiene con la presencia y supervivencia de ciertos tipos de especies, principalmente de aves (Figura 3.9), hace que también esta parte de la fauna sea valorada como un recurso, del que la finca hace uso

para atraer a personas con el interés de conocer o indagar más acerca del tema, ya sea de forma recreativa u orientada hacia un turismo de carácter científico.

Figura 3.9 Ave perteneciente a la familia *Ramphastidae*



Fuente: trabajo de campo, 2016.

En cuanto con los recursos naturales, también se ven en los elementos del clima algunos recursos turísticos. Dentro de los elementos termodinámicos, la temperatura del Am, clima cálido con lluvias en verano, tiene poca oscilación, de manera que se mantiene estable a lo largo del año, con una temperatura superior a los 22°C de promedio anual, y con la del mes más frío superior a los 18°C, hecho que hace para la finca, que el clima cálido de la región sea un atractivo en sí mismo, valorado mayormente por las personas cuyos lugares de procedencia, distan de tener estas temperaturas. La presencia de cuerpos de agua en Argovia Finca Resort complementa a la vegetación, en cuanto a la preponderancia que ejercen sobre el paisaje, de estos destaca n el curso del río Cuilco, así como una poza natural que se forma en su paso y que se encuentran promovidos para el turista, no así para el visitante (Figura 3.10).

Aunque se encuentra a 20 km lineales de distancia de Argovia, el volcán Tacaná es también usado como un elemento natural de interés, que constituye el principal atractivo del tour al mirador, el cual consiste en ir a observar el amanecer a uno de los sitios con mayor altitud

cercano al casco principal de la finca, para desde ahí ver una parte de este estratovolcán activo usado en la delimitación de la frontera entre México y Guatemala (Figura 3.11).

Figura 3.10 Poza natural en el curso del río Cuilco



Fuente: trabajo de campo, 2016.

Figura 3.11 Volcán Tacaná visto desde el mirador de la finca Argovia



Fuente: trabajo de campo, 2016.

b) Recursos culturales

En la clasificación de García (1970), los recursos culturales se dividen en dos, los históricos y los contemporáneos. Para el caso de los recursos históricos en el área de estudio, todos tienen su origen en el desarrollo de la economía cafetalera, de la que se profundiza en el segundo capítulo.

En el caso del *tour* del café, el proceso de beneficiado del grano, hace uso de la maquinaria original que se utilizó desde el comienzo en Argovia, cuando en el siglo XIX era exclusivamente una finca cafetalera. En el proceso de la transformación que tiene el fruto para llegar a ser café pergamino se explican la recolección, recibo y clasificación del fruto, el método de despulpado, remoción del mucilago, lavado, clasificación y secado, que son etapas las que conforman el denominado *beneficio húmedo*. Este tour también explica los detalles del *beneficio seco*, que es el encargado de eliminar el pergamino del café oro,

además de retirar aquellos granos que no cuenten con el tamaño adecuado, a través de procesos mecánicos, para después tostarlo de acuerdo al tipo de café que se quiera tener. La maquinaria usada en el beneficiado tiene un doble propósito, ya que además de darle el uso para el cual se encuentra fabricada, que es la de transformar el café, actualmente es parte importante del turismo, en tanto que es en este sitio en donde el visitante reconoce de manera práctica el proceso de transformación que ha perdurado en el tiempo (figura 3.12).

Figura 3.12 Maquinaria utilizada en el beneficiado del café



Fuente: trabajo de campo, 2016

Figura 3.13 Casa Grande de Argovia Finca Resort



Fuente: trabajo de campo, 2016

Parte de los atractivos históricos también es la casa grande (figura 3.13), que junto con la recepción, fueron construidas entre finales del siglo XIX y principios del XX con madera procedente de Oregón, EE.UU. La casa grande no se encuentra abierta al público, pero su contemplación y la explicación histórica de su construcción y permanencia, junto con el jardín que la rodea sirven de complemento en los tours de café y flores, respectivamente.

Hasta aquí, se han explicado los recursos principales en torno a los que *Argovia Finca Resort* ha creado los senderos para la movilidad de los turistas. En la figura 3.14 se muestra la localización que tienen dichos recursos dentro del casco principal de la finca. Se tomó la decisión de incorporar esta representación del lugar, tal cual y sin alteraciones, como un

elemento demostrativo de lo que se oferta, cuyo valor investigativo es el de atestiguar los principales elementos que se ofertan desde el interés de los involucrados en la promoción de la finca como destino turístico.

En la misma figura se distinguen otros elementos correspondientes al emplazamiento de la infraestructura turística de Argovia, y ellos son susceptibles para agruparse dentro de los que García (1970) denomina, dentro de los recursos culturales, los recursos contemporáneos comerciales, cuyo fin inmediato es la obtención de ganancia. Para este caso, la creación del restaurante-bar “Tierra de café”, el *spa* “Anthurios”, el salón de eventos “Papyrus”, el café lounge “Bamboo”, la alberca, la capilla y las habitaciones, son la infraestructura creada para la provisión de servicios que motiven el incremento del consumo en el lugar. A la vez, dicha infraestructura propicia que ya no solamente se traten de actividades directamente relacionadas con la diversificación de la empresa rural y el turismo, sino que la finca también se convierte en un centro para el desarrollo de eventos sociales con una capacidad máxima de 150 personas.

El discurso de sustentabilidad añade valor a los elementos de interés natural y cultural, ya que con el tratamiento de las aguas residuales del beneficio húmedo del café, el compostaje de los residuos sólidos y la generación de un porcentaje de la energía eléctrica que hace funcionar a la finca, todos los elementos del entorno de los que se habló antes, se valorizan de forma aumentada.

Figura 3.14 Argovia Finca Resort: localización de los recursos turísticos



3.4.2 Construcción de la imagen

“*La experiencia de los sentidos*” es el eslogan del que hace uso Argovia para su promoción turística en todas las plataformas. A través de la incorporación de los elementos naturales y culturales existentes en la finca, se ha diseñado toda una serie de estrategias de mercadotecnia que tienen la intención de difundir e incrementar el conocimiento y popularidad del sitio como un lugar de descanso que, sin embargo, no es para todo el público, ya que los precios elevados en comparación con aquellos sitios que proveen también el servicio de alojamiento en Tapachula, hacen de este lugar un destino selectivo. Esta característica motivará, o no, el deseo de las personas por conocer la finca y su consecuente desplazamiento.

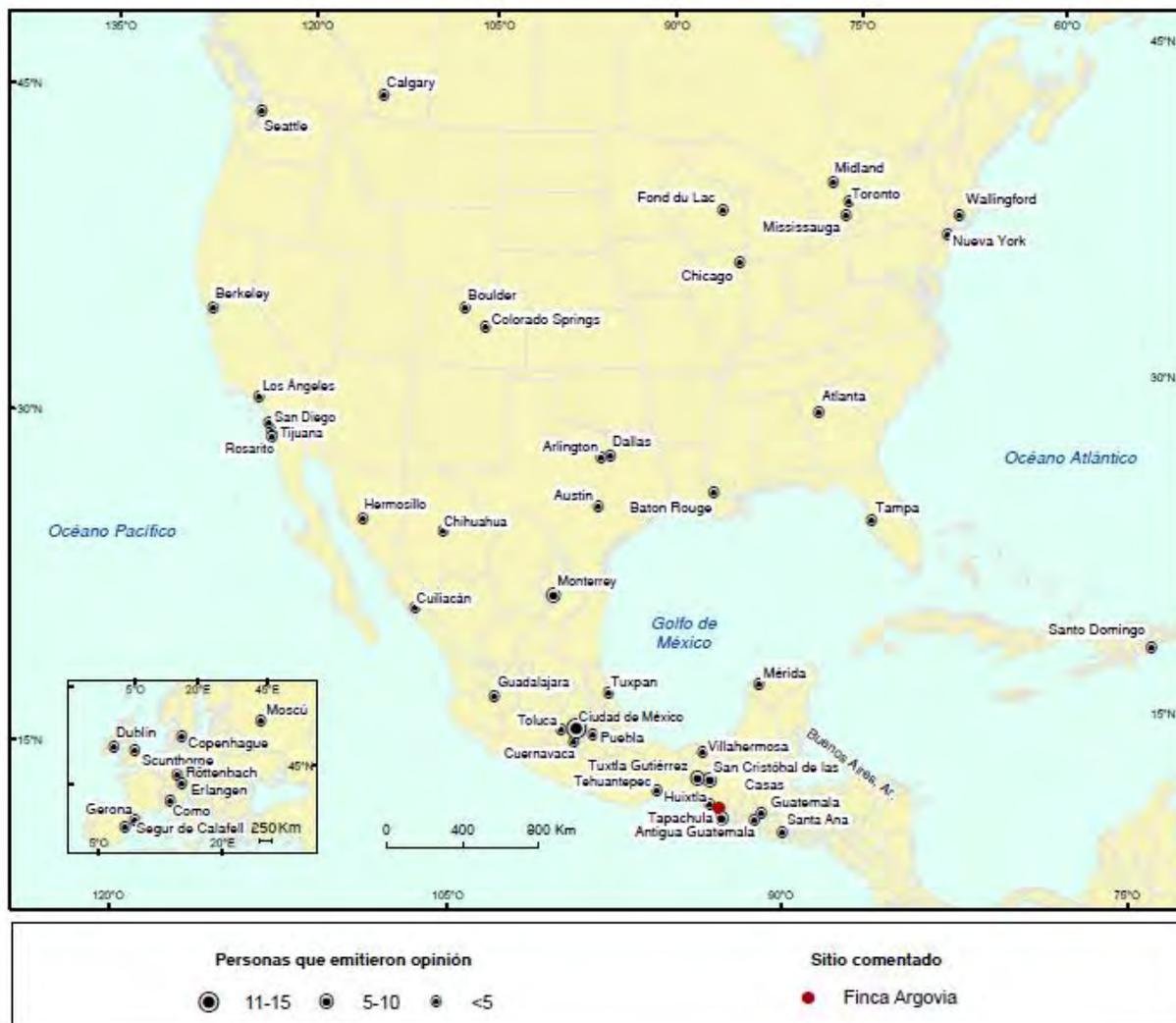
En el caso de Argovia, que se trata de un destino pequeño en parte por tratarse de un espacio rural, y en otro por lo selectivo del lugar, los medios de difusión que tienen mayor peso son los que se reconocen con el término *web 2.0*, el cual abarca a todos aquellos sitios web que coinciden con las páginas dinámicas, los sitios creados y modificados por los usuarios, las plataformas de comunicación, la creación y publicación de contenidos, los flujos de información en redes descentralizadas, o aquellos en donde el usuario es el generador de información, entre los que destacan los *blogs*, los *wikis*, las redes sociales y aquellos entornos para compartir recursos.

No obstante, a toda la folletería repartida en los diferentes hoteles de Tapachula, la cual contiene las promociones y precios para cada época y a la promoción por radio que se hace a nivel regional, los mensajes publicados en la página oficial de Facebook de Argovia Finca Resort sumado a los comentarios de visitantes y turistas que hacen referencia a su experiencia en esta misma página o en la de TripAdvisor, resultan ser los vehículos más eficientes para la transmisión de aquellos elementos del lugar que se quieren dar a conocer, y con ellos motivar la visita. En cuanto a la página de Facebook, es ahí donde además de

dar a conocer las promociones, constantemente se publican fotografías sobre los elementos naturales del entorno, del papel que juega el café en la articulación económica del funcionamiento de la finca o de la procedencia de los visitantes.

Por otra parte, y para el caso de TripAdvisor, se rastrearon 119 opiniones hechas hasta el 20 de agosto de 2016 para Argovia Finca Resort, para conocer la procedencia de la visita (figura 3.15) junto con las características que el turista retoma de su experiencia, y que a final de cuentas son las que influyen en la decisión de las personas interesadas en el lugar.

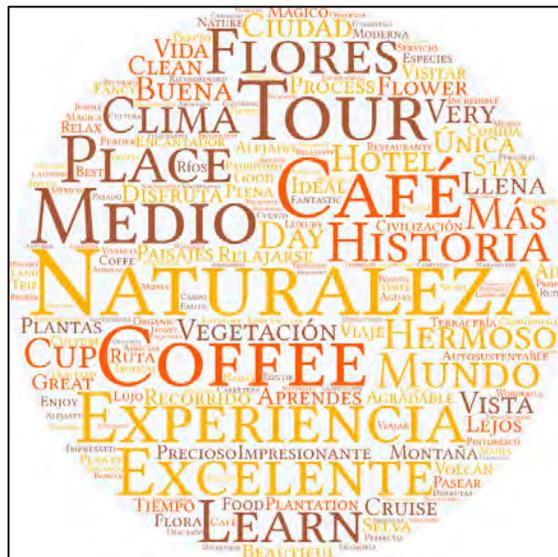
Figura 3.15 Argovia Finca Resort: origen de las opiniones en TripAdvisor



Fuente: elaborado con base en TripAdvisor, 2016.

Como se observa en la figura 3.15, la mayoría de los comentarios fueron hechos por personas con procedencia dentro de los límites regionales, en las ciudades cercanas a la finca: Tapachula de Córdova y Ordóñez, Tuxtla Gutiérrez y San Cristóbal de las Casas; a nivel nacional, la Ciudad de México y Monterrey son las que concentran un número mayor, mientras que del ámbito internacional sobresalen aquellos comentarios hechos por estadounidenses; asimismo, las opiniones hechas por personas de Europa Occidental tienen un peso significativo en el total; aunque el 73% de los comentarios se encuentran escritos en español resalta que cerca del 24% está en inglés, hecho que se refleja en los códigos conceptuales de promoción que muestra la nube de palabras, en la que aparecen aquellas que son utilizadas con mayor frecuencia en los comentarios de TripAdvisor.

Figura 3.16 Argovia Finca Resort: códigos conceptuales de promoción



Fuente: elaborado con base en TripAdvisor, 2016 y Tagul, 2016.

Tal y como se ve en la figura 3.16, es la naturaleza, referida a todos los elementos bióticos y abióticos, pero con énfasis en la vegetación, aquel código que tiene mayor peso en las opiniones, seguidas por la personalidad que le ha dado la historia en torno al café. El uso de adjetivos también abona a que se visualice como un lugar de características positivas

en donde el hecho que sea un sitio alejado de la ciudad, contrario a representar incomodidades y dificultades, será el elemento clave para el disfrute de las actividades que ahí se realicen.

En la conformación de esta imagen, además de resaltar aquellos elementos del paisaje que hacen diferente al lugar y promoverlos, hace falta distinguir que otro recurso del que se hace uso para posicionar a Argovia como un destino diferente, y que le da la posibilidad de mantener sus precios, a la vez que es una parte importante para entender en el último subcapítulo, aquellos flujos comerciales para el abastecimiento de los insumos para el turismo, y los relacionados con la procedencia de los turistas. Se trata de las certificaciones y premios otorgados a las empresas del sector turístico (Figura 3.17); *Argovia Finca Resort* se encuentra distinguida por los siguientes:

- **Tesoro de Chiapas** (Otorgado por el gobierno de Chiapas). Distinción a hoteles y restaurantes en Chiapas que se da en función de la calidad de los servicios turísticos y de la “...excelencia en su servicio, ubicación y arquitectura.” (Tesoros de Chiapas, 2016).
- **México Chiapas Original** (Otorgado por empresarios chiapanecos). Su propósito de “...fomentar y desarrollar un esquema de calidad y originalidad en productos y servicios chiapanecos...” (Chiapas Original, 2016). Defiende que al tener productos de calidad, se rompe el círculo de bajos precios y baja calidad.
- **Hotel Boutique de México** (Otorgado por la iniciativa privada). Se otorga a pequeños hoteles independientes y su objetivo es brindar al viajero “...experiencias que sean memorables para toda la vida...” a través del encuentro con un sitio único que sea “...hermoso, con personalidad y que ofrezca un concepto diferente...” (Hoteles Boutique, 2016). Incluye pequeños hoteles de lujo, hoteles para parejas, para familias, de negocios y en la playa.

- **Distintivo M** (Otorgado por la Secretaría de Turismo). Dirigido a incrementar la calidad de las empresas turísticas con la finalidad de que éstas incrementen su rentabilidad y competitividad, es “...una distinción de empresa Turística Modelo.” (SECTUR, 2014a).
- **Distintivo H** (Otorgado por la Secretaría de Turismo y Secretaría de Salud). Se otorga a establecimientos fijos de alimentos y bebidas por cumplir con los estándares de higiene que marca la Norma Mexicana NMX-F605 NORMEX 2004 (SECTUR, 2014b).
- **Premio nacional a la diversificación de productos turísticos 2014 - categoría naturaleza** (Otorgado por la Subsecretaría de Innovación y Desarrollo Turístico, SECTUR).
- **Premio nacional a la diversificación de productos turísticos 2015 - categoría cruceros** (Otorgado por la Subsecretaría de Innovación y Desarrollo Turístico, SECTUR).

Figura 3.17 Certificaciones y distintivos otorgados a Argovia Finca Resort



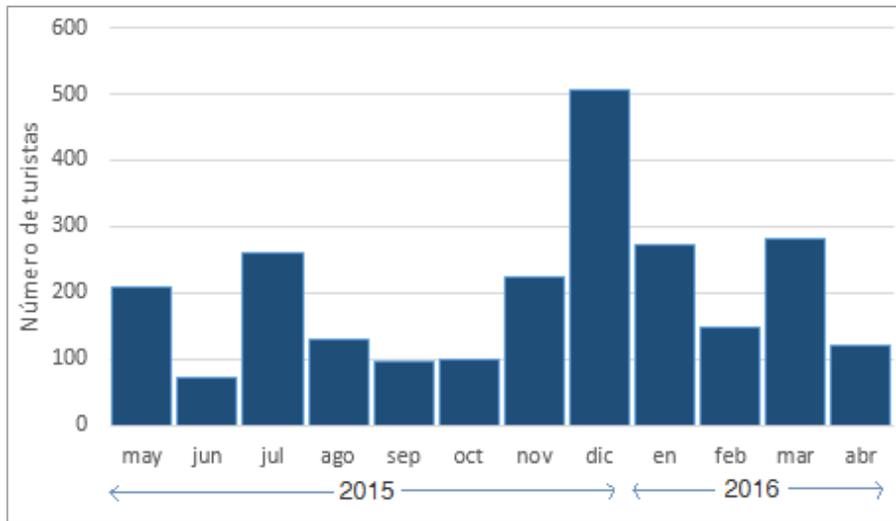
Fuente: Chiapas Original, 2016; Hoteles Boutique, 2016; Tesoros de Chiapas, 2016; trabajo de campo, 2016; SECTUR, 2014a; SECTUR, 2014b.

De esta manera, los códigos usados para la promoción de Argovia junto con las certificaciones que tiene, son los elementos que la distinguen y que hacen de este, un lugar de carácter selectivo, en tanto a los productos, servicios y precios que estos tienen, ya que al estar ahí, en un sitio que se encuentra bastante apartado de otros puntos de distribución, la única opción es el consumo de lo que se oferta en la finca. Esta imagen se complementa también con la concepción y comentarios que las personas hacen en la ciudad de Tapachula, en los que Argovia se reafirma como “un lugar extraordinariamente bello, que por los precios, no está dirigido a las personas que viven aquí [en Tapachula], sino que el lugar se ha construido para que lo visiten personas con más cultura que aprecien toda la historia del café en la finca...” (trabajo de campo, 2016). Así es como algunas ideas refuerzan la promoción y distinción de Argovia para las personas que visitan o pernoctan en dicho espacio, en donde precisamente es la distancia a los núcleos urbanos y los valores usados para su distinción como destino, aquello que de manera general motiva el desplazamiento de las personas.

3.4.3 Temporalidad y peso del turista y visitante

Con la estadística de ocupación general proporcionada por la gerencia de Argovia Finca Resort se elaboró la figura 3.18, en la que se visualiza el número de turistas; aquellas personas que pernoctaron en la finca, de manera que se puede hacer la comparación entre la afluencia de turistas durante el periodo entre mayo de 2015 a abril de 2016. En este sentido, se observa que a pesar de ser las vacaciones de verano y de invierno, generalmente, los periodos del año en los que se registra la temporada alta, que refiere a la mayor concentración de turistas, el gráfico no muestra equilibrio entre los turistas recibidos durante julio y agosto comparados con los que recibió la finca durante los meses de diciembre y enero.

Figura 3.18 Argovia Finca Resort: turistas mensuales (2015 – 2016)



Fuente: elaborado con base datos obtenidos en el trabajo de campo, 2016.

Mientras que en el periodo julio-agosto, la finca hospedó a 389 personas (12.1%) con una estancia de 1.3 días promedio, durante diciembre y enero fueron 777 personas las que se alojaron con una estancia promedio de 1.65 días y porcentaje del 25% de todas las personas referidas en la estadística. Estas fluctuaciones están condicionadas principalmente por un elemento del clima: las precipitaciones. Tal y como se señaló en el segundo capítulo, durante la temporada de ciclones tropicales, que abarca de mayo a octubre, la intensidad de la lluvia afecta principalmente el área donde se encuentra Argovia.

La carretera a Nueva Alemania, que es la que conecta a Argovia con la ciudad de Tapachula, se ve afectada durante los meses que registran las lluvias más intensas; esto sumado a los diferentes eventos de remoción en masa que ocurren a lo largo del trayecto, son lo que imposibilita el acceso a la zona durante el periodo asignado para las vacaciones de verano.

Figura 3.19 Deslizamientos en la carretera hacia Nueva-Alemania durante el periodo de lluvias



Fuente: trabajo de campo, 2016.

Dichos eventos de emergencia derivados los fenómenos meteorológicos, son atendidos por miembros del ejército mexicano, quienes junto con los habitantes de la zona afectada, habilitan nuevamente la carretera para que se reactive la comunicación con la ciudad de Tapachula, de la que todas las localidades dependen para tener, en mayor o menor medida, suministros de bienes cotidianos. Pasada la temporada de lluvias, la afluencia de visitantes y turistas se incrementa nuevamente.

De la idea anterior, sobre la concurrencia de las personas que llegan a Argovia con fines recreativos, hace falta señalar que aunque en este apartado se ha señalado únicamente la presencia de los turistas, son los visitantes; aquellas personas que no pernoctan en la finca pero que si hacen uso de los recursos y servicios Argovia vende, aquellas que sostienen la actividad turística.

En palabras de los responsables de la administración de Argovia Finca Resort, se afirma que la visita que hacen diariamente las personas provenientes del área correspondiente al municipio de Tapachula, principalmente con el objetivo de hacer uso del servicio de

restaurante, y en ocasiones del tour de flores o de café, son lo que genera el mayor ingreso que se obtiene de forma constante, no así para el turismo, cuyos periodos están restringidos por las temporadas de altas y bajas. A pesar de que no se lleva un registro de los visitantes, se sabe su procedencia, anteriormente señalada, y que la mayor afluencia de ellos se tiene durante los fines de semana. En este sentido, también es en el caso de los visitantes, en donde se observa una recurrencia al lugar, en el que después de haber conocido los puntos más significativos, en sus siguientes visitas solamente se desplazan en el área correspondiente al restaurante-bar.

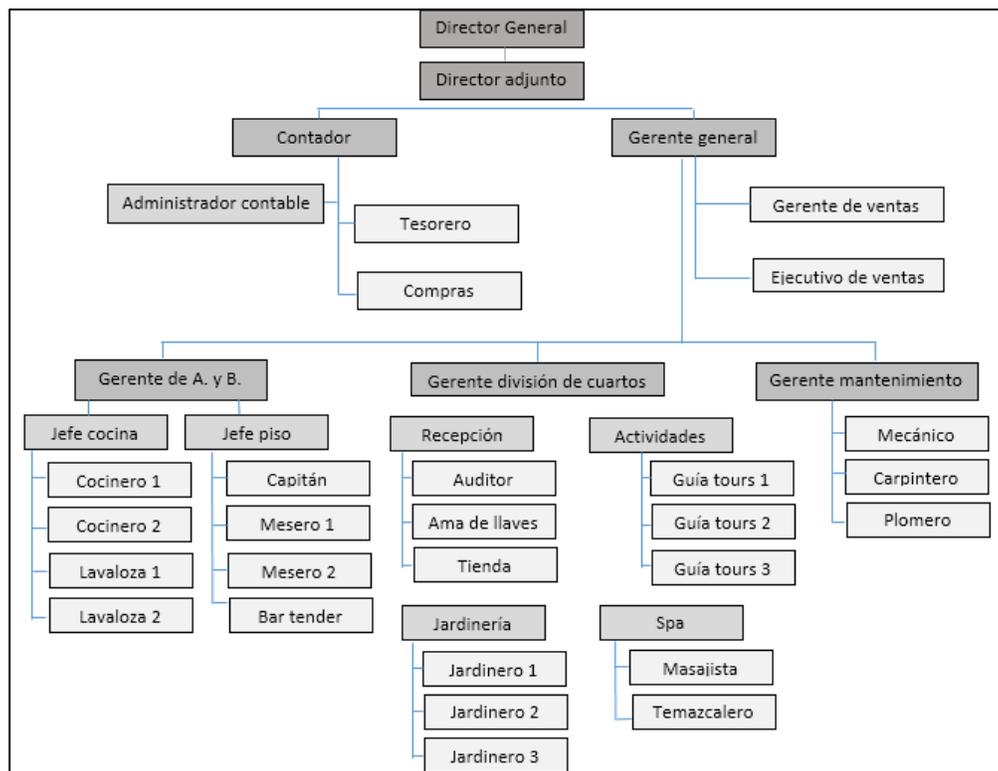
3.5 Interacciones espaciales generadas con la actividad turística

El alcance regional del turismo rural para la finca se trabajó a partir de los desplazamientos territoriales hechos para tres de las manifestaciones que son inherentes a la actividad turística: el primero que aborda los desplazamientos de las personas que laboran en la finca; el segundo sobre la procedencia de los insumos y el tercero que refiere desplazamiento de los turistas.

Dentro de la organización laboral de Argovia (Figura 3.20) pueden observarse dos tipos de empleos, por un lado, los administrativos que generalmente requieren de alguna preparación específica que esté avalada o pueda ser comprobada y, por otro, los empleos cuyas actividades no reflejan una especialización por parte de la persona que ejecuta el trabajo. Vinculado a esto se encuentra su procedencia, ya que mientras que los encargados de gestionar directamente la parte administrativa de las grandes divisiones de la finca, como el hotel, son personas que tienen un nivel de formación profesional, por otro lado, aquellas personas que ocupan los demás puestos han adquirido su conocimiento dentro de la finca y en función de las actividades que demanda ésta como sitio turístico.

Además de los puestos de gerencia ya mencionados, también son los guías de los tours, las personas que caben en el conjunto de personas con alguna especialización, no solamente por dominar los temas que brindan en la explicación, sino por el dominio que tienen del idioma inglés, requerido para dar el recorrido, la atención y la explicación de los servicios y recursos a los turistas extranjeros. Su procedencia geográfica está ligada a las ciudades, principalmente con Tapachula de Córdoba y Ordóñez, la Ciudad de México y Toluca de Lerdo. Para las dos últimas, la procedencia se explica a partir de que son personas que han ido a la finca a hacer servicio social o práctica profesional, las que posteriormente se han quedado a laborar ahí.

Figura 3.20 Argovia Finca Resort: organización laboral



Fuente: trabajo de campo, 2016.

Por otra parte, fuera de los cargos ya mencionados, las demás personas que laboran en la finca, y que durante su estancia tienen el derecho a la vivienda y al servicio de educación dentro de Argovia, provienen casi en su totalidad de Guatemala, específicamente de los departamentos de Huehuetenango, Quetzaltenango y San Marcos. La procedencia de las personas de estas regiones se encuentra fuertemente influenciada por los movimientos migratorios originados con el cultivo de café durante todo el siglo pasado, y es que todavía llegan personas provenientes de la región cafetalera en Guatemala a hacer la pizca en los meses de noviembre a enero, y son algunas de estas personas las que se quedan a laborar para el área del hotel. Sus actividades dentro de la finca cambian con base en la experiencia o habilidades que adquieran con el tiempo; de esta manera, se van turnan en el restaurante, el servicio a las habitaciones o en el mantenimiento y decoración que se hace del hotel.

El conocimiento para realizar dichas actividades se transmite entre las personas. A manera de ejemplo, están aquellos dedicados a la elaboración de los arreglos de flores que se encuentran distribuidos en todos los espacios a los que tiene acceso el turista y el visitante. Su elaboración se lleva a cabo semanalmente, y está encargada a una persona, que ayudada de tres más hacen todo el proceso, desde el corte de las flores hasta la distribución de los arreglos por toda la finca (Figura 3.21) Esta actividad, junto con las del restaurante y las del mantenimiento de las habitaciones y jardines, son enseñadas a las personas, que en muchos de los casos tienen años de vivir y trabajar en este lugar, en donde han pasado de realizar la pizca o distintas actividades requeridas para el beneficio del café a otras que satisfacen de forma inmediata, el cuidado del paisaje que se busca en la finca.

Figura 3.21 Trabajadores de origen guatemalteco empleados en Argovia



Fuente: trabajo de campo, 2016

Como continuación de la explicación los flujos que tienen origen en la actividad turística, ahora se explica la procedencia de los insumos, la cual se plantea en función de los distintivos y certificaciones. El distintivo H que posee la Argovia, afirma que los alimentos consumidos en su restaurante son de alta calidad, lo que asegura la prevención de alguna enfermedad que pueda ser transmitida por la comida además de supervisar el proceso de recepción, almacenamiento, manejo y preparación de ésta. Como consecuencia de lo anterior, se buscan proveedores cuyos productos cumplan con los estándares y parámetros que marca dicho distintivo, de tal manera que actualmente la finca compra la carne para los alimentos ofertados en el menú del restaurante en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez. Desde esta ciudad el camión, que lleva la carne en caja refrigerada, parte hacia Argovia y recorre una distancia aproximada de 370 km en un tiempo estimado de 6 horas. El gasto hecho en la adquisición de la carne está reflejado en los precios de la carta que tiene a éste por ingrediente principal, que oscilan entre 200 y 400 pesos mexicanos.

Para el abasto de los demás insumos, principalmente del restaurante, que son los que periódicamente y con más frecuencia se compran, los centros de autoservicio de la ciudad

de Tapachula (Chedraui, Bodega Aurrera, Soriana y Sam's Club) son los que toman el papel de proveedores de verduras, frutas u otros ingredientes que se requieran. En los mercados de la ciudad solamente se compran las hierbas o especias que no puedan ser encontradas en cualquiera de las cuatro tiendas referidas, ya que éstas no cuentan con ningún sello de calidad. También son parte de los insumos, algunos de los productos producidos en la misma finca: el café para toda la variedad de presentaciones en que se ofrece, la carambola para la mermelada, los chiles para las conservas, además de algunas frutas como la papaya, el plátano y la naranja para los jugos o cocteles.

Para finalizar la explicación de los flujos, que posteriormente revelaran el alcance regional de la actividad turística, solo hacen falta mencionar los referentes a la procedencia de los turistas. Del turismo nacional, cerca del 30% de los turistas registrados durante el periodo de enero de 2015 a agosto de 2016, llegaron de la ciudad de Tapachula de Córdova y Ordóñez, lo que se explica con la cercanía geográfica a Argovia; en seguida se encuentra la Ciudad de México con el 20% de los turistas, cifra que se respalda con el hecho de que sea la ciudad con la mayor cantidad de población del país, que sea la única con la que conecta el Aeropuerto Internacional de Tapachula, y a que las relaciones de negocios junto con la promoción hecha por medios electrónicos le han dado al sitio una mayor difusión. El 15% llega desde Tuxtla Gutiérrez, capital administrativa del estado, y con un porcentaje menor en las procedencias se encuentran las ciudades de San Cristóbal (4%), Monterrey (2.3%), Tijuana (2%), Comitán (1.2%) y Guadalajara (1.2%). En los registros proporcionados, además de las ya mencionadas, aparecen otras 60 ciudades de todo el territorio nacional que hacen referencia al lugar del cual las personas se han desplazado para llegar a Argovia.

En cuanto a los flujos internacionales, la procedencia de los 45 turistas registrados para las mismas fechas (Figura 3.22), se agrupó de la siguiente manera: EE.UU. (50%), Europa

(30%) y Oceanía (15%). La comercialización, a escala internacional de los productos derivados de la diversificación, ha repercutido en varias ocasiones para que se genere un desplazamiento de los principales socios comerciales de la finca, y de aquellas personas que se relacionan inmediatamente con ellos. Cabe señalar que del porcentaje de turistas europeos, el mayor número corresponde a los turistas alemanes, situación que pone en evidencia el reconocimiento del lugar por parte de las personas que sostienen todavía algún parentesco con las personas que forman parte de la colonia de descendientes alemanes en Centroamérica, y de manera específica en el Soconusco.

Figura 3.22 Presencia de turistas extranjeros en Argovia



Fuente: trabajo de campo, 2016.

Aunque las personas que llegan por parte de los cruceros, no se consideran como turistas por no pernoctar en la finca y porque no llegan con un previo conocimiento de la existencia de Argovia, sino como un sitio relevante promovido por las operadoras turísticas, también se incluyen en el análisis del alcance, ya que se consideran por parte de la finca, como un medio importante para su promoción en el extranjero.

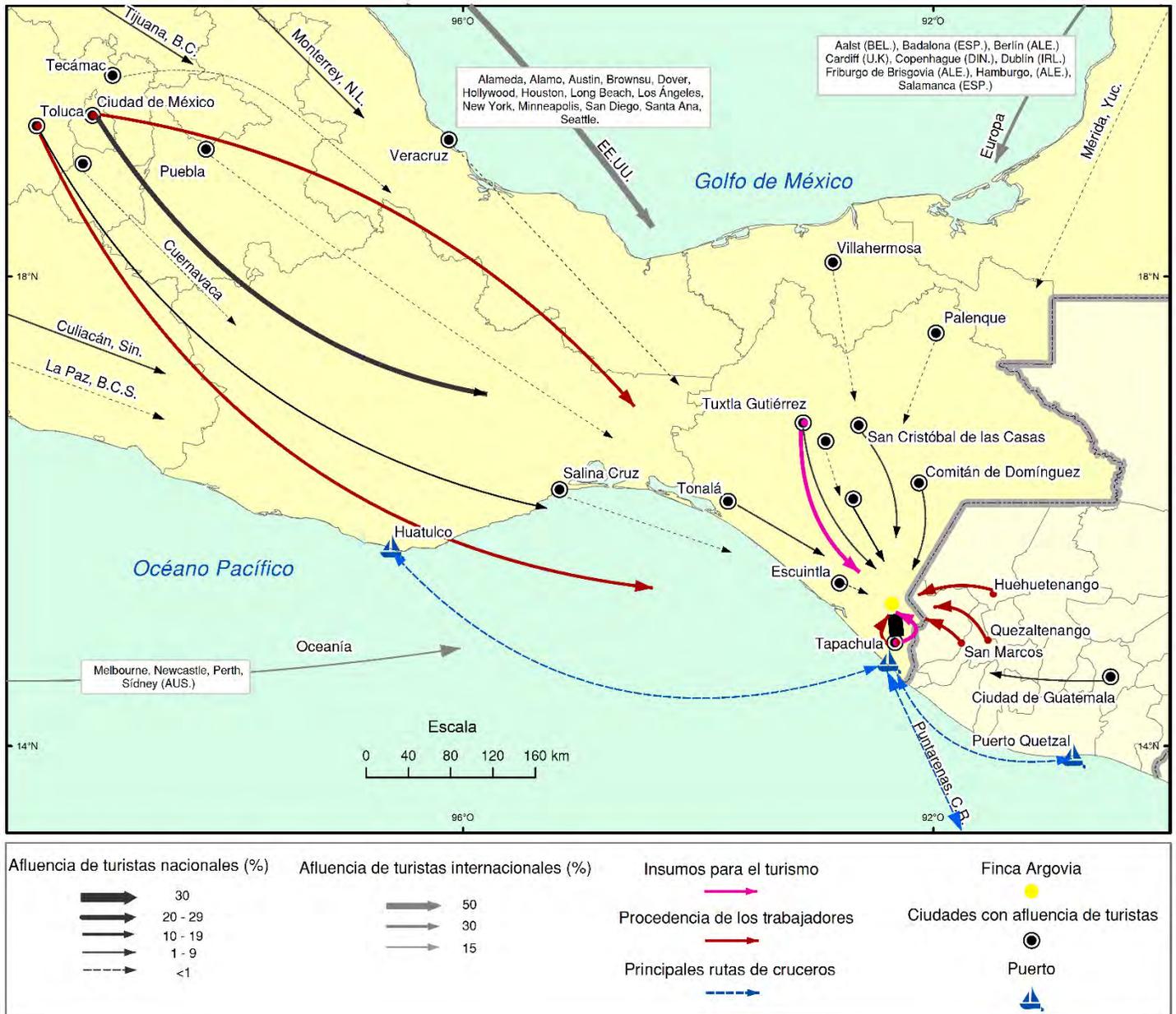
Para terminar con lo que respecta al flujo de turistas, hace falta abordar aquellos que llegan con otra intención, más allá de solamente conocer lo que Argovia oferta de manera general y por todos los medios a las personas que visitan la finca durante todo el año. Se trata del turista con intereses especiales, del que se profundizó en el primer capítulo de este trabajo. No se tiene el registro de los turistas que se encuentran cobijados con este concepto, pero se tiene claro que recurrentemente llegan personas en calidad de turistas cuyo objetivo de viaje es profundizar sobre el tema del café como producto agrícola de mayor identidad en la región, pues como se había señalado, se trata de una finca que forma parte de única ruta del café con servicio de alojamiento, a lo que se le añade la carga histórica que prima sobre ella. En este concepto también caben las personas que se alojan en Argovia, quienes además de realizar las actividades que se promueven para el turismo, estas tienen otra finalidad además del disfrute del paisaje y el descanso, y es la de investigar sobre la diversidad ecológica del lugar o de la región, principalmente para la investigación sobre aves y plantas tropicales. En tales casos, la atención a estos turistas cambia, en el sentido de que éstos son dirigidos con aquellos actores que tienen un conocimiento más profundo del tema; sin embargo, el desplazamiento territorial y el uso de los servicios es el mismo que hacen los demás turistas.

Concluida la explicación de los desplazamientos territoriales derivados de la actividad turística, a continuación se presenta el mapa que representa todas las interacciones espaciales explicadas anteriormente (figura 3.23).

En correspondencia con el mapa, se identifica que el alcance regional del turismo en la finca Argovia trasciende los límites nacionales para el caso de los flujos internacionales de turistas, pero tiene una dinámica de mayor movimiento a nivel regional, que corresponde en parte con los límites administrativos de Chiapas, y a la vez trasciende al territorio guatemalteco como resultado de las actividades económicas que han marcado el devenir

histórico de la finca. En este sentido, las escalas geográficas de referencia, municipal, estatal, nacional e internacional fueron las que permitieron valorar la complejidad de las relaciones territoriales que configuran al espacio.

Figura 3.23 Alcance regional del turismo rural en la finca Argovia



Fuente: elaborado con base en trabajo de campo, 2016.

El alcance regional del turismo no se puede explicar sin el trasfondo histórico, que fue el que desde un principio permitió la conexión de la finca con otros actores fuera de la escala nacional. Los propietarios de Argovia, en principio extranjeros y después descendientes de los mismos, son los que han adaptado las influencias europeas para el desarrollo de las actividades vinculadas con los servicios, que son las que ahora tienen el mayor peso para la finca.

Asimismo, el flujo de personas que laboran en la finca continúa con las relaciones dadas durante la consolidación de la economía cafetalera, en la que la actividad agrícola fue la predominante; sin embargo, ahora los migrantes de tradición agrícola que laboran en Argovia, son empleadas en un sector que se ha diversificado hacia los servicios. De esta manera, las actividades se reconfiguran atendiendo a la constante búsqueda de la mayor ganancia, pero los patrones de movilidad permanecen hasta la actualidad

Para finalizar, se observa que no hay conexión e intercambios de ningún tipo con las localidades rurales inmediatas a la finca, lo que afirma que su relación económica, en función del turismo y de las otras actividades de la finca, se exterioriza hacia aquellos centros urbanos con la mayor cantidad de población como lo es el caso de Tapachula y la Ciudad de México.

Conclusiones

Al visualizar cómo es que las actividades productivas se propagan en espacios donde anteriormente no se había identificado su inserción, la variedad en el uso de suelo y la combinación de aspectos culturales que se mezclan en la actualidad, no es posible delinear un espacio rural a partir del desarrollo de las actividades primarias y de la idea de representaciones culturales prístinas, ya que la modernidad ha condicionado que los lugares se conecten con otros, en todos los sentidos.

En la dificultad para delinear el espacio rural, el turismo aparece como uno de los fenómenos recientes que tiene presencia en la mayor parte de los escenarios, situación que la pone como una actividad de ejemplo al momento de contextualizar los cambios de los que son sujetos los espacios en el campo.

De esta manera, se deduce que no existe una diferencia esencial para distinguir entre urbano y rural, y tampoco es que estos espacios sean opuestos como generalmente se ha difundido, ya que lejos de ser una relación dicotómica, se trata de un vínculo que se construye como una relación constante en continua transformación. En este sentido, se puede concebir a la ruralidad como una de las formas en las que se expresan las diferencias derivadas de los procesos económicos que tienen impacto sobre áreas más grandes.

La aplicación del concepto turismo rural para la realización de este trabajo aportó otras formas para abordar el caso de la inserción de la actividad turística en el ámbito rural. Aunque de forma conceptual resultó útil, debe señalarse que su aportación hubiera sido menor si el caso de estudio en el que se trabajara hubiera tenido contradicciones para su comparación con la realidad europea, que es la que da origen a la gama de todas estas actividades con fines de recreación en el campo. Entre las contradicciones a las que se hacen referencia está el hecho de que el turismo rural en Latinoamérica ha sido abordado desde la actividad turística desarrollada a partir de las organizaciones campesinas,

generalmente agrícolas, vinculada con los beneficios o perjuicios que ésta pudiera tener sobre la comunidad, lo que se contrapone al hecho de que en Europa, y en general, en cualquier país desarrollado, se reconozca al turismo rural como una actividad que puede partir desde los sectores empresariales agrícolas con origen desde su tradición agrícola, actividades que son reconocidas por diferentes entidades gubernamentales y privadas como actividades de emprendimiento en favor del desarrollo económico en el campo.

A pesar de que fueron señaladas las generalidades que cobijan las modalidades del turismo rural, las explicaciones de las particularidades de la actividad fuera del contexto europeo difieren en cuanto al tipo de crisis que la origina, la forma en que es llevada a cabo así como en los instrumentos de los que hace uso para su desarrollo.

Aun cuando el turismo rural ha sido un fenómeno de estudio retomado por diferentes disciplinas dentro de las ciencias sociales, en su mayoría éstas se han enfocado a valorar aquellos elementos de carácter administrativo, de gestión, viabilidad y potencial que tiene el espacio rural, clasificado así desde una caracterización cuantitativa. De tal manera que el análisis hecho desde la Geografía, en donde el alcance regional que sirvió de guía teórica y metodológica, permitió explorar aquellas relaciones territoriales que vinculan a un lugar, cuyo eje de articulación y reproducción social se encuentra en función de la tierra, con otros sitios que le abastecen de los bienes y servicios que ocupa el turismo como actividad terciaria, además de la importancia que tienen las personas en la intensidad o no de estos vínculos comerciales que de una forma u otra generan cambios espaciales.

Dado que no se trata de constreñir un proceso social a un concepto, puesto que el primero es dinámico y se encuentra en constante cambio, es preciso tomar en cuenta que estos han demostrado ser flexibles, puesto que aunque estos surgieron antes, continuamente se nutren de nuevas experiencias a partir de los cuales nuevamente vuelven a explicar la realidad. En este sentido, la realización del primer capítulo fue trascendente en tanto que

fue a través de éste que se visualizaron nuevas áreas de interés dentro de un mismo fenómeno y se conocieron muchas de las formas en que se puede trabajar este tipo de análisis.

La caracterización geográfica a nivel regional que se hizo en el segundo capítulo permitió valorar, en primer lugar, que la actividad agrícola en torno al café fue la base para la construcción de una identidad rural del espacio que, aunque actualmente se encuentra desplazado por el cultivo de plátano por el total de ingresos económicos que genera en la región, el café aún se mantiene como el eje rector de numerosas comunidades que se encuentran localizadas dentro de la sierra y que, en sus desplazamientos, no obedecen a una política nacional sino que continúan con su tránsito por una región social y físicamente homogénea, que se encuentra dividida por la frontera entre México y Guatemala.

La explicación del entorno físico geográfico posibilitó el entendimiento de la implantación de las actividades económicas que se han desarrollado en la región, así como también fue la base para la explicación del potencial natural para el turismo. Asimismo, este capítulo cuyo objetivo fue el de reconocer de las características socio-territoriales para contextualizar un lugar en particular, puso en evidencia la centralización de las actividades terciarias, en especial del turismo, en el municipio de Tapachula, ya que aunque existen recursos de índole natural y cultural dispersos en toda la región, solamente se promueven los que se encuentran localizados cercanos a la cabecera regional.

Para la recolección de la información mostrada en el tercer capítulo, el trabajo de campo fue fundamental; a partir del conocimiento vivencial fue que se pudo obtener la información con la que se trabajaron los resultados de la investigación.

El estudio particular del turismo en la finca Argovia permitió mostrar las singularidades en este lugar, pero también permitió identificar cuáles son los elementos que toman fuerza dentro de la comercialización del espacio rural en relación con el turismo. De esta manera,

se observó que la venta de *experiencias*, en los nichos del turismo actual es muy valorada, y que tiene preferencia por los lugares periféricos que implican mayores costos para el turista; la situación de acceso junto con el creciente interés en la adquisición de información de forma amena acerca de los lugares que han sido marcados por un devenir histórico diferente, son los que redefinen la valorización del espacio. Aquí, el T.I.E., cobra sentido pues es en sitios selectivos, como en el caso de Argovia, que la singularidad de las características que construyen al espacio se vuelve un motivo de atracción, y nuevamente, de la valorización que éste tiene respecto a los demás; para ello, como se explicó, el papel de las certificaciones otorgadas por actores gubernamentales y privados también ejerce un fuerte peso.

Con base en los resultados hasta ahora mostrados, se comprobó la hipótesis planteada al principio de la investigación. El alcance regional del turismo rural en la finca Argovia es selectivo y trasciende las fronteras nacionales debido a la oferta de servicios e infraestructura con los que cuenta, a las condiciones de acceso al lugar y a las características de los actores sociales que intervienen en la promoción de la finca como destino turístico. Aunque, en principio, no se tomaron en cuenta los flujos derivados de los insumos y de las personas que se encuentran empleadas en la finca, su alcance también responde totalmente a las mismas circunstancias que fueron planteadas para los flujos de turistas.

Bibliografía

- Aguilar, D. (2015), "Finca Argovia de Chiapas obtiene premio turístico 2015: Sector", *Sexenio* [En línea], 14 de marzo de 2015, [http://www.sexenio.com.mx/chiapas/articulo.php?id=12216]
- Almirón, V. (2004), "Turismo y espacio. Aportes para una geografía del turismo", en *GEOUSP- Espaço e Tempo*, São Paulo, núm 16, pp. 119-147.
- Álvarez, A. (2004), "Cambio social y ocio turístico en el siglo XXI", *Turismo, ocio y deporte: VII Congreso de Sociología 2004*, Universidade da Coruña, España pp. 15-40.
- Altamirano, M., P. Enríquez, Rangel, J., C. García y Tejeda C. (2011), "La ruta del café y la diversidad de las aves", *Biodiversitas*, CONABIO, núm. 96, pp. 11-16.
- Altamirano, M. (2013), *Diversidad de aves en un paisaje cafetalero del municipio de Tapachula, Chiapas, México*, El Colegio de la Frontera Sur, Doctorado en Ciencias en Ecología y Desarrollo Sustentable.
- Ángeles, M. (2010). *Alcance regional del turismo religioso en el Cristo de las Noas, Torreón, Coahuila*. Tesis de licenciatura, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México.
- Argovia Finca Resort (2015), Imagen publicada el 29 de abril de 2014, [Disponible en <https://www.facebook.com/ArgoviaFincaResort/photos/a.10151734012214053.1073741826.142283904052/10152131216969053/?type=3&theater>].
- Argovia Finca Resort (2016), *Bienvenido a Argovia*. [En línea]. Finca Argovia resort. [http://www.argovia.com.mx/]
- Barber, C. (2009), *¿Sostenibilidad o sustentabilidad?* [En línea], *Expansión*. [http://expansion.mx/actualidad/2009/05/22/sostenibilidad-o-sustentabilidad]
- Barrera, E. (2003), "Las rutas alimentarias argentinas: un aporte para la construcción de las rutas alimentarias americanas", en *Seminario sobre Turismo Rural y su contribución a la creación de empleo y a la conservación del patrimonio*, Asunción, Paraguay, 12 y 13 de mayo.
- Barrera, E. (2006), *Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*, CINTERFOR, OIT, Montevideo.
- Bartra, A. (1995), "Origen y claves del sistema finquero del Soconusco", en *Revista Chiapas Online ERA-II Ec*, México. [http://www.revistachiapas.org/No1/ch1bartra.html].
- Beteta, M. (2016), "Chiapas: un viaje por sus fincas cafetaleras", *El Universal* [En línea], 25 de septiembre de 2016 [http://www.eluniversal.com.mx/articulo/destinos/2016/09/25/chiapas-un-viaje-por-sus-fincas-cafetaleras].
- Blanco, M. y H. Riveros (2010), "El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial", en *Desarrollo de los agronegocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe, Conceptos, instrumentos y casos de cooperación técnica*, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, pp. 117-125 [http://www.pa.gob.mx/publica/rev_49/An%C3%A1lisis/el_agroturismo_como_-_Marvin_Blanco_M..pdf]
- Blanco R. y J. Beneyas del Álamo (1994), "El turismo como motor de desarrollo rural". *Revista Agro-sociales*, núm. 169, 3/1994.
- Callizo, J. (2011), *Aproximaciones a la Geografía del Turismo*, SINTESIS, Madrid.

- Castro, U. y M.A. Fonseca (2005), "Turismo alternativo y políticas públicas en México", en Velarde Valdez, M., A.V. del Carmen Maldonado y Gómez, S. (coords.; 2015), *Referentes teóricos del turismo alternativo*, Universidad de Guadalajara, Universidad de Occidente, UCLA Program on Mexico, PROFMEX/WORLD y Juan Pablos Editor, México, pp. 183-218
- César, A. y S. Arnaiz (2003), "Turismo rural: problemática, experiencias y perspectivas", en César, A., S. Arnaiz y J. Thomas (eds.), *Turismo rural y economía local*, Universidad de Guadalajara y Universidad Nacional del Litoral, Puerto Vallarta, Jalisco, México, pp. 273–298.
- César, A. y Arnaiz, S. (coord.; 2005), *Turismo rural: modelos y propuestas*, Universidad de Guadalajara y COECYT, Guadalajara, México.
- Chiapas Original (2016), Estrategia Marca Chiapas, [En línea], [<http://marcachiapas.com/se/>]
- Ciani, A. (2003), "Turismo rural y agroturismo: oportunidades y desafío", en César, A., Arnaiz, S. y Thomas, J. (coords.), *Turismo rural y economía local*, Universidad de Guadalajara y Universidad Nacional del Litoral, Puerto Vallarta, Jalisco, México pp. 11-50.
- Comité Estatal de Información Estadística y Geográfica (CEIEG), (2014), *Compendio de Información Estadística y Geográfica de Chiapas*, Chiapas. [http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/home/wp-content/uploads/downloads/productosdgei/CIGECH/CIGECH_REGIONES.pdf: 21 de julio de 2016].
- (CEIEG), (2015), Información Estadística. Perfiles municipales de la Región Soconusco, [<http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/perfiles/Inicio>]
- Constabel, S., E. Oyarzun y Szmulewicz, P. (2008), *Agroturismo en Chile. Caracterización y perspectivas*, Universidad Austral de Chile, Fundación para la Innovación Agraria, Ministerio de Agricultura, Santiago de Chile.
- Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO) (2001a), *Climas. Clasificación de Köppen, modificado por García*, Escala 1:1000000.
- (CONABIO) (2001b), *Climas. Escalas 1:250000 y 1:1000000*, [http://www.conabio.gob.mx/informacion/metadatos/gis/clima1mgw.xml? xsl=/db/metadatos/xsl/fgdc_html.xsl& indent=no]
- (CONABIO) (2001c), *Edafología. Escalas 1:250000 y 1:1000000*, [http://www.conabio.gob.mx/informacion/metadatos/gis/eda251mgw.xml? httpcache=yess& xsl=/db/metadatos/xsl/fgdc_html.xsl& indent=no]
- (CONABIO) (2002), *Uso de suelo y vegetación modificado por CONABIO. Escalas 1:1000000*, [http://www.conabio.gob.mx/informacion/metadatos/gis/usv731mgw.xml? xsl=/db/metadatos/xsl/fgdc_html.xsl& indent=no]
- Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP), (2010a), *Reservas de la Biosfera: Información espacial: El triunfo* [http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/reservas_biosfera.php]

- (CONANP), (2010b), *Reservas de la Biosfera: Información espacial: La encrucijada* [http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/reservas_biosfera.php]
- Consejo Nacional de Población (CONAPO), (2010), Índice de marginación por entidad federativa y municipio 2010, [http://www.conapo.gob.mx/en/CONAPO/Indices_de_Marginacion_2010_por_entidad_federativa_y_municipio]
- Damián, A. (1988), “Conformación histórica de la región del Soconusco, Chiapas”, *Estudios Fronterizos*, núm. 17, año VI, vol. VII, septiembre-diciembre 1988, Colegio de México, pp. 61-80.
- DATATUR (2015), “Actividad hotelera en centros turísticos seleccionados”, *Sistema Nacional de la Información estadística del sector turístico en México*, SECTUR, [<http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Inicio.aspx>]
- Descubre Baja California (2016). *Ruta del Vino, Baja California*. [En línea]. Baja California: Descubre Baja California. Disponible en: <http://descubrebajacalifornia.com/index.php/hospedaje> (agosto de 2016).
- Domínguez, F. (2016). *Proyectos de turismo rural: experiencias en el estado de Quintana Roo*. Tesis de Doctorado, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México.
- Enríquez, D. (2016) *Alcance regional del turismo religioso en el Santuario de Nuestra Señora de Ocotlán en Tlaxcala*. Tesis de Maestría, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México.
- Espinosa, A., L. Llancaman y Sandoval H. (2014), “Turismo de intereses especiales y parques nacionales”, en *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 23 pp. 115-130.
- Estrategia Marca Chiapas (2016), *Estrategia Marca Chiapas*. [En línea]. Chiapas: Gobierno de Chiapas. [<http://marcachiapas.com/se/>]
- Fernández, E. (2003), “La producción agropecuaria en el Soconusco e intercambio con Centroamérica”, *La Frontera Sur. Reflexiones sobre Soconusco Chiapas*, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, pp. 185-200.
- Finca Hamburgo (2016), *Finca Hamburgo, Chiapas High Grown Coffee*, [En línea], Chiapas: Finca Hamburgo, [<https://www.fincahamburgo.com/>]
- Flanigan, S., K. Blackstock y Hunter, C. (2014), “Agritourism from the perspective of providers and visitors: a typology-based study”, en *Tourist management*, núm. 40, 394-405.
- Francès, G. (2006), “Turismo rural: las ventajas de la promoción y comercialización conjunta”, en *Estudios Turísticos*, núm. 171, Instituto de Estudios Turísticos, pp. 105-114.
- García, E. (2004), *Modificaciones al sistema de clasificación climática de Köppen*, Instituto de Geografía, UNAM, México.
- García, B. (2005), “Características diferenciales del producto turismo rural”, *Cuadernos de Turismo*, núm. 15, Madrid, pp. 113-133
- García, J. (1996), “El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria”, en *Estudios Turísticos*, núm. 132, Instituto de Estudios Turísticos, Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pequeña y Mediana Empresa, España, pp. 45-59.

- García, A. (1970), "Clasificación de los recursos turísticos", *Boletín Instituto de Geografía*, Volumen III, México, pp. 61-65.
- Garduño, M., C. Guzmán y Zizumbo L. (2009), "Turismo rural: Participación de las comunidades y programas federales", en *El Periplo Sustentable*, núm. 17, Universidad Autónoma del Estado de México, México, pp. 5-30
- Gasco, J. (2005), *El antiguo Xoconochco: la historia de su ocupación*, traducido por Lomónaco, A., FAMSI [<http://www.famsi.org/reports/99035es/99035esGasco01.pdf>]
- Gil, C., C. Barbieri y Rozier, S. (2013), "Defining agritourism: A comparative study of stakeholders' perceptions in Missouri and North Carolina", en *Tourist Management*, núm. 37, pp. 39-47.
- Gobierno del Estado de Chiapas (2005), *Gran guía turística: CHIAPAS*. Secretaría de Turismo, Santillana.
- Gobierno del Estado de Chiapas (2006), *Programa para la integración turística de las regiones Soconusco, Istmo Costa y Valle Zoque del Estado de Chiapas*, Secretaría de Economía, Fondo PYME, Factor Negocios Consultoría, [<http://www.economiachiapas.gob.mx/docs/fp2011-1043.pdf>]
- Gobierno del Estado de Chiapas (2013), *Programa Regional de Desarrollo 2013-2018. Región X Soconusco*, [http://www.ped.chiapas.gob.mx/ped/wp-content/uploads/ProgReg/2013-2018/2013_PRD_10_Soconusco.pdf]
- González, F. (2008), *Territorio y café: transformaciones recientes en la región cafetalera de Coatepec, Veracruz 1994-2006*, Tesis de maestría, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México.
- González, M. (2011), "Una propuesta para desarrollar turismo rural en los municipios de Zacatecas, México": las rutas agro-culturales", en *Revista de turismo y patrimonio cultural*, vol. 9, núm. 1, pp. 129-145.
- Hall, M. (2014), *El turismo como ciencia de la movilidad*, SINTESIS.
- Hall, M. y S. Page (1999), *The geography of tourism and recreation; environment, place and space*, segunda edición, Taylor & Francis Group, Nueva York.
- Hall, M. y S. Page (2014), *The geography of tourism and recreation; environment, place and space*, segunda edición, Taylor & Francis Group, Nueva York.
- Hoteles Boutique en México (2016), *Hoteles Boutique de México*, [En línea], México, Hoteles Boutique. [<https://www.hotelesboutique.com/>]
- Instituto de Comunicación Social del Estado de Chiapas (ICOSO CHIAPAS) (2013), *Develan placa conmemorativa por los 125 años de la finca Hamburgo*, [En línea], Tapachula, Chiapas: ICOSO Chiapas, [<http://www.icosochiapas.gob.mx/2013/01/13/develan-placa-conmemorativa-por-los-125-anos-de-la-finca-hamburgo/>]
- Instituto Nacional de Geografía, Estadística y Informática(INEGI) (2004), *Guía para la interpretación de cartografía edafológica*, [<http://www.inegi.org.mx/inegi/SPC/doc/INTERNET/EdafIII.pdf>]
- INEGI (2009), *Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos*.
- INEGI (2010), *Censos y Conteos de Población y Vivienda 2010*.

- INEGI (2014), *Censos Económicos 2014*. Sistema Automatizado de Información Censal [<http://www.beta.inegi.org.mx/app/saic/default.aspx>]
- INEGI (2015a), *Conjunto de datos vectoriales de la serie topográfica y de recursos naturales*. Escala 1:50000 serie III, México.
- INEGI (2015b), Encuesta Intercensal [<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/ei2015/default.aspx>]
- Juárez, J., B. Ramírez y M. Galindo (2010), "Turismo rural y desarrollo territorial en espacios indígenas de México", en *Investigaciones Geográficas*, núm. 48, Instituto de Geografía, Universidad de Alicante, pp. 189-208.
- Jürgen, A. (2005), "Manejo de la cenosis en cafetales y sus impactos sobre insectos, con especial énfasis en la broca del café", en *Simposio sobre Situación Actual y Perspectivas de la Investigación y Manejo de la Broca del Café en Costa Rica, Cuba, Guatemala y México*, Colegio de la Frontera Sur, pp. 22-30.
- Kruja, D. y A. Gjyzezi (2011), "The Special Interest Tourism. Development and small regions", en *Turizam*, vol. 15 pp. 77-89.
- Lane, B. (1994), "What is rural tourism?", en *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 2, pp. 7-21.
- Loewe, P. (1940), *Informe general sobre la exploración sanitaria de la zona cafetalera de Argovia, Chiapas*. Tesis de licenciatura, Facultad de Medicina, UNAM, México.
- López, Á, G. Quintero y Sánchez, Á., (2014), "Turismo no masificado en México: una interpretación cartográfica", en López y Monterrubio (coord.), *De la dimensión teórica al abordaje empírico del turismo en México. Perspectivas multidisciplinares*, UNAM, Instituto de Geografía; UAEM Unidad Texcoco, México, pp. 287-300.
- López, M. (2007), "Las Fincas Cafetaleras Alemanas en el Soconusco: más de 150 años de experiencia", en Moguel Liévano, M. (coord.), *Reflexiones sobre experiencias de investigación en algunas organizaciones en Chiapas*, UACH, UAM Iztapalapa, Tuxtla Gutiérrez, pp. 6-20.
- López, M. y D.B. López (2008), "La complejidad de las organizaciones agrícolas cafetaleras en el Soconusco a través de la historia", en *VI Congreso Internacional de Análisis Organizacional "Perspectivas multidisciplinares en análisis organizacional: Complejidad ambigüedad y subjetividad"*, 12, 13 y 14 de noviembre de 2008, Universidad Autónoma de Chiapas.
- López, M. (2013). *Alcance Regional Del Turismo Religioso Del Santuario De Nuestra Señora De Arantzazu, Guipúzcoa, España*. Tesis de Maestría. Facultad de Filosofía y Letras. UNAM, México.
- López, M. (2007), "Las Fincas Cafetaleras Alemanas en el Soconusco: más de 150 años de experiencia", en Moguel Liévano, M. (coord.), *Reflexiones sobre experiencias de investigación en algunas organizaciones en Chiapas*, UACH, UAM Iztapalapa, Tuxtla Gutiérrez, pp. 6-20.
- Marrocu, E. y R. Paci (2012), *Different tourists to different destinations. Evidence from spatial interaction models*, University of Cagliari.

- Martín, F. (2016) "Ruta del café. Esclavitud con cara de turismo", en El Universal [en línea], 22 de enero de 2016 [<http://www.eluniversal.com.mx/articulo/estados/2016/01/22/ruta-del-cafe-esclavitud-con-cara-de-turismo>]
- Martínez, S. (2013). *Alcance regional del turismo religioso en la Basílica de Santa María de Guadalupe*. Tesis de licenciatura, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México.
- México Desconocido (2016), *Las haciendas de Yucatán: su ambiente, su lujo, su gente*, [En línea], Ciudad de México, IASA Comunicación, [<https://www.mexicodesconocido.com.mx/las-haciendas-de-yucatan-su-ambiente-su-lujo-su-gente.html>]
- Millán, M. (2002), "La diversificación en el medio rural como factor de desarrollo", en *Papeles de Geografía*, núm. 36, Escuela de Turismo Adscrita a la Universidad de Murcia, Murcia, España, pp. 223-238.
- Miranda, F. y X. Hernández (1963), "Los tipos de vegetación en México y su clasificación", *Boletín de la Sociedad Botánica de México*, pp.29-179.
- Morris, A. (1978), "Sociedad, economía y estructura geográfica en Iberoamérica", *Cuadernos Críticos de Geografía Humana*, año III, núm. 16, Universidad de Barcelona, [<http://www.ub.edu/geocrit/geo16.htm>]
- Ordoñez, C. (1984), "Características generales de la producción en la Sierra Madre de Chiapas", *Revista de Geografía Agrícola: Análisis Regional de la Agricultura*, núm. 7-8, junio 1984-enero 1985, San Cristóbal, pp. 31-93. [<http://chapingo.net/articulo7-8/caracteristicasgenerales.pdf>: 21 de julio de 2016].
- Orozco, C., H. Barrientos y Lopezlena, A. (2005), "Evaluación de una planta piloto de tratamiento de aguas residuales del procesamiento del café: características químicas", en *Higiene y Sanidad Ambiental*, núm. 5, pp. 123-131.
- Parra, E. (2006), "Gestión del turismo rural", en *Gestión y dirección de empresas turísticas*, Interamericana de España, McGraw-Hill, pp. 575-597
- Patuelli, R., M. Mussoni y Candela, G. (2014), "Cultural offer and distance in a spatial interaction model for tourism", en *Economics and Business Letters*, núm. 3 (2), pp. 96-108.
- Phillip, S., C. Hunter y Blackstock, K. (2010), "A typology for defining agritourism", en *Tourism management*, núm. 31, pp. 754-758.
- Procuraduría General de Justicia del Estado de Chiapas (2013), *Informes CIEISP*, Servicio de Estadísticas [<http://www.pgje.chiapas.gob.mx/servicios/numerospgje/>]
- Propin, E. (2003), *Teorías y Métodos en Geografía Económica. Métodos y técnicas para el estudio del territorio*, Temas Selectos de Geografía de México, Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Puerto Chiapas (2016), *Historia*,. [En línea], Chiapas: Gobierno de Chiapas, [[http://www.puertochiapas.com.mx/historia \(noviembre de 2016\)](http://www.puertochiapas.com.mx/historia (noviembre de 2016))]
- Rébora, H. (1982), *Memorias de un chiapaneco, 1895-1982*, México, Katún, Serie de Historia Regional, No. 2.
- Renard, M. (1993), *El Soconusco. Una economía cafetalera*, Universidad Autónoma de Chapingo, Dirección de Difusión Cultural, México.

- Reygadas, Y. (2009). *Alcance regional del Santuario Santo Niño de Atocha en Plateros, Zacatecas*. Tesis de Licenciatura, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México.
- Riveros, H. y M. Blanco (2003), "El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local", en *Serie Documentos de Trabajo*, Programa de Desarrollo de la Agroindustria Rural para América Latina y el Caribe, Perú, pp. 33.
- Rosas, L. (2016), *Alcance regional del turismo religioso-católico en el Santuario de Nuestro Señor de Esquipulas Guatemala*. Tesis de licenciatura, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México.
- Sánchez, M. (2011). *Alcance regional del turismo en Álamos, Sonora*. Tesis de licenciatura, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México.
- Santiago, G. (2014), *Impacto territorial del turismo alternativo en la localidad Capulálpam de Méndez*, Tesis de licenciatura, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México.
- Sayadi, S. y J. Calatrava (2001), "Agroturismo y desarrollo rural: Situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del sureste español", en *Cuadernos de Turismo*, núm. 7, pp. 131-157
- Secretaría de Desarrollo Económico Municipal (SDEM), (2006), *Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Tapachula y Costa Soconusco, Ayuntamiento Municipal de Tapachula*, pp. 232, [http://archivos.diputados.gob.mx/Comisiones/Ordinarias/Economia/Plan_Tapachula/PlanMaestroTapachula2006.pdf]
- Secretaría de Turismo (SECTUR) (2014a), *Distintivo M*. [En línea], México, SECTUR. [http://www.sectur.gob.mx/gobmx/tramites-y-servicios/certificacion-turistica/distintivo-m/]
- Servicio Meteorológico Nacional (2016), Estaciones climatológicas. Datos de la estación: 7012, Finca Argovia. [http://smn.conagua.gob.mx/tools/RECURSOS/Estadistica/7012.pdf]
- (2014b), *Distintivo H*, [En línea], México: SECTUR, [http://www.sectur.gob.mx/gobmx/tramites-y-servicios/certificacion-turistica/distintivo-h/]
- Solís, R. (2015), "Finca Argovia, atractivo sustentable", *Informador* [En línea], [http://www.informador.com.mx/suplementos/2015/599076/6/finca-argovia-atractivo-sustentable.htm]
- Solsona, J. (2006), "El turismo rural en Europa", en *Aportes y transferencias*, Año 10, Volumen 2, Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata, pp. 25-35.
- Sznajder, M., L. Przezbórska y Scrimgeour, F. (2009), *Agritourism*, CABI, Londres, pp. 301.
- Tagul (2016), *Página de inicio*, [En línea], México. Tagul, [https://tagul.com/]
- Tesoros de Chiapas (2016,. *Tesoros de Chiapas*, [En línea], Chiapas: Tesoros de Chiapas, [http://tesorosdechiapas.com.mx/index.php] Tesoros de Chiapas]
- Tew, C. y Barbieri, C. (2011), "The perceived benefits of agritourism: The provider's perspective", en *Tourism Management*, núm. 33, pp. 215-224.
- Tovar, M. (2004), *Los finqueros extranjeros en el Soconusco durante el Porfiriato*, Tesis de doctorado, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México.

- Trip Advisor (2016), *Visitantes a la Finca Argovia*, [En línea], México, Trip Advisor México, [<https://www.tripadvisor.com.mx/>]
- Turismo Chiapas (2015), *Región Soconusco*, SECTUR [En línea], [<http://www.turismochiapas.gob.mx/sectur/región-soconusco>]
- Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (s/f), *Taller de tecnologías*, [En línea], Hidalgo: UAH, [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Lectura/LITE/LECT83.pdf]
- Valdez, M. (2008), "Chiapas: de la "guerra de los mapas" de 1895 a las regiones de frontera. Un análisis desde la perspectiva de la geografía política y la geografía histórica", *Takwá*, núm. 14, pp. 59-89.
- Viladomiu, L. y Roseel, J. (s/f). *La diversificación en la explotación agraria como estrategia alternativa de ajuste. Universidad de Barcelona* [En línea], [<http://www.um.es/observalocal/otros/IIJDR/Viladomiu.pdf>]
- Vivó, J. (1954), *La integración de Chiapas y su agregación a la nación mexicana*, Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística, México.
- Yucatán Travel (2016), "Turismo de lujo", SEFOTUR [En línea], [[http://yucatan.travel/turismo-de-lujo/#turismo_de_lujo_\(5_de_septiembre_de_2016\)](http://yucatan.travel/turismo-de-lujo/#turismo_de_lujo_(5_de_septiembre_de_2016))]
- (2016). *Página de Inicio* SEFOTUR [En línea], [<http://www.yucatan.travel/>]
- Zebadúa, E. (1999), *Breve historia de Chiapas, El Colegio de México*, Fideicomiso Historia de las Américas, Fondo de Cultura Económica, México.
- Zizumbo, L. (2007), *El turismo en comunidades rurales. Práctica social y estrategia económica*, Tesis de Doctorado en Sociología, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México.