



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

“PROPUESTA DE DISEÑO DE UN CLUSTER DE HACIENDAS GANADERAS EN
LA REGIÓN ORIENTE DEL ESTADO DE TLAXCALA”

T E S I S
PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN INGENIERIA ADMINISTRATIVA

PRESENTA:
L.A.E.T. ELOISA SÁNCHEZ CORTÉS

DIRECTOR
DR. JOSE ADRIÁN TREVERA JUÁREZ

CO-DIRECTOR
M.A. ROSA CORTÉS AGUIRRE

TUTOR
DR. JORGE LUIS CASTAÑEDA GUTIERREZ

REVISOR
DR. JOSE FEDERICO CASCO VAZQUEZ

APIZACO, TLAX.

DICIEMBRE DE 2014.

Agradecimientos

Durante el desarrollo de la presente investigación, muchas instituciones y personas contribuyeron para fuera posible llegar al final y presentar esta tesis. Esperando no omitir a nadie, manifiesto mi más profundo agradecimiento a todos aquellos que en cada momento estuvieron acompañándome.

A Dios: Por permitir que siga en este camino lleno de proyectos personales y profesionales, que me han dado la oportunidad de madurar y aprender de cada situación.

A mis padres: por su amor, confianza y ese apoyo que me han dado en toda mi vida, así como los valores y consejos que guían mi conducta. A ti mamá: Inés Cortés Lima que con tu amor, apoyo, comprensión y tiempo hiciste posible que pudiera estudiar esta maestría. A la memoria de mi papá: José Sánchez Lemus, que tu presencia me acompaña y guía aunque ya no estés físicamente, tus palabras siempre me acompañan.

A mis hijas: Inés Lizbeth y Eloisa Priscila que cedieron ese tiempo con ustedes para que yo pudiera cumplir como estudiante, esperando que sea un ejemplo para que nunca se den por vencidas y sepan que ustedes pueden lograr sus metas y objetivos personales. Además de sus muestras de apoyo en cada momento, me dieron fuerza y motivación.

A mis hermanitos: Joel Ramón, Ma. Eulogia y José Alfredo, que también siguieron apoyándome en esta etapa y cuando lo necesite estuvieron presentes y nunca dudaron en hacerlo. Además son mi ejemplo como hermanos mayores.

A mi esposo: Luis E. por su apoyo al cuidado de nuestras hijas, en esta etapa. Por ser un ejemplo profesional.

A mi comité tutorial: Dr. J. Adrián Trevera Juárez porque además de ser un gran director de tesis, su apoyo, consejos y tiempo durante esta investigación. A la Mtra. Rosa Cortés Aguirre por su apoyo y tiempo. Al Dr. Jorge L. Castañeda Gutiérrez por sus consejos y tiempo en esta tesis. Al Dr. J. Federico Casco Vásquez por su tiempo y paciencia. En cada etapa invirtieron tiempo e hicieron sugerencias que fueron enriqueciendo esta investigación.

A cada uno de mis maestros de los cuales aprendí mucho de los conocimientos transmitidos durante cada una de sus clases.

A mis compañeros de generación de los cuales también aprendí de ellos, así como el apoyo y comprensión que me brindaron en estos dos años.

Al Instituto Tecnológico de Apizaco por brindarme la oportunidad de formarme académicamente en sus aulas como Maestra en Ingeniería Administrativa.

A CONACYT

Porque con programas como este, hacen posible que la educación y la investigación se fortalezcan en nuestro país y contribuir a que las futuras generaciones tengan mejores oportunidades para beneficio de todos. Me encuentro bajo el CVU 491082.

Índice

Índice

Introducción

Descripción del problema	i
Preguntas de investigación	i
Hipótesis	ii
Objetivos	iii
Justificación	iii

Capítulo I. Turismo y Haciendas

1. Turismo	2
1.1. Antecedentes del turismo en el mundo	4
1.1.1. Antecedentes en México	13
1.2. Sistema Turístico	17
1.2.1. Elementos activos del sistema turístico	25
1.2.2. Elementos dinámicos de entrada del sistema turístico	27
1.2.3. Elementos dinámicos de salida del sistema turístico	37
1.3. Clasificación del Turismo	41
2. Las Haciendas	46
2.1. Antecedentes Históricos en México y Tlaxcala	46

Capítulo II. Antecedentes de los clusters

2.1. Origen y aplicación del concepto de cluster	55
2.2. Objetivo de un cluster	59
2.3. Principales ventajas y beneficios de los clusters	62
2.4. Características de los clusters	63
2.5. Etapas de los clusters	64
2.6. Teorías y modelos de competitividad	67
2.7. Contexto actual del cluster	73

Capítulo III. Metodología	
3.1. Etapas de la investigación	82
3.2. Involucrados en la investigación	84
3.3 . Análisis Estratégico	86
Capítulo IV. Propuesta	
4.1. Situación Actual y Diagnóstico	91
4.2.Región Oriente	93
4.3.Propuesta de Diseño del cluster	112
Capítulo V. Conclusiones y Trabajos Futuros	
5.1.Conclusiones	117
5.2. Recomendaciones	122
5.3. Trabajos futuros	124
 Fuentes de consulta	
 Indice de Tablas	pag.
Tabla 1.1 Antecedentes turísticos del Siglo XIX.	2
Tabla 1.2. Tipología de los atractivos turísticos.	28
Tabla 1.3. Ingresos por visitantes internacionales, 2011.	32
Tabla 1.4 . Actividades del ecoturismo	36
Tabla 3.1. Procedencia de los visitantes al estado de Tlaxcala	74
Tabla 3.2. Edad de los visitantes	74
Tabla 3.3. Comentarios y sugerencias.	75
Tabla 3.4. Matriz FODA de las haciendas de la región oriente	75
Tabla 4.1. La región oriente y sus municipios.	79
Tabla 4.2. Haciendas de la Huamantla	84
Tabla 4.3. Haciendas de Atzayanca	84

Tabla. 4.4. Haciendas con hospedaje 85

Tabla 4.5. Guías especializados 86

Introducción

En la actualidad los cambios tan acelerados han originado una transformación tanto en los procesos como en las organizaciones, siempre buscando ser más competitivos y seguir vigentes en los mercados locales y buscar un posicionamiento que traspase su marca o producto a otros escenarios como el nacional y el internacional. Como es el caso del sector turístico que se ha mantenido innovador para seguir en la preferencia de los visitantes, siempre brindando un mejor servicio para satisfacer el gusto del turista.

Tlaxcala desde la década de los setentas incursionó en el ámbito turístico con su mejor atractivo turístico en ese momento: el descubrimiento y apertura a la zona arqueológica de Cacaxtla, localizada en la región sur del estado, desde ese momento la entidad se posicionó como un destino cultural; a partir de ese momento la evolución y formalización tanto del capital humano como de las empresas prestadoras de servicios turísticos, así como lo que corresponde a las instituciones gubernamentales de apoyo y coordinación a este sector también se modificaron.

Aunque la entidad tlaxcalteca cuenta con una amplia gama de atractivos turísticos prioritariamente culturales, debido a su legado histórico y tradicional, pero aún carece de acciones como la colaboración o cooperación entre actores del sector, esta situación es la que motiva esta investigación sobre las haciendas ganaderas y su situación actual ante un panorama competitivo con otros productos turísticos.

Esta investigación se inicia con la contextualización desde el planteamiento del problema y de ahí se derivan las preguntas de la investigación, hasta la hipótesis, posteriormente se fija el objetivo general y los específicos, finalmente en ese apartado está la justificación en tres impactos que son: económica, social y ecológica.

En el capítulo uno se describe la evolución del turismo la antigüedad en los escenarios internacionales y después hacia México, así como los aspectos de la teoría del turismo que es el eje bajo el cual se desarrolla la investigación; al final del capítulo se aborda lo concerniente a las haciendas que son el actor principal, dando

una retrospectiva histórica con su antecedente en España y posteriormente como esta institución económica llega a nuestro país en la época de la colonia, así como la importancia para el desarrollo del estado.

En el contenido del capítulo dos, se inicia con los orígenes de la palabra cluster desde su connotación original en la informática, sus principales ventajas y beneficios, características hasta su tipología y evolución como conglomerados empresariales hasta llegar al Modelo empresarial que es el que sirve de sustento a la propuesta final de esta investigación y en ese mismo capítulo se agregan cinco casos de clusters que están funcionando, dos particularmente en Chile y tres en México. Como parte de los casos de éxito en el mundo.

La metodología está descrita a través de un esquema en el capítulo tres, mismo que se fue desarrollando desde como está planteado desde el problema, llegando a la investigación documental que abarca desde el turismo, el cluster y las haciendas ganaderas que cumplen con las características planteadas en un análisis estratégico y determinar si el objetivo de la investigación se cumple.

El capítulo cuatro presenta la situación actual y de diagnóstico de la región oriente de las haciendas y la oferta turística con esos elementos para la iniciativa del cluster, las opciones que principalmente las han caracterizado para proponer un diseño de funcionamiento del cluster.

Finalmente en el capítulo V se encuentran las conclusiones a las que se llegó con esta esta investigación, todo el proceso tuvo importantes resultados desde la revisión conceptual de los términos de la misma manera las recomendaciones y los trabajos futuros que podrían desarrollarse a partir de esta investigación.

Descripción del Problema

El estado de Tlaxcala ubicado geográficamente en el altiplano central en un punto estratégico del país con vías de comunicación que comunican todo el territorio estatal, tiene una riqueza turística y cultural, ejemplo de esto son sus haciendas establecidas durante la época virreinal muchas de ellas datan de los siglos XVI y XVII, esta fue una actividad económica importante en el pasado, de las cuales eran agrícolas, pulqueras y ganaderas, de las cuales han dado identidad taurina a nivel nacional, siendo una entidad al ser una de las primeras con ganaderías registradas en la Asociación Nacional de Criadores de Toros de Lidia (ANCTL), actualmente muchos de esos inmuebles han pretendido ampliar su diversidad al ofertarse como una opción turística agregando servicios como hospedaje y recreación para los visitantes que llegan a la región pretenden ser sustentables ante su apertura a la actividad turística. En la entidad existen cerca de cien inmuebles pero solo algunas cuentan con los servicios básicos para ofrecer una estadía confortable al visitante.

Aunque no solo con poseer un atractivo arquitectónico se puede ser competitivo, porque debido a muchas reformas muchas de esas haciendas han tenido la necesidad de obtener su ganado de lidia a través de ranchos que bien pertenecen a la misma o bien los compran a otros ranchos cercanos, como parte de lo que puede denominarse una cadena productiva, pero la mayoría realizan esfuerzos aislados.

Los propietarios de las haciendas trabajan de manera individual para promocionar sus inmuebles, algunos han solicitado financiamientos, aunque esto les genera otro tipo de inconvenientes desde el punto de vista financiero generando más gastos que ingresos a través de programas para restaurar sus propiedades para realizar remodelaciones, han equipado o ampliado sus servicios para recibir a sus visitantes proporcionándoles algunas comodidades y ofertarles: Visitas Guiadas, organización de eventos, tiendas de vaquillas, hospedaje, actividades de turismo rural (granja didáctica, rutas a caballo, senderismo, ciclismo de montaña; como parte de las actividades y que los visitantes tengan una experiencia satisfactoria para que regresen y recomienden las haciendas de la región oriente. Algunas han servido de

escenarios para películas debido a la majestuosidad de su arquitectura y del misticismo de sus historias a través de cada estructura que la conforma como las calpanerías, tiendas de raya, capillas, troje, entre otras.

Por todas sus características tangibles e intangibles deben aprovecharse y convertirlas en un destino competitivo además con características diferenciadas de otras haciendas de otros estados del país.

De lo anterior surge la pregunta que da origen al planteamiento del problema:

¿Cómo sensibilizar a los interesados para que puedan trabajar con cooperación y competitividad?

¿Cuáles elementos intervienen en la formación de un clúster de haciendas?

Hipótesis:

La falta de asociación entre las haciendas ganaderas, frenan la generación de modelos como el cluster, mismo que puede beneficiar a la región oriente a largo plazo, si se pudiera generar mayor competitividad entre ellas a través de su oferta turística, para posicionarse como un destino consolidado.

Objetivo General:

Identificar si existen las condiciones básicas para la gestación o creación de un cluster de haciendas ganaderas en la región oriente, como una propuesta de innovación y competitividad para el turismo con el propósito de beneficiar en la economía de la entidad logrando una sinergia entre sus participantes.

Objetivos Particulares:

- Diseñar un producto turístico sustentable que desarrolle la economía del estado, específicamente la zona oriente que sea suficientemente atractivo para que los visitantes los elijan como opción turística.
- Describir las principales fortalezas así como sus áreas de oportunidad de las haciendas en conjunto como un atractivo eje que ofrezca servicios

complementarios a sus visitantes para atraer afluencia turística a la región oriente.

Justificación

➤ Relevancia Social

Debido a la importancia de las haciendas como patrimonio cultural, la propuesta pretende diseñar un Clúster que integre a las comunidades receptoras con actividades rurales además de posicionar al Estado de Tlaxcala como una opción única en su tipo que agregue valor a su oferta turística. Esto debido a que ofrece al visitante la oportunidad de experimentar el encuentro de las formas de vivir de las comunidades que cohabitan en el ambiente rural y cultural. Además lo sensibiliza sobre el respeto y valor de su identidad cultural que se va perdiendo, aunque también es importante cuidar que se evite una congestión social.

Se pretende integrar el clúster con las haciendas ganaderas de gran arraigo taurino que se encuentran en la región oriente porque este resulta un atractivo más para los visitantes que acuden, además la región cuenta con otro valor agregado como lo es la denominación de Huamantla “Pueblo Mágico” que es el único municipio de toda la entidad que posee ese reconocimiento por parte de la Secretaría de Turismo, y no menos importante es que Tlaxcala es reconocido porque cuenta con un gran número de ganaderías de toro de lidia, haciéndolo único en el país con esta característica.

➤ Relevancia Económica

A través de esta propuesta se pretende dinamizar la economía del estado de Tlaxcala y además tiene un alto impacto en el desarrollo regional, porque en lugares donde se desarrollan o existen clusters se asocia un aumento en la productividad, se crea un entorno favorable con mejor productividad que genera la entrada de nuevas empresas, aumentando de esa manera el tamaño del cluster y sus beneficios productivos, por esa razón los municipios que integran esta región: Huamantla, Cuapiaxtla, Ixtenco, Alzayanca, El Carmen Tequexquitla, Terrenate y Zitlaltepec, aunque poseen características y rasgos culturales únicos, no ha sido determinante

para su crecimiento económico y se pretende que a partir de la propuesta se visiten para dejar un flujo de visitantes que aporten una derrama económica con la visita a las haciendas ubicadas en esa región. A través de productos diferenciados se obtengan beneficios y oportunidades de la generación de empleos formales e informales debido al efecto multiplicador y su eslabonamiento con otras actividades que generen divisas para reforzar la riqueza cultural de los pueblos o comunidades receptoras.

El proyecto propone el diseño de un clúster de haciendas que les brinde la posibilidad de trabajar en un ambiente de cooperación y competencia para obtener beneficios comunes a sus condiciones genéricas como el compartir proveedores, obtener descuentos, capacitación para el personal, servicios especializados, obtener recursos o apoyos de los programas que existen para ellos, proporcionando ventaja sobre muchas otras opciones turísticas para los visitantes.

➤ **Relevancia Ecológica**

Por otra parte desde el establecimiento de las haciendas ganaderas (cría de toro de lidia) ha sido una actividad económica por sí sola que ha servido como fuente de empleo para muchas familias en donde se ubican los ranchos o ganaderías, no solo de los hacendados o propietarios, porque además esta actividad requiere de proveedores, veterinarios especializados para lograr su mejoramiento a través de metodología propia basada en investigación para mejorar su genética. Pero otro aspecto derivado de esta actividad se encuentra el que para que se críe este ganado debe existir una extensión amplia de superficie lo que permite la conservación de extensiones de terreno, así como un entorno amable para las especies que conviven con el ganado de lidia.

CAPÍTULO I

TURISMO Y HACIENDAS

1. Turismo

Se inicia este capítulo explicando el origen de la palabra Turismo desde su etimología hasta los conceptos emitidos por algunos autores que se consideran clásicos en el área turística y por los Comités encargados de los organismos que regulan esta actividad a nivel internacional como la Organización Mundial del Turismo (OMT) y nacional la Secretaría de Turismo (SECTUR).

La trascendencia del turismo y sus consecuencias que se derivan del cuidado que se preste, lo aprovechan con fines mercantilistas y para otros el turismo es una industria, basándose en la presencia de un producto sujeto a la oferta y la demanda, dentro de lo que se conoce como mercado turístico; para algunos con fines de control y estadística, lo clasifican como un movimiento migratorio. (De la Torre, 1985).

Antes de adentrarse en el concepto del término Turismo, se presenta una somera referencia a los viajes, que en la mayoría de los casos no fueron con fines turísticos, sin embargo si guardan una relación con el origen y el desarrollo de los desplazamientos de esta índole, porque de no haberse realizado no habría un registro por incipiente que parezca en las diversas etapas, además de que fue un desarrollo paulatino, homologado por el contexto de cada época y de acuerdo a las circunstancias.

Así como la evolución de esta actividad que cronológicamente sus antecedentes más remotos se ubican desde la antigüedad, cuando por motivos principalmente religiosos y deportivos la gente se desplazaba por el continente europeo, hasta llegar a los lugares de la celebración de eventos de esta naturaleza.

El origen de la palabra Turismo se remonta al vocablo *tour* en inglés, al igual que un galicismo en francés que significa “viaje circular” o “de vuelta al punto de partida”. (Acerenza, 2009). El Diccionario Turístico Internacional (1955) publicado por la Academia Internacional del Turismo en Montecarlo, refiere la etimología que la palabra Turismo “viene del vocablo inglés *tour*; viaje o excursión circular, la cual proviene del latín *tornare*”.

Se documenta por primera vez en 1760, en el Shorter Oxford English Dictionary la procedencia del vocablo inglés *tour*, del transitivo *to make tour* como galicismo del francés *tour*.

Retomando algunos aspectos de las definiciones anteriores De la Torre (2010), define al turismo como “un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que por motivos de recreación, descanso, cultura o salud se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el cual no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y social”.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) convocó en 1991 a una conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes en Canadá, en ese importante evento se efectuaron algunas sugerencias sobre los conceptos y ya en 1993 se dicta la definición oficialmente aceptada que es: “El turismo comprende las actividades de personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su ambiente usual durante no más de un año consecutivo con fines de gozar de tiempo libre, negocios u otros”.

Derivado de lo anterior se entiende por **Turismo**: al fenómeno social que genera un desplazamiento de personas que con fines de contemplación o deleite, hacia los atractivos turísticos naturales y socioculturales que se encuentran fuera de su lugar de origen o residencia habitual, con lo que se contribuye a la economía de las comunidades receptoras.

La Ley Federal del Turismo (2009) en su Art. 2, correspondiente a las Disposiciones generales, define a los **Turistas** como: Las personas que viajan temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilicen alguno de los servicios turísticos a que se refiere esta Ley, sin perjuicio de lo dispuesto para efectos migratorios por la Ley General de Población.

Derivado del concepto anterior la misma ley contempla como **Servicios Turísticos**: Los dirigidos a atender las solicitudes de los turistas a cambio de una contraprestación, en apego a lo dispuesto por la Ley del Turismo y su reglamento.

1.1. Antecedentes del Turismo en el mundo

Se llevará a cabo una descripción por épocas de los antecedentes más representativos o que dieron lugar a este fenómeno o actividad económica que actualmente se denomina Turismo, pero en sus inicios solo era un desplazamiento de algunos interesados en visitar lugares que les parecían únicos y dignos de contemplar, en el cual su traslado no estaba organizado y no existían servicios que brindaran comodidad en el trayecto o destino de los viajeros.

En la tabla 1 se visualizan las etapas históricas en la que existen referentes importantes o aportaciones en la evolución y desarrollo del turismo, iniciando con las civilizaciones antiguas como lo son Egipto, Grecia y Roma; pasando por la edad media, el renacimiento, los siglos XVII, XVIII, XIX y finalmente el siglo XX, como se detallara a continuación.

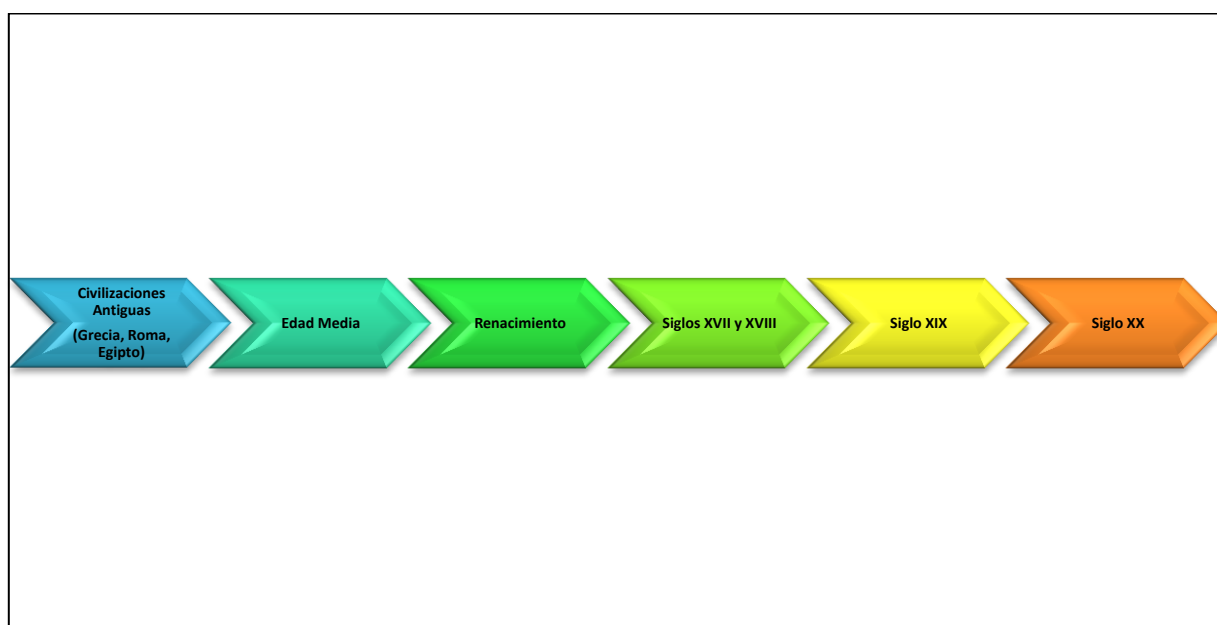


Figura 1.1. Etapas de evolución del Turismo

Fuente: Elaboración propia.

Los antecedentes en el mundo son muy remotos debido a que diversos autores los ubican en épocas como Castellanos (2010) refiere la historia del turismo desde

diversas manifestaciones y características, ubicando los primeros desplazamientos por motivos religiosos, políticos, bélicos, culturales, deportivos, entre otros.

Entre los primeros referentes son las épocas remotas en las cuales los peregrinos y romeros, impulsados por sentimientos religiosos, o viajeros atrevidos, por espíritu de aventura o curiosidad, emprendían andanzas en las cuales con frecuencia debían desafiar los múltiples peligros y fatigas que iban aparejados. Un caso singular es que en el siglo VIII a.C., se acostumbraban en todo el mundo helénico, para participar o sólo presenciar las competiciones deportivas que tenían lugar cada cuatro años en Olimpia. Incluso se llegaba a treguas en las guerras que frecuentemente sostenían entre sí las Ciudades - Estados, a fin de facilitar y garantizar, en algunos casos con salvoconducto, el tránsito de concurrentes a estos eventos olímpicos.

En la Grecia Clásica se realizaban desplazamientos para acudir a los festivales públicos como, teatros, visitas a templos de sus Dioses, fiestas, y eventos deportivos como las Olimpiadas. También existían muchos valores supremos, como la verdad, la belleza, la sabiduría, la bondad. La gente debía estar dispuesta a tomar en cuenta estos valores, para esto necesitaban disponer de un tiempo de ocio o skolé. El origen del skolé viene de estar desocupado y disponer de tiempo para uno mismo, ya que el individuo disponía de tiempo para considerar estos valores, se hizo una distribución del tiempo social en la que una elite descansaba y meditaba, mientras que otros se dedicaban a trabajar (Morfín, 2003).

Herodoto (484-425 a.C) considerado por muchos como el “Padre de los escritores del turismo”, describen los extensos viajes realizados en su época, no es posible identificar actividades similares a las que se conocen actualmente bajo el nombre de turismo hasta el Imperio Romano, debido a que durante el auge de esta potencia la gente se desplazaba hacia el campo y sitios de verano ubicados en la cercanía del mar, inclusive como un antecesor de los centros vacacionales Fuster (1974) se refiere a estos lugares como Baias en su obra y también es citado en obras de la literatura de esa época. Los romanos visitaban templos y santuarios, y acudían a los baños termales trasladándose a otros lugares buscando alivio a sus dolencias con las aguas de propiedades curativas de algunos manantiales y es probable que haya

practicado sus célebres viajes con el fin de profundizar en las costumbres, forma de vivir y organización política de otros pueblos. (Acerenza, 2006).

Séneca afirma que los viajes permitían a los hombres buscar sensaciones y placeres nuevos y además sus desplazamientos buscaban diferentes distracciones porque eran volubles y se cansaban de su comodidad y buscaban algo que los esquivase. (Feifer, 1985).

Según historiadores de esa época ya existían guías e itinerarios, en los cuales se especificaban: rutas, nombres de los caminos, distancias, tiempos requeridos para trasladarse a los diferentes puntos del Imperio, aunque en ese tiempo no se identificaba el término de turismo con esas actividades. En ese sentido se enfatiza la existencia de algunos elementos primordiales para el desarrollo del turismo, como la disponibilidad del sistema de comunicaciones adecuado para ese tiempo a través de sus calzadas, la seguridad y prosperidad que tenía el gobierno para sus habitantes y un factor determinante que fue el tiempo libre otorgado a los súbditos de cierto nivel. (Acerenza, 2006).

El Imperio Romano al ser una potencia bélica, tenía una sociedad que viajaba para asistir a su circo romano, arena, hipódromo, baños públicos con salas de vapor, piscinas, masajes, bibliotecas y jardines. La ciudad tenía muchos caminos de ahí la expresión “todos los caminos llevan a Roma”. El ocio en Roma consistía en no trabajar, era un tiempo libre posterior al trabajo. El ocio era el tiempo en donde se empleaba el descanso o la diversión como forma de evasión social, o para trabajar más o hacerlo de mejor manera.

En la época del emperador Caracalla, las termas, baños públicos, contaban con sala de vapor, piscinas, salas de reposo, gimnasia y masaje, bibliotecas y jardines. En el siglo III d. C., todas las instalaciones construidas para la diversión del pueblo eran bastante amplias. El tiempo libre era demasiado y aumentó con el deterioro del Imperio; tenían cerca de 93 días dedicados a las fiestas públicas (financiadas por el Estado). Con Marco Aurelio, en el año 170 d.C., había 155 días del año que se dedicaban a diferentes tipos de espectáculos. En el año 354 d.C. las fiestas públicas

crecieron a 200 días, además en Roma los negocios se suspendían al mediodía. (Morfín, 2003).

En Roma el ocio era la abstención del trabajo, a diferencia de Grecia, consistía en que se dedicaban a las actividades que elegían libremente como la guerra, el deporte, la ciencia, la política, la religión. El trabajo era visto como tiempo productivo, durante el cual se aportaba a la sociedad algún beneficio y el ocio como tiempo improductivo.

Después del caos de la caída del Imperio Romano y con la invasión de los bárbaros los pueblos declinaron y las obras viales que fueron una importante contribución al desarrollo del turismo quedaron destruidas e incluso viajar resultaba peligroso debido a la inseguridad por esos caminos ya que podían ser asaltados al trasladarse de una ciudad a otra a través de los carruajes, esta situación de incertidumbre freno el tránsito entre las principales ciudades europeas.

En Egipto las crecidas estacionales de los cursos de agua favorecieron el surgimiento de las comunidades agrarias, que estaban plenamente relacionadas a los ciclos de la siembra y cosecha que además estaban gobernadas por el poder central y absoluto depositado en el Faraón, precisamente esta distribución del tiempo era el que regulaba el ocio, al igual que muchas otras de sus actividades. (Prette, M).

Goeldner (2011) menciona que hace cinco mil años los egipcios realizaban y dirigían cruceros desde Egipto, probablemente el primer desplazamiento con fines pacíficos y turísticos lo llevo a cabo la reina Hatshepsut a las tierras de Punt (se cree se ubicaban al este de África) en 1480 a.C. la descripción de este viaje se registró en los muros del templo de Deir El Bahari en Luxor.

El tiempo libre lo distribuían en festivales al aire libre, en la práctica del arte y acudían a teatros y gimnasios. La diversión, los juegos, las danzas y adoración a los dioses matizaban la vida fácil de los de la aristocracia que solo era interrumpida por la guerra.

En la Edad Media se tiene conocimiento de un número de viajeros que recorrían por tierra desde el Báltico hasta China meridional, siguiendo rutas ya establecidas, para intercambios comerciales; que realizaban los mercaderes de la Liga Hanseática (Confederación de ciudades alemanas formadas a finales del siglo XII), los árabes y otros que procedían del orbe románico. Los viajes religiosos a Tierra Santa con motivos de conquista y religiosos, partían hacia lugares santos, densos grupos de peregrinos hindúes, budistas, cristianos y musulmanes, y de otras creencias a partir de los cuales han surgido crónicas y narraciones que en su momento conformaron una fuente valiosa, además de ser una “guía” para quienes pretendían seguir sus aventuras. (De la Torre, 1992).

Durante las cruzadas se detonó nuevamente el desplazamiento y por ende el comercio como consecuencia de este movimiento de soldados, peregrinos y mercaderes que viajaban a través de los caminos de la Europa Medieval. Ese movimiento fue de tal magnitud que en 1282 los dueños de las principales posadas de la ciudad de Florencia se reunieron para fundar el primer “gremio de posaderos”, con el propósito de transformar el hospedaje que hasta ese momento era más una acción caritativa que una actividad comercial. De esta manera empezaron a tener una licencia de funcionamiento, que les permitía la importación de vinos y la explotación del negocio se convirtió en una facultad de la ciudad, la cual, en subasta pública, adjudicaba los permisos de operación a particulares por periodos de tres años. Y así la actividad del hospedaje se convirtió en un negocio rentable y el gremio se fortaleció a tal magnitud que en 1290 estaba conformado por un total de 86 posadas. Gracias a este concepto el hospedaje no solo se limitó a la ciudad de Florencia, sino que se extendió a Roma y otras entre las que se encontraba Venecia, y debido a la competencia comercial con la primera, la contención entre las ciudades por atraer viajeros aumentó, y en ellas se empezaron a organizar eventos especialmente destinados a ofrecer a los mercaderes, con el fin de lograr su preferencia.

Con estos desplazamientos se fomentó la práctica de actividades como el tiro con arco, carreras de caballos, por citar algunos. Esta época también se caracterizó por

los viajes del veneciano Marco Polo (1253- 1323 d.C.), quién llegó a convertirse en una figura legendaria tan comentada hasta nuestra época, debido a sus innumerables viajes por lugares enigmáticos en ese tiempo como trasladarse desde Italia hasta Israel, Armenia, el Golfo Pérsico, pasando por Persia y finalmente llegaron hasta ciudades Chinas donde conocieron una religión distinta a la que conocían en occidente, que fue el budismo, se establecieron algunos meses dedicándose al comercio, se ganaron la confianza del emperador que le permitió pertenecer como diplomático que llegó a confiarles muchas misiones, bajo las cuales fueron ganando riqueza que en el momento de regresar a Italia les sirvió para comprobar que sus historias eran verídicas, además describían la cultura y costumbres de China.

En las ciudades feudales el trabajo era una obligación moral. No existía el tiempo de ocio. Se construyeron monasterios (vivían en comunidad), donde había un orden estricto que requería quietud, devoción y concentración para llevar a cabo actividades que sostenían a la comunidad. Donde todos vivían y trabajaban en la misma casa en la cual tenían áreas comunes pero el trabajo no era una carga.

Por otro lado en las ciudades medievales se desplazaban a pie. Se caracterizaron los lugares abiertos, como jardines, plazas y huertos cerca del campo. Era común la práctica del tiro al blanco, carreras de caballos, funciones sociales en las plazas, torneos caballerescos, en las procesiones todos participaban y por esta razón no había espectadores. Los baños públicos se usaban cada 8 y 15 días permitiendo usar la misma piscina con agua curativa a hombres y mujeres (Morfin, 2003)

Durante el Renacimiento el desarrollo y avance en la cultura y la ciencia ayudó a la generación de conocimiento y tecnología. En esta época se impulsa el trabajo intelectual muchos de los grandes artistas, músicos, estudiantes y científicos que hicieron viajes por Europa para construir edificios, estudiar, dar cátedras, empezándose a alojar en casas que se denominaron "hotel".

En el Renacimiento se cumplía el tiempo requerido para cada labor; el sentido del tiempo era muy importante, la iglesia les recordaba cada hora para que no perdieran

la noción del mismo. Enseñaban a los niños a cantar y tocar algún instrumento para que pudieran participar en las procesiones, la danza se agregó, incrementaron la práctica deportiva, se fomenta en los estudiantes adiestramiento en ejercicios físicos. También surgen las “Villas de Recreo”, quedan obras de arte como las villas Valmarana y la Rotonda en Vicenza y Médicis en Roma.

En el periodo barroco el tiempo libre comienza a ser tomado como tal. Las costumbres sociales cambian como separar el lugar de trabajo de la vivienda, se incorporan los carruajes en las ciudades y la gente empieza a caminar por las aceras, las ciudades se llenan de centros comerciales.

El Romanticismo surge y con él, se construyeron grandes avenidas, en Londres se construyeron edificios, rodeados de bellos jardines, incluso surgen los jardines de diversiones como Ranelang Gardens, destacando los teatros líricos y para la recreación de la población se crean museos, galerías de arte aunque son para un público más selecto. (Morfin, 2003).

Con el perfeccionamiento de la imprenta el libro se populariza y entra a los hogares se vuelve popular como una esparcimiento que agrega cultura al tiempo libre. El pensamiento enciclopedista en el siglo XVIII, el fenómeno de las artes se complementó con el culto a la naturaleza, la gente salía a los espacios naturales que les representó un reencuentro espiritual al realizar días de campo. James Cook realiza expediciones a Oceanía en 1768. A este siglo se le conoce como el siglo del “Gran Tour” aristocrático.

Para el siglo XIX la Revolución Industrial y la Revolución Francesa cambian la estructura política y social del mundo. Demasiados cambios violentos, revoluciones, guerras, agitaciones populares, de independencia y esclavitud; nuevos imperios, inventos, crece la clase media. El tiempo libre dejó de existir para el obrero, sin ningún descanso. El trabajo dejó de ser parte necesaria de la vida: convirtiéndose en el fin primordial. Las ciudades siguieron creciendo y las casas pobres superaron a las que tenían jardín.

Algunos de los acontecimientos principales que coadyuvaron al desarrollo de la actividad turística durante el siglo XIX con respecto al desarrollo del turismo de acuerdo a Morfín (2003) son los mencionados en la Tabla 1. En el que abarca de 1830 con la incursión del primer tren con ruedas para pasajeros, tres años más tarde atractivos como los jardines botánicos, ya en la década de los cincuentas las ferias, fiestas y otros eventos, son los acontecimientos más importantes, para el año 1861 empieza a funcionar el gran teatro de la ópera de París, la clase media empieza a disfrutar de actividades a las cuales antes no tenían acceso como conciertos públicos, asistir a restaurantes, a finales del Siglo XIX nace la vida nocturna como una alternativa más de diversión.

Tabla 1.1. Antecedentes turísticos del Siglo XIX

Año	Acontecimiento
1830	Primer tren con ruedas para pasajeros
1833	Jardín botánico (plantas tropicales)
1847	Jardín de invierno y salón de recreos
1851	Fiestas colectivas (origen de fiestas, ferias y festivales)
1861	Funciona el Gran Teatro de la Ópera de París
1864	Surge el golf (se adquiere la costumbre formal de practicarlo)
1867	Primer viaje de placer para barco
1868	Biblioteca Nacional de París (salón de lectura gratis)
1870	La bella época (la clase media disfruta de restaurantes, conciertos públicos, carreras de caballos y cafés)
1873	El tenis (la Primera Copa- torneo fue celebrada en 1900)
1879	Nace la vida nocturna (teatro de revista)
1884	Orquestas casino

Fuente: Morfín (2003)

En este siglo los empresarios que administraban el turismo, ya habían detectado que debían programar las actividades y darle una diversificación de las mismas para mantener ocupada a la gente.

El trabajo en las fábricas generaba menos tiempo libre para los obreros, las ciudades crecen rápidamente y surge una clase media con un poder adquisitivo incipiente que demanda servicios y viajes de recreo. El ferrocarril contribuyó a los desplazamientos masivos.

Cabe señalar que una persona significativa en el desarrollo del mercado turístico, y sobre todo en ese siglo fue Thomas Cook con quién inicia la comercialización de los viajes, nacido en Melbourne, Inglaterra en 1808, vivió una infancia vertiginosa donde tuvo varios trabajos eventuales para contribuir al gasto del hogar, fue hasta que consiguió un trabajo de misionero y agente, en el que se encargaba de la difusión de biblias que tuvo un trabajo más estable. En 1841 se realizaba un congreso antialcohólico en Leicester y Loughborough organizado por Cook razón por la que tuvo que rentar un tren, así fue como el 5 de julio salió con 570 personas, ida y vuelta, con un costo significativo por persona. Este es el primer viaje organizado que refiere la historia del turismo, después de esto Cook siguió organizando viajes en trenes especiales para congresos y convenciones. Fue así como surgió la primera agencia de viajes en trenes especiales con ese motivo y con la ayuda de su hijo, creó la firma de “Thomas Cook and Son”, consolidándose como una empresa importante en Inglaterra, extendiéndose a toda Europa. (Cárdenas, 2008)

El siglo XX es señalado como el siglo del turismo por Castellanos (2010) debido a que es la consolidación en aspectos que beneficiaron las corrientes turísticas internacionales de las sociedades o países emisores de turistas, trabajo remunerado, la conquista del tiempo libre, tecnificación del transporte, además de las sociedades receptoras de turistas.

Es en este siglo que los servicios turísticos consiguieron una alta especialización y elevada competitividad que impacta a todas las empresa de hospedaje, agencias de viajes y transportación, restaurantes, empresas de diversión. Las cuales registraron cambios, las pequeñas a empresas multinacionales, con un personal más especializado y un gran capital financiero.

Se desarrollan ciudades y destinos turísticos, los gobiernos se interesan por la construcción de polos importantes para las corrientes turísticas, identifican que es un detonador del desarrollo económico, captación de divisas, generación de empleos, intercambio cultural e incluso el equilibrio de la Balanza de pagos.

También se ofrece una variedad de estudios en niveles que van desde la licenciatura hasta estudios de posgrado en turismo para profesionalizar al personal que atenderá las necesidades de los clientes en las empresas prestadoras de servicios turísticos. La profesionalización del capital humano en las empresas prestadoras de servicios turísticos es un interés constante debido a que saben se verá reflejado en la satisfacción de los clientes.

1.1.1. Antecedentes en México

Los primeros registros de la actividad turística en México se remontan al siglo XX, aunque de manera incipiente se sabe que desde la época prehispánica los pobladores se desplazaban a los sitios de adoración más importantes y en la época colonial (Siglo XVI) y en los siglos subsecuentes la actividad existía no se consideraba con la formalidad que en otros países se les daba.

México aún no alcanza los niveles de consolidación en el turismo, y desde su surgimiento el gobierno ha intervenido en su reglamentación y ha creado organismos públicos encargados de dirigir las actividades turísticas nacionales.

Manuel Ramírez Blanco en su obra *Teoría General del Turismo* propone una división de los antecedentes del Turismo en México que es la más aceptada y está determinada por tres etapas de Desarrollo del Turismo en México en el Siglo XIX, mismas que están representadas en la Figura 1.2 que inician con la etapa de Nacimiento en el año 1920 durando cerca de dos décadas, y es en 1940 que se gesta la etapa de Desarrollo con una duración similar a la anterior hasta llegar a 1958 con la tercera etapa considerada de Tecnificación por el impulso por parte del gobierno a esta actividad.

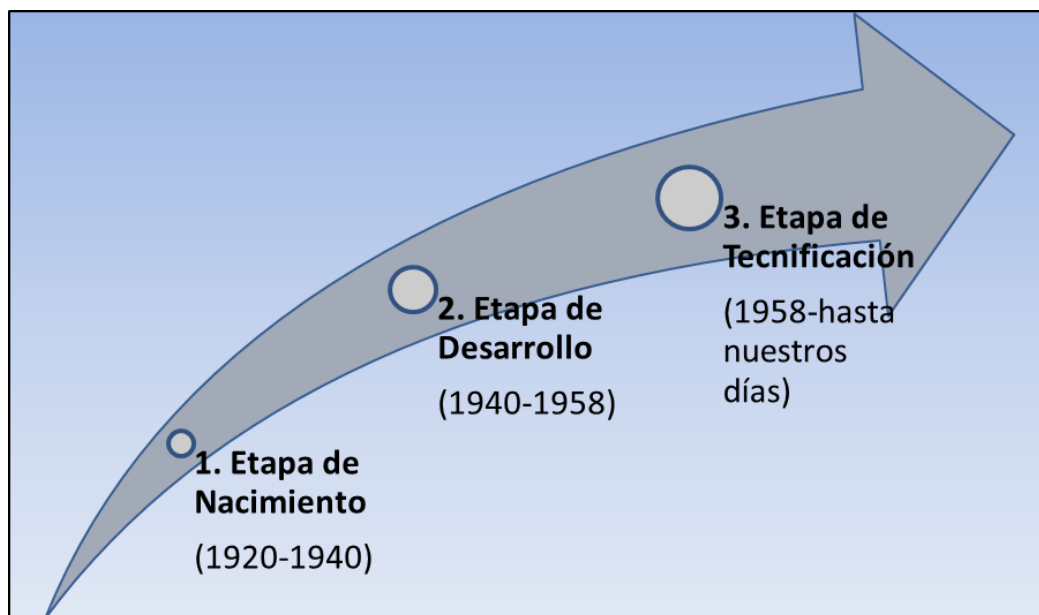


Figura 1.2. Etapas de Desarrollo del Turismo en México

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la cronología de la figura 1.2 el desarrollo del turismo en México se inicia en 1920 con la etapa de nacimiento como se describe a continuación:

1. Etapa de nacimiento

La evolución del Turismo en México inicia en el siglo XX como lo cita Ramírez (1998), cuando refiere que en 1922 el primer grupo organizado aparece y se crea la Asociación de Administradores y Propietarios de Hoteles, misma que se transforma más adelante en la Asociación Mexicana de Hoteles. Para el año de 1939 se funda la Asociación Mexicana de Turismo.

Durante el gobierno del General Plutarco E. Calles (1924 – 1928), se promulga la Ley de Migración del 15 de enero de 1926, en el cual aparece en la legislación mexicana el término de turista refiriéndose así al extranjero que visitaba la República, por distracción, recreo y cuya permanencia en el territorio nacional no rebasaba los seis meses. (Herrerías, 1964).

En el período del Lic. Emilio Portes Gil (1928-1930), crea la Comisión Mixta Proturismo, que tenía como meta incrementar el movimiento turístico hacia el país.

Establece las bases sobre las que años después se estructuró el turismo. Además de conjugar la participación del sector público y la iniciativa privada.

En el período de Pascual Ortiz Rubio (1930-1932), se promulga la Ley Orgánica de la Comisión Nacional de Turismo y su reglamento, con estas disposiciones se avanza en la estructuración Legislativa del Turismo.

De lo anterior se concluye que aunque en México se denominó etapa de nacimiento, se caracterizó primordialmente por la asociación de diversos grupos de empresarios turísticos, por lo que se establece que desde el siglo XIX, ha existido ese interés de apoyo, cooperación y colaboración para que sus esfuerzos tuvieran un fin común en beneficio de los agremiados, además se muestra una importante aportación en material legal en varios sentidos, como el de considerar el termino de turista y leyes que reafirmaran la formalidad de este sector.

2. Etapa de Desarrollo

Surge de 1940 a 1958. Se caracterizó por su acelerada actividad, debido a que cobró más auge pero no hubo tiempo para planear adecuadamente. En lo que respecta a servicios se crean los grandes hoteles, aumentan las agencias de viajes, aparecen los transportes turísticos y los guías especializados. Durante el régimen del Lic. Miguel Alemán, el turismo ocupa un lugar privilegiado en la planeación del desarrollo social y económico del país. En cuanto a la legislación surgen algunas leyes y reglamentos como se detalla a continuación:

- Se promulga la Ley que crea la Comisión Nacional del Turismo (1947).
- Promulgación del Reglamento de la Ley que regula el funcionamiento de servicios turísticos (1949).
- Se publica la primera Ley Federal del Turismo que crea una dependencia denominada Departamento de Turismo (1949).
- Se crea el Fondo de Garantía y Fomento del Turismo, que tenía por objeto el estudio, desarrollo y fomento de los centros turísticos.

Esta época posterior a la guerra, transformó al turismo en una actividad masiva debido a los avances tecnológicos en muchos de los medios de transporte y empezaron a ser más accesibles pero no se caracterizó por una adecuada planeación en los destinos que inicialmente eran de sol y playa, pero seguía estructurándose a partir de esos esfuerzos por lograr una consolidación.

3. Etapa de tecnificación

Durante el gobierno del Licenciado Adolfo López Mateos se le dio un importante impulso a través de reformas a la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado, por iniciativa del ejecutivo se promulga en 1961, la Ley Federal del Turismo dándole así una cimentación jurídica que asegura su estable desarrollo. En julio de ese mismo año se ordena al Departamento de Turismo la elaboración de un Plan Nacional de Desarrollo Turístico.

Con el apoyo de la Universidad Nacional Autónoma de México se crea el Instituto Mexicano de investigaciones Turísticas en 1962, que tenía como función realizar estudios socio-económicos sobre el fenómeno turístico.

A través de un decreto en 1974 publicado en el Diario Oficial de la Federación se crea la Secretaría de Turismo, como órgano del poder Ejecutivo de la Federación, encargado de formular la programación de la actividad turística nacional.

En 1984 se pone en marcha un programa nacional de capacitación turística y en ese mismo año se inician las obras de consolidación en las zonas de desarrollo turístico como Cancún, Ixtapa, San José del Cabo y Loreto.

Si bien a partir de la cronología anterior desde la década de los ochentas se ha hecho un registro, pero es a partir de la década de los 90's que surgen nuevos conceptos como globalización, que generan algunas teorías como Sustentabilidad, Innovación y Competitividad, mismas que el sector turístico está comprometido al cambio para mantenerse en la preferencia de los visitantes y turistas. En seguida se describen algunos de los modelos del Sistema turístico para explicar su interrelación

y a partir de eso poder proponer más adelante el cluster como un instrumento de competitividad.

1.2. Sistema Turístico

El turismo evaluado a través de su evolución histórica muestra su importancia como un factor de satisfacción de las necesidades humanas como el descanso y la recreación, y con un gran impacto económico, social y cultural. Por esta razón es que a través de la retrospectiva de su evolución se vio que paulatinamente fue pasando de una actividad contemplativa, si bien de deleite al inicio con el paso de los años se fue formalizando y estructurando hasta lo que actualmente se conoce como Sistema Turístico, considerando la teoría general de sistemas y algunos los modelos del Sistema Turístico que establecen algunos estudiosos y que son un referente como consulta y análisis se describirán en el presente capítulo.

Iniciando con la Teoría General de Sistemas de acuerdo con la idea de Bertalanffy (1973) permite analizar cada uno de estos sistemas de manera total –el sistema unido-o dividir el sistema en partes para facilitar su comprensión y su estudio.

Un sistema, para ser completo, debe tener medio ambiente (lugar en el que se encuentra el sistema), unidades (las partes del sistema) relaciones (entre las unidades del sistema), atributos (cualidades de las unidades y del propio sistema), input (lo que entra al sistema), output (lo que sale del sistema), feedback (un control del sistema para que lo mantenga funcionando correctamente) y modelo (un diseño que facilite sus comprensión).

A continuación se presentan algunos de los Modelos a partir de la Teoría General de Sistemas que explican el Sistema Turístico la figura 1.3, corresponde a Roberto C. Boullón se enfoca bajo la óptica de la oferta-demanda. Entendiendo a la **Oferta turística** como los bienes y servicios puestos en el mercado que pueden ser adquiridos o comprados por la **Demanda turística** misma que se compone por los diferentes tipos que la componen como turistas, visitantes, excursionistas.

El Modelo propuesto por el argentino Boullón, también considera otros componentes como: la **Estructura de producción** que está integrada por la planta turística (atractivos turísticos tanto naturales como culturales), por el equipamiento turístico (servicios básicos como alojamiento, alimentación, diversión, transportación, etc.). Este funcionamiento es posible a la planeación y regulación de los organismos que componen a la **Superestructura Turística** (organismos que pueden ser públicos o privados como la Organización Mundial del Turismo, Secretaría del Turismo, Asociaciones y Cámaras ya sean internacionales y nacionales).

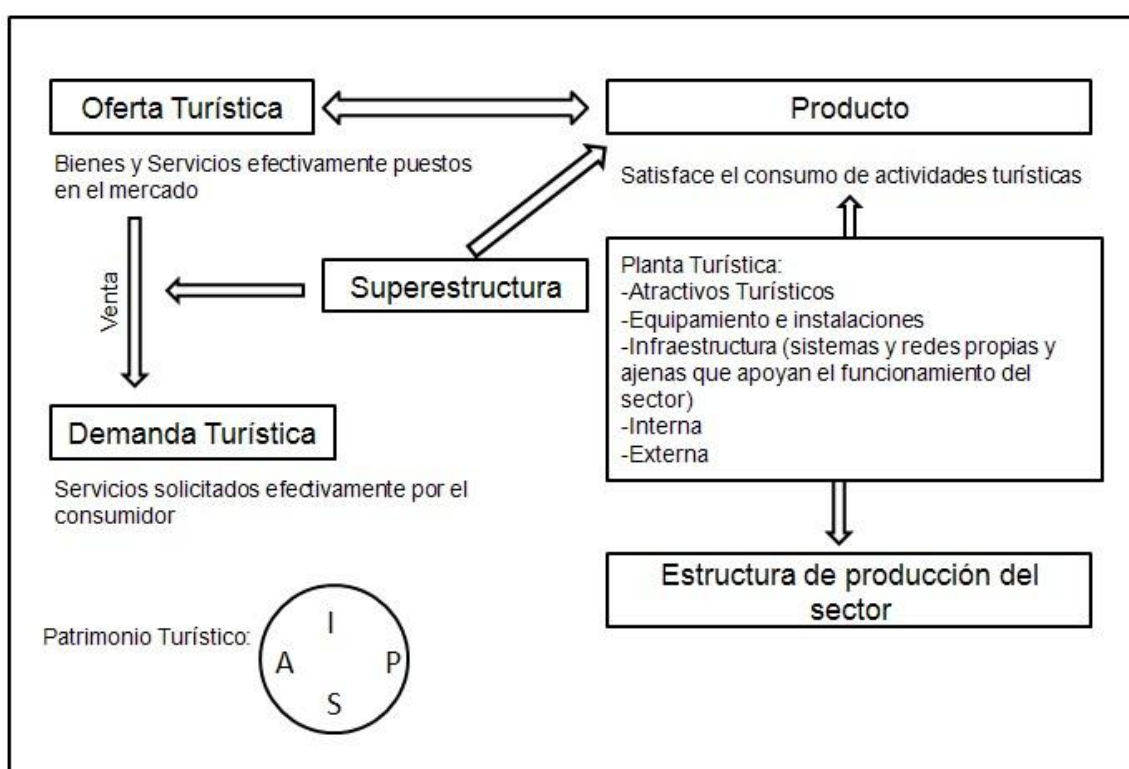


Figura 1.3. Funcionamiento del Sistema Turístico
Fuente: Boullón, 1997.

A partir del Sistema Turístico propuesto por Boullón sirvió como base a otros estudiosos del ámbito que también desarrollaron sus propios modelos, como se abordará más adelante, entre los que se citan se encuentra el mexicano Raymundo Cuervo, desafortunadamente por situaciones de difusión académica este modelo no fue tan conocido en el ámbito internacional y de acuerdo a otros autores mencionan que Cuervo es el primer teórico que usó y propuso un modelo referencial de la **TGS** aplicada al Turismo, el modelo está redactado para evaluar las condiciones que

afectan la decisión sobre el otorgamiento de la quinta libertad en el tráfico aéreo internacional. (Panosso, 2008).

Raymundo Cuervo propone el análisis del turismo y fue publicado en 1967, editado por la Secretaría de Turismo del Gobierno de México, en el marco de la conmemoración del Año Internacional del Turismo y escrito por varios autores. Además en su propuesta define al turismo como: “El Turismo es un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos”

El turismo para Cuervo es visto como un gran conjunto compuesto de los siguientes subconjuntos:

C1) Los medios de comunicación aérea, automovilística, ferroviaria, marítima, etcétera.

C2) establecimientos de hospedaje, albergues, hoteles, moteles, hostales, etcétera.

C3) Las agencias de viajes

C4) Los guías de turismo

C5) Los restaurante, cafés y demás establecimientos en los que una población flotante obtiene servicios de alimentación

C6) Establecimientos comerciales dedicados a la venta de recuerdos y artículos de viaje

C7) Fabricantes de recuerdos y artículos de viaje usuales de los viajeros

C8) Las artesanías dedicadas a la producción de objetos típicos

C9) Los Centros de diversión, cuya clientela está formada por una cantidad significativa de la población flotante.

Y a su vez cada uno de los conjuntos anteriores se subdivide en otros conjuntos como los Transportes que se dividen en: aéreos nacionales, aéreos internacionales, servicios de autobuses nacionales.

El autor sostiene que el turismo es un sistema de comunicación que es capaz de transmitir información positiva y útil para la promoción de la paz mundial, y en este sentido el turismo debe ser un operador de comunicación positiva.

La propuesta anterior no despertó gran interés debido a vicisitudes como:

- Fue presentada en un idioma diferente al oficial del turismo (escrita en español)
- Se publicó lejos del círculo científico
- Su edición fue por parte de un órgano oficial
- Escrita en un lenguaje técnico, álgebra booleana (difícil comprensión)
- Fue la primera publicación en abordar la Teoría de sistemas, incluso antes que Bertalanffy, pero no recibió créditos, no generó interés.

Por otra parte también se presenta la propuesta de Neil Leiper que logró introducir la Teoría General de sistemas a través de un artículo en el ámbito científico como se aborda a continuación.

Neil Leiper plantea un modelo de sistema turístico compuesto de cinco elementos que a su vez están conformados por tres elementos geográficos;

1. La región de origen del viajante (o ambiente usual de convivencia del visitante)
2. Una región de tránsito que intercomunica el origen con el destino
3. Región del destino turístico
 - Turista
 - Industria del turismo y los viajes

Este modelo presenta ventajas como su simplicidad y aplicabilidad que facilita la forma de ver al sistema turístico, está basado en una disciplina, da la facilidad de usar el modelo a cualquier escala o nivel. Además es flexible y permite la incorporación de diversas formas del turismo.

Básicamente cada uno de los modelos contiene los mismos elementos como la infraestructura (con cada uno de los servicios básicos como carreteras, etc.), estructura conformada por todas las empresas prestadoras de servicios turísticos como alojamiento, alimentación, transporte, esparcimiento, etc., y finalmente a los organismos que regulan la actividad de este sector como la Secretaría de Turismo, Organismo Mundial del Turismo,

Otro académico es **Jost Krippendorf**, quien propuso un esquema interpretativo del turismo en forma de sistema tratando de comprender de la sociedad industrial, basada en el trabajo-hábitat-ocio-viaje, es tarea primordial que desarrolla Krippendorf en uno de sus libros, *Sociología del turismo* (1994). En el cual analiza de manera sistemática a la sociedad, el ocio, los viajes y el turismo. En un análisis él plantea que el ser humano no solo viaja por descansar, viajar o conocer amigos, reponer fuerza o incluso no hacer nada. De acuerdo a lo que plantea Krippendorf las personas viajan o dejan de viajar por influencia social, por la necesidad de estatus ante sus pares, lo que motiva al individuo ya no parte de su interior como resultado de un impulso interior sino la influencia de un medio social que proporciona a cada uno sus normas existenciales. A este fenómeno de viajar e las vacaciones este autor le denomina “maquinaria de las vacaciones o ciclo de reconstrucción”.

Lo que plantea este modelo es que el viajar también otorga status social, solo a unos cuantos que conocen algunos por su situación económica, que les permite vivir en casas lujosas y ejercen sus profesiones con horarios más flexibles como los músicos, los artistas.

Krippendorf con base en su experiencia, propone 23 aspectos para que el hombre tenga una mejor práctica del turismo durante sus vacaciones, a los que llamó *Tesis para la humanización del viaje*, y son las siguientes:

De la filosofía de las estrategias:

1. Hacer un turismo “suave” y humano: reconsiderar la escala de prioridades.
2. Avanzar en la dirección correcta, no esperar un gran cambio.
3. Interpretar correctamente la noción de libertad en la política del ocio y del turismo.

4. Aceptar el viaje como fenómeno de masas. Aceptar el propio papel e turista.
5. Desahogar y distribuir mejor el flujo de turistas
6. Crear condiciones para que existan un intercambio equitativo y relaciones igualitarias.

Del concepto de desarrollo armonioso del turismo:

7. No considerar el desarrollo del turismo como un fin en sí o como una panacea universal. Promover una estructura económica diversificada y evitar monocultura.
8. Priorizar y conciliar las necesidades de los turistas y de la población local.
9. Mantener en manos de los autóctonos el control del suelo
10. Orientar las inversiones de capital destinadas al turismo.
11. Centrar el desarrollo en la utilización de mano de obra local y mejorar la calidad de los empleos.
12. Resaltar y cultivar el carácter local y nacional.
13. Reconocer y utilizar ventajas de centros vacacionales nuevos creados artificialmente.
14. Desarrollar fórmulas tradicionales de viaje y de vacaciones y probar otras.
15. Encontrarse a sí mismo durante las vacaciones y hacer un compromiso sensible.
16. Ser un consumidor crítico.
17. Seguir algunas reglas para viajar respetando al prójimo.
18. Viajar con moderación a lugares cercanos, con menos frecuencia, ir menos.
19. Practicar una mercadotecnia turística honesta y responsable del turismo.
20. Capacitar a los responsables del turismo.
21. Incitar a las personas a que estén de vacaciones
22. Dar información a los países receptores sobre los problemas del turismo e ilustrarlos sobre los turistas
23. Aprender a viajar, preparar y educar a los seres humanos para viajar.

Jafar Jafari también plantea un Modelo Interdisciplinar en el que “el estudio del turismo” es el centro de discusión que se situaría en el departamento de turismo de

la universidad y las disciplinas que estudian al turismo se ubicarían alrededor de esta. La figura 1.4 representada las plataformas

Para Jafari y Ritchie (1981), la mejor manera de estudiar turismo es la transdisciplinar, aunque presentaba limitaciones como costos de la universidad, mayor integración entre los docentes que requería más integración de los docentes así como su dedicación. De acuerdo al enfoque de los teóricos de la educación el termino transdisciplinar “es más allá de las disciplinas.

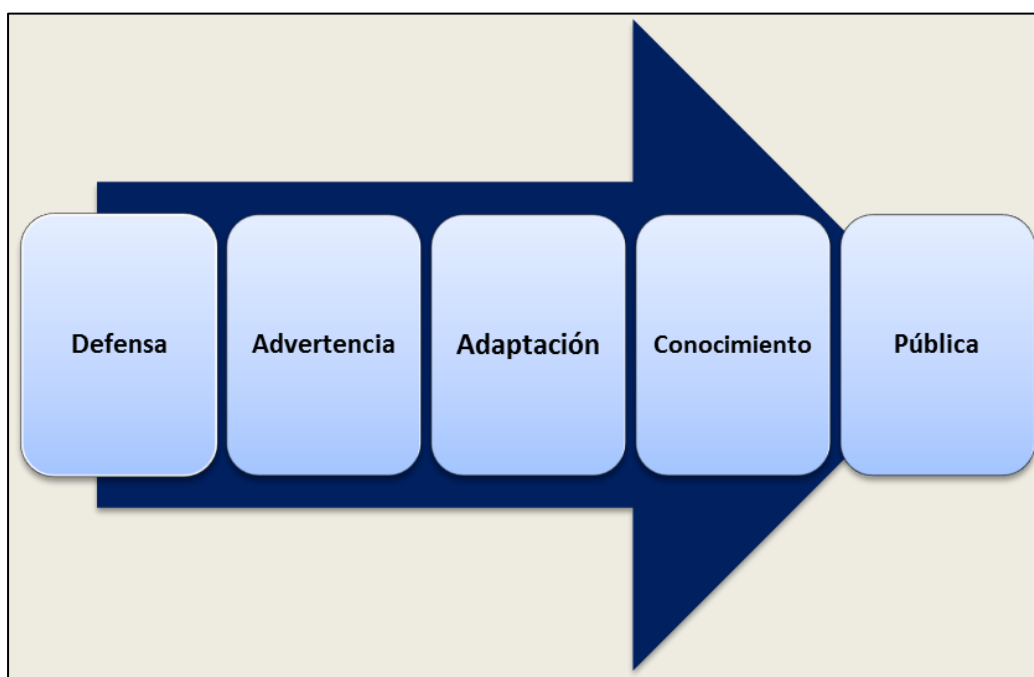


Figura 1.4. Plataformas del pensamiento en Turismo
Fuente: Jafari, 1981

El estudio parte del problema y de esta manera se invita a las disciplinas a responder a los cuestionamientos. Es la integración más profunda que puede haber entre las disciplinas”. En 1994 Jafari publicó un estudio en el que plantea que el turismo ha pasado por cinco etapas desde 1950 a las que llama plataformas del pensamiento en turismo.

- La primera es la plataforma de defensa (advocacy platform), esta sustentaba que el desarrollo del turismo traería divisas del exterior, generando empleos y sería

provechoso para la economía. Esta etapa fue difundida principalmente en publicaciones de la Organización Mundial del Turismo entre otras.

- La segunda es la plataforma de advertencia (cautionary platform), que marca los aspectos negativos y nocivos del turismo, que considera al turismo como un devastador de las culturas locales y de los recursos naturales, centrado solo en los turistas, que olvidaba las necesidades de las comunidades locales y causando conflictos. Su divulgación fue precisamente en publicaciones no relacionadas con el turismo debido a la crítica a que señalaban aspectos nocivos del turismo.
- La tercera es la de la adaptación (adaptancy platform): era el momento en el que ya se había numerado el lado positivo y el nocivo así que solo quedaba elegir las formas del turismo. En esta etapa cuando toman más fuerza las opciones de turismo de aventura, agroturismo cultural, ecoturismo y turismo de naturaleza, por mencionar algunos.
- La cuarta plataforma está basada en el conocimiento (knowledge based platform). Jafari encontró que había conformado un cuerpo de conocimiento de estudios turísticos, con el cual podían entrar a las universidades, realizando varios encuentros académicos, el estudio del turismo se vio con un enfoque multidisciplinario.
- La quinta plataforma, se agregó recientemente a las cuatro anteriores y es la (public platform). La Organización Mundial del Turismo (OMT) se transforma en una de las agencias de las Naciones Unidas (ONU), destacando la importancia del turismo en la sociedad actual.

El Sistema Turístico se considera elemental debido a que si no existe una adecuada coordinación el ciclo no se cumpliría, por lo tanto cada uno de sus elementos es tan importante para su adecuado funcionamiento como en cualquier otro organismo, sector, o institución.

La figura 1.5 muestra los Elementos Activos del sistema que son: el turismo visto como un fenómeno social, el turista que es la persona que viaja fuera de residencia habitual de manera temporal por motivos de descanso o recreación y la corriente

turística que se compone de los flujos de visitantes hacia un destino turístico, como se abordan en la siguiente explicación.

Los **Elementos activos del Sistema Turístico** son: Turismo, Turista, Corriente Turística, como elementos participativos primordiales en el funcionamiento del sistema se analizará el primer componente.

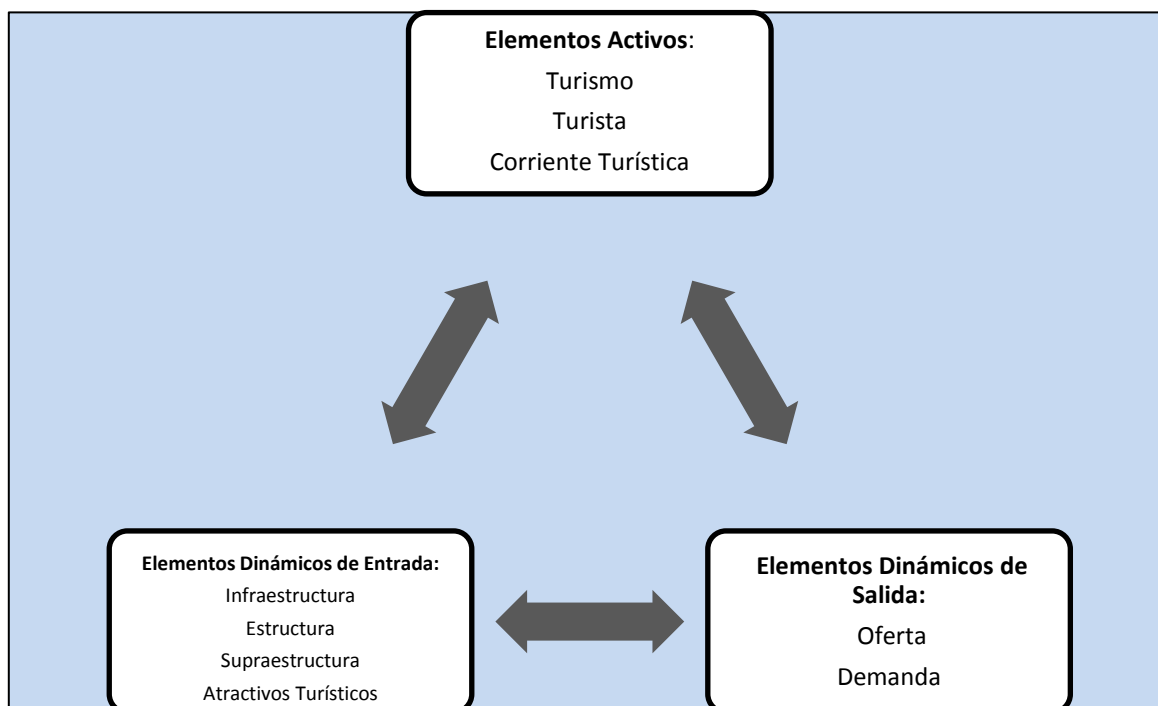


Figura 1.5. Sistema Turístico

Fuente: Molina, 1997.

a) Turismo

Para Molina (1997) es “un conjunto de relaciones y de hechos producidos por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto dicha permanencia y desplazamiento no estén motivados por una actividad lucrativa”.

El Programa Nacional de Turismo del Gobierno Federal (2001-2006) señalaba que: “turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

Existen diversos conceptos de Turismo, para efectos de la presente investigación se define como: un fenómeno social que implica un desplazamiento voluntario de personas que por diversos motivos se transportan fuera de su residencia a otro lugar y que generan relaciones con impacto económico, social y cultural.

b) Turista

La Secretaría de Turismo (SECTUR) lo define como: “La persona que viaja desplazándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que haga uso de los servicios turísticos que proporcionan los guías de turistas”.

Manuel Gurría Di- Bella (2008) define al Turista como “el visitante temporal que permanece cuando menos 24 horas en el país visitado y cuyo propósito de viaje puede ser clasificado bajo el tiempo libre, negocios, familia, misiones o reuniones”.

De las definiciones anteriores se concluye que un turista puede ser: “un visitante que pernocta fuera de su domicilio habitual y el motivo de traslado puede ser para realizar actividades diversas como recreativas, negocios, familiares, entre otras”. Siempre destacando que el principal motivo para que sea considerado así es el uso de su tiempo libre como una actividad recreativa.

c) Corriente Turística

Para Ramírez (1992), es un Grupo numeroso de personas que en forma transitoria se desplaza de sus sitio a otro por razones de ocio y que por lo tanto excluye el afán de lucro o el motivo de ocupación económica habitual, y cuya circulación llega a constituir una corriente de viajeros continua y estable (corriente turística actual) o está en posibilidad de constituirla (potencial).

El mayor bloque por el número de participantes es precisamente lo que algunos autores han denominado corriente turística, refiriéndose a las personas que se desplazan de un lugar a otro, principalmente para visitar un atractivo que logra que este movimiento sea recurrente.

1.2.1. Elementos dinámicos de entrada del Sistema Turístico

Diversos autores han denominado elementos dinámicos de entrada a lo que se detalla a continuación:

1) Infraestructura

Boullón (1997) la define como “Conjunto de obras de acceso, adaptación, acondicionamiento y servicios; sirven y a su vez apoyan la promoción del desarrollo socioeconómico en general aprovechados para impulsar la actividad turística” (Fig.1.6)

El Surgimiento y desarrollo turístico de una zona dependerá de la existencia de obras como:

- a) Vías de comunicación
- b) Sistemas de transporte público
- c) Sistemas de Telecomunicación
- d) Servicios Generales
- e) Instalación de redes de suministro



Figura 1.6 Infraestructura Turística (Tren Metropolitano, Cd. de México)

Fuente: Propia.

2) Estructura

Es la consecuencia de las necesidades y exigencias de la demanda, cuyas condiciones originan las motivaciones impulsadoras al sujeto del turismo a desplazarse. Mismas que pueden ser determinadas por el contexto en el cual se desenvuelve de manera habitual y otras como resultado de la promoción y publicidad cuando es inducido al consumo turístico. Son propiamente las empresas prestadoras de servicios turísticos como: Hoteles, restaurantes, agencias de viajes. (Fig.1.7) Aquellas empresas que su objeto primordial es el servicio citado por De la Torre Padilla (1954) como la organización y personal destinados a satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada”.

De lo anterior se tiene que el servicio turístico es el prestado a través de una organización adecuada y de personal especializado, que son destinados a satisfacer las necesidades y deseos de los turistas. Dichos servicios poseen dos características:

- a) Interdependencia: Existe una simbiosis entre los prestadores de servicios turísticos, los cuales son otorgados por diferentes empresas como hoteles, restaurantes, agencias de viajes, entre otros.
- b) Naturaleza intangible: El servicio turístico no es material para el consumidor, es intransferible, es consumido en el tiempo y el lugar donde se ofrece.



Figura 1.7. Estructura turística (Restaurante La Posada del Virrey, S.L.P)

Fuente: Propia

Estas características otorgan una temporalidad a la prestación de servicios turísticos, razón por la que no siempre la percepción del cliente es la misma, sino que están sujetas también a la apreciación cualitativa sobre el trato que brinda el personal de las empresas turísticas a los visitantes, desde la información, recepción, en el cuál el objetivo primordial en cualquier empresa turística debe ser la satisfacción al cliente, no importa la categoría o el proceso que lleve a cabo, su atención debe estar focalizada en lograr que el huésped o el comensal se sienta satisfecho en la prestación de un excelente servicio.

En la figura 1.8 se representan los elementos dinámicos de entrada del sistema turístico como son las empresas turísticas se crean a partir de la necesidad que existe por la demanda cuando visita un lugar con atractivos turísticos ya sean naturales o socioculturales, requiere vías de comunicación para llegar a ese lugar así como un medio de transporte dependiendo de las características geográficas de la zona, también necesita alimentarse, donde hospedarse si su permanencia está determinada por varias noches.

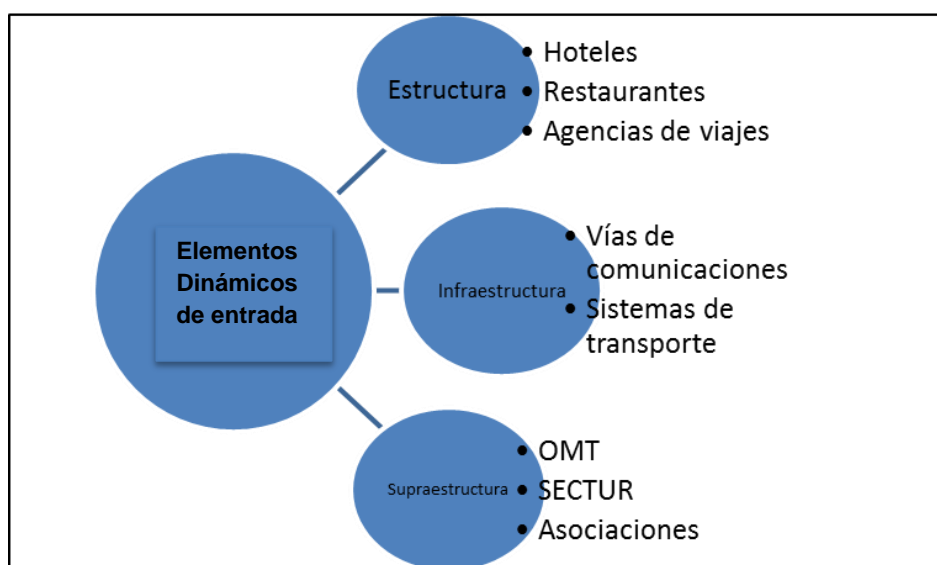


Figura 1.8. Elementos dinámicos de entrada
Fuente: Elaboración propia

Estos establecimientos tienen también intereses o necesidades como apoyos, financiamientos, certificaciones que resuelven mejor si están agrupados como la Asociación de Hoteles y Moteles de México (AMHM), Asociación Mexicana de Agencias de Viajes (AMAV) o bien en cámaras como la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y de Alimentos Condimentados (CANIRAC), así como dependencias públicas que regulan el funcionamiento del turismo y todos sus elementos. Dependiendo del ámbito geográfico de acción pueden ser locales o regionales, nacionales o internacionales.

➤ Dependencias de la administración pública

- Secretaría de Turismo (SECTUR): Entre sus funciones destacan: formular y conducir la política turística de nuestro país, promover en forma coordinada con las entidades las zonas de desarrollo turístico nacional y la SEMARNAT para formular la declaratoria respectiva, realizar el registro de prestadores de servicios turísticos, estimular la formación de asociaciones y comités de carácter público o privado de naturaleza turística, promover y coordinar en algunos casos en forma conjunta con la Secretaría de Educación Pública la capacitación, investigación y el desarrollo tecnológico en materia turística.
- Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR): Con el objetivo de crear un fideicomiso encargado de otorgar créditos para estimular la inversión turística nacional fue inicialmente creado el FOGATUR (Fondo de Garantía y Fomento de Turismo) en 1956, posteriormente en 1974 y forma parte del sector público paraestatal y cuenta con un Comité Técnico, que estudia y aprueba los programas y acciones del Fideicomiso.
- Secretarías de Turismo estatales
- Direcciones de Turismo Municipales
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)

➤ Organizaciones Privadas

- Asociaciones de hoteles
- Asociación de agencias de viajes

- Asociación de transportación turística
- Asociación de restaurantes
- Centros de investigación turística
- Centros educativos
- Centros de capacitación
- Asociación de egresados en turismo
- Asociaciones de turismo alternativo
- Organización Mundial de Turismo (OMT): es el organismo de las Naciones Unidas que se encarga de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas, cuenta 156 países, 6 miembros asociados y más de 400 Miembros Afiliados que representan al sector privado, a instituciones de enseñanza, a asociaciones de turismo y a autoridades turísticas locales.
- Asociación del Transporte Aéreo Internacional (IATA): (en inglés "International Air Transport Association"). La IATA surge en La Haya, Holanda en 1919 fundada por 32 naciones y 53 miembros de Europa y Norte América. Luego de varios años de transición fue relanzada para América y el mundo en la conferencia de Chicago en 1944 el 7 de diciembre fue relanzada y finalmente fue modificada un año después en octubre de 1945 en La Habana, Cuba. Es el instrumento para la cooperación entre aerolíneas, promoviendo la seguridad, fiabilidad, confianza y economía en el transporte aéreo en beneficio económico de sus accionistas privados.

3) Atractivos Turísticos

Se consideran como cualidades o características de un sitio haciéndolo que atrae a los turistas, mismos que generan motivaciones de desplazamiento y determinan la prestación de los servicios. Uno de los elementos del patrimonio turístico se integra por el conjunto de atractivos de un lugar, conformando el cuadro general del lugar.

Por medio de la asimilación del valor de los atractivos la cultura turística se fortalece, porque resguarda el patrimonio y a su vez estos factores traen como consecuencia muchos beneficios a la actividad turística.

Ramírez (2002) presentó durante el Congreso Interamericano de Turismo la clasificación en cuatro ramas como se muestran en la figura 1.9 que son: Naturales, Culturales, Diversiones, Centros de salud.



Figura 1.9. Clasificación de los atractivos turísticos

Fuente: Ramírez, 2002.

Con base en la tipología de los atractivos se describen algunos ejemplos en la tabla 2, en la cual podemos ver en donde se ubican las haciendas como atractivos.

Tabla 1.2. Tipología de los atractivos turísticos

Tipos	Ejemplos:
Naturales	Playas: Cancún, Los Cabos.
	Bellezas Naturales: Parque Nacional La Malintzi
Culturales	Arqueología: Palenque, Cacaxtla, Monte Albán
	Arte Colonial: Haciendas, Templos religiosos.
	Tradiciones: Ferias, danza, elaboración de artesanías
Diversiones	Fiesta Brava: Corridas de toros, tientas de vaquillas.
	Fiesta Charra: Charreadas, jaripeos.
	Eventos deportivos: Juegos olímpicos
Centros de salud, recuperación y descanso	Centros vacacionales: La trinidad
	Centros balneoterapéuticos: Aguas termales de Chignahuapan

Fuente: Elaboración propia.

De la tipología anterior se presentan se ilustran con imágenes algunos de ellos como en la figura 1.10 que corresponde a a uno de los atractivos turísticos naturales más representativos del estado de Chiapas, que es una Cadena de cascadas denominadas “El Chiflón” formadas por las corrientes del río San Vicente en la abrupta topografía del territorio del municipio de Tzimol, donde se originan entre otras las cascadas de “El Suspiro”, “Ala de Ángel”, “Arco Iris”, “Quinceañera” y la principal “Velo de Novia” de 120 m. de altura, mismas que al caer forman albercas naturales de aguas, aunado a la vegetación que forman una serie de paisajes que pueden ser apreciados mediante el recorrido por los turistas en el trayecto ascendente de más de 1000 metros de longitud.



Figura 1.10. Atractivo turístico Natural (Cascadas “El Chiflón”, Chiapas)

Fuente: Propia.

Desde los tiempos más remotos los viajeros eran atraídos por esos lugares con paisajes naturales debido a que la geografía, las especies forestales o la diversidad de los animales siempre han sido admiradas y en muchos casos el atractivo más determinante para motivar un viaje personal, familiar o con amigos. En la época del turismo más incipiente las montañas en Europa o las playas conocidas en todo el mundo representaban un atractivo estético digno de ser visitado, la observación de la naturaleza como recurso nos muestra como el ser humano valora su entorno.



Figura 1.11. Atractivo Turístico Cultural (Zona arqueológica de Xochitecatl, Tlaxcala)

Fuente: Propia.

La figura 1.11 muestra la Pirámide de las Flores que pertenece al conjunto arqueológico de Xochitecatl ubicada al sur del estado de Tlaxcala, es considerada como un legado cultural de gran trascendencia que data de la época prehispánica, la conforman cuatro edificios principales: La pirámide de las flores, el basamento de los volcanes, la pirámide de la serpiente, y la pirámide de la espiral. Xochitecatl fue un Centro ceremonial, por las investigaciones realizadas era un lugar de veneración a la fertilidad, debido a que ese encontraron figurillas articuladas alusivos a la maternidad.

Su importancia es mayor por cercanía de otro Complejo arqueológico de gran magnitud como es Cacaxtla por el valor de sus frescos en los murales como el “Hombre Ave”, el mural de la Batalla, por mencionar algunos. Cabe señalar que en el ámbito turístico fue Cacaxtla el primer atractivo de esta naturaleza que empezó a atraer muchos visitantes nacionales e internacionales a la entidad, razón por la cuál Tlaxcala es considerada como un destino de Turismo Cultural debido a la riqueza de su patrimonio no solo arqueológico sino colonial y artístico.



Figura 1.12. Atractivo Turístico Cultural (Hacienda Tepalca, Tlaxcala)

Fuente: SECTUR, 2010.

Con base en la clasificación de atractivos es la categoría de **Atractivos Culturales** donde las haciendas (Fig. 1.12) están ubicadas dentro del sistema turístico como elemento dinámico de entrada, más adelante se describirán sus antecedentes e importancia en la economía del país y el estado, así como el motivo de desplazamiento de los visitantes y turistas por lo que serán el atractivo eje de la propuesta del cluster de haciendas ganaderas de la región oriente del Estado de Tlaxcala.

Otro atractivo corresponde a **Diversiones** como la Fiesta Brava en el cuál Tlaxcala es un referente nacional desde la época colonial debido a la afición a la tauromaquia trasladada por los españoles a nuestro país después de la conquista en el siglo XIV y como ejemplos están las corridas de toros y las tientas de vaquillas (Fig.13), como se explicara en el capítulo III por esta costumbre se establecieron muchas haciendas primordialmente de cría de ganado de lidia, porque el toro bravo lo trajeron de España. Es así como se van conjuntando la respuesta a lo planteado en la contextualización de la investigación, si todos estos elementos se integran de

manera coordinada, se puede generar una propuesta competitiva a través del cluster de haciendas ganaderas.



Figura 1.13. Atractivo turístico diversiones (Tienta de vaquillas, Tenexac)

Fuente: SECTUR, 2010.

A partir de lo anterior los atractivos turísticos se dividen en dos grupos que son: Naturales y Socioculturales.

Los **Atractivos Turísticos Naturales** son una primera categoría que los estudiosos del turismo los consideran como aquellos que la naturaleza crea que existen sin modificación o alteración de la mano del hombre, enseguida tenemos algunos autores y su concepto:

Para Gurría (2002) son aquellos creados por la naturaleza es decir, que en su formación no ha intervenido directamente la acción humana.

Ramírez (2002) refiere que son todos aquellos factores que la naturaleza ofrece al hombre para su disfrute entre los que se encuentran:

- a) Montañas, sierras, volcanes, valles y quebradas, mesetas y áreas nevadas.

- b) Costas, playas, acantilados, arrecifes, barras, islas, canales, penínsulas, bahías, entre otras.
- c) Lagos, lagunas, cenotes, ríos, y manantiales.
- d) Caídas de agua, como cascadas.
- e) Flora y fauna del lugar
- f) Parques nacionales

Por lo anterior se puede afirmar que los atractivos turísticos naturales son aquellos recursos constituidos por la naturaleza, ya sean hidrológicos, orográficos, fauna y flora, astronómicos, que por sí solos son capaces de atraer al visitante o las corrientes turísticas para su contemplación o deleite.

Para Ramírez (2002) los **Atractivos Turísticos Socioculturales** son consecuentes de la creatividad humana, en esta tipología se encuentran las manifestaciones artísticas, técnicas, científicas y socio-culturales como:

- a) Las obras de creación estética (música, pintura, escultura, danza, artesanía, arquitectura, entre otras) pasadas y presentes.
- b) Obras que se derivan de la técnica y la experimentación científica en el ámbito de la civilización antigua y moderna (edificios, presas, diques, puentes, viaductos, subterráneos, complejos urbanos-industriales, centros deportivos, artísticos de exposiciones, enseñanza e investigaciones, congresos, seminarios)
- c) Eventos y espectáculos públicos y privados, permanentes o eventuales.

1.2.2. Elementos dinámicos de salida del sistema turístico

Cuando el viajero o turista se desplaza casi siempre en forma voluntaria hacia un destino determinado y ese lugar debe tener ciertas características que lo atraen. Si ese sitio atrae al turista por lo que puede obtenerse de él, quien puede ofrecerle los satisfactores a sus necesidades temporales o permanentes.

a) Oferta Turística

Boullón (1997) presentó un análisis económico que entiende por oferta a la cantidad

de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un período dado.

Cuando se trata de bienes (mercancía) lo que se produce y no se vende se puede acumular (dentro de ciertos límites de tiempo para los productos perecederos). Esta posibilidad no tiene vigencia en el caso de los servicios, porque cada vez que expira el tiempo de duración de un servicio (unos minutos para comer en una cafetería y un día, o uno o más meses para la renta de un automóvil) su oferta se renueva, y si no se vende, se pierde, porque los servicios no vendidos no se pueden acumular.

La demanda es transitoria porque una vez que pasa el periodo de estadía promedio, el lugar que deja cada turista debe ser ocupado por otro, para que un servicio turístico se convierta en oferta turística, es imprescindible que el consumidor potencial conozca su existencia. De lo contrario, ese producto no cumple con el requisito de “haber entrado en el mercado por un periodo determinado”.

Si la venta se enfoca en captar a un turista futuro, el tiempo de duración de la oferta está únicamente limitado por el lapso que va a durar la campaña. Durante todos esos días, meses o años, la oferta de servicios sigue teniendo vigencia, aunque estos no se consuman, ya que se continúa tratando de hacer conocer su existencia hasta lograr que se materialice su compra.

b) Demanda Turística

Se puede medir registrando el total de turistas que llegan a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quieren profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades.

Por lo general, los sistemas estadísticos de América Latina se limitan a la primera forma, pero solo parcialmente, pues no pasan de los registros globales a nivel de todo el país, con cifras aproximadas del turismo receptivo y estimaciones del turismo interno. A veces esos datos se complementan con otros sobre la demanda de algunos de los centros turísticos importantes, de cierta forma superficiales, porque no

van más allá del total de turistas por año, como los meses de temporada alta, carnavales y fines de semana largo.

El rendimiento de cualquier actividad económica se mide cuantificando las ventas de cada uno de los productos que elabora, sobre el total de la producción, principalmente para evitar errores de sobrevaluación sobre todo si se trata de un servicio o serie de servicios como en algunos de los parques temáticos, que más que el número de visitantes, es más importante conocer la suma total de los consumos que realizan en cada uno de los juegos o atracciones, más gastos en comidas y compras.

Tabla1.3. Ingresos por visitantes internacionales en el año 2011.

Lugar	País	Miles de millones de dólares
1	Estados Unidos	118.1
2	España	59.9
3	Francia	54.5
4	China	48.5
5	Italia	43
6	Alemania	38.8
7	Reino Unido	35.1
8	Australia	31.4
9	Macao	27.8
10	Hong Kong	27.7
(...)		
23	México	11.9

Fuente: Barómetro Organización Mundial el Turismo. 2012.

Para cuantificar la demanda total de un país o región se obtiene sumando las demandas que corresponden a cada uno de los centros turísticos que se encuentran en ellas.

En la tabla 3 se muestra los ingresos por visitantes internacionales en el 2011, se observa a México en la posición 23, situación que no es favorable para el país, considerando la diversidad de atractivos turísticos no es suficiente para lograr que el gasto de los turistas sea mayor, porque finalmente ese es un indicador económico.

Además es importante considerar los siguientes tipos de demanda:

- Demanda Real: indica la cantidad de turistas que hay en un momento dado en un lugar dado, y el conjunto de bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores en ese lugar durante el tiempo de su estadía.
- Turista Real- consumidor potencial: Se refiere a los gastos adicionales que puede realizar la demanda real durante su estadía, en el consumo de bienes y servicios que no fueron pagados antes de salir de viaje o que no son obligados de alojamiento para el turista que viaja por su cuenta.
- Demanda histórica: es el registro estadístico de las demandas reales ocurridas en el pasado, y el análisis de sus variaciones y tendencias para deducir el ritmo de su evolución.
- Demanda futura: es el resultado de cálculo que se habrá de realizar, tomando como base las series cronológicas de la demanda histórica de un lugar dado para proyectar a partir del presente y mediante la aplicación de fórmulas, su probable crecimiento, estancamiento o decremento durante un periodo de tiempo determinado a partir del presente.
- Demanda potencial: es la que podría obtenerse desde una plaza de mercado emisor no conquistada, hacia otra plaza de mercado receptor (centro o conjunto de centros turísticos) y también los incrementos de adicionales que podrían obtenerse de la demanda futura como consecuencia del mejoramiento o por efecto de los sistemas de publicidad, que intentan corregir una oferta desaprovechada, apuntan a nuevos segmentos de mercado en esas mismas plazas.

1.3. Clasificación del Turismo

Acerenza (2006) publica su obra: *Conceptualización, Origen y Evolución del Turismo*, en la que establece diversos criterios de clasificación para el turismo a partir de las características o motivos que originan ese desplazamiento.

a) Por la forma del viaje

Este puede ser Turismo individual y Turismo de grupo, esta división es importante por las operaciones de turismo receptivo, ya que tiene relación directa con el manejo de la operación turística en los puntos de destino.

El turismo individual se establece con el desplazamiento de una sola persona hacia un destino.

b) Por el tipo de viaje

Para Acerenza (2006), esta clasificación obedece a la razón principal del viaje:

- Turismo vacacional (o tradicional)
- Turismo de negocios
- Turismo de afinidad (o interés común, congresos y convenciones)
- Turismo especializado

c) Por el tipo de operación

Para identificar los campos de negocios turísticos clasifica al turismo como: Turismo emisor y turismo receptor. Entendiéndose al primero como aquel turismo que llega al destino turístico donde la empresa está establecida y presta sus servicios, independientemente del lugar de origen del visitante que puede provenir tanto del exterior como de cualquier otro punto localizado en el propio territorio nacional, y por turismo emisor al que tiene su origen en el lugar donde está establecida la empresa, y que tiene como destino cualquier punto del territorio nacional o extranjero. Por esta razón, para poder identificar con mayor precisión al turismo receptor proveniente del extranjero y al emisor hacia el exterior, la industria turística los clasifica, en el primer caso, como turismo de importación, y en el segundo, como turismo de exportación.

Otra **Clasificación del turismo**, según características muy específicas por las actividades que lo distinguen están:

El **Turismo deportivo** incluye varios sub segmentos como: el alpinismo, la pesca, la cacería, el esquí, la equitación y todos los eventos que atraen multitudes como el fútbol, el tenis, carreras de automóviles, los deportes acuáticos y el turismo de invierno. Este tipo de turismo es de permanencia prolongada debido a que el turista arriba desde antes del evento para instalarse y en algunos casos visita otros países que se encuentran en la ruta de retorno a su lugar de residencia habitual. Los gastos realizados por este tipo de turismo son elevados, esta es la razón de que la mayoría de los proyectos resultan rentables para los países sede. Ya que requieren ampliar su infraestructura deportiva para poder llevar a cabo este tipo de eventos y también requiere mejorar su equipamiento turístico para poder brindar estos servicios y con esto se incrementan los desplazamientos del turismo receptivo y nacional, y esto también genera beneficios como la generación de empleo, la distribución del ingreso nacional. (Cárdenas, 2008).

Turismo científico que pertenece al mismo ámbito que el cultural, pero desde el aspecto mercadológico y proyectos turísticos es su opuesto. Es de mayor permanencia, la edad de los visitantes es mayor, y no se mezcla con otras tipologías. Se compone principalmente por visitantes de alta preparación intelectual: investigadores, científicos, historiadores, literatos, arqueólogos que viajan por países con el propósito de analizar profundamente los campos competentes a su especialización. Los proyectos para este segmento deben estar perfectamente diseñados de acuerdo a sus intereses para conservarlo o incrementarlo. (Cárdenas, 2008).

El **Turismo selectivo** se identifica la práctica turística de ciertos sectores de la población. En un principio esta denominación se empleó para identificar al turismo que realizaban los sectores de mayores ingresos de la sociedad. El *grand tour*, fue el prototipo del turismo selectivo por cuánto solo estaba al alcance de una élite de la población.

Opuesto al anterior el **Turismo popular** se utiliza para denominar al turismo que tiene “gran popularidad”, por parte de los turistas, y que en ciertos casos tiene características de turismo masivo. Su carácter de “popular” se da por el grado de aceptación que tiene entre la gente; en las playas urbanas es una muestra de ello.

Por **Turismo Social** se identifica al que realizan los sectores de menores ingresos de la población: empleados públicos, obreros, jubilados y en, general, los estratos económicos menos favorecidos de la sociedad. En la mayoría de los casos este tipo de turismo es promovido por el propio Estado, e incluso llega a subsidiarlo. Incluso es promovido por organismos sindicales en beneficio de sus agremiados, para lo cual construyen sus propias colonias vacacionales o adquieren hoteles en centros turísticos que operan directamente.

Una modalidad de turismo social es el **Turismo Sociocultural** que se orienta hacia la educación y el desarrollo cultural de los sectores económicamente menos favorecidos. Como su nombre lo indica, se caracteriza por adoptar la forma de tours o circuitos por zonas con alto contenido de atractivos de índole cultural, vestigios de culturas antiguas, ciudades y pueblos coloniales, el conocimiento de los usos y costumbres de las poblaciones, entre otras.

Se denomina **Turismo de integración** al que por medio de circuitos turísticos permite mejorar las acciones tendientes a la integración turística regional. En México el más conocido se llamó “Ruta Maya”, que comprende parte de los territorios de México, Guatemala, Honduras y El Salvador, donde se asentó la cultura maya.

Castellanos (2010) menciona que el **Turismo Alternativo** tuvo sus orígenes en países europeos, en México se empezó a discutir a principios de los noventa y también empezó a planificarse a la mitad de la misma década, se fundamenta en los aspectos naturales y culturales de los sitios combinados con actividades de aventura. El turista es activo, respetuoso, educado e interactúa con el medio ambiente que visita. Además la comunidad anfitriona se incorpora al manejo, operación y repartición del ingreso bajo un enfoque sustentable, manteniendo un

intercambio cultural para el anfitrión como quién tiene una condición física y un alto nivel de conocimientos, viaja de manera individual.

En este tipo de turismo se consideran tres elementos para el diseño del producto turístico: elementos naturales, culturales y de aventura.

La planeación del sitio debe considerar la preservación y conservación del medio ambiente para evitar los impactos negativos de las corrientes turísticas. De acuerdo al área de la Secretaría de Turismo considera los siguientes tipos:

En la tabla 4 encontramos en primer término al Ecoturismo, que es un concepto originado en la década de los años ochenta, cuando un grupo de conservacionistas entendieron que aunque existían críticas de hacia el turismo, ellos visualizaron que a través del mismo podían obtener recursos económicos para la conservación. Este término de Ecoturismo lo enunció el arquitecto Héctor Ceballos- Lascuraín (1983) y lo estableció de la siguiente manera:

“Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestre) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que pueda encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente beneficioso de las poblaciones locales.”

En la misma tabla 4, aparece el Turismo Rural que se origina en Inglaterra cerca de la década de los cincuenta, con la intención que tenía la población urbana por evadir de la monotonía y tensión citadina, la población buscaba descanso y recreación, en medio de paisajes, aire limpio del campo, así como la práctica de actividades del medio rural. (Acerenza, 2006).

Esta modalidad actualmente es de las más buscadas en muchos de los estados como principal atractivo.

Tabla 1.4. Actividades eco turísticas

Ecoturismo	<p>Observación de la flora y fauna Senderos interpretativos: Consiste en trazar caminos que permitan la visita en zonas ricas en flora y fauna.</p>
	<p>Caminatas Safari fotográfico: Expediciones para tomar fotografía de flora y fauna, además del conocimiento y contemplación de algún fenómeno natural.</p>
	<p>Eco-arqueología: Programas de preservación, conserva.</p>
Turismo Rural	<p>Agroturismo: Desarrollo de granjas y ranchos que explican el proceso de agricultura, ganadería y la cultura campirana con perspectivas de crecimiento</p>
	<p>Etnoturismo: Actividades especializadas con alto contenido cultural en comunidades, en cuanto a conocimiento y especialización.</p>
	<p>Medicina tradicional: Es la visita a sitios con características de salud, medicinales y terapéuticas.</p>
Turismo de Aventura	<p>Kayakismo: Actividades de remo en aguas tranquilas en una embarcación muy ligera, hecha con fibra de vidrio</p>
	<p>Rapelismo: Es el descenso en pared en roca; se requiere de conocimientos, condición física y equipo especializado.</p>

Fuente: Rueda, 2004.

Cuando esta actividad iniciaba, lo nombraron “turismo verde”, y los turistas se alojaban en habitaciones de casas de familias que ofrecían alojamiento y desayuno, lo que posteriormente conocemos como modalidad de *Bed and breakfast*, conocida hasta la actualidad en todo el mundo. Después surgió el hospedaje en las granjas (*farm-houses*), con la oportunidad de participar en actividades directas de esos lugares dieron origen a lo que en la actualidad se conoce como Agroturismo.

En el siguiente tema se abordará lo concerniente a las haciendas, esas unidades económicas que se establecieron en la Nueva España con el propósito de generar más riqueza para la Corona Española, durante la Colonia.

2. Las Haciendas

De acuerdo con Flores & Vázquez (2006). Se define como una estructura física diseñada arquitectónicamente, en algunos casos sus propiedades o bienes sobrepasaban la capacidad de la mano de obra, sus principales funciones son la agricultura y la ganadería.

La hacienda fue vista como estructura socioeconómica autosuficiente que se constituía por el Casco o Casa Grande donde habitualmente vivía el hacendado con su familia. Además se destinaban espacios para el personal de confianza como el administrador o tenedor de libros y los capataces. Existía una capilla en la que se ofrecían los servicios de esta naturaleza para los que habitaban la hacienda. También formaban parte de la hacienda las trojes donde se almacenaban y las eras para molienda de granos, y los establos para los animales.

2.1. Antecedentes Históricos en México y Tlaxcala

Las haciendas surgen por las concesiones, generalmente realizadas a nobles menores, dado que los Grandes de España no estaban motivados para abandonar la península, y la burguesía tenía poco acceso a los dispendios reales. En México, el sistema de la hacienda surgió a partir de 1529, cuando la corona española concedió a Hernán Cortés el título de Marqués.

En la segunda mitad del siglo XVI surge este término en la Nueva España, principalmente en las zonas agrícolas de los estados de Guerrero, México, Puebla, Tlaxcala y Michoacán. Fue así como desde el siglo XVII hasta el Porfiriato, la Hacienda representó la unidad productiva.

La figura 1.14 ilustra las tres características primordiales que tuvieron las haciendas en el siglo XVI que fueron: el dominio sobre los recursos naturales de la zona, el dominio sobre los mercados locales, y el dominio sobre la fuerza de trabajo. De ahí su importancia en el desarrollo local y en la entidad, considerando que Tlaxcala territorialmente es pequeña, pero sus recursos agrícolas le permitieron generar riqueza.



Figura 1.14. Características de las Haciendas

Fuente: Salazar, 2001.

Terán (1996) define a la palabra hacienda como “haber o riqueza personal en general, se fue aplicando para designar una propiedad territorial de importancia, la cual exhibía orgullosamente como pertenencia de una familia”.

Con lo que se percibe que la palabra hacienda refiere inmediatamente a poder o riqueza o una gran investidura.

Después de la conquista española, México tuvo muchos cambios decisivos que transformaron, la forma de vida de sus habitantes del territorio colonizado. Fue el cambio del Sistema de Tenencia de la tierra, que se transformó en determinado en su totalidad, por la Corona Española, la cual tenía como propósito fomentar el poblamiento de su nueva colonia, asignando entre sus soldados de mayor jerarquía y algunos nobles, *mercedes* y *encomienda* de tierra para que se establecieran las estancias ganaderas y huertas, al igual que las casas- habitación esas encomiendas se convirtieron de extensiones pequeñas, algunos peones y pocos animales. Las encomiendas se convirtieron por la vía legal en la unidad socioeconómica parte fundamental en la historia rural de la época colonial.

Se presentó un esquema productivo en la Nueva España en el que existieron dos tipos de haciendas primordialmente:

- Las de **Beneficio**: que por medio del *azogue*, se extraía la plata de los minerales, sobre todo es lugares como Guanajuato donde empezó la llegada de mineros, con lo que proliferaron haciendas productivas dedicadas a esta actividad, aunque con el paso del tiempo se fueron fraccionando, ante la baja producción y la demanda de vivienda, siendo esta la causa de que fueron abandonando su principal actividad y dieron origen a determinadas ciudades como el caso de Guanajuato que se formó gracias al reparto de los latifundios mineros hasta que quedó asentada, casi en la totalidad de los terrenos de las dichas haciendas y,
- Las **Agro-ganaderas** en las que se producían los artículos de primera necesidad y por ende, las que abastecían de insumos a las primeras. (Brading, D., 1988)

Durante el virreinato el sistema sobrevivió prácticamente hasta el siglo XX, cuando surgió la inconformidad social y detonó el movimiento revolucionario en 1910, marcando una ruptura en la era del latifundismo y el inicio de una nueva legislación agraria, que trajo como consecuencia, el reparto de los bienes muebles e inmuebles de los dos, dando fin a ese sistema semifeudal que funcionó por más de tres siglos. Como consecuencia de ese reparto agrario muchas de las haciendas en el país se convirtieron en propiedades ejidales, muchos de los habitantes agredieron de forma violenta contra la casa de sus antiguos patronos dañando esas construcciones lo cual ha derivado en un deterioro del estado físico.

Actualmente, algunas de estas haciendas se reincorporaron al presente y funcionan como residencias particulares, algunas como hoteles otras como viviendas, aunque muchas otras están olvidadas y abandonadas. Sin embargo, otros propietarios han realizado esfuerzos para mantener estos inmuebles de un gran valor histórico que se pueden preservar y dar un uso en actividades económicas.

Al igual que en todo el país la Hacienda en el estado de Tlaxcala, constituyó la unidad básica de producción agrícola y ganadera. Durante la época colonial las haciendas desarrollaron una producción variada destinada en gran parte a su autosuficiencia. Durante el siglo XIX estuvo presente el proceso de especialización,

de acuerdo a la región natural en que se ubicaban, se dedicaban al cultivo de algún producto o cría de ganado que se destinaba en especial al mercado externo, sin dejar de producir lo necesario para el mercado interno, principalmente en productos como el maíz y el pulque que se usaban como pago en especie de una parte del salario de los trabajadores; o el forraje que servía de alimento a los animales de tiro y engorda. Es así como inician a distinguir las haciendas pulqueras de las agrícolas y ganaderas.

Actualmente el término de hacienda ha quedado en desuso porque ya se dedica a su actividad primordial en la mayoría de los casos, y actualmente se le denomina Ex-Hacienda.

La **Estructura Física y distribución de las Haciendas** estaba diseñada de la siguiente manera.

Lombardo (1985) hace referencia a los espacios y edificios para la producción se agrupaban formando un complejo arquitectónico. Principalmente los **básicos** y son aquellos que conformaban las actividades primordiales a la economía de la hacienda y por lo mismo eran periódicos. Entre ellos se encuentran:

- **Patio de trabajo:** espacio donde se realizaba el movimiento de los animales de tiro y el de carga y descarga de los productos para su embarque o almacenamiento. Dentro de él o de sus límites, se disponían los elementos constructivos agrupados por actividades afines, de tal forma que se organizaban con subdivisiones secundarias como el área de servicios relacionados con el agua en donde se encontraba la noria o el pozo, el abrevadero, la fuente, la pila u otros; el área de procesamiento de semillas que se constituía por la troje, la era y los silos; el área de bodegas de instrumentos de trabajo y de talleres de reparación de los mismos; y, finalmente, el área de almacenamiento y procesamiento del pulque, lugar donde estaba el tinacal y la rampa o andén donde se cargaban los vagones o carretas con barriles de pulque. El patio de trabajo de igual forma tenía una función social importante, debido a que este lugar era donde se reunían para

celebraciones religiosas en fechas específicas como el Día de Reyes, Semana Santa, el fin de la cosecha, la fiesta del Santo Patrono o incluso a la llegada de algún circo.

- Edificio Básico para la producción: Era el *machero* lugar donde se encerraban las bestias de tiro utilizados para las yuntas y las carretas; esta construcción estaba formada por un espacio central descubierto, que se delimitaba por tres o cuatro de sus lados por pasillos techados o pórticos.
- Troje: Lugar donde se almacenaba el grano, el tamaño estaba en relación a la capacidad de producción de la finca. En caso de las haciendas agrícolas había tres o cuatro trojes.

Existen otros elementos considerados de diagnóstico, por que indican el tipo de producción de la Hacienda. Entre estos se encuentran los dedicados a la producción agrícola como son los siguientes:

- La Era: Se ubicaba en relación a otra parte como la Troje, la Era es una superficie circular, generalmente pavimentada de piedra donde se ventilaban y cernían los cereales, también se desgranaban y asoleaban las semillas. En la Troje y el granero se almacenaban estos productos.
- Los Silos: Depósitos cilíndricos semisubterráneos donde se elaboraba y conservaba el forraje.
- Los corrales: de ganado menor, lanar o caprino.
- Las porquerizas: denominadas localmente “pizocalis” de ganado porcino.
- El Tentadero: Este se encontraba fuera del complejo arquitectónico debido a que tenía que ubicarse cerca de los potreros donde se criaba el ganado bravo. Y se refiere al cercado donde se toreaba el novillo para medir su bravura, señalando la presencia de toros de lidia.
- El tinacal: Para el caso de la producción pulquera, el tinacal es el edificio destinado para almacenar el aguamiel y procesar el pulque en grandes tinas de cuero.

Los edificios tenían la extensión en relación y proporción de la Hacienda, eran un indicador para detectar el tipo de producción que dominaba cada propiedad. El

proceso de trabajo en cada hacienda requería de una serie de instalaciones de infraestructura en la finca. Para el abastecimiento de agua había diversos elementos constructivos que se utilizaban en la captación, almacenamiento y distribución del líquido para usos diversos:

- La Noria o el Pozo: que servían para extraer el agua de mantos subterráneos.
- El Jagüey: Conocido también como embalse formado por desniveles del terreno que captaba agua proveniente de la lluvia.
- El Aljibe: (del árabe hispano *algúbb*, y este del árabe clásico *gubb*). Es un depósito para guardar agua proveniente de la lluvia que se colecta de los tejados de las casas, que se conduce a través de canalizaciones. Regularmente subterráneo, total o parcial. También conocida como Cisterna que almacenaba el agua.
- La Pila o fuente: Para el uso doméstico.
- El abrevadero: Lugar donde se conduce a los animales para beber agua.

Durante el Porfiriato la llegada del ferrocarril generó la necesidad de construir caminos y puentes para garantizar la salida a los productos de la Hacienda a través de los ferrocarriles y vías.

Otro de los conjuntos dentro de las haciendas eran edificios que tenían la función de ayudar en la supervisión del proceso productivo, vigilancia y control de los trabajadores. Debido al orden de importancia se encontraban:

- La administración: Por lo regular integrada a la casa del propietario.
- La Tienda de Raya: Debido a que los peones no sabían leer y escribir, no podían firmar en el libro de pago de nómina por lo que solo hacían una raya de ahí el nombre de la tienda. Fue un establecimiento de crédito para su abasto básico de los obreros y eran obligados a consumir y en caso del fallecimiento del peón la deuda era transferida a los hijos, si el peón llegaba a huir el patrón podía hacerlo regresar con la ayuda de la policía rural.
- Zahuán custodiado: Cuando el casco estaba bardeado había un zahuán resguardado por el el zahuanero responsable de vigilar el acceso.

- Calpanería: De origen náhuatl combinado con el castellano deriva en la palabra que significa “lugar de casas o caserío”. Las Calpanerías fueron creciendo debido a que las haciendas necesitaban mano de obra permanente por parte de sus trabajadores. Inicialmente se fueron quedando en galerones que servían de dormitorios pero en condiciones insalubres, además de la distancia que recorrían disminuía su rendimiento. Los mismos trabajadores construyeron sus chozas con materiales prácticamente improvisados como cañas, pencas, adobe y tejamanil, en el mejor de los casos.
- Durante la Colonia, los trabajadores de las haciendas vivían en construcciones que estaban integradas a cualquiera de los edificios del complejo arquitectónico (casco).
- Galeras y portales: espacios donde vivían los *gañanes* con sus familias (naturales que eran contratados y que eran presionados para aceptar préstamos en dinero o en especie a cuenta de su jornal, por lo que al no pagar su crédito, los hacendados los retenían en la hacienda mencionando que debían permanecer en ella hasta retribuir con trabajo las deudas contraídas). Probablemente estos edificios fueron construidos especialmente para alojarlos.
- Las Tlapixqueras (del náhuatl tlapixcan: lugar donde se guarda algo), originalmente bodegas de grandes dimensiones para aperos de labranza, enseres y materiales, utilizadas como dormitorios para los peones alquilados.
- Casillas: Desde principios del siglo XIX, había espacios para cada peón y su familia, que de acuerdo con documentos de la época refieren que eran espacios de 3.50 metros.
- Capilla: Construida como edificio destinado a la construcción teológica, las haciendas contaban con una capilla, en la época colonial este espacio funcionó como escuela.
- Escuela: En el siglo XIX, se construyeron espacios específicos para impartir la enseñanza.

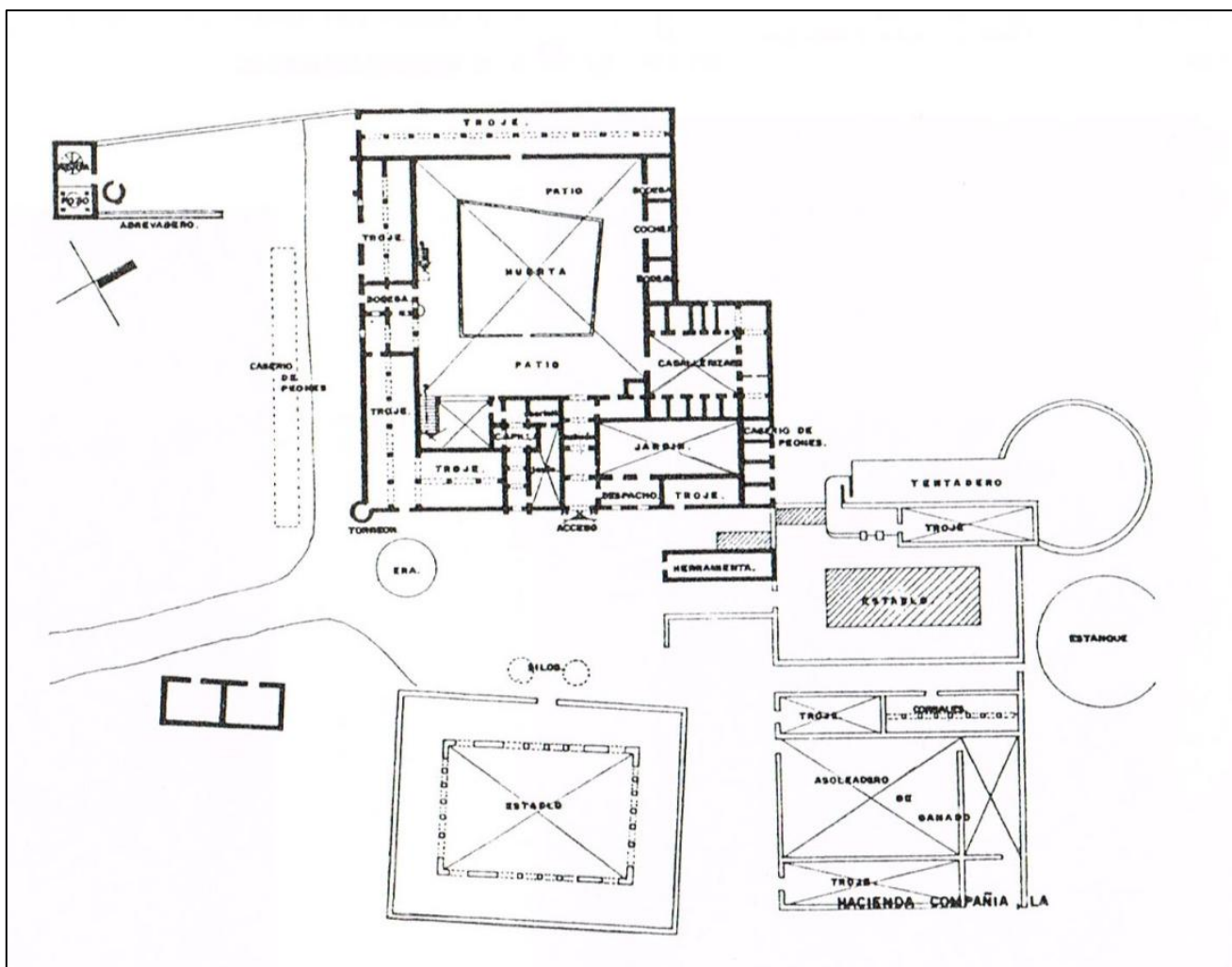


Figura 1.15. Plano de distribución de la Hacienda la Compañía, Tlaxcala

Fuente: INAH, 1994.

Hasta aquí los aspectos generales de las haciendas desde sus orígenes, como surgieron posteriores a la conquista y la organización social y económica de la época colonial en la Nueva España, más adelante en el capítulo IV se lleva a cabo una descripción específica solo de las haciendas ganaderas que reúnan las características y que pertenecen a los municipios de la región oriente para la propuesta de diseño de Cluster.

CAPÍTULO II
ANTECEDENTES DE LOS
CLUSTERS

2.1. Origen y aplicación del concepto de cluster

La palabra Cluster aparece en el Diccionario Compacto Oxford que lo define como: Un grupo de cosas similares posicionadas o que ocurren de manera cercana entre sí.

El término cluster originalmente es una palabra inglesa que significa "grupo" o "racimo" se aplica a los conjuntos o conglomerados de computadoras construidos mediante la utilización de hardwares comunes y que se comportan como si fuesen una sola computadora.

En español significa la organización de un conjunto productivo local, posteriormente Michael Porter fue introduciendo este término aplicado a los negocios como un conglomerado de industrias que desarrollan una ventaja competitiva como se abordará posteriormente.

Desde la aparición del ser humano sobre la faz del planeta se ha evolucionado en la medida de la generación del conocimiento y como se reproduce la información, y esto a su vez implica transformaciones sociales de mayor trascendencia. Además los inventos tecnológicos que más impacto han sido decisivos en su tiempo, de manera paulatina un invento ha cimentado el siguiente paso en el orden social y en el tecnológico, como ejemplo de ellos tenemos a lo largo de la historia de la humanidad: la punta de flecha, el uso de fuego, utensilios de labranza, la tinta, la rueda, la polea, la pólvora, la imprenta, el motor de vapor, el telégrafo, la bombilla eléctrica, el teléfono, la radio, el radar, el fax, el láser, la computadora, el teléfono móvil, el internet, solo por mencionar algunos de los más comerciales o accesibles para algunos segmentos de la población.

En la actualidad se vive una revolución tecnológica y como demostración se encuentra la presencia de los desarrollos en las tecnologías de la información, misma que influye en las relaciones económicas, sociales, políticas y comerciales, que propician el surgimiento de nuevas formas de organización o agrupamiento. Mismas que se abordarán más adelante por algunos autores que se han dado a la tarea de estudiar dichos agrupamientos y los beneficios que tienen como consecuencia hacia la sociedad o la economía.

El Consejo Nacional de la Industria de Brasil (1998) definía al cluster en una referencia geográfica, la aglomeración de empresas ahí localizadas que desarrollan sus actividades de manera articulada y con una lógica económica común, a partir de la existencia de recursos naturales de capacidades laborales, tecnológicas o empresariales locales y de la afinidad sectorial de sus productos. La integración y la sinergia, consecuencia de la actuación articulada, proporcionan al conjunto de empresas ventajas competitivas que se reflejan en un desempeño diferenciado superior en relación con la actuación aislada de cada empresa.

Tanto en las organizaciones y en los clusters actuales se presentan patrones de conductas regulares que están formalizadas a través de manuales y protocolos de funciones y procedimientos. Durante este proceso es posible que debido a un cúmulo de información, o por errores en el proceso de transmisión de la información, puedan surgir procesos que afectan de forma negativa a la organización como su misma desaparición, si por el contrario es una interacción positiva esos nuevos procesos permanecerán transmitirán las características adquiridas mediante el aprendizaje.

Las organizaciones y los clusters surgen por un proceso de auto organización de los individuos que las integran en la búsqueda de un fin determinado, y se desarrollan a partir de las interacciones internas y externas, es ahí cuando evolucionan paulatinamente a través de un proceso de innovación generando aceleraciones a partir de un acontecimiento espontáneo.

Michael Porter fue el primer autor en introducir el concepto de cluster, en su obra *La Ventaja Competitiva de las Naciones* y en 1999 lo definió de la siguiente manera: Agrupación, geográficamente concentrada, de empresas interrelacionadas e instituciones correlacionadas de una determinada área, vinculadas por elementos comunes y complementarios. El alcance geográfico va desde una sola ciudad, un país o una red de países vecinos.

Para Arbonías (2000), un cluster es una estrategia de competencia, que favorece principalmente al sector de las Micro y pequeñas empresas (MIPYME). Y numerosas regiones en el mundo han utilizado en los últimos años esta estrategia empresarial.

Varisco (2007) concluye que en términos generales los agrupamientos denominados cluster generan economías de escala, que permiten a las pequeñas y medianas empresas operen en conjunto con algunas de las ventajas de las empresas de mayor tamaño, lo cual les permite mantener la flexibilidad y la autonomía. Entendiendo que su cercanía geográfica y sociocultural facilita la generación y difusión de innovaciones favorece la existencia de un mercado laboral especializado. Dentro del cluster, las relaciones de competencia y colaboración se traducen en una dinámica favorecedora de la competitividad de todo el complejo.

Proaño (2008) señala que en su aplicación el clúster que también es conocido como economía de aglomeración, complejo productivo, aglomeraciones industriales, arreglos productivos o conglomerados productivos, todas estas designaciones son enfoques estratégicos para la atención de procesos empresariales y de gestión, que se basan en la negociación y ejecución de acuerdos sectoriales que definen y respetan la existencia de una cadena de valor, considerando la intervención de actores privados y del gobierno.

En un sentido estricto del ámbito productivo autores como Isaksen, Shoengen y Bremen, por citar algunos, identificaron que los clusters se pueden definir como “un agrupamiento o concentración de empresas o agentes interdependientes en un espacio geográfico determinado y que tiene la finalidad de crear un sistema de producción local o de un sistema social”. En la literatura especializada, los expertos han designado a las asociaciones entre agentes (generalmente empresas) con diversos nombres como el de *distrito industrial* (creado por Marshall), *polo de desarrollo*, *encadenamientos productivos*, *redes de trabajo* y el más conocido recientemente entre los economistas contemporáneos, *clusters*. (Berumen, 2009).

El mapa económico mundial está dominado por lo que se denominan clusters o agrupamientos económicos, los que demuestran ser “masas críticas de un éxito competitivo inusual en campos específicos, presentes en casi cualquier nivel geográfico”. Dichos agrupamientos son concentraciones de compañías e instituciones interconectadas en un campo en particular, que compiten y cooperan. (Reyes, 2009).

Cervantes (2012) expone:

Un cluster es una concentración geográfica de empresas e instituciones interconectadas en un grupo particular. Incluyen por ejemplo, proveedores especializados, servicios, infraestructuras de apoyo. Generalmente los clusters se extienden verticalmente en la cadena de valor y lateralmente hasta la tecnología, sectores relacionados, entre otros. Muchos de ellos, incluyen instituciones gubernamentales y de otro tipo, incluyendo las universidades, parques tecnológicos y servicios especializados de educación, información, reciclaje y apoyo técnico.

Diversos estudios de clusters realizados a nivel internacional concluyen que los resultados obtenidos por las empresas refieren que las ventajas competitivas están en relación de los recursos y capacidades de las empresas consideradas individualmente, sino que también de las de un cluster como un todo (Andrade, 2006).

Después de la revisión del concepto de cluster a través de varios autores se puede concluir que un cluster es: “Un sistema conformado por diversas empresas que buscan fortalecer una ventaja competitiva, en términos de innovación, a través de sus principales fortalezas que brindarán a dicho sistema, beneficios de colaboración, aprovechando diversas estrategias obtenidas de la investigación con el objetivo de mantenerse en el mercado productivo, capaz de adaptarse al cambio”.

A partir del nivel de agregación de un cluster que propone Porter se representa en la figura 2.1.

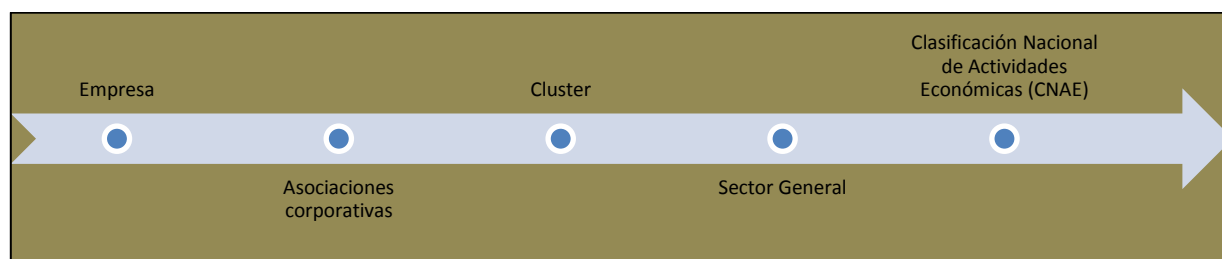


Figura 2.1. Nivel de agregación de un cluster.

Fuente: Arbonías, 2000

Los clusters impactan directamente en la competitividad de las empresas principalmente en tres aspectos fundamentales que son los que se muestran en la figura 2.2:

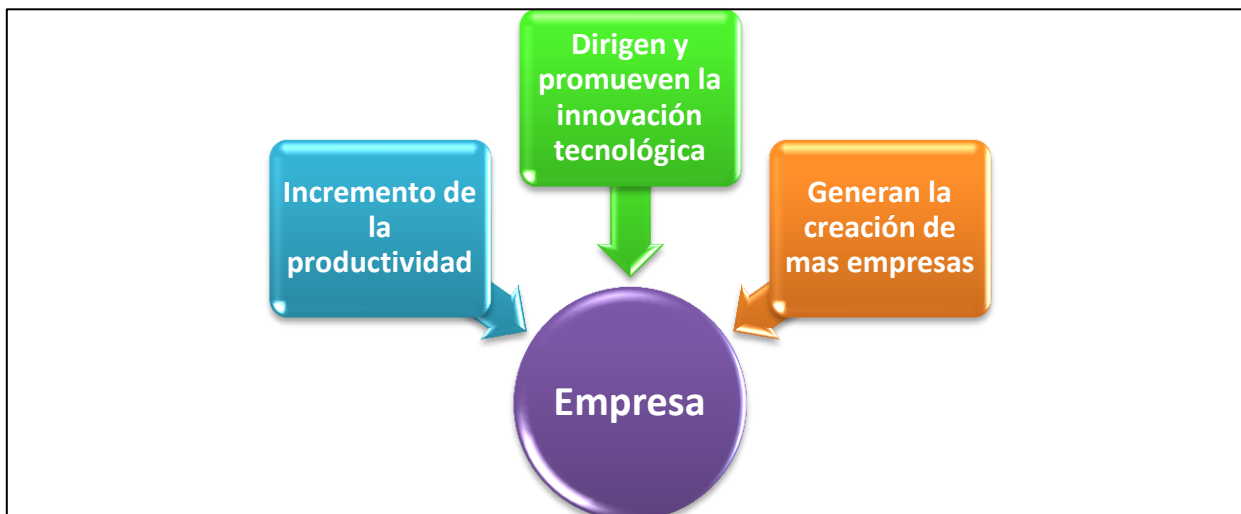


Figura 2.2. Impacto de la competitividad en la empresa.

Fuente: Cervantes, 2012.

2.2. Objetivo de un cluster

Uno de los mayores riesgos al crear clusters son las expectativas no muy realistas, con ese objetivo es que se realiza un diagnóstico sobre la situación del cluster a través del modelo diamante de Michael Porter, sobre el estudio que realizó sobre la ventaja competitiva de las naciones retomada como una herramienta como evaluación de la implantación de un cluster.

Cervantes (2012) señala que el objetivo de un cluster es mantener un complejo empresarial productivo con visión de sostenibilidad, de tal forma que las empresas puedan seguir afrontando el mercado, conforme a sus nuevas exigencias, por esa razón se necesita mejorar considerablemente la capacidad de innovación. Es aquí donde aparece la responsabilidad del estado y la administración pública, para que se encargue de una eficiente gerencia de los bienes y servicios colectivos que permiten el desarrollo productivo, como la infraestructura de transporte y comunicaciones, la inversión en educación, formación profesional y capacitación, estabilidad en el entorno empresarial para detonar la inversión, entorno urbano y

servicios sofisticados. Todos los puntos son herramientas que impulsan la aglomeración de empresas con bienes y servicios complementarios, estructura que se analiza como teoría de localización, y que fortalece la gestión de centros administrativos, operativos y de análisis de mercados e incluso de trascendencia internacional.

Berumen (2009) menciona de los principales objetivos de la conformación de los clusters se encuentran:

- Concretar o consolidar las fuentes de oferta o demanda
- Mayor flujo de transferencia de tecnología de una empresa a otra
- Complementariedad tecnológica entre las empresas participantes
- Economías de escala y alcance (en la producción a otros campos)
- Comercialización de productos
- La especialización en habilidades concretas
- Incrementar la flexibilidad y las fortalezas
- Diversificar el riesgo
- Potenciar las ventajas y los conocimientos
- La reducción de costos

Con base en lo anterior se puede apreciar que el modelo de cluster ofrece diferentes beneficios a nivel competitivo para las empresas que pueden agruparse para adaptarse a los cambios tan acelerados de las economías a escala y la globalización en el mundo, por lo que permitiría a las haciendas ganaderas a posicionarse y tener mejores beneficios como se analizará en los capítulos subsecuentes.

2.3. Principales ventajas y beneficios de los clusters

En el capítulo I se abordó el sistema turístico se estableció que tiene una estructura económica, así como los destinos que conforman el producto turístico, por esta razón es que se entrelaza el cluster con el sistema productivo local.

La Teoría de localización sostiene que funcionar en un cluster posibilita las siguientes ventajas y beneficios (Proaño, 2008):

1. Reduce los costos de inventarios
2. Elimina el costo ocasionado por las demoras de la importación.
3. Facilita la comunicación
4. Mejora la prestación de servicios auxiliares o complementarios y minimiza los costos de: instalación, depuración, capacitación, evaluación, control, corrección de fallas y reparaciones.
5. Interacción organizacional en una región genera estímulos tecnológicos y por ende la corrección de fallas y reparaciones.
6. La interacción entre las empresas y mejora las economías a escala.

Varisco (2004) señala que los clusters fortalecen la competitividad de las empresas que lo integran mostrados en la figura 2.3, principalmente por lo que se explica a continuación:

1. Permite el acceso a empleados y proveedores: Con lo que obtiene una logística constante como cadena de valor.
2. Fomenta el acceso a información especializada: Al pertenecer a un sector las empresas que lo conforman pueden compartir su información.
3. Coordina actividades complementarias: Estas pueden ser de apoyo a colaboración o asesoría a otras pymes.
4. Acceso a instituciones: Pueden ser públicas o privadas y a través de ellas recibir apoyos, programas de financiamiento, capacitación.
5. Mejora la productividad y aumenta la motivación: al ser más competitivas, su posicionamiento en el mercado genera más confianza y certidumbre en su estabilidad económica y por ende la motivación trasciende a cada colaborador.
6. Desarrolla innovación: Se adapta al cambio ante los factores del macro entorno, mantener su ventaja competitiva, y al ser un modelo de innovación, no puede rezagarse en procesos, productos o servicios.



Figura 2.3. Beneficios del cluster

Fuente: Elaboración propia

Un cluster genera estados de aglomeración productiva e interdependencia directa entre los participantes del sector privado como cámaras, colegios profesionales, instituciones de educación superior, asociaciones de empresarios, además de las organizaciones del sector público, como organismos regulatorios, universidades y municipios.

El fortalecimiento de un cluster exige formas diversas de trabajo colectivo y coordinación con el sector público. Al fomentar la creación de complejos productivos existe la apertura al campo de la colaboración con las universidades, los centros de investigación y de la MIPYME. El desarrollo de los clusters y conjuntos productivos locales es de gran importancia para los destinos turísticos y otorga muchos beneficios.

Particularmente para el caso concreto de la propuesta del diseño de cluster de las haciendas de la región oriente dinamizarían le economía local, mejorando la comunicación.

2.4. Características de los clusters

Con base en el análisis de las experiencias de la región, permiten identificar y concretar las características que hacen que un grupo empresarial o un conglomerado productivo, pueda ser considerado como un cluster (Cervantes, 2012).

1. Un cluster es un agrupamiento de empresas que están concentradas espacialmente y se especializan en un sector.
2. El cluster desarrolla vínculos hacia adelante y atrás, dentro y fuera de la agrupación empresarial, para favorecer el intercambio de bienes y servicios, información y talento humano.
3. Se genera una red de instituciones públicas y privadas locales en apoyo al cluster.
4. Un conglomerado posee acuerdos de cooperación con organismos del sector, ya sean públicos o privados e instituciones académicas y de capacitación.
5. Se establecen los procesos de mejoramiento en producción y control de materias primas.

Derivado del modelo de cluster como una herramienta de competitividad aplicada a los negocios se encuentran aplicaciones al ámbito turístico como se desarrolla a continuación:

Yanes (2005) menciona que la asociación o cooperación empresarial se basa en una clasificación bajo los siguientes criterios:

- a) Por su origen: formales e informales
- b) Por su duración: temporales, coyunturales o de largo plazo
- c) Por su funcionalidad: horizontales y verticales

Teniendo como objetivo primordial el fortalecimiento a través de sus interacción y competitividad, de las empresas que participan en este proceso. Teniendo como principales fortalezas la cooperación, confianza, compromiso y la búsqueda de los beneficios para todo el agrupamiento.

Las alternativas de los modelos hacia empresas turísticas más recurrentes se encuentran:

1) Cluster o agrupamiento turístico

Concentración de empresas en una misma región que operan en líneas similares de negocios y cuyas relaciones generan más interdependencias entre ellas, que a su vez fortalecen su competitividad en áreas como capacitación, recursos financieros, desarrollo tecnológico, diseño de productos, mercadotecnia y distribución.

2) Alianza horizontal y vertical

Tipo horizontal: Se caracterizan por relaciones de igualdad entre empresas participantes.

Tipo Vertical: Las relaciones empresariales que se distinguen por la presencia de niveles de subordinación.

3) Cadenas productivas:

Debe existir una interdependencia directa entre las empresas participantes así como el desempeño impacta de manera directa en la competitividad de la cadena productiva. Además este proceso debe ser acompañado de la intervención del sector público teniendo como función concertar los intereses de los involucrados para garantizar un clima de colaboración y reciprocidad.

2.5. Etapas de desarrollo de los clusters

Guerra (2010) destaca a través de cuatro etapas el desarrollo de un cluster empresarial y son las siguientes:

- a) Etapa de gestación. (Cluster en gestación) Se caracteriza por la existencia de empresas e industrias independientes e inicialmente desvinculadas, pero que están involucradas en el desempeño de una actividad económica en una región determinada. Esta etapa debe ofrecer “la semilla del cluster”, que generalmente está representada por fuerzas impulsoras provenientes de

ventajas naturales (como por ejemplo, clima y biodiversidad), o de alguna oportunidad de negocio que se detona y establece en la región una actividad económica promisorio, o bien, por la demanda regional de algún producto y/o servicio.

- b) Etapa de emergencia. (Cluster emergente) Esta etapa se hace evidente, en una región determinada, una concentración de empresas, industrias e instituciones especializadas en una actividad económica particular, así como también una vinculación incipiente entre ellas a fin de compartir elementos comunes y complementarse. Si la fuerza impulsora en la etapa de gestación se conduce exitosamente, el cluster puede emerger y prosperar. Esta etapa, que es crucial para la continuidad del cluster, se caracteriza por la presencia y compromiso de pocos actores económicos, que en caso de ser exitosos con la estrategia de clusterización, seguramente interesarán a otros actores y empresarios a asociarse para emprender otras iniciativas de acción y de esta manera el cluster pasará a la siguiente etapa de su ciclo de vida. Algunos clusters emergentes “despegan y crecen”, otros no van a prosperar y eventualmente desaparecerán; la clave principal está en el éxito de los negocios que emprendan y en la competitividad de la infraestructura económica disponible.
- c) Etapa de expansión (Cluster en desarrollo). Se caracteriza por la existencia de una masa crítica de empresas, industrias e instituciones fuertemente vinculadas para complementarse y generar sus ventajas competitivas, la de la actividad económica particular con la que están relacionadas, y la de sus productos y servicios. Los clusters que pasan a esta etapa son los que lograron “despegar y crecer” y se caracterizan por establecer fuertes vínculos asociativos entre las empresas, industrias e instituciones para lograr sus objetivos y beneficios comunes. En esta etapa, las organizaciones del cluster trabajan colaborativamente enfocándose especialmente en el desarrollo y fortalecimiento de una infraestructura económica competitiva que les permita

realizar sus negocios exitosamente, por lo que es notorio la aparición de fuertes vínculos con proveedores clave de esta infraestructura, particularmente con las universidades y centros de investigación y desarrollo tecnológico, con instituciones bancarias y financieras y entidades de gobierno. Igualmente, en esta etapa de expansión se empiezan a extender vínculos con otras empresas y/o clusters ubicados en el entorno (“ecosistema”) del cluster que son proveedores de insumos y servicios de apoyo especializados.

- d) Etapa de maduración (Cluster consolidado). Conforme el cluster entra en su etapa de maduración, ciertas estrategias tienden a dominar, en particular la relacionada con la consolidación del cluster a través de vínculos con redes colaborativas de empresas, industrias e instituciones para impulsar la innovación. Es típico de esta etapa que el cluster empiece a establecer un nuevo ciclo de vida basado en la incorporación de nuevas tecnologías y la generación de nuevos productos innovadores. Si las empresas del cluster no deciden apostarle a la innovación en esta etapa de maduración, lo más probable es que el cluster empiece a declinar y eventualmente desaparezca. Es característico de esta etapa el fortalecimiento y consolidación de vínculos con los proveedores de infraestructura económica, insumos y servicios de apoyo especializados.

2.6. Teorías y Modelos de competitividad

Se abordarán dos teorías y dos modelos únicamente para contextualizar el entorno de la competitividad y ver cómo estas pueden aplicarse en una propuesta de cluster.

1) Teoría de la competitividad Estructural

Esta teoría explica la capacidad competitiva de un país a través de factores que se encuentran vinculados con su entorno económico general y con la política macroeconómica del Gobierno, que al final inducen el resultado de los factores e interacciones complejas entre la empresa, la economía y el gobierno (Camisón,1998). En esta Teoría se encuentra la aplicación del diamante de Michael

Porter quién considera que las condiciones que determinan dicha competitividad del núcleo turístico se encuentran en un ámbito geográfico determinado o destino que viene conformado por un grupo de empresas y servicios turísticos o cluster, así como las relaciones que éstos mantienen entre sí.

De acuerdo a lo establecido por Michael Porter la competitividad dependerá de las variaciones de las macro variables que determinan el Modelo del Diamante como se describe en la figura 2.4.

De acuerdo a lo que analizó Porter las cuatro variables que determinan la competitividad y en cada uno existen factores a estudiar para ver el grado de afectación sobre la implantación sobre el conjunto de empresas del mismo sector. (Serret, 2011).

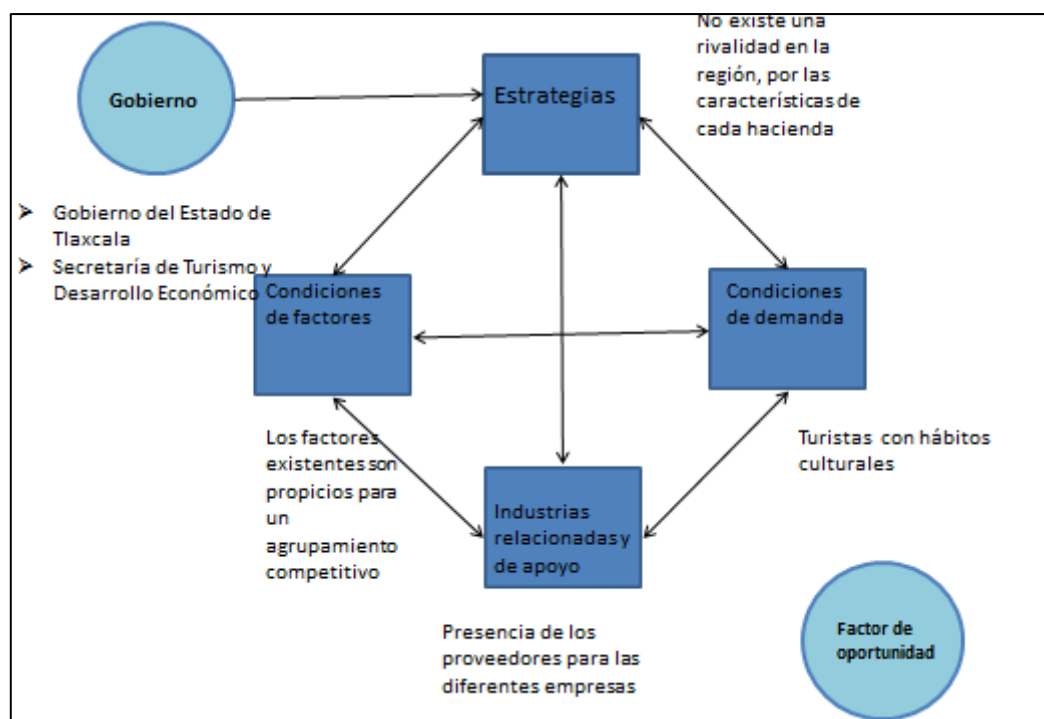


Figura 2.4. Diamante de la competitividad aplicado a las haciendas ganaderas

Fuente: Porter, 2011.

A continuación se explica la variable concerniente a las estrategias:

- a) **Estrategias de las empresas, estructuras empresariales y rivalidad:** La rivalidad favorece a la competitividad de la región. Como el estudio de la rivalidad localizada, como varía el precio del producto, grado de innovación, así como la diferenciación de productos.
- b) **Relación de las industrias:** Se refiere a la cooperación entre las empresas, de modo que se intercambien información y conocimientos, así como la existencia o ausencia de las industrias relacionadas y complementarias.
- c) **Condiciones de los factores:** Factores de producción (trabajo, infraestructura y las instituciones educativas). Las condiciones son diferentes para cada cluster, disponibilidad del capital humano idóneo, desarrollo de capacidades.
- d) **Condiciones de demanda:** Estas condiciones motivan las decisiones de innovación y ayuda a descubrir las necesidades de los consumidores.

Tipo de mercado: Se debe considerar el mercado local favorece la fijación de precios bajos que a largo plazo genera menor calidad en los productos por lo que la competitividad disminuye.

Todos los aspectos anteriores nos ayudan a ver que un grupo sectorial, tendrá que ser competente en áreas básicas, como el de su materia prima.

En cuanto al caso específico de los clusters turísticos Rodríguez (2001) analizó las variables de la ventaja competitiva como un instrumento para la su creación y determinó:

La primera variable está representada por las condiciones de factores productivos que coinciden con las teorías clásicas del comercio internacional enlistaban: recursos humanos, físicos, de capitales, de conocimiento, infraestructuras, bajo un enfoque turístico, es apropiado añadir los recursos culturales o históricos y los organismos que conforman la superestructura del turismo.

La segunda variable, se refiere a los clientes que después de una exigencia provoca el perfeccionamiento de productos y servicios, así como la eficiencia empresarial. Por la naturaleza de la actividad turística ese flujo de visitantes, bajo el cual se supone una sucesión del sistema turístico, en el destino, la importancia del nivel de exigencia, así como la diversificación de la demanda que influye en la configuración

de los espacios turísticos, y al mismo tiempo la causa y efecto de los requerimientos de la profesionalización del capital humano.

En tercer término, la presencia de industria complementaria que permite una interacción rápida que desarrolla la innovación y puede facilitar la especialización empresarial. Como las relaciones que mantienen las empresas con sus proveedores y los operadores que controlan la demanda.

La cuarta variable es el grado de competencia en un determinado sector y las relaciones que resultan entre las empresas turísticas y el entorno social en el entorno social conforman un elemento determinante en la formación, evolución y expansión de los clusters. Los destinos turísticos tradicionales carecen de una atomización de las empresas turísticas que se enfrentan, de manera heterogénea, a la desconcentración de los consorcios horizontales o verticales que compiten entre ellas, desde la emisión hasta el alojamiento.

Aunado a las variables anteriores existen otros dos factores más que influyen considerablemente en la competitividad y son:

- a) La casualidad que genera pausas y brinda oportunidades para la sustitución entre las empresas de diversos países. Esto resulta importante en el sector principalmente en lugares donde los desastres naturales y decisiones del entorno político afectan los flujos turísticos.
- b) El gobierno, como factor participante activo en la competitividad internacional. Las políticas turísticas deben orientarse hacia un entorno donde las empresas mejoren su ventaja competitiva usando innovación tecnológica con una política microeconómica que se desarrolle a nivel local, regional o nacional, y a través de la coordinación de los planes o políticas reguladoras de la competitividad.

Después del análisis anterior se puede concluir que esta Teoría de la competitividad ha mostrado la aplicación en un caso de éxito basándose en el diamante de Michael Porter, como se ha utilizado en otras áreas administrativas, detallando cada una de las variables y como se interrelacionan para lograr la competitividad en el sector turístico para su óptimo funcionamiento. En los años 80's le dieron una gran

importancia a los recursos y capacidades de la empresa como la base primordial para su estrategia y rentabilidad. Desde este enfoque la estrategia básica sería identificar los recursos que son capaces de brindar a la empresa una ventaja competitiva sostenible, así como la posibilidad de mantenerse a largo plazo.

2) Componentes de un Cluster o Agrupamiento Turístico

Yanes (2005) menciona que existen cuatro componentes para que exista un cluster turístico, que se representan en la figura 2.5 y son la Infraestructura Turística, servicios básicos, atractivos turísticos y proveeduría.

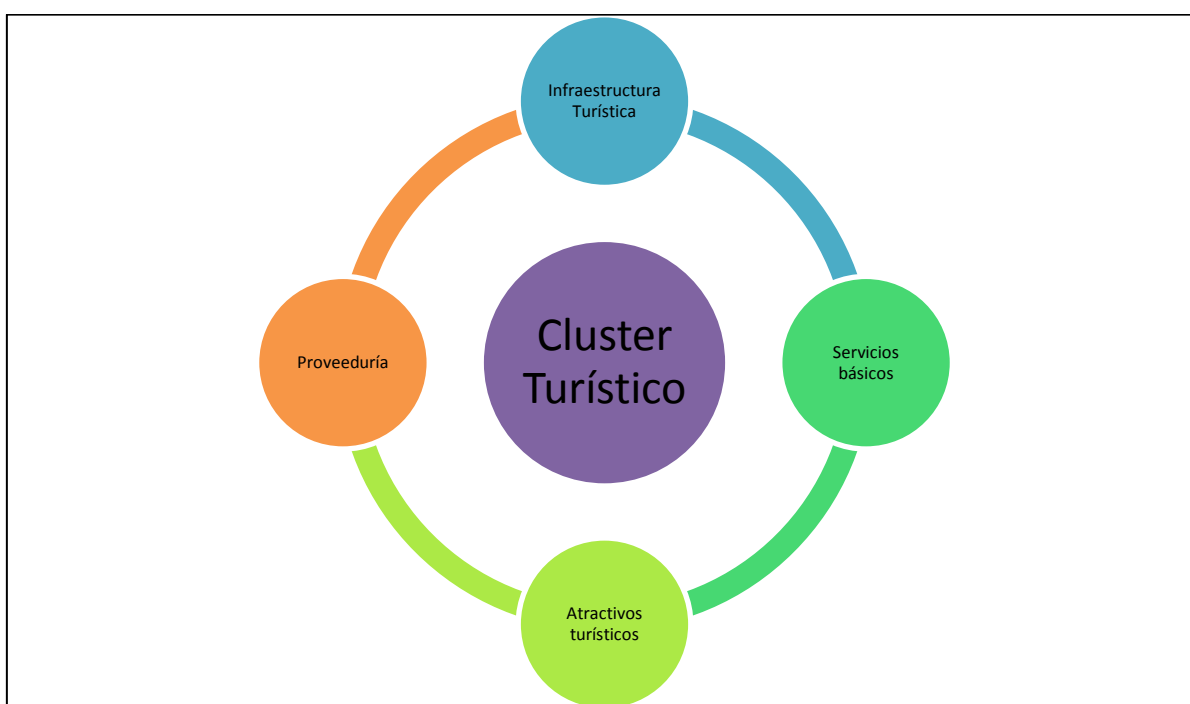


Figura 2.5. Componentes de un cluster

Elaboración propia con datos de Yanes (2005)

- a) Infraestructura Turística: infraestructura física, capital humano, recursos financieros, comercial y de apoyo tecnológico
- b) Proveeduría: son todas aquellas empresas que abastecen a empresas turísticas, garantizando un funcionamiento eficaz; destacando: empresas de alimentos, materias primas, textiles, combustibles, muebles equipos de construcción, entre otros.
- c) Servicios básicos: hoteles restaurantes agencias de viajes

- d) Atractivos turísticos: patrimonio edificado, centros históricos, recursos naturales y manifestaciones culturales.

Los fundamentos para consolidar un cluster son:

- Organización
- Competitividad, traducida en innovación, sustentabilidad y calidad.

3) Teoría de Desarrollo Local

De acuerdo a la propuesta del autor chileno Manfred Max-Neef la satisfacción de las necesidades humanas, la generación de niveles crecientes de auto dependencia y lo que denomina articulación orgánica de los seres humanos con la naturaleza, son pilares de su definición de desarrollo.

La Teoría del Desarrollo Local retoma aspectos de la teoría de dependencia, en la cual en un contexto previo a la globalización se propone un cierto grado de “cerrazón espacial selectiva” para evitar la transferencia hacia el exterior de los bienes y factores lograr el desarrollo integrado de los factores productivos en regiones menos desarrolladas. “Esta integración de los recursos del territorio y de las estructuras sociales podría servir de base para otros impulsos de desarrollo originados en la misma región” (Stohr, 1983).

En estudios más recientes Albuquerque (2004), resume este concepto como un enfoque de desarrollo desde abajo, incluyendo la satisfacción de necesidades básicas y la mejora en la calidad de vida, al igual que la mejora en el empleo y las relaciones laborales, accesos a los activos como tierra, trabajo y formación, mejora en la distribución del ingreso y la sustentabilidad ambiental. Para lograr esto propone estrategias que se basan en la potenciación de los recursos endógenos a través de la articulación de los sistemas productivos locales, fomento de la creación de nuevas empresas y mayor control del proceso de desarrollo por parte de los actores locales, estrategias que remiten a un rol más activo de los gobiernos locales en el diseño de políticas de desarrollo.

Para Vázquez (1988) el Desarrollo económico local como un proceso de crecimiento y cambio estructural que a través del uso del potencial del desarrollo presente en el territorio conduce al mejoramiento del bienestar de la población de una localidad o una región cuando la comunidad local es capaz de liderar el proceso de cambio estructural, la forma de desarrollo local endógeno.

4) Modelo SIIC (Sistema Interfuncional Interrelacionado de la Competitividad de un Cluster Turístico)

El modelo SIIC propuesto por Toledo et al. (2004), está formado por cinco elementos que actúan de forma interrelacionada en el sistema turístico y que adecuadamente gestionados apalancan la competitividad del destino turístico. Los dos primeros, la masa crítica y la naturaleza de la demanda, tienen las características de crear condiciones básicas para el desarrollo turístico de la región. Según este modelo, el polo debe poseer una densidad tal de recursos naturales y artificiales, así como una demanda potencial de su consumo, debidamente estudiada, que constituyan una condición necesaria, pero no suficiente, para convertir una región turística en un cluster exitoso internacionalmente. Estos ofrecen una configuración de partida para la planificación estratégica del mismo. Los tres elementos restantes del modelo, sugieren un proceso de interacción de los agentes actuantes en la región, cuyo vector resultante, es la ventaja competitiva del cluster turístico, alcanzada por la integración de tres estrategias de desarrollo:

- 1) Estrategias de integración vertical, que buscan la ventaja competitiva mediante una oferta más integral. Se fundamentan en las características del viaje turístico como hecho único, motivado por necesidades que originan el desplazamiento, de ida y vuelta, para satisfacerlas. Integrar los elementos que hacen posible el viaje turístico como un todo, además de agregar valor a la oferta, genera una mayor satisfacción en el cliente. Estas estrategias favorecen el proceso de “desintermediación” en el turismo, que agrega mayor valor al cliente. Las empresas, conducen y orientan a los actores e identidades de la región a aliarse estratégicamente para competir con otras regiones turísticas. A mayor estadio de desarrollo de esa necesidad estratégica de las empresas líderes, se involucran a las entidades y organismos públicos a

participar de esta alianza y viceversa. Este proceso establece una compleja red pública-privada de interrelaciones entre todos estos niveles y actores de competición, cuya similitud y/o finalidad, es la búsqueda incesante de la eficiencia (competitividad), agregándole más valor a su producto turístico y así poder atraer capitales y turistas de todo el mundo. Este tipo de actitud ha sido llamado de “comportamiento empresarial” de la región geográfica.

2) Estrategias de integración horizontal, en que la cooperación entre empresas competidoras del cluster que determinan un marco legal y políticas consensuadas (público-privadas) para generar estratégicamente mayor satisfacción en el cliente y promover un desempeño superior colectivo ante otros clusters.

3) Estrategias relacionales, que fortalezcan vínculos más efectivos y duraderos con los clientes y entre los propios agentes actuantes. Este es el vector de profundidad de la estrategia, resultante de las estrategias anteriores, y tiene como indicador fundamental la fidelización de los clientes alcanzada. Las organizaciones de un cluster, tienen como objetivo común el desarrollo competitivo, favorecido por la capacidad de las uniones y otras complementariedades, lo que les permite actuar de forma conjunta frente a otros clusters turísticos. Lo que hace un cluster ser competitivamente superior a otro es su capacidad de fidelizar a sus clientes. Como destaca Hax et al. (2001), es alcanzar el lock-in del sistema, en que el cliente quede “atrapado” por el cluster porque le proporcionó una experiencia de satisfacción tal, que generó una nueva necesidad, la de repetir su visita muchas veces más.

2.7. Contexto actual del cluster

Castillo (2011) realiza una aportación sobre las políticas internacionales de apoyo al cluster, y como parte del marco económico, destaca que este modelo está adquiriendo gran relevancia determinada en tres dimensiones básicamente:

- Globalización
- Competitividad
- Innovación

En la figura 2.6 se representan los factores del progreso que señala Castillo:

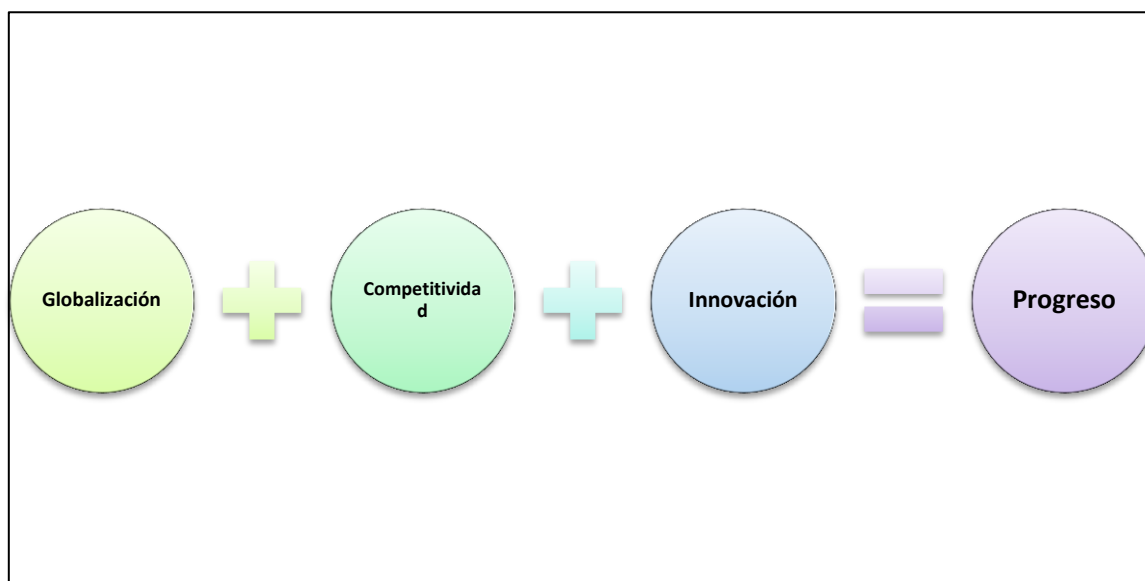


Figura 2.6. Factores del progreso

Fuente: Castillo, 2011

Con los elementos anteriores se presupone una interacción entre los miembros del cluster, así como una acción conjunta que va generando sinergias entre todos y la transferencia de conocimiento, que es uno de los mayores retos a los que se enfrenta la innovación y la competitividad, nulificando sus debilidades y fortaleciéndose a nivel sectorial.

En el mundo existen casos de **Clusters exitosos en el mundo** que han aplicado y desarrollado en el mundo iniciativas de cluster hacia los diferentes sectores, debido a que este modelo es genérico, como ejemplo para la presente investigación se describen uno de salmón y uno de vinos, ambos en Chile, y los tres restantes en México, aplicados al sector turístico particularmente desarrollados dos en Guanajuato y uno en Veracruz.

a) Cluster de Salmón en Chile es un referente de éxito y tuvo una fuerte expansión de la industria debido a la combinación entre ventajas comparativas naturales, aunque estas no tendrían valor si no se saben aprovechar y la capacidad competitiva adquirida, distinguiendo los tipos de factores de competitividad en el entorno mundial que encontraron:

- Recursos naturales: El país Chileno cuenta con mares adecuados para el rango, nicho y ciclo que necesita los cultivos marinos, cuyas ventajas y características fueron que en la región existen bahías con la profundidad necesaria, y que están protegidas de corrientes, de aguas puras y oxigenadas. La temperatura de las aguas es más elevada que la de los países nórdicos, permitiéndoles un pez con peso necesario en menos tiempo.
- Medio ambiente: ubicación alejada de centros urbanos, aguas libres de contaminación, con disponibilidad de luz natural.
- Insumos: ubicación cercana con respecto de los centros de abastecimiento de latitud más ecuatorial que la de los centros productivos en el norte de Europa.
- Insumos: cercanía respecto de los centros de abastecimiento de insumos alimentarios y energéticos para el cultivo como harina y aceite de pescado.
- Mano de obra: disponibilidad de universitarios emprendedores (bioquímicos, técnicos acuícolas, administradores con mención en acuicultura) para participar en proyectos de alto riesgo.

En este tipo de clusters se observa un doble proceso de integración vertical y de concentración, las empresas más grandes han integrado las fases de la producción a través de adquisición de empresas que están presentes o con asociación con capital extranjero.

b) Clúster del Vino de Maule, Chile

La región de Maule en Chile, es el eje de la oferta agroalimentaria y forestal de ese país, de la misma manera controla la producción nacional de vino (4,2 millones de HI, en el 2009).

La producción de vino en Maule generó en el 2009 cerca de 67 mil empleos, la principal producción de la región son vinos con denominación de origen, mismos que han presenciado un aumento en su valoración. Paulatinamente al crecimiento de esta industria también se ha ido desarrollando el sector turístico: con actividades culturales, rutas del vino, gastronomía+ vino, etc.

En el 2007, Chile se convirtió en el quinto mayor exportador de vino en el mundo, después de Francia, Italia, Australia y España; siendo segundo entre los productores del Nuevo mundo.

La visión para este cluster es que Maule sea reconocido como productor de vinos diferenciado de alta calidad, en nichos de mercado, que provienen de una geografía diversa y se alinean con una estrategia global de vinos para Chile.

El cluster de Maule busca consolidar su posición como polo de exportación de vinos, lo que se reflejaría en su valor agregado y su escala de producción. Por lo que pretenden mejorar la calidad en su producto.

Otro aspecto para mejorar su posicionamiento debido a que este cluster es emergente y busca su consolidación es mejorar el posicionamiento en su denominación de origen y garantizar su distribución a través de alianzas estratégicas con canales de comercialización.

c) Cluster de Turismo Médico en León, Guanajuato

El estado de Guanajuato tiene una ubicación geográfica privilegiada en el centro del país y está tratando de consolidar clusters a través de la Subsecretaría de Desarrollo Económico Sustentable, buscando el apoyo de las universidades y el gobierno federal y estatal, buscando hacer de León “Centro Regional de Atención Médica y de Diagnóstico”

Con la colaboración del ITESM (Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus León el Gobierno del Estado de Guanajuato llevo a cabo un estudio exploratorio "Oportunidades para el Desarrollo del Municipio de León como polo del sector salud" expone que León posee el potencial necesario para desarrollarse como un clúster de salud. Algunas de las áreas con mayor oportunidad a desarrollarse son: Biomédica, Geriatria, Equipo Médico, Óptico y de Medición, Genómica y desarrollo de software relacionado con la salud.

Como parte de los resultados de su diagnóstico se encontró que como Fortalezas tiene: Localización, Conectividad, Infraestructura Médica, instituciones de educación

superior, centros de investigación, infraestructura turística, Posicionamiento del Estado como Destino Turístico Internacional.

En lo que respecta a las oportunidades, existe: Mercado potencial, interés por los prestadores de servicios y voluntad política.

Como parte de sus acciones han considerado:

- La integración del Cluster Médico: Hospitales, Clínicas y prestadores de servicios.
- Crear el Consejo Municipal de Turismo Médico con la participación de: Alcaldía, Asociación de Hospitales, Asociación de servicios turísticos, Instituciones educativas y centros de investigación.

Por esa razón León está consolidando este cluster aprovechando todas las oportunidades y ventajas que tiene, así como el grado de investigación e innovación de ese municipio obtenido de las universidades e instituciones que le generan mayores beneficios, convirtiéndose en otro referente importante bajo el modelo de cluster.

d) Programa de competitividad para el desarrollo turístico del estado de Guanajuato

En ese programa el objetivo fue identificar líneas estratégicas que permitieran el desarrollo y promoción de las zonas y productos turísticos del estado de Guanajuato, resultando seis regiones turísticas, posteriormente realizaron el análisis de su potencial aplicando diversos criterios, entre ellos:

- Delimitación geográfica
- Accesibilidad
- Atractivos principales
- Principales productos turísticos
- Nivel de especialización

Cuando terminaron el análisis de cada región identificando la mezcla de productos turísticos que podían desarrollar en el estado de Guanajuato, con el que obtuvieron seis regiones, cada una con actividades turísticas potenciales que iban desde el turismo rural, turismo de salud, turismo industrial, rutas histórico-culturales, compras, eventos culturales, entre otras.

Diseñaron la misión a partir de la caracterización del entorno competitivo de Guanajuato y determinaron cuatro estrategias:

- Competitividad
- Crecimiento
- Bienestar físico
- Bienestar emocional

Aunado a esto también implantaron un plan estratégico con la cual lograron fortalecer el desempeño de la actividad turística, reflejando resultados en la captación de sus ingresos, flujos turísticos y la generación de empleos.

Con base en lo anterior la figura 2.7. representa las regiones con recursos turísticos en el estado de Guanajuato segmentada en: **Cultura de la tierra** (Turismo industrial, Rutas Histórico- Culturales, Turismo Rural), **Ruta Dorada** (congresos y convenciones, Turismo de salud), **Sierra Virgen** (Turismo Rural), **Tierra del norte** (Descubrimiento), **El arte de los Negocios** (Congresos y convenciones turismo rural, eventos deportivos), **La Joya Histórico Colonial** (Aprendizaje de artes plásticas, turismo rural, Turismo industrial).



Figura 2.7. Regiones con recursos turísticos en el estado de Guanajuato
Fuente: SECTUR

e) Desarrollo del cluster ecoturístico y de turismo de aventura en Jalcomulco, Veracruz

Como ejemplo del desarrollo de los clusters en el contexto actual, encontramos el Cluster Ecoturístico y de Turismo de Aventura en Jalcomulco, Veracruz. Esta entidad desarrolló modelos de turismo alternativo que basó en dos productos: el ecoturismo y turismo de aventura, buscando optimizar la riqueza de los recursos naturales, considerando que la población juvenil comprendida entre los 14 y 25 años, procedentes de ciudades buscan el disfrute de actividades al aire libre, identificando que las localidades donde más se practicaba era: Jalcomulco, Filobobos, Catemaco y los Tuxtlas.

En la figura 2.8 se observa cómo se fue conformando el cluster turístico a partir de la oferta turística de la localidad de Jalcomulco. Las actividades más importantes están basadas en el turismo Alternativo como son: Gotcha, Ciclismo de montaña, Rappel controlado, Tirolesa, Paseos a caballo, caminata, baños de temazcal (como una práctica prehispánica de salud) y masajes.

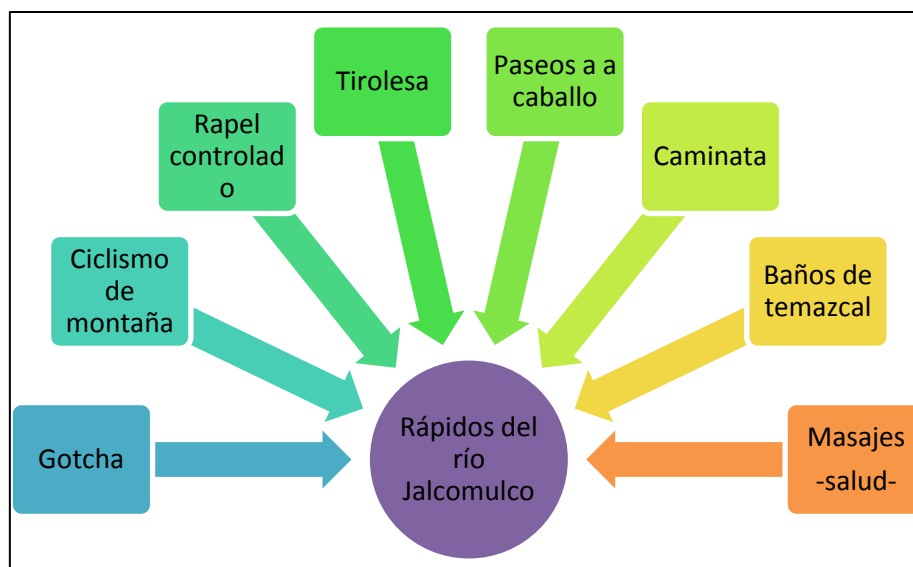


Figura 2.8. Oferta turística de Jalcomulco, Veracruz

Fuente: SECTUR

Se destaca que cada una de las actividades es ofrecida por diferentes empresas y eso ha logrado su desarrollo. También tienen considerado que están presentes dos

factores críticos que son la seguridad para el visitante en la práctica de cada atractivo y la disponibilidad de personal capacitado para brindar apoyo al visitante.

Existe un ente organizador, que es capaz de conformar los distintos paquetes de actividades que se coordina con las operadoras para el adecuado funcionamiento de los atractivos.

La SECTUR también estableció que existían áreas de oportunidad para mejorar el servicio y potenciar la integración de ese cluster ecoturístico:

- Estandarizar la calidad en servicio de hospedaje
- Mejorar servicios de comunicación
- Incrementar la infraestructura de turismo de salud
- Ligar actividades deportivas y ecoturísticas con recorridos arqueológicos.

Por lo anterior se concluye que muchas de las iniciativas de cluster ya sea a nivel internacional, o nacional, existen dependiendo de cada sector y circunstancias, el apoyo para consolidarlos, resaltando que siempre es determinante la colaboración de todos los involucrados: empresa, universidades, gobierno; de esta manera es más fácil alcanzar los objetivos y lograr la diferenciación basándose en las fortalezas que cada iniciativa de clúster presenta.

CAPÍTULO III

METODOLOGIA

Metodología

Ibañez (2013) cita a Van Dalen y Meyer, quienes establecen que en este capítulo se debe describir el proceso de investigación como tal, es decir, los sujetos en estudio, el material utilizado y el procedimiento a seguir en la búsqueda del conocimiento.

De lo anterior, en este capítulo se describe el procedimiento usado para la presente investigación, así como la estructura establecida para obtener los resultados planteados al inicio, así como la elaboración de la metodología utilizada.

La secuencia seguida fue como se muestra en la figura 3.1, donde está plasmada la metodología.

3.1. Etapas de la investigación

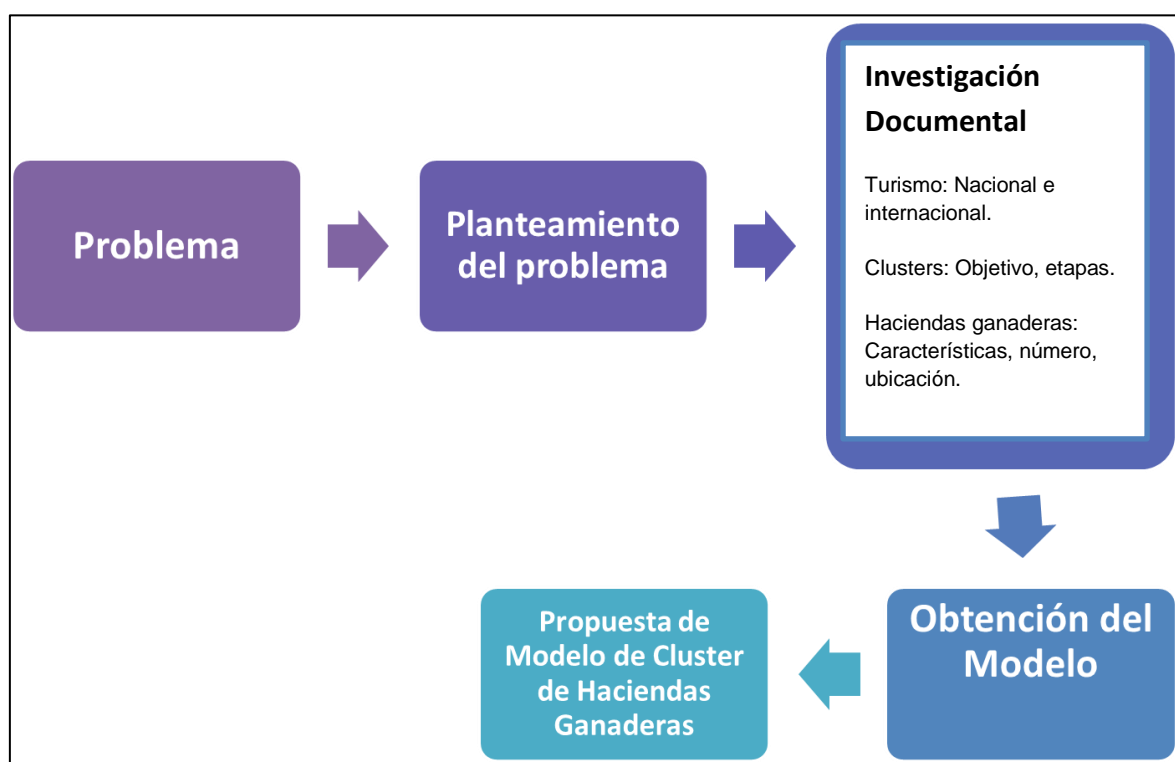


Figura 3.1. Metodología aplicada para la propuesta de Diseño de cluster de haciendas ganaderas.
Fuente: Elaboración propia.

La investigación desarrollada corresponde al método deductivo; y en cuanto al tipo, es exploratoria-descriptiva, y a la vez se desprende en las etapas que se aprecian en la figura 3.1 y descritas a continuación:

1) Problema

Surge cuando no se identifica una cohesión o una organización entre todos los propietarios o administradores de las haciendas ganaderas en la región oriente del estado de Tlaxcala, y aunque están presentes otros elementos como los atractivos turísticos naturales y socioculturales como el mismo inmueble arquitectónico, no se cuenta con ningún modelo de cluster en esa región, que podría mejorar su actividad económica.

2) Planteamiento del problema

Etapa donde se analiza el contexto relacionado a la temática a desarrollar, donde se desprende que la mayoría de las empresas (en Latinoamérica y particularmente en México) no tienen la cultura organizacional de trabajar de manera conjunta y colaborativa, y al mismo tiempo competir; derivado de ello se presenta la propuesta para el caso de las haciendas ganaderas, así como otras empresas de servicios turísticas como hoteles y restaurantes (como recomendación a trabajos futuros) de la región oriente del estado de Tlaxcala es un reto bajo la modalidad de un modelo de clúster que les permita unir sus esfuerzos, basada en la cooperación y al mismo tiempo mantener una diferenciación, que eleve su competitividad y entre todas constituir el cluster.

3) Investigación documental

Etapa en la cual se realizó el acopio de información en libros, tesis, publicaciones electrónicas, mismo que llevó a una revisión preliminar, organización del material más compatible, la recopilación de la información depurada, así como un respectivo análisis para realizar el marco teórico y estado del arte. A partir de ahí se identificaron tres elementos que son el Turismo, cluster y haciendas.

El turismo porque por si solo constituye todo un sistema con sus elementos que interactúa y tiene efectos en el ámbito social, económico, cultural e incluso ecológico. De ahí que se contextualizó la ubicación como elemento en ese sistema de las haciendas que son un atractivo sociocultural o colonial como se estableció en el

capítulo I, y finalmente el cluster como un modelo innovador para integrar un esquema de apoyo y competencia, para elevar la calidad del producto turístico estableciendo una simbiosis entre el turismo, aprovechando una característica única que poseen las haciendas ganaderas en el estado de Tlaxcala, siendo un referente taurino a nivel nacional e incluso internacional, y aunque actualmente existe controversia sobre esta actividad, lo que es una realidad es que se mantienen, los actores de la fiesta brava.

3.2. Involucrados en la investigación

Existen diversas partes interesadas en el presente tema, entre ellos:

- 1) Propietarios o administradores de las haciendas,
- 2) Ganaderos,
- 3) Empresarios taurinos,
- 4) Gobierno (Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico, Dirección de Turismo Municipal de Huamantla, Instituto Tlaxcalteca de Desarrollo Taurino),
- 5) Instituciones educativas.

Como parte del proceso de investigación documental se cuenta con información de datos estadísticos de la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico (SETYDE, 2012), mismos que se muestran en la tabla 3.1 que el turista que visita la entidad es mayoritariamente nacional en un 92%, y los turistas extranjeros representan el 8% de los visitantes. El segmento de extranjeros son los más interesados en destinos culturales desafortunadamente el porcentaje es bajo lo que significa que la captación de divisas es baja para la economía y deben ofertarse opciones más atractivas como destino turístico cultural, la entidad tiene mucho tlaxcalteca tiene mucho que ofrecer.

Tabla 3.1. Procedencia de los visitantes al estado de Tlaxcala

Nacionales	92%
Internacionales	8%

Fuente: SETYDE, 2012.

En cuanto a la edad la tabla 3.2 concentra dos rangos de edad que muestran el porcentaje correspondiente a los visitantes menores de 40 años es el 57 por ciento lo que quiere decir que son jóvenes o matrimonios con niños, que tienen intereses donde su participación sea más activa, como en el turismo alternativo del cual se encuentra el turismo rural. El otro rango de visitantes mayores de 40 años es del 40 por ciento.

Tabla 3.2. Edad de los visitantes

Más de 40	40%
Menos de 40	57 %
No respondieron	3%

Fuente: SETYDE, 2012.

Respecto al motivo de viaje el visitante el turista llega con el interés primordial de conocer los atractivos turísticos del estado, seguido por el de visitar a familiares y amigos, así como en menor porcentaje el de asistir a congresos o realizar compras. En cuanto a la permanencia de los visitantes, el 26% nacional y el 36% de los extranjeros pernoctaron 2 días, esto es un indicador de que se requiere una diversificación o consolidación del producto turístico de la entidad para aumentar la derrama económica al sector.

El rubro de gasto promedio la información refleja lo siguiente: el turista nacional gasta por día \$670 pesos y el extranjero \$880 pesos, que no es una cantidad considerable desafortunadamente la derrama económica a la entidad es baja considerando el hospedaje, alimentos, transporte, compras y otros.

La tabla 3.3 muestra los comentarios y lo más importante las sugerencias más recurrentes que mencionan los visitantes, el mayor porcentaje es de 37 por ciento respecto a la falta de promoción lo que representa que aunque hay muchos atractivos no son conocidos ni promovidos, el segundo con el 28 por ciento es la falta de señalización y el tercero es la falta de diversidad en los paquetes turísticos

que existen como parte de la oferta, otros son falta de estacionamientos, recorridos en el tranvía y mejor capacitación a los prestadores de servicios turísticos.

Tabla 3.3. Comentarios y sugerencias

Más promoción	37%
Falta señalización	28%
Diversidad de paquetes	11%
Más estacionamientos	8%
Faltan recorridos en tranvía	7%
Capacitación a prestadores de servicios turísticos	6%
Faltan más módulos de información	3%

Fuente: SETYDE, 2012

3.3. Análisis Estratégico

Esta **Matriz FODA** (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta útil y práctica de la planeación en este caso de las haciendas de la región oriente para detectar las **Fortalezas** presentes como la diversidad cultural, representan el Patrimonio histórico cultural tangible, la tradición taurina con tanto arraigo la arquitectura de sus inmuebles, la utilización y **Debilidades** internas como la necesidad de mayor integración y coordinación, las vías de acceso no están en las mejores condiciones, falta de señalética en la región, no existe el transporte por parte de las haciendas para trasladar a los visitantes y también las **Oportunidades** se encuentran la posibilidad de crear alianzas con hoteles, restaurantes, operadoras turísticas, museos, instituciones educativas, guías de turistas, el modelo de cluster contribuye a mejorar su productividad; y **Amenazas** como el desconocimiento del funcionamiento de un cluster, la competencia permanente entre las ganaderías, los esfuerzos individuales para posicionar su producto turístico que ofrece el ambiente externo de las haciendas. La tabla 3.4 describe también las estrategias.

Tabla 3.4. Matriz FODA de las haciendas de la región oriente

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diversidad cultural ▪ Patrimonio Histórico Cultural Tangible ▪ Posicionamiento de las ganaderías taurinas con registro en la ANCTL ▪ Tradición Taurina en el estado de Tlaxcala ▪ Arquitectura única de los inmuebles ▪ Optimización para eventos sociales en el espacio de las haciendas. ▪ Infraestructura turística 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Necesidad de mayor integración y coordinación ▪ Las vías de acceso no están en las mejores condiciones ▪ Falta señalética en la región ▪ No se cuenta con transporte propio por parte de las haciendas para el traslado de los visitantes. ▪ Se carece de una cultura de colaboración y apoyo entre las empresas. ▪ Falta de capacitación en materia turística
<p>ESTRATEGIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Integrar la unidad de Economía- Territorio ✓ Realizar curso-taller para una mejor comprensión de la asociación del concepto de competitividad ✓ Uso de las Tecnologías de la Información en la comercialización para el cluster ✓ Capacitar al personal de contacto (taxistas, policías, entre otros) ✓ Definir correctamente la estructura del cluster, así como las funciones a desempeñar de cada uno. 	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Crear alianzas con: hoteles, restaurantes, operadoras turísticas, museos, instituciones educativas, guías de turistas, gobierno. ▪ El modelo de cluster contribuye a la mejora de su productividad y aumenta su prosperidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desconocimiento del funcionamiento de un cluster. ▪ Competencia permanente entre las ganaderías ▪ Competencia con otros atractivos turísticos ▪ Esfuerzos individuales para posicionar su producto turístico.

Fuente: Elaboración propia.

Consiste en brindar al cliente la posibilidad de visitar y conocer desde una página en internet la amplia gama de atractivos y servicios que oferta la Ciudad de Huamantla al contar con la denominación de “Pueblo Mágico” cuenta con atributos simbólicos, como leyendas, historia y sus manifestaciones socio-culturales (SECTUR, 2014), se resalta su valor turístico innovador del municipio de Huamantla, además complementa su oferta con los municipios de la región oriente: Alzayanca, Huamantla, Tequexquitla, Terrenate, Cuapiaxtla y Zitlaltepec e Ixtenco, con características únicas que resaltan su belleza arquitectónica.

Por esta razón su promoción puede llevarse a cabo desde las redes sociales o la página diseñada para la reservación del hospedaje, organización de eventos sociales, visita guiada o eventos de otro tipo. También se pueden distribuir volantes en las agencias de viajes o las operadoras turísticas así como la Secretaría de Turismo, y prestadores de servicios turísticos.

El valor estará generado en la confianza y la cooperación de todas las empresas e instituciones involucradas para generar una propuesta innovadora y competitiva que participen en la integración del cluster. Las utilidades se generarían con el tiempo.

El mercado objetivo son los visitantes que buscan descanso fuera del bullicio de la ciudad, principalmente grupos de estudiantes y familias que buscan una alternativa de turismo cultural y rural. Además de acuerdo con el perfil del visitante se pueden diseñar otros itinerarios tanto para los visitantes de más de 40 años, y diversificar la oferta para otros nichos como el juvenil con actividades de turismo alternativo o de aventura, aprovechando el entorno rural de las haciendas.

Con la información anterior se obtuvo el modelo para posteriormente el diseño del cluster que es el que se muestra en el capítulo IV, debido a las características específicas de la región posee elementos básicos en cuanto a los atractivos turísticos, infraestructura, pero una situación en la que debe trabajarse de manera inicial es en la cultura de cada empresa en este caso ganadera sobre tres (Brito, De Haro y San Cristóbal La Trampa) de las cinco haciendas propuestas para gestar el cluster, las otras dos (Tenexac y La Laguna) ya tienen más noción empírica de este modelo.

Cabe hacer mención que el caso Concreto de la Ganadería de Brito, no muestra interés alguno en participar o involucrarse en las actividades del ámbito taurino ni en las turísticas, al ser una propiedad privada pues no se puede forzar a que lo haga, debido a ello en el capítulo IV por respeto a que cuenta con las características se describe parte de su reseña histórica, datos generales y un plano de lo que debió ser en su construcción original. Pero en el modelo no se incluye esta ganadería.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1. Propuesta

Geografía del Estado de Tlaxcala

En la figura 4.1 se observa que es el estado más pequeño de México, con una extensión geográfica de 3 997 km², misma que representa cerca del 0.2% de la superficie nacional, cuenta con una población de 1 169 936 habitantes, el 1.0% del total del país. Es de las entidades federativas más pequeñas, dividida en 60 municipios, ubicada en el altiplano central, con una altura de 2000 msnm, colindando con los estados de Puebla, Hidalgo y el Estado de México, dentro de su orografía destaca el volcán de la Malintzi. Ubicada en la región del Eje Neo volcánico. La Figura 4.1 Su geografía posee volcanes y sierras, llanos, pastizales y matorrales de clima templado que tiene Tlaxcala.



Figura 4.1. Mapa del estado de Tlaxcala.

Fuente: INEGI (2014)

Los antecedentes de Tlaxcala en la historia datan de la época prehispánica cerca del año 380 d.C. cuando los grupos nómadas chichimecas se establecieron en el territorio que hoy ocupa la entidad en lo que fue la Antigua República de Tlaxcala que

se encontraba dividida en varios señoríos de los cuales destacaban los cuatro principales que fueron: Tepeticpac, Ocotelulco, Quiahuixtlan y Tizatlán.

Con la llegada de Hernán Cortés al frente de los españoles en 1519, tuvieron varios combates que culminaron con una alianza para hacer frente a los aztecas. En 1525 recibe el nombramiento de “La Muy Noble y Muy Leal Ciudad de Tlaxcala”, siendo una de las ciudades más antiguas de lo que fue la Nueva España, lo que le permitió poseer una arquitectura colonial con características únicas en edificios civiles y religiosos del siglo XVI al XIX, que se convirtieron en un atractivo turístico cultural.

Los estados colindantes con la entidad son: Puebla, hacia el norte, sur y este; hacia el oeste con el estado de México y al noroeste con Hidalgo. Su ubicación geográfica en el altiplano central le permite estar comunicada con el Distrito Federal a 115 kilómetros, a Puebla se encuentra a 32 km., y a 307 del puerto de Veracruz, debido a la infraestructura carretera.

Hidrografía

La entidad cuenta con tres regiones hidrológicas: Cuenca del Río Balsas, Río Atoyac (78,76%), Cuenca del Río Pánuco, Río Moctezuma (18,21%) y Cuenca de Tuxpan-Nautla, Río Tecolutla (3,03%). El Río principal del Estado de Tlaxcala es el Zahuapan, cuerpo de agua que recorre de norte a sur pasando por el centro del estado y se une al Río Atoyac.

Actualmente el estado de Tlaxcala está dividido geográficamente en 60 municipios de los cuales 7 son los que conforman la región oriente de la entidad, en los cuales están ubicadas las haciendas objeto de estudio. Cabe señalar que el eje tanto industrial como turístico de esa región es Huamantla de la cual se describen a continuación algunos aspectos generales.

Huamantla

Se ubica a 45 kms, al este de la capital del estado; el origen de la palabra Huamantla es del náhuatl Cuahmantla “Lugar de árboles formados o juntos” es considerada la segunda ciudad más antigua de Tlaxcala, fundada en 1534. (Nava, 1988)

Ubicada a 2,553 msnm, en un valle de la ladera de la malinche, Volcán del eje neovolcánico a 163 Km de la ciudad de México, con un clima semifrío, con lluvias durante el verano y principios del otoño. Productor de maíz en gran escala, papa, cebada, trigo, frijol, haba, durazno. Además de otras actividades económicas como la ganadería y la agricultura.

La tabla 4.1 enlista los siete municipios que componen la Región Oriente con base en el Plan Estatal de Ordenamiento Territorial (PEOT) documento que divide al estado de Tlaxcala en regiones.

Tabla 4.1. La región oriente y sus municipios

Municipios que integran la Región Oriente
Huamantla
Alzayanca
El Carmen Tequexquitla
Terrenate
Cuapiaxtla
Zitlaltepec de Trinidad Sánchez Santos
Ixtenco

Fuente: Elaboración propia con datos del PEOT (2014)

4.2. Región Oriente

Esta región cuenta con Huamantla como principal centro económico e incluso como destino Turístico por la cantidad de atractivos turísticos en esa ciudad como son los templos, haciendas, museos, costumbres y tradiciones. Además de su feria anual, con la elaboración de tapetes de flores en el atrio de la Iglesia de Nuestra Señora de la Misericordia, que son diseñados cada día de la feria, otros dos grandes eventos durante la Feria son la procesión conocida como la “Noche que nadie duerme” en la cual la población y turistas acompañan en un recorrido por las principales calles de esta ciudad adornada exprofeso para ese día a la Virgen de la Misericordia, que además ese día porta un vestido único diseñado y confeccionado a mano por la una comisión de damas de la comunidad. El otro evento enmarca la tradición taurina de la entidad, además está retomado de Pamplona, que es la suelta de toros por las

calles de la ciudad que serán lidiados en la corrida de ese día, la conocida “Huamantlada” que sigue siendo un evento que se mantiene hasta nuestros días.

La figura 4.2 muestra la estratificación de la estructura de la cadena productiva turística, por lo que se tiene que en la base se encuentran los recursos humanos y la estructura física, así como el apoyo tecnológico, en el segundo estrato aparece la proveeduría como los alimentos, bebidas, muebles, el ramo textil y la confección para poder equipar a cada una de las haciendas ganaderas, en el tercer nivel los servicios básicos se encuentran propiamente las empresas turísticas como las operadoras o agencias de viajes que serán las encargadas de atender y dirigir al flujo de visitantes a las mejores opciones para ser visitadas, el transporte que se encargara de llevarlos, y los restaurantes que en este aspecto cabe hacer mención que para el caso específico de las haciendas ganaderas muchas de ellas ofrece este servicio en su paquete al turista, por lo que no se requerirá por parte de un restaurante propiamente, pero no así en el caso del hospedaje que de las cinco haciendas ganaderas en la región, no brindan ese servicio por lo que si tendrían que alojarse en uno de los hoteles de la ciudad de Huamantla.

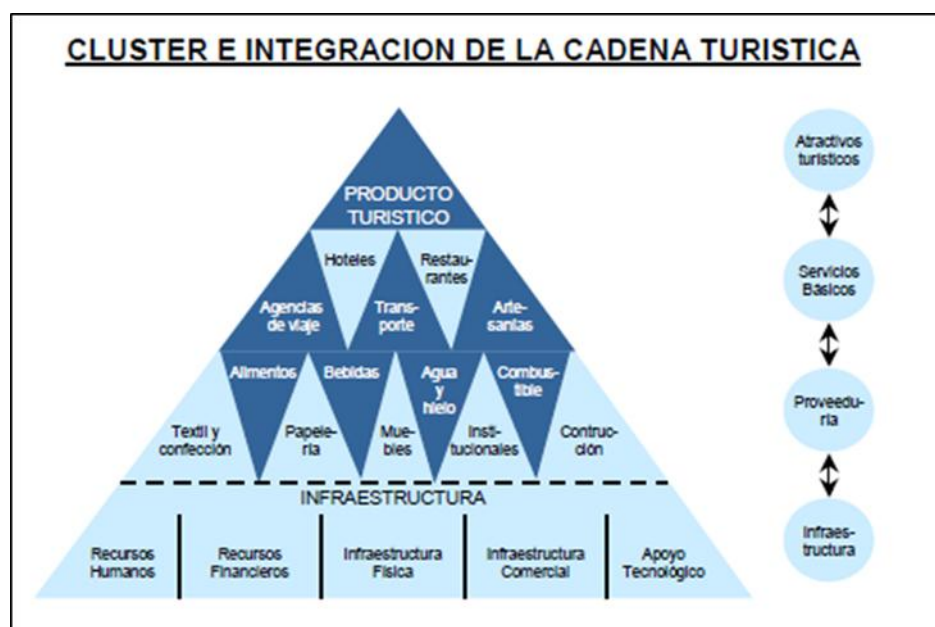


Figura 4.2. Modelo General de un cluster e integración de la cadena productiva.

Fuente: SECTUR

Como se muestra en la figura 4.2 la conformación de un cluster, primero debe estar cubierta la infraestructura que abarca desde los recursos, la infraestructura física y comercial, en lo que respecta a la proveeduría todos aquellos que suministren a las haciendas los insumos requeridos para su operación, así como los alimentos y bebidas, en lo que respecta a los servicios básicos están los hoteles, restaurantes, operadoras turísticas; y en la cúspide de la figura el producto turístico ofertado.

Porque no tiene ningún sentido promover un producto turístico sino que parte de la importancia y funcionamiento de un cluster está basado en la eficiencia cada componente que lo integra, por ejemplo desde el personal de contacto que maneja el taxi, que brinde un buen servicio, que el servicio de alojamiento sea adecuado y cada uno de los proveedores de insumos ya sea para los hoteles, restaurantes, haciendas, e instituciones generen valor y una ventaja competitiva diferenciada, porque aunque todos los involucrados trabajen con base en la cooperación, no se debe olvidar que además están compitiendo entre sí, los factores básicos que permiten el desarrollo de la región es su patrimonio cultural o natural radica. Sin embargo, la competitividad reside en la calidad de los factores que se especializa, así como el capital humano con una alta capacitación turística, la infraestructura para la accesibilidad hacia los atractivos, así como los financiamientos para los proyectos turísticos a largo plazo.

En el turismo el nivel de competencia se debe analizar desde dos referentes: la competencia local y la internacional, debido a que en los mercados locales, las empresas compiten en cada sector de la industria y no solo por la participación del mercado, sino por los empleados, la eficiencia de su servicio incluso por el prestigio y mientras mayor es el grado de rivalidad por ejemplo en hotelería, mayor es la presión y los incentivos para aumentar o mejorar sus estándares o introducir nuevos productos.

En cuanto al ámbito internacional, se analiza la rivalidad entre los países que buscan competir entre ellos por ser destinos con posicionamientos. Cabe señalar que el origen de la ventaja competitiva se da a nivel de empresa y de cluster, porque un

país no puede comercializar de manera sustentable un producto que su industria no ha producido.

Tabla 4.2. Haciendas de Huamantla

1. Balcón
2. El Molino
3. Guadalupe
4. La Compañía
5. La Natividad
6. San Antonio Atenco
7. San Cristóbal Lagunas
8. San Diego Notario
9. San Francisco Soltepec
10. San Francisco Tecocac
11. San Martín Notario
12. San Miguel Baéz
13. San Pedro Batán
14. Santa Ana Dos Ríos
15. Santa Bárbara
16. Santa María Magdalena Xonecuila
17. Santa María Yacuitlalpan
18. Santiago Brito
19. Santo Domingo

Fuente: Yanes, 2005

El municipio de Huamantla tiene registrado un mayor número de haciendas como se muestra en la tabla 4.2, a diferencia de los otros municipios que conforman la región oriente, se destaca que corresponde a la información obtenida del Manual para el Empresario e Inversionista Turístico en colaboración de varias instituciones académicas del estado de Tlaxcala como el Colegio de Tlaxcala (COLTLAX). Huamantla es el municipio de la región Oriente posee muchos atractivos naturales y socioculturales, además de su nominación como “Pueblo Mágico” aunque el estado físico de muchas de ellas no permiten que se lleve a cabo a ningún tipo de actividades que representen llegadas de visitantes porque causarían más deterioro al no contar con equipos de restauración y conservación de profesionales.

La tabla 4.3. muestra los municipios restantes, aunque solo Altzayanca, Cuapiaxtla, Terrenate y Zitlaltepec tienen registradas haciendas, aunque tampoco están en un excelente estado de conservación como para que tengan una gran apertura a la actividad turística.

Tabla 4.3. Haciendas de Altzayanca, Cuapiaxtla, Terrenate y Zitlaltepec.

Altzayanca	
1.	Xalasco
2.	Tecopilco
3.	Vista Hermosa
4.	El Capulín
5.	Zacamolpa
6.	Miravalle
7.	Pilancón
8.	Ocotitla
9.	Pocitos
10.	Axopilco
Cuapiaxtla	
11.	La Rascona
12.	Santa María Zoapila
13.	Cuexcontzi
Terrenate	
14.	Teometitla
15.	Tenexac
Zitlaltepec	
16.	San Diego El Pinar
17.	San Juan Bautista

Fuente: Yanes, 2005.

Del registro de haciendas en la región oriente encontramos que son 36 en total, con registro de patrimonio edificado por el INAH, que corresponden a las que se pueden visitar al menos desde la parte exterior y observar el casco de la misma, pero de ese número se reducen a las que brindan el servicio de hospedaje como se observa en la Tabla 4.4. Aunque cabe señalar que algunas prestan el servicio haciendo la reservación con cierto tiempo de anticipación.

Tabla 4.4. Haciendas de la región que brindan hospedaje

Núm.	Nombre	Domicilio	Municipio
1	Hacienda Tecocac	Camino Francisco Villa No.1 Col Francisco Villa, Tecocac	Huamantla
2	Hacienda Casa Malinche	Ex hacienda Santa Bárbara	Huamantla
3	San José La Laguna	Carr. Fed. Apizaco- Lázaro Cárdenas, Ex hacienda San José La Laguna	Lázaro Cárdenas
4	Hacienda San Pedro Tenexac	Carr. Toluca Guadalupe- San Francisco Teometitla	Terrenate

Fuente: SECTURE, 2012

Debido a que las características arquitectónicas de las haciendas, así como su historia, funcionamiento y actividades son muy específicas se requiere una persona especializada que explique a los visitantes sobre lo anterior y para dar este servicio se requiere de guías de turismo, que son los encargados de transmitir la información general, y la descripción de los lugares que visitan los turistas y excursionistas, por lo que su participación es importante para que el flujo de visitantes aumente, pero al consultar el registro de guías certificados ante la SETYDE existen 26 guías (Fig. 4.5), de los cuales siete tienen la especialidad de General, lo que quiere decir que ellos cubren los aspectos del turismo en el estado, pero de los siete guías, solo uno se encuentra residiendo en la ciudad de Huamantla y el otro tiene la especialidad de ecoturismo.

Tabla 4.5. Guías especializados en Huamantla




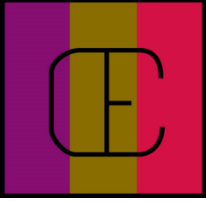

	Nombre	Municipio	Especialidad
1	Felipe Palacios Menéndez	Huamantla	Ecoturismo
2	Juan Ignacio Cortés Isaías	Huamantla	General

Fuente: SECTURE, 2012

Por otra parte Tlaxcala es la entidad con el mayor número de ganaderías con registro en la Asociación Nacional de Criadores de Toros de Lidia (ANCTL) con un total de 36, le siguen Querétaro y Guanajuato; considerando la extensión territorial resalta la importancia de esta actividad económica y el impacto que tiene en otros ámbitos

como el legado cultural y taurino. Sin ser menos importante el sustentable porque se debe considerar que precisamente para criar el ganado de lidia, se requieren grandes extensiones de terreno, además de que el toro bravo, permite que otras especies se mantengan habitando en el mismo espacio sin ser depredadores y esto logra que se mantengan ese terreno con la flora y fauna de la región.

Tabla 4.6. Haciendas Ganaderas de la Región Oriente

No.	Nombre	Propietario	Divisa	Municipio
1	Brito	Patrick Slim Domit		Huamantla
2	De Haro	Antonio y Vicente de Haro González		Terrenate
3	La Laguna	Jorge Antonio Rojas Cardoso		Terrenate
4	San Cristóbal La Trampa	Lupita Zorrilla Vda. De Espino		Huamantla
5	Tenexac	Dr. Sabino Yano Bretón		Terrenate

Fuente: Elaboración propia con datos de ANCTL, 2014

En la tabla 4.6, se presentan las cinco haciendas ganaderas que cubren los requisitos y características para conformar la propuesta de diseño del cluster de la región oriente, están registrados los nombres de las haciendas, el nombre del propietario, la divisa (colores que caracterizan a cada ganadería), así como el hierro con la que marcan al ganado para que sea distinguido durante su lidia .A continuación se describe los elementos que arrojó la presente investigación sobre cada una de estas ganaderías, cabe precisar que la información no es homogénea debido a que al ser propiedad privada cada una de ellas, se reserva la información o datos incluso para las mismas dependencias gubernamentales como lo es la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico o el Instituto Tlaxcalteca de Desarrollo Taurino.

Haciendas Ganaderas de la Región oriente de Tlaxcala

1) Hacienda Brito

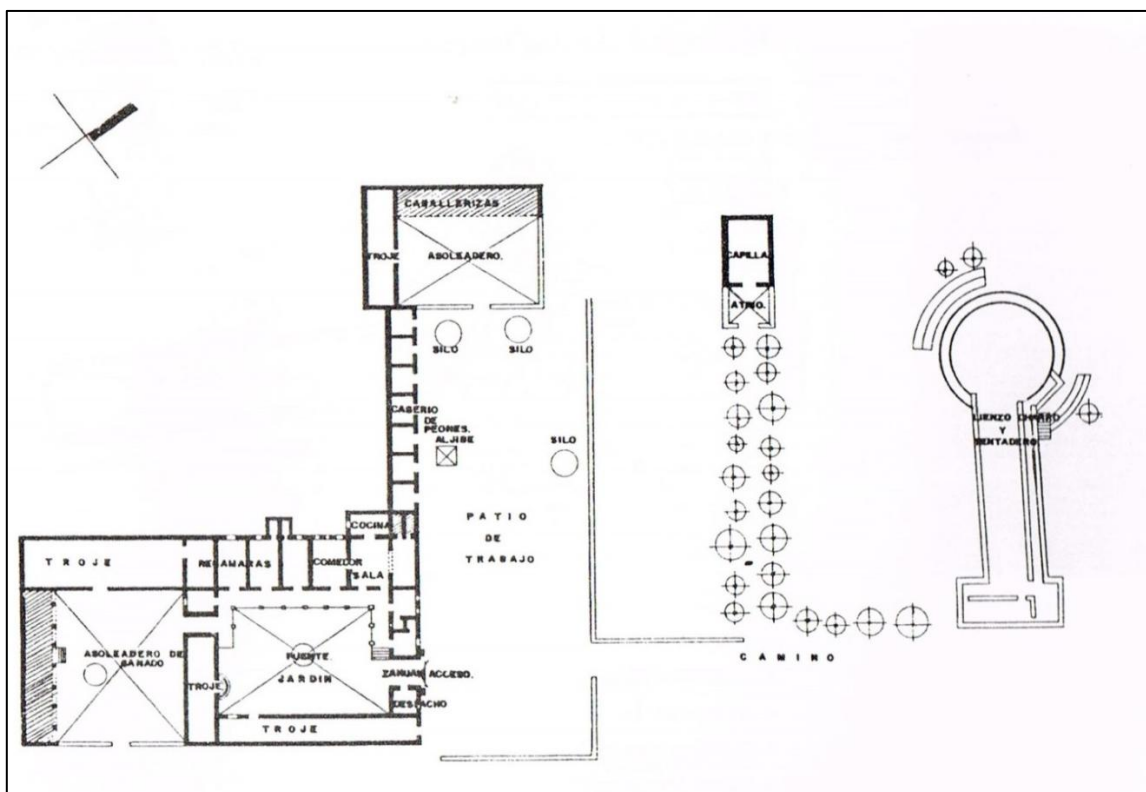


Figura 4.3. Croquis de la Hacienda de Brito

Fuente: INAH, 1994

Con base a la investigación documental, solo se obtuvo información relacionada con el croquis y los datos técnicos tomados del Catálogo de monumentos históricos inmuebles realizado por el INAH como lo muestra la Tabla 4.7.

Tabla 4.7. Ficha de la Hacienda Brito

Ficha del Inmueble	
Núm. De clave (INAH)	290130390001
Municipio	Huamantla
Nombre del edificio	Hacienda Santiago Brito
Uso original	Hacienda
Uso actual	Agrícola, habitación, ganadera
Época de construcción	S. XIX
Características	
Fachada Principal:	Aplanado blanco
Muros:	Piedra
Cubierta	Viguería y enladrillado
No. De niveles	1
Aspectos legales	Régimen de propiedad privado

Fuente: INAH, 1994

Fundada por don Jaime de Haro como Brito, en el año de 1973 con 50 vacas y 1 semental de la hacienda De Haro y 1 semental de Tenexac. En 1988 la adquirieron don Juan Manuel y don Rafael Rivera Flores que le cambiaron el nombre a Hermanos Rivera. Ese mismo año agregaron 12 vacas de Tenexac. En 1998 la adquiere su actual poseedor quien le cambia el nombre nuevamente a Brito y quien con mucha afición ha realizado un gran esfuerzo por reorganizar el rancho y las instalaciones del mismo para facilitar el manejo del ganado bravo. Han retentado la vacada para seleccionar lo que más se acerca al tipo de toro que busca.

Se presentó en la Plaza Oriente de San Miguel de Allende, Guanajuato, el 24 de septiembre de 1999 con seis novillos para Rubén Ortega que cortó una oreja, Ricardo Loredo y Guillermo Veloz El Pausado. El 23 de julio del 2000 en El Palacio del Arte de Morelia, Michoacán, Cirilo Bernal se llevó tres orejas en la espuerta,

mientras que Jorge González logró un apéndice y Misael Ortiz cortó dos orejas, completó el cartel Sergio Velázquez.

El 11 de agosto del 2002 lidió una extraordinaria novillada en Huamantla, Tlaxcala, para Juan Silis, Jesús Luján y Rogelio Sánchez quien cortó dos orejas. El Gobierno del estado de Tlaxcala le dio un reconocimiento por una novillada excelentemente presentada, en la que acompañado por Aldo Orozco, el ganadero dio la vuelta al ruedo, en el que cerró plaza tras cortar la oreja el 1º de septiembre del 2002. Con mucho esfuerzo está trabajando para colocarse como una de las ganaderías con más cartel. Es un hombre con un alto compromiso con la Fiesta en México, pues además de impulsar y apoyar a los jóvenes, hace empresa con uno de los semilleros más importantes de toreros en México, los resultados son alentadores ya que después del esfuerzo los éxitos están empezando a llegar, augurando un prometedor futuro. (ANCTL, 2014)

Actualmente el propietario de esta hacienda es Patrick Slim Domit, un dato importante es que no muestra participación o vinculación con organismos reguladores a la actividad taurina estatal, ni apertura turística.

2) De Haro

Don Manuel de Haro Caso y su señora esposa doña Marta González De Haro fundaron esta prestigiada casa ganadera en 1966, en el mismo sitio donde ahora se encuentra asentada con 45 vacas y 1 semental de La Laguna. Lidió por primera vez en la plaza de toros de Huamantla, Tlaxcala, el 15 de agosto de 1967 con cuatro toros de De Haro para Manuel Espinosa Acuña Armillita y Eloy Cavazos. Dos años más tarde debutó en la plaza de Toros Monumental de la Ciudad de México el día 9 de noviembre de 1969 con seis novillos para Miguel Villanueva y Raúl Ponce de León.

Su primera corrida de toros a la Ciudad de México el 24 de enero de 1971 a la Plaza Monumental con ocho toros para César Girón, Raúl Contreras Finito, Mario Sevilla (hijo) y Raúl Ponce de León. Continuadores de la estirpe ganadera tlaxcalteca de la familia González en esta casa han conservado el toro bravo por excelencia, nadie

olvida aquella corrida de oportunidad de siete toreros al que se le regalaba el octavo, tarde entintada con la sangre de los toreros que pagaron el tributo a la fiesta. Don Manuel era un hombre que además de poseer una gran cultura taurina era un amante conocedor de la vida del toro en el campo, sus toros eran reflejo claro de su personalidad.

Muchos son los triunfos que cosechó don Manuel a lo largo de su gran trayectoria ganadera, orgullo para nuestra fiesta por su honradez y afición, hasta que lo sorprendió la muerte el 9 de noviembre de 2003, y desde entonces se han hecho cargo de la ganadería, por cuestiones de herencia, dos de sus hijos. (ANCTL, 2014).

Aunque es una hacienda que reúne con características para ofrecer una opción turística no se ha dado esa oportunidad para optimizar las cualidades hacia ese nicho de mercado.

3) La Laguna

En 1908 uno de los criadores eminentes de la ganadería brava mexicana, don Romárico González, fundó esta histórica casa en el mismo sitio donde ahora se encuentra, con vacas de Tepeyahualco y un semental de Eduardo Ibarra. Ese mismo año agregó varios sementales de Piedras Negras. Se presentó en el Toreo el 30 de noviembre de 1913 con seis toros para Vicente Pastor y Rodolfo Gaona. Lamentablemente don Romárico falleció en 1918 y legó la ganadería a su hijo, don Wiliulfo González quien, en 1923, agregó 4 vacas de Piedras Negras. El 21 de agosto de 1941 falleció don Wiliulfo en plena faena campera y heredó la ganadería don Romárico González González, El Amo Maco, quién debutó al frente de ella en el Toreo de la Condesa el 30 de noviembre de 1941, en un mano a mano de Jesús Solórzano, quien cortó las dos orejas y el rabo a “Picoso”, y Silverio Pérez.

Una de las ganaderías de más prestigio que obtuvo muchos triunfos trascendentales en nuestra Fiesta, además regó su sangre en muchas ganaderías mexicanas que han tenido mucho éxito. En 1966 se divide la ganadería en cinco partes; don Romárico conservó el hierro y la divisa así como el casco. Ese año agregó un

semental de Santo Domingo y, en 1969, la vendió a Federico Luna Paz quien, a su vez, agregó 30 vacas y 2 sementales de Mimiahuapam.



Figura 4.4. Entrada a la Hacienda de la Laguna (Terrenate, Tlaxcala)

Fuente: SECTUR, 2010

En 1986 vendió una parte de la ganadería a don Jorge Antonio y don Luis Javier Rojas Cardoso y, en 1997, la totalidad de la misma. Han enfrentado con afición los terribles problemas de la pérdida de los terrenos más valiosos del rancho, sosteniendo la ganadería, enfocando los esfuerzos en volver a colocarla en los más altos niveles de la Fiesta en México. (ANCTL, 2014).

La figura 4.5, corresponde al patio principal de la Hacienda, que por lo regular es en esta zona donde se realiza el montaje para llevar a cabo los banquetes para los eventos sociales o para la atención a grupos de empresas y visitantes, dónde el comensal puede disfrutar de una atención personalizada por su anfitrión y degustar

platos de la gastronomía tlaxcalteca preparados con el fin de satisfacer el paladar del turista y terminar el recorrido con esta experiencia sensorial.



Figura 4.5. Patio de la Hacienda La Laguna (Terrenate, Tlaxcala)

Fuente: SECTUR, 2010.

Como se aprecia en la figura 4.6, que corresponde a la parte de la Hacienda de La Laguna, donde la ambientación campirana de la decoración.



Figura 4.6. Cantina de la Hacienda La Laguna (Terrenate, Tlaxcala)

Fuente: SECTUR, 2010

Así como toda la hacienda que mientras el visitante tiene la oportunidad de disfrutar y conocer las actividades propias de campo, también puede interactuar con su ambientación, hace cerca de 25 años que su propietario decidió incursionar en el sector turístico, y actualmente es una de las que oferta una mayor gama de actividades y además es una referencia de atención en el servicio.

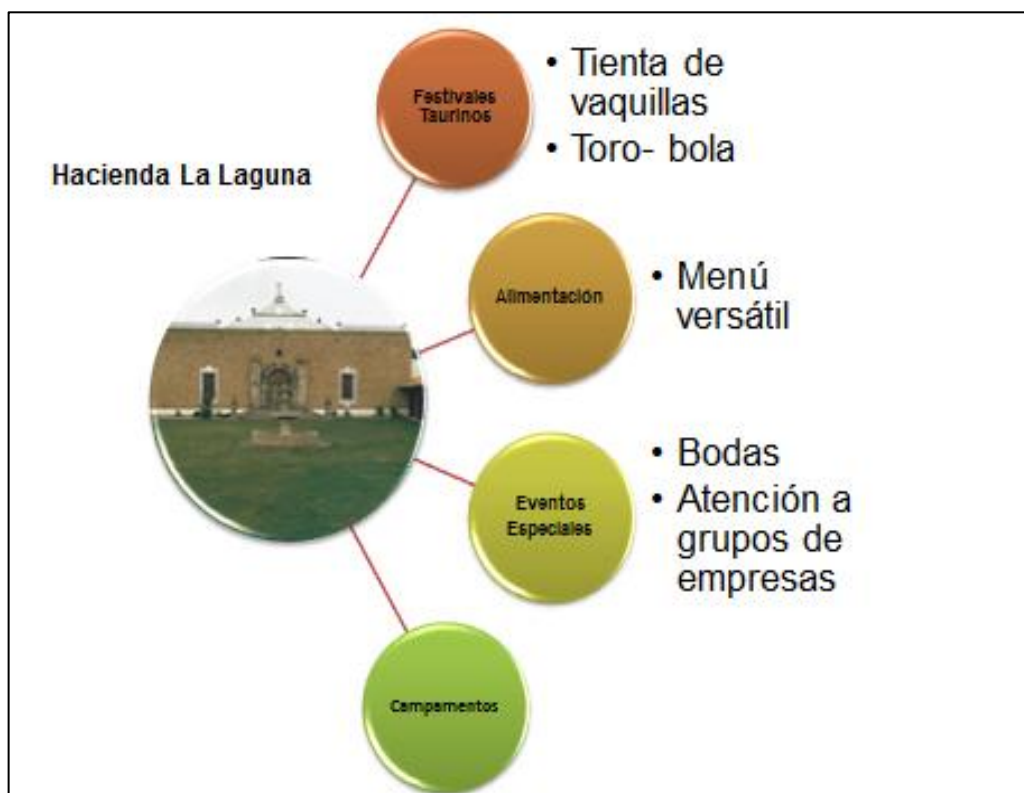


Figura 4.7. Servicios de la Hacienda La Laguna
Fuente: Elaboración propia

La figura 4.7. Despliega la oferta que presenta la Hacienda de la Laguna, desde los tradicionales eventos taurinos, alimentación, eventos sociales como bodas, bautizos, entre otros, lo que ha logrado mantenerla como un referente de atractivo turístico en la región y la entidad tlaxcalteca.

4) San Cristóbal La Trampa

Don Oscar Espino Barba fundó su casa ganadera en octubre de 1974 en el mismo sitio donde ahora se encuentra asentada con 52 vacas de La Laguna y 1 semental

de Piedras Negras, al año siguiente agregó 9 vacas procedentes de Piedras Negras y 3 de San Miguel de Mimiahupam, así como 2 sementales de Piedras Negras. En 1976 agregó 1 semental de Raúl González, 1 semental de San Miguel de Mimiahupam y 11 vacas de De Haro. Se presentó en la Ciudad de México en la Monumental Plaza de Toros México el 16 de septiembre de 1977 con seis novillos para Francisco Acosta *Paquiro*, Rafael Velázquez, que cortó una oreja, Leonardo Palomo, Roberto Hernández, Rafael Camberos, quien cortó un apéndice, y Juan Jaime Montoya.

Al año siguiente envió su primera corrida de toros a Los Mochis, Sinaloa el 18 de junio de 1978 para el rejoneador Hernández Andrés, que tuvo una memorable actuación al cortar las dos orejas y rabo al que abrió plaza, Eloy Cavazos, que se llevó dos apéndices y Ernesto San Román *El Queretano*. El 13 de septiembre de 1987 en Tijuana, Baja California Norte, lidió la corrida para el Estoque de Oro donde Manolo Mejía al cortar las dos orejas de un bravo ejemplar de esta casa se llevó el codiciado trofeo. El 30 de marzo de 1988 en Puerto Vallarta, Jalisco, Antonio Urrutia se llevó tres apéndices, a la semana siguiente en la misma plaza Javier Bernardo le cortó una oreja a cada uno de sus enemigos. Agregó posteriormente 1 semental de Reyes Huerta y 1 semental de San Mateo, adicionó también sementales de La Soledad, Reyes Huerta y García Méndez. Lidiaba con relativa frecuencia, poco a poco consolidando la ganadería en el gusto del público. (ANCTL, 2014)

Actualmente esta es una de las haciendas con mayores fortalezas de la propuesta para el cluster propuesto debido a que desde hace cerca de 25 años su propietario decidió apostar por su incursión al sector turístico, siendo de las primeras en la entidad que inició ofreciendo el atractivo básico de toda ganadería: el acercamiento al ganado de lidia, desde una tienda de vaquillas, hasta conocer el inmueble acompañado por su dueño, además siempre caracteriza ese espléndido recorrido con una presencia, lo que hace que el este siempre pendiente de sus visitantes. Además ofrece al final del recorrido una botana o bien una comida muy ad hoc al escenario campirano del lugar, lo cual le ha valido para ser un referente turístico taurino caracterizándolo de las otras haciendas o ganaderías, siempre ese trato

personalizado desde el momento del contacto para hacer la reservación, durante su estancia en la Laguna, hasta el momento de la despedida, siempre quedando los visitantes a regresar y repetir esa experiencia única llena de un atmósfera exquisita.

5) Hacienda Tenexac

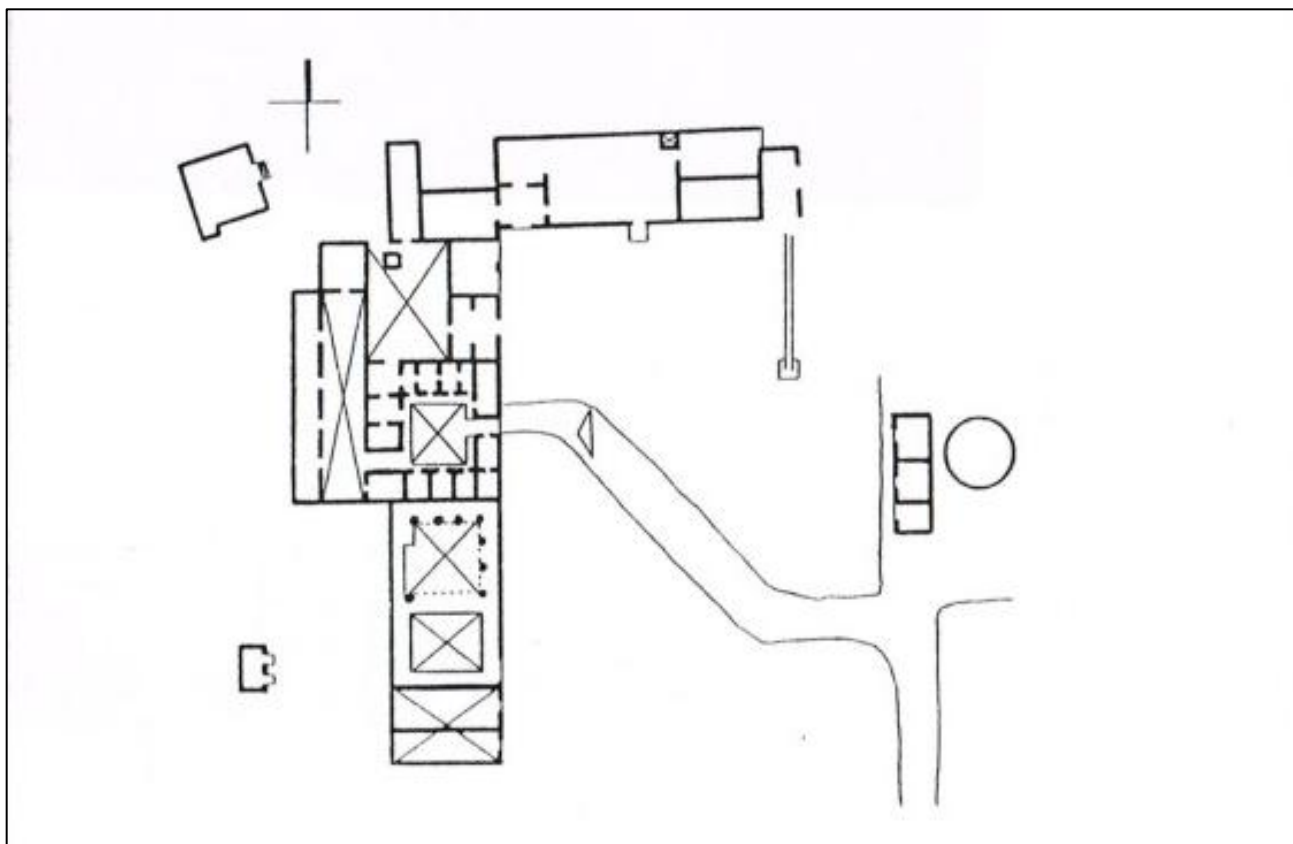


Figura 4.8. Croquis de la hacienda de Tenexac

Fuente: INAH, 1994

La figura 4.8 muestra la estructura general pero no detallada de la distribución de la hacienda, pero por el recorrido se puede enunciar en las observaciones de la tabla 16, muchas de las partes de la estructura que aún se encuentran en buen estado de conservación lo que les ha servido para colocarse en el gusto y presencia de los visitantes nacionales y extranjeros a disfrutar y recorrer ese atractivo característico de la región por toda su historia y tradición como se describe a continuación.

La tabla 4.8 concentra la ficha técnica del inmueble de la Hacienda de San Pedro Tenexac obtenida del catálogo del INAH.

Tabla 4.8. Ficha de la Hacienda de San Pedro Tenexac

Ficha del Inmueble	
Núm. De clave (INAH)	290300420001
Municipio	Terrenate
Nombre del edificio	Hacienda San Pedro Tenexac
Uso original	Hacienda Agrícola, pulquera, ganado bravo
Uso actual	Hacienda Agrícola, ganado bravo
Época de construcción	S. XVIII
Características	
Fachada Principal:	Aplanado blanco
Muros:	Piedra, ladrillo y adobe
Cubierta	Viguería de madera con solera
No. De niveles	1
Aspectos legales	Régimen de propiedad privado
Observaciones	Se conservan en estado semiruinoso los siguientes elementos arquitectónicos: troje, tinacal, administración, tienda de raya, caserío de peones y capilla, y en buen estado de conservación la casa del hacendado y escuela.

Fuente: INAH, 1994

Don Sabino Yano Sánchez fundó esta ganadería, con 10 vacas y 1 semental de Piedras Negras en el año de 1960. Su primera lidia fue en Huamantla, Tlaxcala, el 15 de agosto de 1963 con cuatro novillos para Jorge Riveroll y Pedro Julio Jiménez; agregó en el año de 1965 cuatro vacas de Piedras Negras y 11 más en 1967 y 2 vacas más de don Manuel de Haro en 1969, agregó sementales desde 1970 del mismo don Manuel de Haro. Se presentó en la Monumental Plaza de Toros México el 12 de junio de 1977 para Alfredo Gómez El Brillante, Benjamín Magallanes y Mario Escobedo El Regio. Ese año falleció don Sabino quedando la ganadería en manos de su esposa, quien apoyada por sus hijos, Sabino y Paz se ocupó de las vacas. El 7 de diciembre de 1986 Manolo Sánchez le cortó una oreja a “Tlatoani” en la Plaza

México. En Tlaxcala Manuel Moreno realizó una gran faena para llevarse dos orejas el 16 de septiembre de 1996. Como innovación han implementado praderas artificiales lo que les ayuda a mejorar las condiciones de alimentación natural en su rancho. Con trabajo y esfuerzo han consolidado su prestigio a través de los años. El toro requiere muchos cuidados y en esta joya del campo bravo tlaxcalteca el tiempo parece haberse detenido. Como parte de su tradición bautizan a sus astados con nombres de origen náhuatl lo que les da un distintivo peculiar. Lamentablemente doña Margarita dejó de existir en el 2000 quedando la ganadería en manos de sus hijos, siendo el Dr. Sabino Yano su representante. Los toros majestuosos con su colorido tono cárdeno en primorosas variaciones de tonalidad no mienten su origen piedrenegrino, le dan sabor lleno de tradición y abolengo. (ANCTL, 2014)



Figura 4.9. Fachada de la Hacienda de Tenexac (Terrenate, Tlaxcala)

Fuente: SECTURE, 2010

Además de la extraordinaria belleza arquitectónica de la hacienda, y la tradición e importancia taurina que tiene no solo en el país sino en el extranjero, también sus dueños decidieron tener esa apertura hacia la actividad turística, siendo así como la Laguna las dos más importantes como eje del diseño para el cluster de haciendas ganaderas de la región oriente del estado de Tlaxcala.



Figura 4.10. Patio de la Hacienda de Tenexac

Fuente: SECTURE, 2010.

La figura 4.10 el patio de la hacienda de Tenexac, donde se puede ver la magnificencia arquitectónica de la estructura física del inmueble, así como cada uno de los detalles que aún conserva en cada habitación. Esta es una de las más hermosas en toda la región oriente y está bien posicionada entre los visitantes que llegan a Tlaxcala, saben que disfrutar una experiencia única está garantizada. Cabe destacar que su situación es más favorable que otras, lo que permite recibir grupos de visitantes de manera constante, además de las actividades en las que pueden interactuar con el entorno y con la misma comunidad.

En la figura 4.11 se muestra la oferta de servicios que tiene actualmente la Hacienda de Tenexac. Esta hacienda ha implementado durante sus recorridos recrear una característica en la vestimenta del personal que atiende a los turistas, debido a que sus dueños han provisto de un traje de Adelita tradicional, por lo que durante la estancia del turista en la hacienda recrea esa época al momento de estar ahí y visitar las habitaciones de los hacendados con los muebles originales, la tienda de raya con sus elementos que la componían, es como recorrer un museo vivo lleno de evocación hacia esa época de abundancia y prosperidad.



Figura 4.11. Oferta de Servicios de la Hacienda Tenexac
Fuente: Elaboración propia.

4.3. Propuesta de Diseño del cluster de haciendas ganaderas de la región oriente del estado de Tlaxcala

Con base en lo anterior se propone como atractivo eje las haciendas ganaderas Tenexac, La Laguna, Brito, De Haro, San Cristóbal La Trampa, por su ubicación en la región oriente del Estado de Tlaxcala, así como por ubicarse cerca de otro atractivo importante que es el municipio de Huamantla, que cuenta con todos los servicios tanto de alojamiento, alimentos, transportación y otros atractivos tanto naturales como socioculturales que pueden lograr la permanencia del visitante en ese destino de la entidad de Tlaxcala, para lograr que el turista pernocte en la entidad y se dinamizar la economía con esta propuesta de cluster.

La conformación de un cluster, primero debe estar cubierta la infraestructura que abarca desde los recursos, la infraestructura física y comercial, en lo que respecta a la proveeduría todos aquellos que suministren a las haciendas los insumos

requeridos para su operación, así como los alimentos y bebidas, en lo que respecta a los servicios básicos están los hoteles, restaurantes, operadoras turísticas; y en el centro de la figura 35 el producto turístico ofertado.

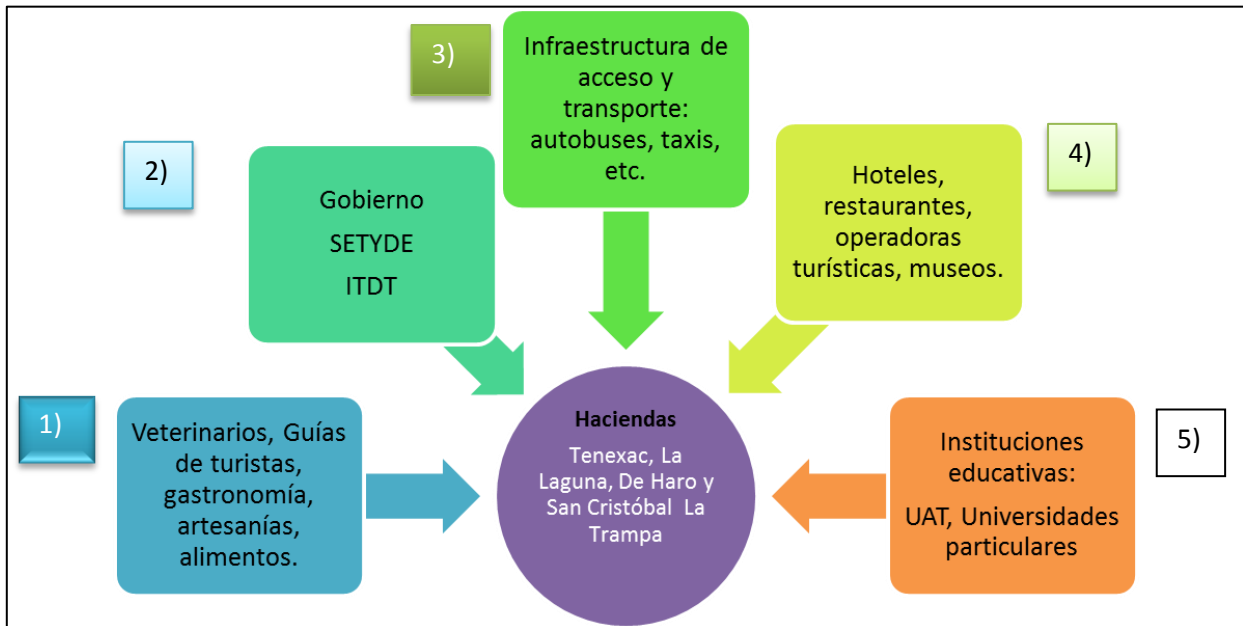


Figura 4.12. Propuesta del Diseño de Cluster de Haciendas Ganaderas en la región oriente del Estado de Tlaxcala.

Fuente: Elaboración propia.

Funcionamiento del Cluster propuesto

El promover un producto turístico forma parte de la importancia y funcionamiento de un cluster que está basado en la eficiencia cada componente que lo integra, por ejemplo desde el personal de contacto que maneja el taxi, que brinde un buen servicio al llevar al visitante a su lugar de destino, que el servicio de alojamiento sea adecuado y cada uno de los proveedores de insumos ya sea para los hoteles, restaurantes, haciendas, e instituciones generen valor y una ventaja competitiva diferenciada, porque aunque todos los involucrados trabajen con base en la cooperación, no se debe olvidar que además están compitiendo entre sí, los factores básicos que permiten el desarrollo de la región es su patrimonio cultural o natural radica. Sin embargo, la competitividad reside en la calidad de los factores que se especializa, así como el capital humano con una alta capacitación turística, la

infraestructura para la accesibilidad hacia los atractivos, así como los financiamientos para los proyectos turísticos a largo plazo.

En el turismo el nivel de competencia se debe analizar desde dos referentes: la competencia local y la internacional, debido a que en los mercados locales, las empresas compiten en cada sector de la industria y no solo por la participación del mercado, sino por los empleados, la eficiencia de su servicio incluso por el prestigio y mientras mayor es el grado de rivalidad por ejemplo en hotelería, mayor es la presión y los incentivos para aumentar o mejorar sus estándares o introducir nuevos productos.

En cuanto al ámbito internacional, se analiza la rivalidad entre los países que buscan competir entre ellos por ser destinos con posicionamientos. Cabe señalar que el origen de la ventaja competitiva se da a nivel de empresa y de cluster, porque un país no puede comercializar de manera sustentable un producto que su industria no ha producido.

En la figura 36 se propone el diseño del cluster de la región oriente del estado de Tlaxcala, en lo que puede ser su primera etapa de gestación, de acuerdo a la investigación descriptiva llevada a cabo.

Este diseño pretende lograr una simbiosis entre el aspecto taurino y el turístico de las haciendas a través de Cabalgatas, paseos en globo, hospedaje, alimentos, escenarios cinematográficos (comerciales, telenovelas, películas), Campamentos, Safari Fotográfico.

1) Los proveedores para el caso de esta propuesta, va desde los que le suministran alimentos a las haciendas en la preparación de banquetes, el servicio de veterinarios que dan atención y cuidado a los astados, los guías especializados que llevan y guían a los turistas a las haciendas, y de alguna manera las otras ganaderías que no son de la región pero que proveen de sangre o ganado a las de esta región.

2) El gobierno será el encargado de guiar en su etapa inicial al cluster a través de la Secretaría de Turismo y Desarrollo económico, de la Dirección de Turismo Municipal de Huamantla y del Instituto Tlaxcalteca de Desarrollo Taurino, también para que entre las instituciones creen lazos de cooperación que los ayude a desarrollarse.

3) La infraestructura de acceso y de transporte incluido el de las operadoras, el público o taxis, es muy importante en la logística de traslado, así como en el servicio que brinden, para que el conductor esté capacitado en brindar buen servicio y además información pertinente.

4) Respecto a los hoteles y restaurantes pues pueden empezar a apoyar en cuanto a complementar la oferta de las haciendas, pues en el municipio de Huamantla los turistas pueden pernoctar o degustar la gastronomía típica de la región, además de la que les hayan ofrecido en una atmósfera única en las haciendas, o para el desayuno o comida y así permitir que la derrama económica sea mayor hacia la ciudad y el beneficio sea para más empresas.

Respecto a otros atractivos como museos y asociaciones: Existe en el municipio de Huamantla un Museo Taurino que alberga en sus salas de exposiciones permanentes diversos objetos como maquetas de los diferentes cosos taurinos, trajes de luces, tipos de capas de los toros, que durante el recorrido permite al visitante tener una panorámica sobre la cultura taurina, una desventaja es que no se cuenta con personal de base que brinde la explicación y las cédulas de objetos muy generales. Además existe una Peña Taurina, que se encarga de actividades de difusión de la fiesta brava.

5) Las instituciones educativas son determinantes en cuanto a que la vinculación este presente, además que en la región existe una facultad de Veterinaria de la Universidad Autónoma del estado, que son los que brindan atención al ganado, en el aspecto turístico existen 6 universidades particulares en el estado que forman licenciados en turismo, por lo que sus investigaciones y preparación académica deberá apoyar al ámbito empresarial como detonadores de innovación, investigación y desarrollo.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones

Al inicio de esta investigación se estableció un objetivo general que es el siguiente:

Objetivo General:

Identificar si existen las condiciones básicas para la gestación o creación de un cluster de haciendas ganaderas en la región oriente, como una propuesta de innovación y competitividad para el turismo con el propósito de beneficiar en la economía de la entidad logrando una sinergia entre sus participantes.

Objetivos Particulares:

- Diseñar un producto turístico sustentable que desarrolle la economía del estado, específicamente la zona oriente que sea suficientemente atractivo para que los visitantes los elijan como opción turística.
- Describir las principales fortalezas así como sus áreas de oportunidad de las haciendas en conjunto como un atractivo eje que ofrezca servicios complementarios a sus visitantes para atraer afluencia turística a la región oriente.

De acuerdo a lo planteado en el objetivo general después del desarrollo de la investigación, si se cumple puesto que si existen las condiciones básicas en la región oriente del estado de Tlaxcala para crear un cluster de haciendas ganaderas, debido a que esa región se conforma por siete municipios que tienen como principal actividad económica la agricultura, siendo extensiones muy amplias dedicadas al sector primario, razón por la cual como se analizó en el capítulo II el por qué esta región fue muy pródiga en el siglo XVI y se establecieron las haciendas. Esto también se estableció después de realizar una caracterización de los municipios de Huamantla, Altzayanca, El Carmen Tequexquitla, Terrenate, Cuapiaxtla, Zitlaltepec, Ixtenco. Lo anterior fue precisado durante la Estancia Técnica desarrollada en el Colegio de Tlaxcala en la cual bajo la asesoría del Dr. Serafín Ríos Elorza, Profesor-Investigador.

Durante la revisión del marco teórico se encontraron desde los conceptos básicos como el de Turismo, Turista, producto turístico, hasta la propuesta de diferentes modelos a partir de la Teoría General de Sistemas de Ludwig Von Bertalanffy, en la

cual establecía que los sistemas abiertos podían ser de cualquier tipo y además interdisciplinaria. En esa revisión se encontraron los modelos de Raymundo Cuervo, quién fue el primer autor que propuso un análisis del turismo en 1967, partiendo de la Teoría de Sistemas, su propuesta establece que el turismo es un gran conjunto compuesto de subconjuntos como los medios de comunicación, establecimientos de hospedaje, agencias de viajes, los guías de turismo, entre otros. Y a su vez cada uno de ellos en otros subconjuntos.

Otro Sistema analizado fue el de Leiper en 1990, quién propuso un modelo compuesto por cinco elementos que comprenden tres elementos geográficos: la región de origen, la de tránsito y la región del destino turístico, este sistema permitió ubicar los proveedores en la región de origen y en la región de destino turístico los medios de hospedaje, así como los atractivos turísticos para la propuesta del cluster. De igual manera ese modelo es flexible porque permite la incorporación de diferentes formas de turismo y lo más importante es que muestra la interacción entre sus diversos elementos.

El Modelo Existencial de la Sociedad Industrial de Krippendorf, este autor establece que la gente viaja o deja de hacerlo por la influencia social, por necesidad de prestigio en su entorno. De este autor se aplica promover una estructura económica diversificada, desarrollar el carácter local y nacional.

Un modelo más analizado fue el Interdisciplinar de Jafari y las plataformas del pensamiento en turismo, desde la primera en la que se aborda que el desarrollo del turismo como fuente captadora de divisas, en la segunda se evalúan los aspectos positivos y negativos de esta actividad, en la tercera se eligen las formas del turismo como el ecoturismo, turismo alternativo, etc., la cuarta aborda como las Universidades y los académicos investigan y publican sobre el turismo con enfoque multidisciplinario. La quinta plataforma se destaca sobre lo importante que es el turismo en la actualidad.

Finalmente en el Sistema Turístico de Sergio Molina, considera que no está desarrollado, aunque sus elementos si interactúan para lograr un objetivo. Este autor

a través de su modelo permite ver que el turismo promueve el desarrollo económico y social. Esto permitió una comprensión conceptual de todos los elementos que conforman el Sistema Turístico desde diferentes enfoques, conocer su interrelación y a partir de eso adaptarlos para diseñar un modelo de un cluster empresarial.

El Estado del Arte fue enriquecedor debido a que en la búsqueda de publicaciones de investigaciones o propuestas sobre el tema de Clusters principalmente turísticos, encontramos Casos de éxito en el mundo, Latinoamérica e incluso México. El referente más completo fue el País Vasco que logro adaptar este modelo competitivo a partir de la propuesta de Michael Porter diversos Clusters como el aeronáutico, el automotriz y el turístico, posicionándolo como un ejemplo a seguir en muchos países latinoamericanos como Argentina, Brasil, Chile y México.

También la investigación de Cristina Varisco sobre el Cluster Turístico de Miramar en Argentina nos permitió comprender que el sector turístico se ha mantenido como una fuerza económica en todo el mundo, debido a que los constantes flujos de turistas, dejan una derrama económica que dinamiza a las comunidades receptoras, logrando una interacción e intercambio de cultura inmediata, por la relación que se da entre los turistas con el destino, de ahí que cada elemento del sistema turístico, este capacitado para hacer frente a cualquier situación y por ende esto se proyecte en cada empresa o pyme, no importa la magnitud de la empresa o el origen del capital de la misma, la filosofía que siempre debe prevalecer es la satisfacción en el servicio al cliente, mucho más cuando se habla o se proponen modelos competitivos como un clúster, porque se compromete a revalorar el trato que se da al turista y la atención que se le brinda en todo momento de su estadía, desde la ejecutiva que le tramita el paquete a cierto destino, como la atención en la tienda de artesanías, porque no debemos olvidar que seguimos hablando de servicio, concientizar a todos los que intervienen en esta cadena productiva no es fácil.

Como parte de la metodología se realizó investigación de campo en diversas instituciones además del Colegio de Tlaxcala (COLTLAX) como se mencionó

anteriormente, también en la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico nos permitieron conocer el perfil del Turista en Tlaxcala, la procedencia de los visitantes y otros datos cualitativos aportados a la investigación a través del departamento de estadística.

Se realizó una investigación documental en el Catálogo de Monumentos Históricos Inmuebles del Instituto Nacional de Antropología e Historia que permitió integrar la distribución física de las haciendas consideradas en la región oriente.

Otro aspecto relevante durante la investigación fue la participación en dos Congresos Internacionales Academia Journals, el primero se realizó en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas bajo la ponencia “El cluster como opción de desarrollo sustentable en las haciendas ganaderas de Tlaxcala” en 2013. Los comentarios sugerían además del enfoque sustentable el de la innovación, razón por la cual para el segundo congreso llevado a cabo en la ciudad de Tuxpan, Veracruz en el 2014 se participó bajo la ponencia “El cluster como innovación para el desarrollo turístico: caso haciendas ganaderas del estado de Tlaxcala”.

La actitud de servicio es un factor determinante para lograr que la estadía del turista sea placentera porque ese es el motivo de su viaje, y en caso contrario, el turista puede hacer una mala recomendación del destino visitado y entonces se perjudica en un desprestigio no solo a la Hacienda sino a todo el estado y se perderían ingresos y/o fuentes de empleos. Por lo anterior se sugiere desarrollar un Programa de capacitación constante al personal de contacto así como en idiomas porque estos Otro aspecto a destacar es el establecer la cooperación, la competitividad, basada en la confianza de todos los involucrados (propietarios de las haciendas, proveedores, investigadores, empresarios, etc.) lo demás se irá desarrollando y consolidando, además es importante siempre manejar la apertura y vinculación a las tecnologías de la información y el conocimiento, no porque se traten de edificios de siglos pasados está prohibido contrastar con innovación en procesos o servicios.

Con base a toda la información obtenida durante la investigación se concluye que existen todos los elementos básicos para la propuesta de un cluster de haciendas

ganaderas en la región oriente, si bien habría que diseñar un seminario o taller específico para los dueños de las otras ganaderías como Brito, De Haro y San Cristóbal La trampa, debido a que aún no se ve una incursión al turismo como lo tienen Tenexac y la Laguna, y que además las dos anteriores de alguna manera han encontrado esa competencia y colaboración que son fundamentales para basar el cluster, cada una manteniendo esa ventaja competitiva y su característica dentro de su competencia.

Muchas de las ganaderías entre sí son de familiares que se fueron independizando y fueron criando su propio ganado pero manteniendo la misma sangre brava, por lo que esta es una peculiaridad que se puede aprovechar puesto que existe sobre todo la confianza, que se puede definir como la esencia para el funcionamiento de un cluster, competir pero manteniendo esa confianza en las otras empresas.

Las asociaciones como la Asociación Nacional de Criadores de Toros de Lidia, y algunas otras como la Federación de propietarios de haciendas y estancias, que como el caso de última no se pudo contactar y no hay un registro de su trabajo hacia estos inmuebles solo han quedado en propuestas porque cuando se plantean trabajar de manera asociada la mayoría piensa erróneamente en que lo primero es buscar financiamiento y pedir recursos para trabajar bajo un enfoque administrativo, consideramos cambiar esa estructura si bien buscar la estabilidad de la empresa a través de su solidez, no debe ser lo más importante, tendrá que ser como una consecuencia del trabajo en colaboración, siempre manteniendo la confianza, jamás perder ese objetivo de ayuda mutua y competencia pero basada en la diferenciación del producto, o en este caso el servicio, como una ventaja competitiva en el turismo.

El sentido ético no debe ser olvidado en nuestro comportamiento diario, por lo que el cluster debe tener claro esto, que será la base para lograr obtener un impacto social y económico. Con esta propuesta se propone un modelo que permita desarrollar este producto turístico sustentable competitivo para el Estado de Tlaxcala, que represente un beneficio para todos los sectores económicos debido al efecto multiplicador ya que el turismo ha demostrado en los últimos años en ser un motor muy importante

como captador de divisas y una actividad que impulsa a ciudades, estados y países que basan su economía en esta sector.

Beneficiar principalmente a todos los participantes de este sector (propietarios de haciendas, administradores, proveedores, empleados) por las ventajas comparativas como ubicación geográfica, recursos naturales, insumos, capital humano, iniciativa empresarial, desarrollo de oferta local de insumos y servicios a estándares competitivos y acceso a las instituciones con las que se logre una sinergia. Para generar más fuentes de empleo locales y atender a las corrientes turísticas que se desplacen al estado de Tlaxcala buscando una diversidad entre las opciones para el mejor aprovechamiento del tiempo libre.

Finalmente se concluye comprobando la Hipótesis planteada: La falta de asociación entre los hacendados no ha permitido una mayor cohesión que pueda beneficiarlos en acciones como la promoción de su oferta turística, para aumentar la derrama económica en la región oriente del estado de Tlaxcala, y en el sector turístico.

5.2 Recomendaciones

Para el desarrollo de este cluster en la región oriente, a través de herramientas que permitan un adecuado funcionamiento, además de considerar el uso de las Tecnologías de la información, y la innovación como bien fue sugerido en la participación en un congreso mientras se presentaban los avances de este trabajo o bien el de un cluster turístico que integre todo los ámbitos de este sector en esa región de Huamantla.

Otra recomendación es que implementar una serie de seminarios para el personal directivo y operativo de las empresas turísticas de la región oriente para que estén preparados para desarrollar un cluster turístico, debido a que cada municipio de esa región cuenta con una riqueza cultural y turísticamente muy amplia.

Para iniciar en todo el desarrollo de la presente investigación se destacó la importancia que tendría la ciudad eje de Huamantla, sus tradiciones, folklor,

artesanías, atractivos naturales y culturales, un abanico de diversidad de opciones para todos los gustos y nichos de mercado que aún no se optimizan. Caso concreto aunque cuentan con una dirección de turismo municipal, a la fecha no se tiene un registro organizado de evaluación o desarrollo en el municipio a partir de su nombramiento como “Pueblo Mágico” lo cual es un indicador útil para todos y también para considerar debido a que la Secretaría de Turismo (SECTUR) a partir del 27 de septiembre en la Celebración del día Mundial del Turismo del presente año, estableció después de trece años los nuevos Lineamientos Generales para el Incorporación y Permanencia al programa Pueblos Mágicos

Como el caso de San Juan Ixtenco, poseedor de habitantes otomíes, como aspectos más importantes en gastronomía elaboran cuadros a partir de diversas semillas, y también las mujeres elaboran un bordado ancestral que es el “pepenado”.

En otro de sus municipios Alzayanca, además de las haciendas que corresponden a patrimonio edificado, cuentan con un museo comunitario que tiene en su acervo de exposición permanente, restos fósiles de un mamut, esto es único en el estado y se destaca su nivel de organización y participación para trabajar en ese proyecto, además con algunos atractivos naturales y su feria tradicional del maguey.

Y así el resto de los municipios cuentan con una diferenciación en su oferta turística que no se está aprovechando desde la política pública, por eso los empresarios deben buscar alternativas como estos modelos donde ellos llevan la pauta, si bien en colaboración con el gobierno, no dependerán de esa figura, sino que ellos tendrán que hacerlo funcionar.

A nivel nacional Tlaxcala puede ser un referente en cuanto a un modelo de competitividad en el sector turístico en este ramo con una propuesta de turismo rural, ya que México en los últimos años ha forjado una imagen como un país con relevancia en muchas de sus marcas y destinos, como lo demuestran las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo en el 2011 en la cual México se situó en el décimo lugar en cuanto a la llegada de Turistas Internacionales, contrastando con la posición que ocupa en cuanto a los ingresos por visitantes internacionales que se ubica en el lugar número 23, en cuanto a la competitividad el

panorama es más desfavorable porque nuestro país está en el lugar número 43, indicador que refleja que no basta con aumentar el número de visitantes sino que el sector turístico debe ofrecer y garantizar mejores opciones de esparcimiento para competir ante los escenarios internacionales como lo hacen otros países. Esta es una gran área de oportunidad debido a que el turismo es un fenómeno eminentemente social y está vinculado al progreso de algunos países, principalmente si cuentan con atractivos naturales y socioculturales como el caso de México y por ende Tlaxcala que posee una gran diversidad de opciones para visitar por el turismo internacional y también el interno que es un factor importante para activar la economía local por el efecto en actividades comerciales, industriales y agropecuarias y estos a su vez como mercados proveedores de insumos o como estructuras productoras de servicios complementarios.

5.3. Trabajos futuros

La presente investigación puede servir como base para desarrollar un Cluster Turístico en Tlaxcala, para lograr que el turismo a través de su efecto multiplicador se posicione como un destino competitivo, debido a todo su Patrimonio cultural y natural, que durante años ha permanecido descuidado, y desvalorizado. Olvidando que muchos turistas extranjeros están buscando estos destinos y actividades basados en el Turismo Rural, Cultural, Ecoarqueológico.

FUENTES DE CONSULTA

Fuentes de consulta

1. Acerenza, M. (2006). Conceptualización, origen y evolución del Turismo. México. Edit. Trillas. 1ª. Edición.
2. Ávila, R. (2011). Turismo Cultural en México. México. Trillas. 2ª.edición.
3. Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. México. Edit. Pearson. 3ª. Edición.
4. Berumen, S. y O. Palacios. (2009). Competitividad, Clústers e Innovación. México. Edit. Trillas.
5. Boullón, R. (1997). Planificación del espacio Turístico. México. Trillas. 3ª. Edición.
6. Cárdenas, F. (2008). Comercialización del Turismo. México. Trillas.
7. Cárdenas, F. (2004). Mercadotecnia y productividad turística. México. Trillas. 1ª. Edición 4ª. Reimpresión.
8. Castellanos, E. (2010). Turismo y Recreación. México. Trillas. 1ª. Edición
9. De la Torre, G. (1998). Las Calpanerías de las Haciendas Tlaxcaltecas. México. INAH-Gobierno del Estado de Tlaxcala.
10. De la Torre Padilla, O. (1992). El Turismo: Fenómeno Social. México. FCE.
11. García Cook, A. (1991). Tlaxcala Textos de su historia. Los orígenes. México. Gobierno del Estado de Tlaxcala – Conaculta. 1ª. Edición.
12. Gobierno del Estado del Estado de Tlaxcala. (1989). Historias y Sociedad en Tlaxcala. Memorias del Segundo Simposio Internacional de Investigaciones Socio-Históricas sobre Tlaxcala. México. 1ª. Edición.
13. García, D. (2012). Metodología del Trabajo de Investigación. Guía práctica. México. Edit. Trillas. 5ª. Edición.
14. García, R. Gran Historia de México Ilustrada. Agricultura y Ganadería Coloniales en México. Planeta de Agostini. CONACULTA- INAH.
15. Gobierno del Estado de Tlaxcala (2001). El Estado de Tlaxcala. España. Ediciones Nueva Guía.
16. Hernández, C. (2013). La Legendaria Hacienda de Piedras Negras. Su gente y sus toros. México. 2ª. Edición.
17. Ibañez, B. Manual para la elaboración de tesis. México .Trillas.

18. Instituto Nacional de Antropología e Historia (1988). Catálogo de Monumentos Históricos Inmuebles. Tomo I y II. México. Gobierno del Estado de Tlaxcala.
19. Ley Federal del Turismo (2011). México. Trillas.
20. Madrid, Francisco (2012). Diagnóstico y oportunidades del Turismo en México. México. Edit. Limusa .1ª. Edición.
21. Morfín, C. (2003). Administración del tiempo libre. México. Trillas.
22. Münch Galindo, L. y Ángeles Mejía, E. A. (2007). Métodos y Técnicas de Investigación. (3ª ed.), México: Trillas.
23. Ramírez, M. (2002). Teoría General de Turismo. México. Diana. 7ª Reimpresión.
24. Rendón, R. (2004). Breve Historia de Tlaxcala. México. El Colegio de México-Fondo de Cultura Económica. 1ª Reimpresión.
25. Rendón, R. (1990). Dos Haciendas Pulqueras en Tlaxcala, 1857- 1884. Gobierno del Estado de Tlaxcala - UIA. 1ª. Edición.
26. Rueda G., y Belmonte M. 2004. Cómo desarrollar un proyecto de ecoturismo. Secretaría de Turismo. México.
27. Secretaría de Turismo del Estado. (2012) Mapa Turístico y carretero. México.
28. Secretaría de Turismo. Integración de agrupamientos turísticos competitivos “Clústers Competitivos”
29. Sempat, C.& Martínez A. (1991) . Tlaxcala Textos de su historia. Siglo XVI. México. Gobierno del Estado de Tlaxcala – Conaculta. 1ª. Edición.
30. Panosso, A. (2008). Filosofía del Turismo. Teoría y Epistemología. Primera Edición. Trillas.
31. Panosso, A. (2012). Teoría del Turismo. Conceptos, modelos y sistemas. Primera edición. México. Edit. Trillas.
32. Patrimonio Cultural y Turismo. (2002). Cuadernos. Conaculta. México.
33. Porter, M. (2010). Ventaja Competitiva. Edic. Pirámide.
34. Porter, M. (2009). Ser Competitivo. España. Edic. Deusto.
35. Toirac, A. (2003). Ventaja Competitiva de tu empresa. México. Edic. Gasca.
36. Yanes, G. (2005). Manual para el empresario e inversionista turístico. México. El Colegio de Tlaxcala. 1ª. Edición.

37. Yanes, G. (2005). Manual operativo de conservación de centros históricos. México. El Colegio de Tlaxcala. 1ª. Edición.
38. Yanes, G. (2007). El Turismo en la Provincia de Quebec (Canadá) y el Estado de Tlaxcala (México). El Colegio de Tlaxcala. 1ª. Edición.
39. Zamorano, F. (2009). Turismo Alternativo. Servicios Turísticos Diferenciados. México. Edit. Trillas. 1ª. Edición.

TESIS

1. Cervantes, M. (2012). "Caracterización y análisis de la cadena productiva de consultoría en el eslabón Sistemas y Procesamiento Informático en Tlaxcala". Instituto Tecnológico de Apizaco.
2. Flores, S.(2005). "Promoción del Carnaval de Contla de Juan Cuamatzi, como opción turística del Estado de Tlaxcala". Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas. Escuela Superior de Turismo Instituto Británico A.C.
3. Reyes, C. (2008). "Propuesta de Promoción y Publicidad Turística de la Santa Hacienda Santa Águeda, municipio de Nativitas, Tlaxcala". Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas. Escuela Superior de Turismo Instituto Británico A.C.
4. Hernández, E. (2001). "Rescate de la Ex Hacienda El Cristo". Licenciatura en Arquitectura. Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla.
5. Sánchez, F. "Propuesta de paquetes de turismo alternativo en la comunidad de la Trinidad Tenexyecac". Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas. Escuela Superior de Turismo Instituto Británico A.C.
6. Sánchez, E.(2003) "La Cultura Taurina como opción turística de la Ciudad de Tlaxcala". Escuela Superior de Turismo Instituto Británico A.C.

ARTÍCULOS

1. Becerra, F. (2008).La innovación tecnológica en el Contexto de los Clústers Regionales. Colombia.

2. Coelho, Alfredo. Eficiencia colectiva y upgrading en el cluster del tequila
Análisis Económico 2007, XXII (primer cuatrimestre) : Fecha de Consulta: 19
de mayo de 2013. ISSN 0185-3937
3. Devesa, M. et al. (2008). Un Universidad de São Paulo modelo estructural
sobre la influencia de las motivaciones de ocio en la satisfacción de la visita
turística. Universidad de Valladolid.
4. Luciano, G. Empresas turísticas en ambiente globalizado: marketing y
Competitividad. Estudio de casos de clusters turísticos. Universidad de Sao
Paulo.
5. Machuca, L. (2010). Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en
Antropología Social
6. Martínez, A. (2008). Un gobierno de indios: Tlaxcala, 1519-1750, México,
Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social/El
Colegio de Historia de Tlaxcala/Fondo de Cultura Económica.
7. Monterroso, N. (2009). La reconfiguración neoliberal de los ámbitos rurales a
partir del turismo: ¿Avance o retroceso? Universidad Autónoma del Estado de
México.
8. Pérez, A. et al. (2010). Turismo rural y empleo rural no agrícola en la Sierra
Noriega del estado de Puebla: caso red de Turismo
Alternativo Totalitpak, A.C. Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto
de Geografía, UNAM. ISSN 0188-4611, Núm. 71, 2010, pp. 57-71
9. Toledo, G. Estrategias Competitivas en la internacionalización: Estudio de
Caso Brasil. Universidad de Sao Paulo, Brasil.
10. Varisco, C. (2004) El Clúster Turístico de Miramar. Universidad de Mar de la
Plata, Argentina. ISSN: 1669- 8479.
11. Varisco, C. Sistema Productivo Turístico y Desarrollo Local. Universidad de
Viña del Mar- Chile.

PÁGINAS WEB:

1. Concepto de Hacienda. <http://es.wikipedia.org/wiki/Hacienda>. Fecha de
consulta: 05 de mayo, 2013.

2. Historia de la hacienda. http://es.wikipedia.org/wiki/Hacienda_colonial. Fecha de consulta 05 de mayo, 2013.
3. Haciendas de México. Hacienda La Laguna.
<http://www.haciendasmexico.mx/place/hacienda-la-laguna-tlaxcala/> Fecha de consulta: 10 de mayo, 2013.
4. Haciendas de México. <http://www.haciendasmexico.mx/place/hacienda-soltepec-tlaxcala/>. Fecha de consulta: 10 de mayo, 2013.
5. Haciendas. http://www.turismotlaxcala.com/que-hacer/haciendas_tn.htm. Fecha de consulta: 11 de mayo, 2013.
6. Tour por Haciendas de Tlaxcala. http://www.turismotlaxcala.com/tours-y-paquetes/tours_haciendas.htm. Fecha de consulta: 11 de mayo, 2013.
7. Secretaría de Turismo. Programa de competitividad.
<http://www.empresaturisticas.mx/apps/site/files/fasciculo5.pdf> . Fecha de consulta: 02 de mayo, 2013.
8. Secretaría de Turismo. Programa de competitividad.
<http://www.empresaturisticas.mx/apps/site/files/fasciculo1.pdf>
Fecha de consulta: 02 de mayo, 2013
9. Secretaría de Turismo. Programa de competitividad.
<http://www.empresaturisticas.mx/apps/site/files/fasciculo2.pdf> Fecha de consulta: 02 de mayo, 2013
10. Secretaría de Turismo. Programa de competitividad.
<http://www.empresaturisticas.mx/apps/site/files/fasciculo3.pdf>. Fecha de Consulta: 02 de mayo, 2013
11. Secretaría de Turismo. Programa de competitividad.
<http://www.empresaturisticas.mx/apps/site/files/fasciculo4.pdf>: Fecha de Consulta: 02 de mayo, 2013.
12. Secretaría de Turismo. Programa de competitividad.
<http://www.empresaturisticas.mx/apps/site/files/fasciculo5.pdf> Fecha de consulta: 02 de mayo, 2013
13. <http://gecomomiacluster.blogspot.mx/2007/11/qu-es-un-cluster-concepto-terico.html>. Fecha de Consulta: 26 de abril, 2013.

14. Concepto de Hacienda. Real Academia Española.
<http://www.rae.es/drae/srv/search?id=5NGRvmEgnDXX23z9JqUP>. Fecha de Consulta: 05 de mayo, 2013.
15. Clústers Turísticos, Sostenibles y Competitivos.
<http://clusterizando.com/2010/06/18/clusters-turisticos-sostenibles-y-competitivos/>. Fecha de Consulta: 30 de abril, 2013.
16. Cluster de Vino de Maule, Chile.
http://www.centrodecompetitividaddelmaule.cl/files/Cluster_Vino_Maule_h196p34g.pdf. Fecha de Consulta: 02 de noviembre, 2013.
17. <http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hoteles+C3%ADa,cluster+tur%C3%ADstico>. Fecha de consulta: 02 de mayo, 2013.
18. Secretaría de Turismo. Programa Sectorial de Turismo 2007-2012
<http://www.sectur.gob.mx/PDF/PST2007-2012.pdf>. Fecha de consulta: 02 de mayo, 2013.
19. Universidad Nacional Autónoma de México. Universidad Nacional Autónoma de México. http://profesores.fi-b.unam.mx/jlfl/Seminario_IEE/tecnicas.pdf.
Fecha de consulta: 02 de mayo, 2013.