



Turismo y Sociedad

ISSN: 2346-206X

revistaturismoysociedad@uexternado.ed
u.co

Universidad Externado de Colombia
Colombia

García Martínez, Ana Karina; Serrano Barquín, Rocío del Carmen; Osorio García,
Maribel; López Carré, Elizabeth
Percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo local. Caso
SAN Pedro Tultepec , México
Turismo y Sociedad, vol. 16, enero-junio, 2015, pp. 43-65
Universidad Externado de Colombia
Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576261186008>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Ana Karina García Martínez
Maestra en Estudios Turísticos de la Facultad de Turismo y Gastronomía
Universidad Autónoma del Estado de México
Toluca, México.
[kagma86@gmail.com]

Rocío del Carmen Serrano Barquín
Ph.D en Ciencias Ambientales y docente de la Facultad de Turismo
y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México.
Toluca, México.
[rocioserba@yahoo.com.mx]

Maribel Osorio García
Ph.D en Ciencias Sociales y docente de la Facultad de Turismo
y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México.
Toluca, México.
[maribelosorio2@gmail.com]

Elizabeth López Carré
Mg. en Administración de Empresas y docente de la Facultad de
Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México.
Toluca, México.
[delfos311@yahoo.com.mx]



PERCEPCIÓN DE LA COMUNIDAD EN TORNO AL TURISMO COMO FACTOR DE DESARROLLO LOCAL. CASO SAN PEDRO TULTEPEC, MÉXICO¹

¹ Fecha de recepción: 9 de abril de 2014
Fecha de modificación: 7 de noviembre de 2014
Fecha de aceptación: 23 de marzo de 2015

Para citar el artículo: García, A., Serrano, R., Osorio, M. y López, E. (2015). Percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo local. Caso San Pedro Tultepec, *Turismo y Sociedad*, XVI, pp. 43-65 DOI: <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n16.04>

COMMUNITY PERCEPTION AROUND TOURISM AS A FACTOR FOR LOCAL DEVELOPMENT, STUDY CASE San PEDRO TUTLTEPEC, MEXICO

Resumen

La percepción de la comunidad en torno al turismo es uno de los elementos fundamentales para el logro del desarrollo local de los destinos turísticos o potencialmente turísticos, que debe ser considerado en la realización de proyectos de turismo enfocados en la participación de la población local, que busquen la solución y prevención de ciertas problemáticas, además de los tradicionales beneficios económicos que genera esta actividad. En este trabajo se revisan los antecedentes teóricos y metodológicos de los estudios de la percepción de la comunidad en relación con la importancia del turismo como eje articulador del desarrollo local, a partir de la protección y el aprovechamiento de su patrimonio natural y cultural, específicamente de la localidad de San Pedro Tultepec en el estado de México. En el quehacer investigativo sobre este tema, la detección de las características de la localidad anfitriona que se desea investigar resulta enriquecedora, ya que se aportan elementos de la percepción de la comunidad que podrían contribuir en futuras investigaciones turísticas.

Palabras clave: Desarrollo local, sustentabilidad, turismo, percepción de la comunidad.

Abstract

The community's perception of tourism is one of the key elements for achieving local development of tourism and tourist potential destinations, which must be considered in tourism projects focused on the participation of the local population destinations; while looking for the solution and prevention of certain problems, in addition to traditional

economic benefits generated by this activity. In this paper the theoretical and methodological background of studies on community's perception regarding the importance of tourism as a linchpin for local development from the protection of their natural and cultural heritage, specifically San Pedro Tultepec in Mexico. In the research work on this subject is enriching the characteristics detection of the host community to be investigated, as elements of community's perception that contribute to future tourism research are provided.

Keywords: Local development, Sustainability, Tourism, Community perception.

Introducción

La comunidad anfitriona es imprescindible dentro de la actividad turística debido a que forma parte inherente del destino que se desea visitar, pues expresa y contagia su sentir con lo que le rodea y caracteriza, además de recibir directamente los impactos positivos y negativos derivados de la actividad. Por esta razón, conocer la percepción de la comunidad anfitriona puede ayudar en gran medida a detectar diversas problemáticas, necesidades y posibles soluciones, que pueden ser consideradas como punto de partida para lograr el desarrollo local mediante la participación de la comunidad en proyectos turísticos.

Debido a que se pretende estudiar la percepción de la comunidad desde un punto de vista turístico, se propone abordar los siguientes temas: turismo, desarrollo local, planeación turística y, por supuesto, percepción de la comunidad.

Para esclarecer el tema, se aborda brevemente el concepto 'turismo', destacando su importancia y evolución conceptual desde su reconocimiento moderno y hasta el surgimiento e integración de la 'sustentabilidad' como parte fundamental de esta actividad. Más adelante se plantea la relación del turismo con el 'desa-

rollo local'; este último concepto tiene como finalidad básica el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad anfitriona, objetivo que coincide con el de la 'planeación turística' y, a su vez, con el conocimiento de la 'percepción de la comunidad'. Sobre este tema, la percepción de la comunidad, se explica más a fondo su evolución, tocando los conceptos de percepción, cómo ha sido abordada en otras áreas, para posteriormente presentar lo concerniente a su abordaje en el turismo. Se identifican las características de los temas para plantear sus similitudes y diferencias en el apartado de discusión. Finalmente, se presentan las conclusiones, en las que se hace una reflexión acerca de la importancia del estudio de la percepción de la comunidad en torno al turismo, para su incorporación en la planeación turística y el desarrollo local.

Para iniciar, el significado del concepto 'desarrollo' ha pasado por una modificación y complementación con miras a explicar los elementos que lo componen y así expresar las diversas circunstancias y el amplio contexto en el que se circunscribe una comunidad que pretende alcanzar mejores condiciones de vida para sus integrantes. El concepto de desarrollo surgió en los años cuarenta, cuando se refería al crecimiento o incremento económico, el cual, apenas en los años sesenta dejó de considerarse únicamente como el mejoramiento de los índices económicos, como el PIB o el logro de la "industrialización", para integrar también el nivel de vida de la población, lo que dio origen al concepto conocido como 'desarrollo económico y social' (Serrano, Serrano y Osorio, 2011).

Posteriormente, en 1987 se reconsideró integrar el medio natural y cultural para adoptar el concepto de desarrollo sustentable, cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Acerenza, 2007). El desarrollo sustentable y el turismo

se integran al concepto de desarrollo local, el cual tuvo sus orígenes en la década de los setenta (Cárdenas, 2002; Carpio, 2001) como respuesta a la crisis de industrialización que agobiaba a algunos países y que buscaba una alternativa a los grandes proyectos basados en los ‘polos de crecimiento’, que no habían tenido muy buenos resultados, y enfocarse en lo pequeño y local, orientado a la movilización del potencial humano por medio de acciones locales en diversas áreas. Así, en esta propuesta es fundamental la revalorización individual y colectiva que debe favorecer la dinamización social y la incorporación de nuevos actores, así como la innovación en la comercialización y prestación de servicios, las nuevas tecnologías y fuentes de energía, y la revitalización de las pequeñas empresas, incluso las familiares.

Coffey y Polese (1985) ya señalaban que el desarrollo local es un proceso de crecimiento y cambio estructural de un territorio en el que se pueden identificar al menos tres dimensiones: una económica, caracterizada por un sistema de producción que permite a los empresarios locales usar eficientemente los factores productivos, generar economías de escala y aumentar la productividad a niveles que permiten mejorar la competitividad de los mercados; otra sociocultural, en la que el sistema de relaciones económicas y sociales, las instituciones locales y los valores sirven de base al proceso de desarrollo; y otra política y administrativa, en la que las iniciativas locales crean un entorno local favorable a la producción, con lo que se puede impulsar el desarrollo sustentable. En este caso, se está de acuerdo con Enríquez (1998), quien considera el desarrollo local como un proceso integral que está planteado como un proyecto común que combina crecimiento económico, equidad de géneros, calidad y equilibrio espacial, todo esto sustentado por un proceso de concertación de los diversos agentes de un municipio con el objetivo de elevar la calidad de vida de las personas y las familias

que viven, trabajan y establecen interacción en dicho territorio.

En este sentido, Boisier (2005) señala que el desarrollo local tiene como uno de sus objetivos que las comunidades recuperen o asuman sus propios procesos de cambio social, es decir, el desarrollo local debe constituir un proceso que garantice la promoción y construcción de la ciudadanía social y política, que permita que cada persona tenga la capacidad de desarrollarse plenamente.

De esta manera, el desarrollo local se basa en premisas como la amplia y activa participación de la población en el rescate de los niveles productivos necesarios y la identificación de los recursos disponibles para su utilización más eficaz. Además, debe darse como un proceso participativo que permita abordar y resolver los problemas sociales y económicos que se presentan en un territorio considerado como una unidad mínima. También se relaciona directamente con la posibilidad real de obtener los efectos deseados y de que los actores implicados en este proceso logren entender su nuevo papel y responsabilidades sociales, como hacerse conscientes, partícipes y generadores de dicho desarrollo mediante el cumplimiento que a cada quien le corresponde. En este contexto, el turismo se considera un instrumento o recurso fundamental para el desarrollo local, así como para la integración y participación de la comunidad receptora (Serrano *et al.*, 2011).

La percepción de la comunidad es un factor fundamental en el impulso del turismo. Esta percepción debe integrarse a la planeación de dicha actividad, puesto que, como ya lo han mencionado investigadores del tema como Ritchie (1998); el Programa Nacional de Turismo (SECTUR 2001); Getz (1994), Williams y Lawson (2001); Zhang *et al.* (2006); Ponce (2004); Monterrubio (2009); Monterrubio y Mendoza (2010); Zimbardo y Leippe (1991); Eagly y Chaiken (1993); Royo y Ruiz

(2009); Var, Kendall y Tarakcioglu (1985); Perdue *et al.* (1990); Keogh (1990); Allen *et al.* (1993); Lankford y Howard (1994), entre otros, la comunidad anfitriona determina el dinamismo tanto del desarrollo del turismo como de las interacciones entre la actividad y los actores involucrados.

El término ‘percepción’ proviene del latín *perceptio-ōnis* y se define como la acción y el efecto de percibir; así como la sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos, que deriva en el conocimiento, idea que se genera en las personas (Real Academia Española, 2012). La percepción ha sido estudiada fundamentalmente desde la psicología, en la que se define como “el proceso inicial de la actividad mental y no un derivado cerebral de estados sensoriales” (Oviedo, 2004, 89). Otros autores, como Ardiola (1980), Day (1981) y Rock (1985), definen la percepción como el proceso cognitivo de la conciencia en el que las cosas se reconocen, se interpretan y adquieren significado, para elaborar juicios de acuerdo con las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social. De lo anterior surge el concepto ‘percepción social’, en el que se ven involucrados los factores sociales y culturales que tienen que ver directamente tanto con ese ambiente físico como con el social. Por lo tanto, se abordan aspectos como las creencias, las actitudes, las opiniones, los valores o los roles sociales; es, pues, el reconocimiento de los individuos hacia algún fenómeno. Para efectos de esta investigación, la percepción de la comunidad se considera como la actitud positiva (disposición) o negativa (oposición) hacia el impulso del turismo como actividad socioeconómica dentro de una comunidad.

Durante años ha existido la intención de los países y gobiernos de medir o conocer la percepción de la comunidad sobre un fenómeno determinado, ya sea para conocer la satisfacción de los pobladores con una obra social, salud, cultura, o el impacto de una política

dada. En este sentido, diversas son las investigaciones encaminadas a este fin, entre ellas se pueden citar la de González (2003); Pérez y Miranda (2008).

Se cree que a finales de los años noventa del pasado siglo y principios del siglo XXI, surgió un interés creciente en el ámbito empresarial y turístico por integrar la percepción en las investigaciones y planes de desarrollo, no solo la del turista o consumidor, sino también la de la comunidad. Para el caso de México, Durand (2008), en su artículo titulado “De las percepciones a las perspectivas ambientales. Una reflexión teórica sobre la antropología y la temática ambiental”, señala que la percepción genera conocimiento, debido, en gran parte, a que se hace tomar conciencia de las interacciones de los grupos humanos con su entorno. En el contexto del turismo, para autores como Gunn (1988), Mathieson y Wall (1990 y 2006), Royo y Ruiz (2009), la comunidad residente es de suma importancia para la planificación de un destino turístico, ya que la disposición y el apoyo de los residentes influyen directamente en la calidad de los servicios y productos que se ofrecen al visitante (turistas y excursionistas), y es considerada como fundamental para el éxito del proyecto. Así, la percepción, en este caso, se refiere a la disposición y apoyo o, en dado caso, hasta oposición de los residentes para el desarrollo turístico.

Keogh (1990) menciona que la mayoría de los estudios que se realizan sobre las actitudes de los residentes hacia el turismo se llevan a cabo en los destinos donde este fenómeno ya se encuentra bien establecido. Pocos estudios han examinado las expectativas, esperanzas y preocupaciones de los residentes al preestablecimiento del desarrollo turístico. De igual forma, el autor menciona que no se debe culpar al turismo si no es adecuado en algunos aspectos de la vida de los residentes, pero sugiere tomarlos en cuenta desde un inicio y mantener la información a la mano, pues

resulta relevante como parte del proceso de consulta pública; además, el servicio en sí mismo debe ayudar en el proceso de planeación (Keogh, 1990).

Cabe resaltar que las personas generan un vínculo con su entorno, lo que significa un poder de interacciones constituido por experiencias históricas, culturales y sociales, lo que refleja un contexto social inmediato. Este vínculo de la comunidad con su entorno representa un eslabón clave en el conocimiento de las características, necesidades y otras peculiaridades de cierto lugar, al mismo tiempo que las razones de apoyo o rechazo hacia alguna actividad, para finalmente buscar soluciones enfocadas a situaciones en específico (Ambrož, 2008).

Por otro lado, existen estudios en destinos considerados turísticos en los que se concluye o resalta la importancia de las investigaciones sobre la percepción de la comunidad antes del mismo desarrollo turístico, para determinar la participación de los residentes en la planeación y el impulso del turismo.

En este sentido, Zielinski y Botero (2011), en su investigación *Percepción de la comunidad como indicador del ciclo de vida de un destino (CVDT)*, se refieren a la percepción como un instrumento ineludible, al que generalmente no se le da la importancia necesaria. Este aspecto sirve como indicador del ciclo de vida del desarrollo turístico en cierto destino pequeño. Otros autores han concluido que la percepción de la comunidad depende del tipo de turista que visita el área, más específicamente de la diferencia cultural entre el turista y el lugareño, el entorno cultural y el estrato sociocultural, la importancia económica del turismo para la comunidad, la visibilidad de los turistas, la gobernanza y las acciones de la autoridad local, el control que tiene la comunidad sobre el desarrollo del turismo y la historia del desarrollo turístico (velocidad, tiempo y tipo de desarrollo) (Faulkner &

Tideswell, 1997; Horn & Simmons, 2002; Zielinski y Botero, 2011).

En la investigación de Zielinski y Botero (2011) se enfatiza en la importancia de la percepción de la comunidad como un indicador de los impactos que tiene el turismo sobre la población local para el mismo desarrollo de la actividad turística y el local. Otros autores, como Lankford (1994), Lankford & Howard (1994), Ritchie (1998) y Andriotis & Vaughan (2003), sugieren que “un equilibrio de la percepción de los residentes sobre los costos y beneficios del turismo se considera un factor importante en la satisfacción del visitante y, por tanto, vital para el éxito de la industria del turismo” (Zielinski y Botero, 2011, p. 1378), que permitirá tanto la participación de la misma comunidad como el incremento en su calidad de vida. Esta información también es de gran utilidad para los planificadores, ya que les permite identificar las preocupaciones y cuestiones reales del área a fin de elaborar políticas y tomar medidas para optimizar los beneficios y minimizar los costos (Andriotis & Vaughan, 2003; Zielinski y Botero, 2011).

Uno de los comentarios que tienen los autores Zielinski y Botero (2011) respecto a su experiencia y resultados de la investigación es que las etapas de desarrollo turístico, sus tendencias en el tiempo y la información necesaria sobre las problemáticas para tomar decisiones locales y crear planes de acción y prevención de los impactos negativos se pueden determinar con tan solo el monitoreo de la percepción de la comunidad, instrumento de alerta temprana mucho más económica y sencilla que el modelo de ciclo de vida de un destino turístico (CVDT) planteado en la investigación realizada (Zielinski y Botero, 2011).

Otra de las investigaciones que se ha efectuado, referente a la percepción de la comunidad, es *El turismo interior en la Comunitat Valenciana: la percepción desde las entidades mu-*

nicipales y asociaciones turísticas, en la que los investigadores Vera *et al.* (2009) toman como parte fundamental de su metodología la aplicación de cuestionarios a las autoridades, esto con el fin de tener la oportunidad de expresar sus opiniones sobre aspectos clave relacionados con el turismo en la localidad (enfoque cualitativo). Esta tarea llevó a la realización de cuestionarios formales que pudieran proporcionar datos numéricos (enfoque cuantitativo) para valorar el significado que en cada caso se atribuye al turismo. La aportación realizada sobre estos fundamentos se basa en la percepción social del turismo, que es, incluso en la actualidad, la menos explorada a pesar de que algunos autores, como Riley & Love (2000), la consideran como pilar de la investigación en esta materia. La gran mayoría de las investigaciones realizadas sobre la percepción se refiere a aquella relacionada con los turistas hacia el destino, y deja en segundo plano la percepción de los residentes y la de los agentes actuantes.

El turismo rural fundamenta su desarrollo en la preservación del hábitat y la actividad habitual de la población (Reyna, 1994); sin embargo, la existencia de esta premisa corre el riesgo de no cumplirse al realizarse un turismo rural indiscriminado, conducido esencialmente por los intereses del mercado y basado en la explotación intensiva de los recursos tradicionales. El desarrollo rural depende del grado de integración con los modelos históricos de organización del medio rural y de las nuevas dinámicas territoriales, sociales, económicas y ambientales que trae consigo el turismo (Sancho y Vera 2008; Vera *et al.* 2009). Dentro de las conclusiones de esta investigación es importante reconocer lo siguiente:

Los resultados ponen de relieve el enorme grado de confianza y, quizá, las excesivas expectativas depositadas en el turismo como factor de desarrollo, en contraste con el reconocimiento de las limitaciones estructu-

rales que deben superarse para afrontar con éxito la configuración de un modelo turístico competitivo y sostenible. Aparecen de este modo una serie de cuestiones clave, como la valorización del patrimonio, la necesidad de una mejor estructuración de la oferta turística, la colaboración entre municipios y la cooperación territorial en las políticas de promoción y diseño del producto, la necesidad de planificar procesos frente a las tendencias espontáneas, la concertación público-privada, o la coordinación entre administraciones. (Vera *et al.*, 2009, p. 30).

Dentro de las investigaciones relacionadas con el tema de la percepción se puede citar la tesis de Santana (2011), titulada *Estudio sociodemográfico de los impactos del turismo para el desarrollo local del municipio Morón, Cuba*, publicada en la revista *Estudio y Perspectivas*. En ella se pretende destacar que existe un avance en las investigaciones respecto al turismo, aunque pocas han prestado atención a los aspectos relacionados con la percepción de la comunidad, aspectos que permitan conocer, entre muchos otros temas, la concepción respecto a los impactos del turismo, pero se destacan las siguientes: Belisle & Hoy, 1980; Bastias & Var, 1996; Sirakaya, Teye & Sonmez, 2002; Gursoy & Rutherford, 2005.

De acuerdo con Santana (2011), la evaluación de los impactos sociales del turismo tiene una gran carga de subjetividad dado que:

... comprende aspectos de la participación consciente del hombre en esta actividad; es decir, su posición de aceptación o rechazo al desarrollo turístico. Sin lugar a dudas, la asimilación y actitud de la población local sobre los impactos [son] de gran importancia, pues es ella quien manifestará la presión que está soportando frente a la actividad turística que se está desplegando. De ello se desprende una mayor complejidad de la evaluación, teniendo que asumir la utili-

zación de modelos experimentales o cuasi experimentales. (Santana, 2011, pp. 23-24).

En este sentido, el conocimiento de la percepción de la comunidad permite realizar reflexiones respecto a las contribuciones o repercusiones que trae consigo cierta actividad, en este caso sobre el turismo. La autora destaca que se presentan diversas ideas en torno a la evaluación de los impactos del turismo debido a la complejidad de las interrelaciones entre una gran cantidad de variables que se determinan antes de iniciar el proyecto turístico, y que además son distintas de las que se establecen una vez el proyecto está en marcha y los turistas llegan.

Esto conduce a cambios en las formas en que deben organizarse y ejecutarse los planes; del alcance de la satisfacción de los objetivos para

los que fueron creados dependerá también la profundidad de los impactos ocasionados. Por lo tanto, los impactos básicamente serán resultados de las interacciones entre turistas, áreas de destino y su población residente (Santana, 2011, p. 24).

La aceptación o el rechazo de la comunidad por el desarrollo de proyectos turísticos define en gran parte el porvenir de dicha actividad, ya que la comunidad debe integrarse a tales proyectos desde su concepción para lograr la finalidad que generalmente este tipo de proyectos tiene: beneficiar a la comunidad receptora.

En la tabla 1 se destacan las características generales que, de acuerdo con lo planteado por diversos autores que han realizado estudios de la percepción, deben considerarse:

Tabla 1. Características generales de la percepción

<i>Autores y año de publicación</i>	<i>Características de la percepción</i>
Getz (1994)	Carácter subjetivo.
Zimbardo & Leippe (1991); Eagly & Chaiken (1993); Gursoy <i>et al.</i> (2002); Royo y Ruiz (2009).	Actitud como predisposición.
Var, Kendall & Tarakcioglu (1985); Perdue <i>et al.</i> (1990); Keogh (1990); Allen <i>et al.</i> (1993); Lankford & Howard (1994); Monterrubio (2009); Monterrubio y Mendoza (2010); Ponce (2004).	Percepciones de oportunidades y participación. Actitudes hacia el turismo.
Smith (1989); Urry (1990 y 2002); Ap & Crompton (1993); Aguiló <i>et al.</i> (2004).	Opiniones, actitudes y debates.
Gursoy <i>et al.</i> (2002).	Actitud de los residentes. Armonía de intereses de residentes y autoridades.
Dogan (1989); Gee <i>et al.</i> (1989); Gunn (1988); McIntosh & Goeldner (1990); Gursoy <i>et al.</i> (2002).	Categorías básicas que inciden en la percepción de los impactos del turismo por parte de la comunidad.
Pizam (1978); Sheldon & Var, (1984); Um & Crompton (1987); Allen <i>et al.</i> (1988); Long <i>et al.</i> (1990); Madrigal (1993).	Factores específicos.
Royo y Ruiz, (2009).	Influencias externas. Experiencia.
Sethna & Richmond (1978); Belisle & Hoy (1980); Tyrrell & Spaulding (1984); Var <i>et al.</i> (1985); Davies <i>et al.</i> (1988); Lankford (1994); Jurowski <i>et al.</i> (1997); Ritchie (1998); Tosun (2002).	Beneficios económicos.

<i>Autores y año de publicación</i>	<i>Características de la percepción</i>
Pizam (1978); Rothman (1978); Murphy (1983); Esman (1984); Sheldon & Var (1984); Liu & Var (1987); Sethna & Richmond (1978); Keogh (1990); Harrison (1992); Brunt & Courtney (1999); Besculides <i>et al.</i> (2002);	Beneficios sociales y culturales.
Ponce (2004); Monterrubio (2008 y 2009); Monterrubio y Mendoza (2010).	Reacciones negativas.
Ritchie (1998); Programa Nacional de Turismo (SECTUR 2001).	La comunidad local determina su calidad de vida (desarrollo económico, ambiental, social y cultural).
Getz (1994); Williams & Lawson (2001); Zhang <i>et al.</i> (2006).	Identificación de razones de apoyo u oposición al desarrollo de proyectos turísticos.
Gursoy & Rutherford (2003).	Variabilidad de los impactos del turismo.
Long <i>et al.</i> (1990); Madrigal, (1995).	Dependencia económica.
Bourdieu (1994).	Heterogeneidad de las comunidades y jerarquización de las clases sociales.

Fuente: Elaboración propia, 2013.

Como se observa, algunos autores consideran que la percepción tiene un carácter subjetivo, pues es un proceso de aprendizaje que produce conocimiento o experiencia sobre el entorno, mientras que otros postulan que la percepción es una evaluación hacia un objeto, de algo o de alguien, a lo largo de un continuo que va desde el agrado hasta el desagrado. Las actitudes han sido asimismo definidas como predisposiciones aprendidas para responder consciente o inconscientemente a un objeto o clase de objetos (factor genérico). Las actitudes sugieren que las percepciones de oportunidades y participación en actividades de ocio constituyen el predictor más significativo de las actitudes hacia el turismo, ya que las opiniones y los debates de los residentes sobre los impactos del turismo son elementos indispensables para el análisis del turismo, así como también para la toma de decisiones relacionadas con el diseño y la definición más rigurosa de la planificación y las políticas públicas turísticas, en las que debe existir armonía entre los intereses de los residentes y de las autoridades encargadas del plan de desarrollo turístico (Var *et al.* (1985); Perdue *et al.* 1990; Smith, 1989; Keogh, 1990; Zimbardo

& Leippe, 1991; Ap, 1993; Eagly & Chaiken, 1993; Allen *et al.* 1993; Getz, 1994; Lankford & Howard, 1994; Gursoy *et al.* 2002; Ponce, 2004; Monterrubio, 2009; Royo y Ruiz, 2009; Aguiló *et al.* 2004; Monterrubio y Mendoza, 2010; Carballo, 2012).

La comunidad receptora se ve influida por el impacto percibido del turismo en tres categorías básicas de beneficios y costes: económicos, medioambientales y sociales. También influyen factores específicos tales como haber nacido en la comunidad, el tiempo de residencia, el nivel de estudios, la distancia de la residencia a la zona turística central, la dependencia económica de la industria turística, entre otros. Finalmente, se presentan influencias externas, por ejemplo, la familia, los grupos sociales, la educación y la experiencia (Pizam, 1978; Belisle & Hoy, 1978 y 1980; Um & Crompton 1987; Sheldon & Var, 1984; Allen *et al.* 1988; Gunn, 1988; Dogan, 1989; Gee *et al.* 1989; McIntosh & Goeldner, 1990; Long *et al.* 1990; Madrigal, 1993; Gursoy *et al.* 2000; Gursoy *et al.* 2002; Royo y Ruiz, 2009).

Los beneficios económicos que la comunidad residente espera del desarrollo turístico se traducen en opciones de empleo, ingresos derivados del sector turístico y oportunidades de inversión y de negocio. En el caso de los beneficios sociales y culturales, se refieren a un aumento de las actividades lúdicas para los residentes, a la mejora de los servicios y de la infraestructura pública, así como al efecto inspirador sobre el cambio social. El turismo incrementa el orgullo y la identidad cultural, la cohesión y el intercambio de ideas; a su vez, mejora el conocimiento de la cultura de la zona, crea oportunidades de intercambio cultural, revitaliza las tradiciones locales, aumenta la calidad de vida y mejora la imagen de la comunidad (Pizam, 1978; Rothman, 1978; Sethna & Richmond, 1978; Belisle & Hoy, 1980; Esman, 1984; Tyrrell & Spaulding, 1984; Sheldon & Var, 1984; Var *et al.* 1985; Davies *et al.* 1988; Davies *et al.* 1988; Keogh, 1990; Harrison, 1992; Lankford, 1994; Jurowski *et al.* 1997; Ritchie, 1998; Brunt & Courtney, 1999; Programa Nacional de Turismo, SECTUR 2001; Tosun, 2002; Besculides *et al.* 2002).

Los esfuerzos de inversión turística pueden ser reforzados o severamente obstaculizados por reacciones negativas provenientes de las comunidades anfitrionas. La comunidad local juega un papel importante en su determinación de calidad de vida (desarrollo económico, ambiental, social y cultural), por lo que la identificación de las razones de apoyo u oposición al desarrollo de proyectos turísticos resulta fundamental para minimizar los impactos negativos y maximizar el apoyo local hacia otras alternativas (Getz, 1994; Ritchie, 1998; Programa Nacional de Turismo, SECTUR 2001; Williams & Lawson, 2001; Ponce, 2004; Zhang & Inbakaran, 2006; Monterrubio, 2009; Monterrubio y Mendoza, 2010).

También hay que considerar la variabilidad de los impactos del turismo. Estos son distintos de destino a destino, por eso es de suma importancia social, cultural, económica y aca-

démica identificar los efectos socioculturales específicos que el turismo está generando, especialmente en destinos cuya población local cuenta con un índice de dependencia significativa con respecto al turismo y donde no se puede considerar a las poblaciones locales como homogéneas, sino jerarquizadas en clases sociales, las cuales, por medio de sus respectivos hábitos, valoran diferencialmente los diversos productos y prácticas de consumo (Long *et al.* 1990; Madrigal, 1995; Bourdieu, 1994; Gursoy & Rutherford, 2005).

Con estas características generales planteadas, se puede comprender con mayor amplitud lo relacionado con la percepción de la comunidad y algunas de sus características que no deben dejarse de lado. Estas características también permiten encaminar la investigación para determinar la percepción de la localidad de San Pedro Tultepec en torno al turismo como factor de desarrollo local.

Metodología

Para esta investigación se ha elegido como lugar de estudio la comunidad de San Pedro Tultepec, en el estado de México, por las siguientes razones:

- Las investigaciones ya realizadas sobre la percepción de la comunidad sugieren que el estudio debe llevarse a cabo antes de que se desarrolle el turismo en el lugar.
- La Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Secretaría de Turismo (SECTUR) han realizado publicaciones con la finalidad de dar a conocer las nuevas tendencias del turismo, lo que sugiere que el turista actual va en búsqueda del contacto con la naturaleza, la cultura y la sociedad de un lugar distinto al de su residencia. Por lo tanto, la riqueza cultural y natural que tiene la localidad de San Pedro Tultepec se considera susceptible de aprovechamiento turístico.

- La información que brinda este estudio enriquece los proyectos turísticos presentes y futuros propios del lugar, así como también las investigaciones sobre el tema percepción de la comunidad.

Reseña de San Pedro Tultepec

San Pedro Tultepec, que en náhuatl significa “en el cerro del tule”, pertenece al municipio

de Lerma, estado de México. Se localiza aproximadamente a 54 kilómetros de la ciudad de México y a unos 10 kilómetros de la ciudad de Toluca (ver figura 1). Las poblaciones más cercanas son las siguientes: al norte, Lerma; al oriente, Ocoyoacac; y al poniente, San Mateo Atenco. Su altitud es de 2576 m.s.n.m. (Orihuela, 1993; Albores, 1995; Sánchez, Rozga, Madrigal, Villavicencio y Franco, 2010; Viesca, Flores, Romero, Garduño y Quintero, 2011).

Figura 1. Mapa de ubicación de San Pedro Tultepec, México.



Fuente: Google Maps, 2014.

Originalmente, los pobladores de esta región se dedicaban a la elaboración de artesanías de tule, pero con el paso del tiempo pasaron a fabricar muebles de madera, su principal actividad económica hoy en día (Orihuela, 1993; Albores, 1995; Sánchez *et al.* 2010; Viesca *et al.* 2011).

Años atrás San Pedro Tultepec fue una isla rodeada de tulares y esteros de aguas limpias en la laguna de Chimaliapan, que era la segunda laguna que daba vida al río Chiconahuatenco, en cuyos márgenes vivió el importante grupo étnico de los matlatzincas.

Actualmente se le conoce como río Lerma (Albores, 1995; Centro Nacional de Desarrollo Municipal, 2001; Sánchez *et al.* 2010; Viesca *et al.* 2011).

Desde la conquista española, los naturales de Ocoyoacac tenían a la isla de Tultepec dentro de sus límites y propiedades, hasta que el fundador del pueblo de San Pedro Tultepec, el Lic. Quiroga, obtuvo en compra la isla para construir uno más de sus pueblos hospitales (Orihuela, 1993; Albores, 1995; Centro Nacional de Desarrollo Municipal, 2001; Sánchez *et al.* 2010; Viesca *et al.* 2011).

Problema de investigación

La pregunta de investigación es la siguiente: ¿cuál es la percepción de la comunidad de San Pedro Tultepec en torno al impulso del turismo en su localidad?

Para responder el interrogante formulado, se plantea la siguiente hipótesis: la percepción de la comunidad anfitriona es una actitud positiva o negativa que ayuda en gran medida a detectar diversas problemáticas, necesidades y posibles soluciones que pueden ser consideradas como punto de partida para lograr el desarrollo local por medio de la participación de la comunidad en proyectos turísticos.

El objetivo general de esta investigación es analizar la percepción de la comunidad de San Pedro Tultepec en torno al turismo, de manera que se puedan identificar los factores de la localidad que deben ser considerados en la realización de proyectos turísticos de desarrollo local.

Para alcanzar el objetivo general se realizaron los siguientes objetivos particulares:

- Caracterizar el turismo como forma de desarrollo local mediante revisión bibliográfica.
- Identificar los elementos teórico-conceptuales de la percepción de las comunidades en torno al turismo.
- Describir la localidad de San Pedro Tultepec.
- Diseñar el instrumento metodológico.
- Analizar e interpretar los resultados del cuestionario.

Para lograr primer objetivo específico (caracterizar el turismo como forma de desarrollo local), se efectuó una búsqueda de investiga-

ciones en libros y artículos sobre desarrollo, desarrollo local, sustentabilidad y turismo, con el ánimo de describir de manera general la evolución y vinculación de los conceptos.

Con miras a alcanzar el segundo objetivo específico enunciado (identificar los elementos teórico-conceptuales de la percepción de las comunidades en torno al turismo), se realizó la revisión de artículos sobre la percepción de la comunidad en general para identificar los conceptos y características del tema. También se revisaron diversos artículos científicos de otras áreas para conocer las aplicaciones del tema. Finalmente, se revisaron y analizaron las investigaciones enfocadas al turismo para identificar cómo las han realizado, de manera que se realizó una propuesta para obtener la información de esta investigación. En su totalidad fueron recuperados de manera digital en revistas científicas.

El alcance del tercer objetivo particular (describir la localidad de San Pedro Tultepec) implicó la revisión de las investigaciones (tesis) y estadísticas sobre el lugar, para identificar así sus características e historia. Durante la investigación se efectuaron visitas de familiarización para observar de manera cercana la dinámica social e identificar aspectos positivos y negativos.

El logro del cuarto objetivo particular (diseñar el instrumento metodológico) supuso recurrir al análisis de las metodologías de las investigaciones sobre percepción de la comunidad en torno al turismo, lo que permitió identificar los elementos que el cuestionario debe contener y cómo delimitar su aplicación.

Para alcanzar el quinto objetivo específico (analizar e interpretar los resultados del cuestionario), en primera instancia, con base en la población de la localidad, se obtuvo una muestra para delimitar cuántos cuestionarios se debían aplicar. Al finalizar la aplicación, la información se sistematizó en el SPSS para

conocer el porcentaje de respuesta de cada ítem y se realizó un análisis factorial del instrumento. Posteriormente, se llevó a cabo una interpretación de los resultados con base en los autores que han realizado investigaciones sobre la percepción de la comunidad en torno al turismo.

La obtención de la información se logró gracias al diseño de un cuestionario (cuarto objetivo específico), que abordó las dimensiones social, ecológica, económica y turística, con base en autores como Faulkner & Tideswell (1997 o 2010); Mason & Cheyne (2000);

Gursoy & Rutherford (2005); Ambrož (2008); Mendoza, Rodríguez y Enciso (2013); Montterrubio, Mendoza y Huitrón (2013), entre otros. Ellos han planteado los temas de interés indispensables para conocer la percepción de la comunidad acerca del desarrollo del turismo y los elementos que se encuentran ligados a la misma actividad (tabla 2).

Los ítems son presentados en la escala Likert en forma de afirmaciones, con una escala de 1 a 5: (1: muy en desacuerdo; 2: en desacuerdo; 3: ni en desacuerdo ni de acuerdo; 4: de acuerdo y 5: muy de acuerdo).

Tabla 2. Dimensiones del cuestionario

<i>Dimensión</i>	<i>Ítems</i>
Social	<ul style="list-style-type: none"> – Me siento orgulloso de pertenecer a esta comunidad. – Estoy interesado en la preservación de sus costumbres y tradiciones. – Quiero que los turistas vengan a conocer mi comunidad. – La presencia de turistas cambiará mi modo de vida. – El abuso de alcohol es un problema serio de la comunidad. – La falta de trabajo es un problema serio de la comunidad – La migración es un problema serio de la comunidad – Los conflictos por la tierra son comunes entre los habitantes. – La laguna está muy contaminada.
Ecológica	<ul style="list-style-type: none"> – La preservación de la vida silvestre es fundamental para el turismo. – La preservación de la laguna es muy importante para el turismo. – Conservar los lugares culturales e históricos es muy importante para el turismo. – La promoción del tejido de tule como artesanía puede atraer más turismo. – El turismo puede lograr que la laguna y otros recursos naturales y culturales sean rescatados.
Económica	<ul style="list-style-type: none"> – La seguridad pública va a mejorar cuando vengan los turistas. – Habrá mejor transporte público si vienen los turistas. – El turismo va a generar más empleos para la población local. – El turismo va a lograr que se generen más comercios. – Es más fácil para las mujeres conseguir un empleo en el turismo. – Es mejor trabajar en la agricultura que en el turismo.
Turística	<ul style="list-style-type: none"> – Un proyecto turístico beneficiará a la comunidad. – Participar en algún proyecto turístico será conveniente para mí. – Me gustaría que San Pedro Tultepec fuera un destino turístico.

Fuente: Elaboración propia, 2013.

La muestra se calculó con base en la población total de 12 368 habitantes (6226 hombres y 6142 mujeres) (INEGI. Censo de Población y Vivienda 2010; Plan de Desarrollo Municipal, 2013). Se consideró un margen de error del 5 %

y un nivel de confianza del 95 %. En este sentido, se obtuvo una muestra de 373 personas. Finalmente, se aplicaron 393 cuestionarios en total, de los cuales 389 fueron válidos debido a que cumplieron con las indicaciones descritas

de llenado. El cuestionario se aplicó a personas de 18 a 60 años, excluyendo a personas que tuvieran algún impedimento para responder libre y conscientemente. Los cuestionarios se aplicaron en la localidad de San Pedro Tultepec de octubre de 2013 a marzo de 2014.

Resultados

En la tabla 3 se expone, a manera de resumen, la interpretación de resultados integrados con

los comentarios tanto positivos como negativos realizados por las personas encuestadas, con la finalidad de identificar en cada ítem los elementos de mayor interés para la comunidad. Esta información se debe incorporar a las investigaciones para la planeación turística en San Pedro Tultepec, pues con ella se podrán realizar proyectos específicos para aprovechar el patrimonio cultural y natural integrando a la comunidad, al mismo tiempo que se podrían mitigar y prevenir otras problemáticas futuras.

Tabla 3. Resumen de cuestionario con porcentaje representativo

<i>Dimensión</i>	<i>% Representativo</i>	<i>Ítem</i>	<i>Comentarios</i>	<i>Expectativa del turismo</i>
Social	84,9	Se siente orgulloso de pertenecer a esta comunidad.	Deficiencia en servicios como el drenaje, vías de acceso y depósitos de basura.	Mejora de servicios.
	8,1	Está interesado en la preservación de sus costumbres y tradiciones.	Apertura de algunas otras formas o actividades de desarrollo.	Preservación y reforzamiento de identidad a la comunidad como atractivo turístico.
	86,9	Quiere que los turistas vayan a conocer su comunidad.	Beneficio solo para unos cuantos y que actualmente no hay actividades que realizar.	Mayores ventas en sus comercios, que se refleja en la mejoría de sus ingresos económicos.
	71,4	La presencia de turistas cambiará su modo de vida.	En qué medida se verían inmersos en la actividad turística.	Benéfico para la mayoría.
	80,0	El abuso de alcohol es un problema serio de la comunidad.	Se requiere mayor oferta de estudios y trabajo para que la gente ocupe su tiempo en actividades productivas.	Incremento de la oferta educativa y laboral.
	81,3	La falta de trabajo es un problema serio de la comunidad.	Disminución de sus únicas fuentes de ingreso (agricultura y comercio) por erosión del suelo y creciente competencia.	Incremento de la oferta laboral, abriendo nuevas áreas y puestos de desempeño.
	68,1	La migración es un problema serio de la comunidad.	Se van de San Pedro en busca de un trabajo para proveer a su familia (padres y/o esposa e hijos). Algunos regresan a poner un negocio propio o a trabajar en la agricultura.	Con el turismo y la apertura de nuevas fuentes de trabajo podría disminuir la migración de sus familiares y amigos.

<i>Dimensión</i>	<i>% Representativo</i>	<i>Ítem</i>	<i>Comentarios</i>	<i>Expectativa del turismo</i>
Social	70,0	Los conflictos por la tierra son comunes entre los habitantes.	Comunidades aledañas y el gobierno han querido apropiarse de las tierras para hacer uso de los recursos que tienen.	Aprovechar tierras.
	64,6	La laguna está muy contaminada.	Contaminación por desechos vertidos por las fábricas. Plaga de lirio acuático.	La laguna vista como uno de sus atractivos más importantes y característicos.
Ecológica	91,8	La preservación de la vida silvestre es fundamental para el turismo.	Escasez y extinción de algunas especies.	Recuperación y preservación de especies.
	91,0	La preservación de la laguna es muy importante para el turismo.	Limpieza y aprovechamiento para la comunidad y el turismo.	La laguna es uno de los atractivos centrales para la realización de actividades turísticas.
	83,5	Conservar los lugares culturales e históricos es muy importante para el turismo.	Difundir su riqueza cultural e histórica susceptible de aprovechamiento turístico.	Atractivo turístico.
	95,1	La promoción del tejido de tule como artesanía puede atraer más turismo.	Es fundamental incrementar la producción y promoción de dicha artesanía, que está desapareciendo.	Atractivo turístico.
	92,3	El turismo puede lograr que la laguna y otros recursos naturales y culturales sean rescatados.	Invertir para tener atractivos turísticos con mejor imagen.	Rescate, preservación y fomento.
Económica	74,9	La seguridad pública va a mejorar cuando vengan los turistas.	Avance para dar una mejor imagen.	Mayor inversión para y por el turismo.
	70,1	Habrà mejor transporte público si vienen los turistas.	Con la llegada de turistas, este mejorará, ya que incrementarán los estándares de los servicios.	Mayor inversión para y por el turismo.
	80,7	El turismo va generar más empleos para la población local.	Inquietud sobre en qué medida será incluida la población local en esa oferta.	Gran oportunidad para su inmersión dentro de una actividad que permitirá su crecimiento económico.
	92,3	El turismo va a lograr que se generen más comercios.	Por la llegada de turistas se requerirá incrementar la oferta.	Ofrecer y diversificar los productos de San Pedro Tultepec. Mayor alcance de beneficios para la mayoría.

<i>Dimensión</i>	<i>% Representativo</i>	<i>Ítem</i>	<i>Comentarios</i>	<i>Expectativa del turismo</i>
Económica	83,1	Es más fácil para las mujeres conseguir un empleo en el turismo.	Cómo podrían las madres amas de casa, y en algunas ocasiones jefas de familia, hacer compaginar sus actividades laborales con sus actividades familiares e incluso con otro trabajo.	Mayor organización, planeación e innovación de actividades por la naturaleza sensible y organizada de la mujer.
	37,8	Ni de acuerdo ni en desacuerdo si es mejor trabajar en la agricultura que en el turismo.	Actualmente no existen otras formas de empleo más que el comercio (misceláneas, artesanías, venta de muebles) y la agricultura, pero realmente ven grandes oportunidades en el turismo para su desarrollo laboral y personal si se les integra activamente en este.	Participación activa remunerada en actividades turísticas.
Turística	94,1	Un proyecto turístico beneficiará a la comunidad.	El turismo es una oportunidad para tener empleo.	Desarrollo económico y mejoramiento de la calidad de vida.
	95,2	Participar en algún proyecto turístico será conveniente para la población.	La población receptora es la que mejor conoce su dinámica social y recursos naturales y culturales para su aprovechamiento.	Población inmersa dentro del desarrollo turístico. Organizar actividades, solucionar y prever problemáticas.
	94,6	Le gustaría que San Pedro Tultepec fuera un destino turístico.	Cuenta con atractivos naturales y culturales que, sin lugar a dudas, se pueden aprovechar adecuadamente para el desarrollo del turismo.	Participación activa remunerada. Desarrollo económico y mejoramiento de la calidad de vida.

Fuente: Elaboración propia, 2014.

La tabla 3 resume el cuestionario con porcentaje representativo, integra los comentarios realizados por la población encuestada y permite observar algunas de las problemáticas existentes en San Pedro Tultepec, al mismo tiempo que evidencia la expectativa que la comunidad tiene sobre y para el turismo, como a continuación se explica:

- **Dimensión social.** Es notorio que en gran medida los conflictos existentes se deben a la poca oferta educativa y laboral, por lo que la población cree que
- **Dimensión ecológica.** Se observa que gran parte de la comunidad está a favor del rescate y la preservación de su patrimonio natural y cultural, para aprovecharlo como

con el turismo se puede incrementar esta oferta, lo que conlleva a una mayor organización y a un mejor aprovechamiento de sus recursos. La población visualiza el turismo como un recurso que puede mejorar los servicios básicos y la imagen del lugar, e incluso traer beneficios para la mayoría.

un atractivo turístico y como oportunidad para fomentar ese rescate y esa preservación.

- **Dimensión económica.** La población cree que es fundamental mejorar los servicios de seguridad, transporte, drenaje, limpieza, entre otros, para que, de igual forma, mejore la imagen de San Pedro. Para ello se requiere destinar mayor inversión económica del gobierno e inversión de tiempo y esfuerzo por parte de la población, para conservar en óptimas condiciones estos servicios. La población requiere participar en el turismo, sector en el que hombres y mujeres puedan desarrollarse laboralmente, organizando y planeando actividades para aprovechar sus atractivos naturales y culturales con el objetivo de beneficiar a la mayoría posible.
- **Dimensión turística.** La comunidad es consciente de que la población receptora es la que mejor conoce su dinámica social y recursos naturales y culturales, por lo

que se vería inmersa en la planeación para el adecuado aprovechamiento.

Observando la interpretación de los resultados, se puede afirmar que la comunidad está a favor del impulso del turismo, ya que representa una oportunidad para participar en la planeación del fenómeno en busca del rescate, la preservación y el aprovechamiento adecuado de su patrimonio cultural y natural, con la clara finalidad de tener un empleo que le permita mejorar su calidad de vida.

En relación con los autores

De acuerdo con los resultados del cuestionario aplicado a la comunidad de San Pedro Tultepec en torno al impulso del turismo en su localidad, y de los comentarios realizados durante las visitas, se realizó su debida interpretación para vincularla a lo planteado por los autores citados en la tabla 1 sobre las características generales de la percepción, como se presenta en la tabla 4:

Tabla 4. En relación con los autores

<i>Autores y año de publicación</i>	<i>Características de la percepción</i>	<i>Interpretación de estudio de campo en San Pedro Tultepec</i>
Carballo (2012).	Carácter subjetivo	La comunidad se siente familiarizada con el turismo y lo evalúa como una actividad de agrado para sus habitantes y para los turistas.
Zimbardo & Leippe (1991); Eagly & Chaiken (1993); Gursoy <i>et al.</i> (2002); Royo y Ruiz (2009).	Actitud como predisposición.	La actitud a favor del impulso turístico se debe a que la comunidad conoce algunos casos en los que el turismo es un elemento importante para el mejoramiento de la calidad de vida.
Var, Kendall & Tarakcioglu (1985); Perdue <i>et al.</i> (1990); Keogh (1990); Allen <i>et al.</i> (1993); Lankford & Howard (1994); Monterrubio (2009); Monterrubio y Mendoza (2010); Ponce (2004).	Percepciones de oportunidades y participación. Actitudes hacia el turismo.	La actitud de la comunidad respecto al turismo en su localidad es positiva debido a que visualiza oportunidades de integración y participación.

<i>Autores y año de publicación</i>	<i>Características de la percepción</i>	<i>Interpretación de estudio de campo en San Pedro Tultepec</i>
Smith (1989); Aguiló <i>et al.</i> (2004 y 2007).	Opiniones, actitudes y debates.	La misma comunidad es consciente de que sus opiniones y debates sobre el turismo y los impactos de la actividad son elementos indispensables para realizar las propuestas, soluciones, etc., adecuadas para mitigar problemáticas.
Gursoy <i>et al.</i> (2002).	Actitud de los residentes. Armonía de intereses de los residentes y las autoridades.	La actitud favorable facilita el diseño y la planificación de las políticas públicas turísticas, las cuales han de basarse en la armonía entre los intereses de los residentes y las autoridades encargadas.
Dogan (1989); Gee <i>et al.</i> (1989); Gunn (1988); Gursoy <i>et al.</i> (2000); McIntosh & Goeldner (1990); Gursoy <i>et al.</i> (2002).	Categorías básicas que inciden en la percepción de los impactos del turismo por parte de la comunidad.	La percepción de la comunidad a favor del turismo se ve influida por los beneficios ecológicos, sociales y principalmente económicos.
Pizam (1978); Belisle & Hoy, (1978, 1980); Sheldon & Var, (1984); Liu & Var (1986); Um & Crompton (1987); Allen <i>et al.</i> (1988); Long <i>et al.</i> (1990); Madrigal (1993).	Factores específicos.	Los factores que influyen en la percepción sobre el turismo son haber nacido en la comunidad y el tiempo de residencia, ya que la comunidad conoce los cambios y sucesos que involucran a la localidad. En la comunidad no hay turismo, existe una afluencia de visitantes por la compra de muebles, por lo que no se pueden considerar otros factores posteriores al turismo.
Royo y Ruíz, (2009).	Influencias externas. Experiencia.	En la comunidad existe gran unión familiar, razón por la cual las decisiones se ven influidas. Además, los pobladores que no poseen propiedades ejidales temen no ser involucrados en la planeación del turismo y, por ende, no ser beneficiados por dicha actividad.
Sethna & Richmond (1978); Belisle & Hoy (1980); Tyrrell & Spaulding (1984); Var <i>et al.</i> (1985); Davies <i>et al.</i> (1988); Davies <i>et al.</i> (1988); Lankford (1994); Jurowski <i>et al.</i> (1997); Ritchie (1998); Tosun (2002).	Beneficios económicos.	Los beneficios económicos que la comunidad residente espera del desarrollo turístico se traducen en opciones de empleo, oportunidades de inversión y de negocio, y mejoramiento de servicios públicos.
Pizam (1978); Rothman (1978); Esman (1984); Sheldom & Var (1984); Liu <i>et al.</i> (1987); Sethna & Richmond (1978); Keogh (1990); Harrison (1992); Brunt & Courtney (1999); Besculides <i>et al.</i> (2002).	Beneficios sociales y culturales.	Los beneficios sociales y culturales para la comunidad significan un incremento del orgullo, la identidad cultural y las actividades lúdicas para la población de San Pedro Tultepec. El turismo revitaliza las tradiciones locales, mejora la imagen de la comunidad y la calidad de vida.

<i>Autores y año de publicación</i>	<i>Características de la percepción</i>	<i>Interpretación de estudio de campo en San Pedro Tultepec</i>
Ponce (2004); Monterrubio (2009); Monterrubio y Mendoza (2010).	Reacciones negativas.	Algunas personas, aunque muy pocas, se sienten indiferentes respecto a cómo se les puede integrar, cómo pueden participar y en qué les puede beneficiar el turismo. Para la planeación del turismo, es de suma importancia indagar en las respuestas negativas o indiferentes, para encontrar soluciones que no obstaculicen la inversión turística.
Ritchie (1998); Programa Nacional de Turismo (SECTUR 2001).	La comunidad local determina su calidad de vida (desarrollo económico, ambiental, social y cultural).	La comunidad local juega un papel importante en el desarrollo económico, ecológico, social y cultural.
Getz (1994); Williams & Lawson (2001); Zhang <i>et al.</i> (2006).	Identificación de razones de apoyo u oposición al desarrollo de proyectos turísticos.	Es fundamental identificar las razones de apoyo u oposición al desarrollo de proyectos turísticos, para así minimizar impactos negativos y maximizar el apoyo local hacia otras alternativas.
Gursoy & Rutherford (2003).	Variabilidad de los impactos del turismo.	San Pedro Tultepec no es un destino turístico, sin embargo, se deben identificar los efectos socioculturales que puede traer el turismo y prevenir futuras problemáticas.
Long <i>et al.</i> (1990); Madrigal, (1993).	Dependencia económica.	Es fundamental definir el alcance del turismo, ya que no es recomendable que se considere y desarrolle como la única actividad económica de la localidad. En este caso, se pueden apoyar otras actividades, como la agricultura y el comercio de muebles, entre otras.
Bourdieu (1994).	Heterogeneidad de las comunidades y jerarquización de las clases sociales.	Se debe profundizar en la población local para conocer las clases sociales existentes, cómo influyen y de qué manera se pueden integrar.

Fuente: Elaboración propia, 2013-2014

El tipo de turismo más adecuado por desarrollar en cualquier destino debe ser una respuesta a la problemática ambiental que se esté presentando o previendo, por muy grande o pequeña que sea, atendiendo estrictamente a las características del lugar en el que se busca el desarrollo turístico, en la búsqueda del aprovechamiento y rescate del patrimonio natural y cultural que permita la participación activa de la población, así como del turista,

beneficiando y mejorando el nivel de vida de la comunidad, lo que podría reflejarse en el incremento de una conciencia, por parte de la comunidad y del turista, por el cuidado, respeto y rescate del ambiente.

La comunidad de San Pedro Tultepec tiene grandes expectativas en el turismo, sin embargo, hay que recordar que el turismo es un recurso complementario de desarrollo local

que no debe ser la única actividad económica, pero que puede apoyarse en las otras actividades existentes, como la agricultura y el comercio de muebles de madera.

Conclusiones

El estudio de la percepción de la comunidad es un elemento fundamental que debe ser considerado desde la concepción de la realización de un proyecto turístico, ya que representa la oportunidad de conocer en profundidad la dinámica de los lugares con potencial turístico para, de alguna manera, realizar propuestas que cubran las necesidades básicas y más importantes, e incluso solucionar y prevenir problemáticas con el objetivo de favorecer a la comunidad donde se impulsa la actividad. La percepción de la comunidad representa una predisposición que se refleja como actitud a favor o en contra del turismo. En el caso específico de San Pedro Tultepec, la comunidad está a favor del impulso del turismo como una actividad que les permita mejorar su calidad de vida.

La información aquí recabada es enriquecedora para las presentes y futuras propuestas relacionadas con el rescate, la conservación y el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales de San Pedro Tultepec, debido a que se pueden delimitar objetivos, especificar planes de acción, prevención y mitigación de problemáticas, entre otras actividades, con la finalidad de encaminar a la comunidad hacia el desarrollo local.

Cabe resaltar que gran cantidad de los problemas sociales de los destinos turísticos se deben principalmente al rechazo de la misma población hacia la actividad como consecuencia de no sentirse parte incluida de alguna manera en el desarrollo del turismo, en el que el despojo de sus tierras la deja sin una forma de subsistir, o cuando la venta de sus propiedades a inversionistas extranjeros, pensando

que es una salida u oportunidad, solo llega a ser una traba más en los accesos a empleos, lo que incrementa la marginación y, en muchos casos, provoca su migración.

En este sentido, para la realización de proyectos turísticos es fundamental llevar a cabo una investigación previa sobre la percepción de la comunidad en relación con el impulso de la actividad turística, pues los aspectos sociales son los puntos de partida que permitirán desarrollar dicha actividad de manera armónica, en búsqueda del desarrollo local.

Referencias

- Acerenza, M. Á. (2007). *Desarrollo sostenible y gestión del turismo*. México: Editorial Trillas.
- Aguiló et al. (2004). *Las actitudes de los residentes en Baleares frente al turismo*. Palma: Universitat de les Illes Balears.
- Albores, B. (1995). *Tules y sirenas. El impacto ecológico y cultural de la industrialización en el alto Lerma*. Toluca: El Colegio Mexiquense.
- Allen, L. R., Hafer, H. R., Long, R., & Perdue, R. R. (1993). Rural Residents' Attitudes toward Recreation and Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 31(4), 27-33.
- Ambrož, M. (2008). Attitudes of local residents towards the development of tourism in Slovenia: The case of the Primorska, Dolenjska, Gorenjska and Ljubljana regions. *Anthropological Notebooks*, 14(1), 63-79.
- Andriotis, K., & Vaughan, D. R. (2003). Urban resident's attitudes towards tourism development: The case of Crete. *Journal of Travel Research*, 42(2), 172-185.
- Ap, J., & Crompton, J. L. (1993). Residents' strategies for responding to tourism impacts. *Journal of Travel Research*, 32(1), 47-50.

- Ardila, A. (1980). *Psicología de la percepción*. México: Trillas.
- Barkin, D. (1998). *Riqueza, pobreza y desarrollo sustentable*. México: Editorial Jus, S. A.
- Bastias-Pérez, P., & Var, T. (1996). Perceived Impacts of Tourism by Resident. *Annals of Tourism Research* (en español), 22, 208-210.
- Belisle, F., & Hoy, D. (1980). The Perceived Impact of Tourism on Resident: A case Study in Santa Marta, Colombia. *Annals of Tourism Research*, 7, 83-101.
- Besculides, A., Lee, M., & McCormick, P. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29, 303-319.
- Boisier, S. (2005). ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización? *Revista de la CEPAL*, 86, 47-62.
- Boullón, R.C. & Boullón, D. R. (2008). *Turismo rural, un enfoque global*. México: Editorial Trillas, S. A.
- Bourdieu, P. (1994). ¿Qué es lo que hace una clase social? Acerca de la existencia teórica y práctica de los grupos. *Revista Paraguaya de Sociología*, 31(89), 12-13.
- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26, 493-515.
- Cárdenas, N. (2002). El desarrollo local su conceptualización y procesos. *Provincia*, 8, 53-76.
- Carpio Martín, J. (2001). Desarrollo local en los espacios rurales *Polis. Revista Universidad Bolivariana*, 1(2), s. p.
- Centro Nacional de Desarrollo Municipal, Gobierno del Estado de México. (2001). Enciclopedia de los municipios de México. Lerma de Villada, estado de México ©
- Coffey W. J., & Polèse M. (1985). Local development: conceptual bases and policy implications. *Regional Studies*, 19, 85-93.
- Davis, D., J. Allen, y Cosenza, R. M. (1988). Segmenting Local Residents by Their Attitudes, Interests and Opinions Toward Tourism. *Journal of Travel Research*, 27(2), 2-8.
- Day, R. H. (1981). *Psicología de la percepción humana*, México: Limusa.
- Dogan, H. Z. (1989). Forms of Adjustment: Sociocultural Impacts of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 16, 223-239.
- Durand, L. (2008). De las percepciones a las perspectivas ambientales. Una reflexión teórica sobre la antropología y la temática ambiental. *Nueva Antropología*, 21(68), 75-87. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15906805>.
- Eagly, A., & Chaiken, S. (1993). *The Psychology of Attitude*. Fort Worth: Harcourt Brace Jovanovich.
- El Colegio de México, Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. (1995). *Desarrollo sostenible y reforma del Estado en América Latina y el Caribe*. Primer Foro del Ajusco. México.
- Enríquez, A. (1998). Desarrollo sustentable y desarrollo regional local en El Salvador, alternativas para el desarrollo. *Sociedad Civil*, 41, 19-26.
- Esman, M. (1984). Tourism as ethnic preservation: The Cajuns of Louisiana. *Annals of Tourism Research*, 11, 451-467.
- Faulkner, B. & Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3-28.
- Gee, C., Mackens, J., & Choy, D. (1989). *The Travel Industry*. New York NY: Van Nostrand Reinhold.

- Getz, D. (1994). Residents' attitudes towards tourism: A longitudinal study in Spey, Scotland. *Tourism Management*, 15(4), 247-258.
- González, G. (2003). *Percepción y realidad histórica*. España: Universidad de Sevilla.
- Google Maps. (2014). <https://maps.google.com.mx>
- Gunn, C. A. (1988). *Tourism Planning*. New York NY: Taylor y Francis.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. (2003). Host attitudes toward tourism. An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. (2005). Las actitudes de las comunidades de destino hacia el turismo. Un modelo mejorado. *Annals of Tourism Research* (en español), 6(2), 227-252.
- Harrison, D. (1992). *Tourism to less developed countries: The social consequences in tourism and less developed countries*. London: Bellhaven.
- Horn, C., & Simmons, D. (2002). Community adaptation to tourism: comparisons between Rotorua and Kaikoura, New Zealand. *Tourism Management*, 23(2), 133-143.
- INEGI. Censo de Población y Vivienda 2010.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Página oficial. Recuperado de http://www.inegi.org.mx/sistemas/consulta_resultados/iter2010.aspx?c=27329&s=est
- Introducción al SPSS: Alfa de Cronbach - Universitat de València www.uv.es/innomide/SPSS/SPSS/SPSS_0801B.pdf.
- Jurowski, C., Uysal, M., & Willaims, D. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11.
- Keogh, B. (1990). Resident and Recreationists' Perceptions and Attitudes with Respect to Tourism Development. *Journal of Applied Recreation Research*, 15(2), 71-83.
- Lankford, S. V. (1994). Attitudes and Perceptions toward Tourism and Rural Regional Development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 35-43.
- Lankford, S. V., & Howard, D. R. (1994). Developing a Tourism Attitude Impact Scale. *Annals of Tourism Research*, 21, 121-139.
- Liu, J.C., Sheldon, P.J., & Var, T. (1987). Resident perception of the environmental impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 14, 17-37.
- Liu, J.C., & Var, T. (1986) Resident attitudes towards tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13, 193-214.
- Long, P. T., Perdue R. R., & Allen, L. (1990). Rural resident tourism perceptions and attitudes by community level of tourism. *Journal of Travel Research*, 28(3), 3-9.
- McIntosh, R., Goeldner, C., & Ritchie, J. R. (2008). *Turismo: planeación, administración y perspectivas*. México: Editorial Limusa.
- Madrigal, R. (1995). Residents' Perceptions and the Role of Government. *Annals of Tourism Research*, 22, 86-102.
- Mason, P., & Cheyne, J. (2000). Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research* (en inglés), 27(2), 391-411.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1990). *Turismo: repercusiones económicas, físicas y sociales*. México: Editorial Trillas S. A.
- Mathieson, A., & Wall, G. (2006). *Tourism: Change, impacts and opportunities*. Essex: Pearson Prentice Hall.

- Mendoza, M., Rodríguez, G. y Enciso, M. (2013). Actitud de la comunidad local como factor de éxito en un proyecto turístico. *Cultura e Turismo. CULTUR*, 7(1), 4-30.
- Monterrubio, J. C. (2008). Comunidades receptoras y percepciones: Un estudio sobre turismo y sexualidad. *Teoría y Praxis*, 5, 145-160.
- Monterrubio, J. C. (2009). Comunidad receptora: Elemento esencial en la gestión turística. *Gestión Turística*, 11, 101-111.
- Monterrubio, J. C., Mendoza, M. M., Fernández, M. J. y Gullele, G. S. (2011). Turismo y cambios sociales. Estudio cualitativo sobre percepciones comunitarias en Bahías de Huatulco, México. *Cuadernos de Turismo*, 28, 171-189.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (1999). *Agenda para planificadores locales: turismo sostenible y gestión municipal*. Edición para América Latina y el Caribe. Madrid: OMT.
- Orihuela, L. (1993). *Crónicas de un pueblo: San Pedro Tultepec*. Toluca, México.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen L. (1990). Rural Resident Tourism Perceptions and Attitudes. *Annals of Tourism Research*, 17, 586-599.
- Oviedo, G. L. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales*, 18, 89-96.
- Pérez, C. (2001). *Técnicas estadísticas con SPSS*. México: Pearson Educación.
- Pizam, A. (1978). Tourist Impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 16(4), 8-12.
- Plan de Desarrollo Municipal, Lerma 2013.
- Ponce, M. D. (2004). Percepción del modelo turístico de sol y playa: El caso del mar menor. *Papeles de Geografía*, 39, 173-186.
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. (2006). Documento UNEP7GCSS. IX/9/Add.3. Noveno periodo extraordinario de sesiones del Congreso de Administración. Dubai del 7 al 9 de febrero de 2006.
- Real Academia Española. (2012). *Diccionario de la Real Academia Española (DRAE)*. Recuperado de www.rae.es.
- Reyna, S. (1994). *Actas del Seminario sobre Turismo Rural en el Desarrollo Local*, Laredo 22-26 julio 1991. Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- Riley, R., & Love, L. (2000). The State of Qualitative Tourism Research. *Annals of Tourism Research*, 27, 164-187.
- Ritchie, J. R. B. (1998). Consensus policy formulation in tourism measuring resident views via survey research. *Tourism Management*, 9(3), 199-212.
- Rock, I. (1985). *La percepción*. Barcelona: Prensa Científica.
- Rothman, R. (1978). Residents and transients: Community reaction to seasonal visitors. *Journal of Travel Research*, 16, 8-13.
- Royo, V. M. y Ruiz, M. E. (2009). Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural. *Cuadernos de Turismo*, 23, 217-236.
- Rubio, M. J. y Varas, J. (1997). *El análisis de la realidad en la intervención social*. Madrid: CCS.
- Sánchez Nájera, R. M., Rozga Luter, R., Madrigal García, L. A., Villavicencio Gutiérrez, J. y Franco, O. (2010). La innovación en sistemas productivos de algunas localidades periféricas de la zona metropolitana de la ciudad de Toluca. *Quivera*, 12(2), 140-170.
- Sancho Comins, J. y Vera Rebollo, J. F. (Coord.) (2008). *Atlas del turismo en espacios rurales y*

naturales de España. Atlas Nacional de España. Madrid: Instituto Geográfico Nacional, Centro Nacional de Información Geográfica.

Santana Alfonso, R. (2011). *Estudio sociodemográfico de los impactos del turismo para el desarrollo local del municipio Morón* (Tesis licenciatura). Ciego de Ávila.

SECTUR. (2001). *Programa Nacional de Turismo 2001-2006*. México: Diario Oficial.

Serrano R., Serrano, C. y Osorio, M. (2011). *Turismo, desarrollo y sustentabilidad. Reflexiones teórico-metodológicas*. Alemania: Editorial Académica Española de Lap Lambert Academic Publishing GmbH y Co. KG.

Sethna, R., & Richmond, B. (1978). U.S. Virgin islanders perceptions of tourism. *Journal of Travel Research*, 17(1), 30-37.

Sheldon, P.J., & Var, T. (1984). Resident attitudes to tourism in North Wales. *Tourism Management*, 5(1), 40-47.

Sirakaya, E., Teye, V., & Sommez, E. (2002). Resident's Attitudes toward Tourism Development. *Annals of Tourism Research* (en español), 7(29), 668-688.

Smith, V. (1989). *Hosts and Guests: The anthropology of tourism* (2.^a ed.). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts. A comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231-253.

Tyrell, T., & Spaulding, I. A. (1984). A Survey of Attitudes Toward Tourism Growth in Rhode Island. *Hospitality. Education and Research Journal*, 8(2), 22-33.

Um, S., & Crompton, J. L. (1987). Measuring Residents' Attachment Levels in a Host Community. *Journal of Travel Research*, 26(1), 27-29.

Var, T., Kendall, K., & Tarakcioglu, E. (1985). Resident attitudes towards tourists in a Turkish resort town. *Annals of Tourism Research*, 12, pp. 652-658.

Vera J. F., Díez, D. y Ivars, J. A. (2009). *El turismo interior en la Comunitat Valenciana: la percepción desde las entidades municipales y asociaciones turísticas*. *Serie Geográfica*, 15, 27-38.

Viesca González, F. C., Flores Somera, J. L., Romero Contreras, A. T., Garduño Mendoza, M. y Quintero Salazar, B. (2011). El impacto de la desecación de la laguna de Lerma en la gastronomía lacustre de San Pedro Tultepec de Quiroga, estado de México. *El Periplo Sustentable*, 21, 101-138.

Williams, J., & Lawson, R. (2001). Community Issues and Resident Opinions of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 28, 269-290.

Zhang, JiaYing y Inbakaran, R. J. (2006). Understanding community attitudes towards tourism and host-guest interaction in the urban-rural border region. *Tourism Geographies*, 8(2), 182-204.

Zielinski, S. y Botero, C. M. (2011). Percepción de la comunidad como indicador del ciclo de vida de un destino. Hacia el desarrollo de un sistema de alerta temprana para pequeños destinos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, 1366-1388.

Zimbardo, P., & Leippe, M. (1991). *The psychology of attitude change and social influence*. New York: McGraw Hill.