



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

**MAESTRÍA EN AGROINDUSTRIA RURAL, DESARROLLO
TERRITORIAL Y TURISMO AGROALIMENTARIO**

**SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL PARA PARQUES
ECOTURÍSTICOS INDÍGENAS DEL ESTADO DE MÉXICO COMO
PROPUESTA DE DESARROLLO LOCAL**

TRABAJO TERMINAL DE GRADO

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN
AGROINDUSTRIA RURAL, DESARROLLO TERRITORIAL Y
TURISMO AGROALIMENTARIO**

**PRESENTA:
STEPHANIE MIRANDA RODRÍGUEZ**

COMITÉ DE TUTORES:

DR. HUMBERTO THOMÉ ORTIZ
MTRA. IRAIS GONZÁLEZ DOMÍNGUEZ
DR. SAMUEL FRANÇOIS JOUAULT

EL CERRILLO, PIEDRAS BLANCAS, TOLUCA, EDO. DE MÉXICO; NOVIEMBRE 2019

RESUMEN

El turismo como actividad económica continúa retomando importancia por los múltiples beneficios que genera en el lugar donde se desarrolla, motivo por el que su impulso en los territorios rurales ha sido clave para minimizar las problemáticas sociales, ambientales, económicas y culturales que los envuelve. Aunque no necesariamente las iniciativas reflejan los beneficios esperados, tal es el caso de los Proyectos de Turismo de Naturaleza en Zonas Indígenas en el estado de México, denominados como parques ecoturísticos indígenas, las razones son diversas, una de ellas es la ausencia de calidad en los servicios turísticos.

En el marco de la presente investigación se propuso desarrollar un Sello de Calidad de Turismo Rural para parques ecoturísticos indígenas del estado de México como propuesta de desarrollo local que contribuya a la minimización de los impactos negativos y a la maximización de los positivos. La metodología de investigación utilizada fue: Investigación-Acción Participativa (IAP) con el objetivo de crear una propuesta útil para mejorar la situación colectiva de las comunidades, en las que los actores locales además de participar directamente en la propuesta son los agentes que harán posible la aplicación del instrumento.

El desarrollo de la investigación se dividió en tres fases, iniciando con la revisión de literatura para posicionarnos en el contexto de la nueva ruralidad, la adopción del turismo en las zonas rurales, los beneficios que el turismo y la calidad proveen a las comunidades locales y la identificación de los mecanismos que evalúan la calidad turística para especificar aquellos orientados al medio rural.

La segunda fase contempla la identificación, elección y fundamento de la propuesta a través de un diagnóstico turístico y de calidad de los casos de estudio, resultado del trabajo de campo realizado y los cuestionarios aplicados a turistas y expertos sobre el tema. La tercera y última fase consistió en el desarrollo de la propuesta de calidad ligada al territorio que atienda las necesidades reales de los actores locales. Lo anterior llevó a concluir que la calidad es un elemento fundamental para la prestación de servicios turísticos y su adopción refleja múltiples beneficios que contribuyen a la mejora de la calidad de vida de los involucrados y contribuye al desarrollo turístico sustentable.

Palabras clave: turismo rural, calidad, sello de calidad turística, parques ecoturísticos indígenas.

ABSTRACT

Tourism as an economic activity continues to regain importance due to the multiple benefits it generates in the place where it is developed, which is why its impulse in rural territories has been key to reducing the social, environmental, economic and cultural problems that surrounds them. Although the initiatives affected do not exist the expected benefits, such is the case of Nature Tourism Projects in Indigenous Areas in the state of Mexico, referred to as indigenous ecotourism parks, the reasons are diverse, one of them is the lack of quality in tourist services

Within the framework of this research, it was proposed to develop a Rural Tourism Quality Seal for indigenous ecotourism parks in the state of Mexico as a proposal for local development that contributes to the minimization of negative impacts and the maximization of positive ones. The research methodology used was: Participatory Action Research (IAP) with the objective of creating a useful proposal to improve the collective situation of the communities, in which local actors, in addition to participating directly in the proposal, are the agents that will make possible the application of the instrument.

The development of the research was divided into three phases, beginning with the review of literature to position ourselves in the context of the new rurality, the adoption of tourism in rural areas, the benefits that tourism and quality provide to local communities and the identification of the mechanisms that evaluate the tourist quality to specify those oriented to the rural environment.

The second phase contemplated the identification, choice and basis of the proposal through a tourist diagnosis and quality of the case studies, the result of the field work carried out and the questionnaires applied to tourists and experts on the subject. The third and final phase consisted in the development of the quality proposal linked to the territory that meets the real needs of local actors. This led to the conclusion that quality is a fundamental element for the provision of tourism services and its adoption reflects multiple benefits that contribute to the improvement of the quality of life of those involved and contributes to sustainable tourism development.

Keywords: rural tourism, quality, seal of tourist quality, indigenous ecotourism parks

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	12
I CAPÍTULO. REVISIÓN DE LITERATURA	15
I.I NUEVA RURALIDAD	15
I.I.I Nueva Ruralidad en América Latina	19
I.I.II La nueva ruralidad en México	21
I.II EL TURISMO DE CALIDAD COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO RURAL.	23
I.II.I Turismo y desarrollo	23
I.II.II La calidad como elemento de diferenciación en el sector turístico	24
I.III TURISMO RURAL	27
I.III.I La calidad en el turismo rural	32
I.IV MECANISMOS DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO.....	34
I.IV.I Los sellos de calidad en el turismo rural.....	41
I.IV.II Procesos hacia la calidad.....	43
I.V SISTEMA TURÍSTICO RURAL DEL ESTADO DE MÉXICO	46
I.VI CRITERIOS E INDICADORES DE CALIDAD PARA EL TURISMO RURAL EN EL ESTADO DE MÉXICO.....	50
I.VI.I La sustentabilidad como atributo de calidad.....	53
II CAPÍTULO. METODOLOGÍA.....	57
II.I PROBLEMA DE INVESTIGACION	57
II.II JUSTIFICACIÓN	58
II.III OBJETIVOS	59
II.III.I Objetivo general.....	59
II.III.II Objetivos específicos	59
II.IV Supuesto de investigación	60
II.V Metodología investigación acción participativa	60
II.VI Zona de estudio	66
II.VI.I Parque ecoturístico indígena otomí Ha Maaloma.....	67
II.VI.II Parque ecoturístico Presa del Llano	68
II.VI.III Parque ecoturístico Corral de Piedra.....	69
III CAPÍTULO. RESULTADOS	70
III.I Diagnostico turístico de los parques ecoturísticos indígenas del Estado de México	70

III.I.I Oferta turística	70
III.I.II Inventario de recursos turísticos	73
III.I.III Demanda real	76
III.I.IV Demanda potencial.....	76
III.I.V Estructura organizativa	79
III.I.VI Entorno turístico	80
III.I.VII FODA	84
III.II Diagnóstico de calidad de tres parques ecoturísticos indígenas.....	91
III.III Resultados de los cuestionarios dirigidos a turistas y expertos	100
IV CAPÍTULO. PROPUESTA: SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL PARA PARQUES ECOTURÍSTICOS INDÍGENAS DEL ESTADO DE MÉXICO	124
IV.I Estructura y marco operativo de la certificación	124
IV.I.I Contexto de la certificación	124
IV.I.II Generalidades	128
IV.II Proceso del Sello de Calidad de Turismo Rural	132
IV.II.I Etapa previa: selección	134
IV.II.II Etapa I: Diagnostico	139
IV.II.III Etapa II: Planificación estratégica.....	145
IV.II.IV Etapa III: Mejora de la calidad.....	148
IV.II.V Etapa IV: validación-certificación	153
IV.III ESTRUCTURA DE NEGOCIO	160
DISCUSIÓN GENERAL	163
CONCLUSIONES.....	165
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	168
ANEXOS	183

Lista de tablas, diagramas, cuadros, mapas, imágenes, ilustraciones, gráficos y figuras

TABLAS

Tabla 1: Procesos de calidad	45
Tabla 2: Parques ecoturísticos visitados	62
Tabla 3: Características de los parques ecoturísticos estudiados.....	71
Tabla 4: Inventario de recursos naturales	74
Tabla 5: Inventario de recursos culturales.....	75
Tabla 6: Categorías de palabras	106
Tabla 7: Mecanismos de evaluación conocidos	119
Tabla 8: Categorías de palabras	119
Tabla 9: Indicadores de calidad turística	151
Tabla 10: Etapa previa. Requisitos y evidencias	155
Tabla 11: Etapa de diagnóstico. Requisitos y evidencias.....	156
Tabla 12: Etapa de planificación estratégica. Requisitos y evidencias.....	157
Tabla 13: Etapa de mejora de la calidad. Requisitos y evidencias.....	158
Tabla 14: Etapa de validación-certificación. Requisitos y evidencias.....	159

DIAGRAMAS

Diagrama 1: Cadena de Valor Turística Rural.....	48
Diagrama 2: CV de los Parques Ecoturísticos Indígenas del estado de México ...	49
Diagrama 3: Matriz FODA	85
Diagrama 4: Árbol de problemas.....	93
Diagrama 5: Árbol de problemas y soluciones. Desequilibrio operativo.....	94
Diagrama 6: Árbol de problemas y soluciones. Depredación turística	95
Diagrama 7: Árbol de problemas y soluciones. Inconsistencia de la actividad turística	96
Diagrama 8: Árbol de problemas y soluciones. Parcialidad de la calidad	97
Diagrama 9: Árbol de problemas y soluciones. Producto turístico genérico.....	98
Diagrama 10: Árbol de problemas y. soluciones. Falta de presencia en el mercado	99

Diagrama 11: Proceso del Sello de Calidad de Turismo Rural.....	133
Diagrama 12: Proceso de la etapa previa	135
Diagrama 13: Proceso de la etapa de diagnóstico	140
Diagrama 14: Delimitación del alcance de la certificación.....	144
Diagrama 15: Proceso de la etapa de planificación	146
Diagrama 16: Proceso de la etapa de mejora de la calidad	149
Diagrama 17: Proceso de la etapa de validación-certificación	154
Diagrama 18: Modelo CANVAS	162

CUADROS

Cuadro 1 Criterios de calidad de las certificaciones turísticas.....	52
Cuadro 2: Beneficios de la certificación	127

MAPAS

Mapa 1 Ubicación de los municipios de los casos de estudio	66
--	----

ILUSTRACIONES

Ilustración 1: FODA	86
Ilustración 2: Beneficios de la certificación	126

GRÁFICOS

Gráfico 1: Grado académico de los expertos	101
Gráfico 2: Género de los turistas encuestados.....	102
Gráfico 3: Rango de edad de los turistas	103
Gráfico 4: Lugar de residencia de los turistas	104
Gráfico 5: Nivel educativo de los turistas	104
Gráfico 6: Ocupación de los turistas.....	105
Gráfico 7: Criterios de calidad en el servicio turístico	112
Gráfico 8: Indicadores de calidad en el servicio de hospedaje.....	113
Gráfico 9: indicadores de calidad en el servicio de alimentos y bebidas	114
Gráfico 10: Platillos en los establecimientos de alimentos y bebidas.....	115
Gráfico 11: indicadores de calidad en las actividades turísticas.....	116

Gráfico 12: Indicadores de calidad para la prestación del servicio de guía turístico	117
Gráfico 13: Conocimiento de mecanismos de evaluación de calidad turística	118
Gráfico 14: Percepción y demanda de los sellos de calidad de turismo rural	122

FIGURAS

Figura 1: Nube de palabras expertos: calidad en turismo rural	110
Figura 2: Nube de palabras turistas: calidad en turismo rural	110
Figura 3: Nube de palabras expertos: criterios de calidad para el servicio turístico	111
Figura 4: Nube de palabras turistas: criterios de calidad para el servicio turístico	111
Figura 5: Nube de palabras expertos: sello de calidad.....	121
Figura 6: Nube de palabras turistas: sello de calidad.....	121

ANEXOS

Anexo 1: Clasificación de palabras por categorías (pregunta 1 y 2)	183
Anexo 2: Clasificación de palabras por categorías (pregunta 10)	187
Anexo 3: Carta compromiso	189
Anexo 4: Manual: Buenas prácticas de higiene para el servicio de alimentos y bebidas.....	190
Anexo 5: Ficha de evaluación del manual.....	211

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad dinamizadora de localidades, municipios, regiones, países y de los sectores que intervienen directa e indirectamente en él, su implementación representa gran potencial para los territorios rurales porque se le considera herramienta de crecimiento económico y desarrollo, ya que contribuye a mitigar la pobreza, el hambre y a mejorar la calidad de vida de los habitantes mediante el correcto aprovechamiento de los recursos naturales y culturales.

Pero para obtener los beneficios que el turismo proyecta es necesario que se planee, diseñe y gestione de manera adecuada contemplando las características del territorio y todos los componentes que intervienen en la actividad para que efectivamente se vuelva un motor de desarrollo local y una herramienta de preservación del patrimonio natural y cultural.

Aunque es importante señalar que la actividad turística también genera impactos negativos derivados de la inadecuada planeación y gestión de los recursos, sobre el tema se han implementado mecanismos que permiten medir los impactos generados para reducirlos bajo el enfoque de calidad como instrumento de mejora, aunque también es un elemento clave de competitividad turística porque proporciona características diferenciales a los productos, servicios y actividades desarrolladas como al destino turístico en su conjunto.

Aunado a lo anterior se ha percibido que los turistas están más informados y que debido a experiencias previas demandan calidad ambiental, social y cultural, situación que obligó a las empresas y organizaciones a dirigir esfuerzos para implementar sistemas de calidad que les permitan ser competitivos y permanecer en el mercado.

Sin embargo la mayoría de las herramientas orientadas a elevar la calidad en el medio turístico centran su atención en satisfacer las necesidades de los clientes y en aplicar estrategias para reducir los impactos ambientales que provocan, pero enfocarse solamente en estos dos aspectos no garantiza el éxito del destino ni

calidad turística porque es una actividad compleja, representada por diferentes servicios, productos, actividades y personas que hacen posible su realización.

Entonces la calidad turística va más allá de satisfacer meramente al cliente, incluye aspectos sobre la satisfacción de la empresa, del personal, la comunidad receptora, el destino, y el entorno, si alguno de estos componentes no es contemplado no se puede considerar la existencia e implementación de la calidad de los servicios turísticos. Es así como la gestión integral de los destinos es indispensable para garantizar la calidad de los servicios, cuyo objetivo es contribuir al desarrollo local, al crecimiento sustentable de la actividad, y cubrir las expectativas y necesidades que los visitantes solicitan en los productos, servicios y actividades turísticas.

En este contexto se sitúa la investigación y la propuesta de un sello de calidad de turismo rural que atienda las necesidades concretas de las comunidades, del territorio y de los visitantes. La investigación se efectuó en el estado de México cuyos casos de estudio fueron los parques ecoturísticos a cargo de comunidades indígenas que recibieron el financiamiento del Programa de Turismo de Aventura en Zonas Indígenas del INPI. En los proyectos se detectaron problemáticas que limitan para la mayoría el inicio de operaciones y en la minoría el éxito turístico que genere impactos positivos integrales.

Para diseñar la propuesta fue necesario primero entender el contexto de la nueva ruralidad en el que se sitúa el turismo rural, conocer los mecanismos que evalúan la calidad turística y cuáles son los métodos de medición utilizados para posteriormente delimitar aquellos que son implementados en territorios rurales identificando que los mecanismos de calidad turística expresan contenidos incompatibles al contexto rural.

El marco de la presente investigación se divide en tres capítulos, el primero consiste en la revisión de literatura sobre la nueva ruralidad, el turismo rural, sus beneficios como actividad alternativa en los territorios, la calidad turística, los diversos mecanismos que la evalúan desde el nivel internacional hasta el local para conocer sus características y alcance, como los principales referentes para la propuesta.

El segundo capítulo contiene los resultados del diagnóstico turístico y de calidad desarrollados durante la investigación de campo, de las encuestas aplicadas sobre calidad turística para identificar los indicadores sobresalientes y las percepciones sobre la propuesta. Todo lo anterior permitió hacer la comparación sobre los criterios que evalúan los mecanismos de calidad ya existentes, de aquellos solicitados por los visitantes y los sugeridos por los expertos en el tema de turismo rural, calidad y afines.

En el capítulo tres se describe la metodología empleada, de Investigación Acción Participativa, se trata de un método de estudio, participación y acción por parte del investigador y los protagonistas debido a que la propuesta de creación de un sello de calidad de turismo rural contempla las necesidades de los involucrados, el entorno y los visitantes para crear procesos de diferenciación mediante la calidad ligada al territorio.

En el capítulo siguiente, el cuarto, se detalla la propuesta comenzando con la estructura y marco operativo, las características de la certificación, el proceso a seguir y los requerimientos. En la parte final del documento se expone la discusión general para concluir que la calidad es un elemento fundamental para la prestación de servicios turísticos y que su adopción reflejará múltiples beneficios por lo que la propuesta pretende impactar a nivel local generando beneficios integrales para las comunidades y el entorno más allá de los planteados por el turismo.

I CAPÍTULO. REVISIÓN DE LITERATURA

I.I NUEVA RURALIDAD

Tradicionalmente, la vida rural estaba asociada con las actividades agropecuarias y representaba el lado opuesto de la vida urbana, aunque a través de los años esta visión ha evolucionado, ahora el mundo rural está compuesto por una gran diversidad de actividades y relaciones sociales que lo vinculan estrechamente a los centros urbanos y al sector terciario (de Grammont, 2004).

Debido a la influencia de la mundialización y el modelo neoliberal el mundo rural ha experimentado diversos cambios sociales, políticos, tecnológicos, ambientales, culturales, económicos y productivos que contribuyeron a redefinir el espacio rural (Babilonia, 2014) y obligaron a mirarlo de otro modo, uno más complejo que permita su comprensión y análisis, pero sobre todo para hacer frente a los nuevos retos y oportunidades que sufren las comunidades.

El modelo desarrollista y productivista fue impuesto como dominante en todos los sectores económicos, representó la salida y recuperación de la población tras la II Guerra Mundial, seguido de la Revolución Verde, vinculada con la nueva lógica de organización del trabajo, la introducción del fordismo representado por la producción masificada, por la aplicación de tecnología para la intensificación de la agricultura, la ampliación de las áreas cultivables y el inicio del sistema agroalimentario, acontecimientos que contribuyeron a la transformación de los territorios rurales a nivel mundial (Aguilar, 2014).

Este nuevo enfoque de modernización sólo benefició a los sectores y actores con capacidad de soportar dichos cambios y excluyó a los pequeños productores, comunidades indígenas y campesinos quienes no pudieron incorporarse a la nueva tendencia por las múltiples desventajas que este proceso ha generado en su camino, lo que las llevó a adaptarse y a buscar nuevas alternativas de desarrollo, pues la agricultura ya no representaba mayores beneficios.

Algunos de los cambios más significativos en los territorios rurales son la creciente brecha entre ricos y pobres, la exclusión social, el predominio del trabajo asalariado sobre el agrícola, la precarización y denigración del empleo rural, la exclusión de pequeños y medianos productores, la migración de las familias campesinas, de los hombres al extranjero y de las mujeres a la ciudad; la feminización del campo; la multi-ocupación y la pluriactividad de los actores; el desprestigio social de las actividades agrícolas; el envejecimiento de la población ocupada en la agricultura; el desinterés de los jóvenes por el campo y la vida rural; la dependencia hacia las políticas nacionales e incentivos de gobierno; y el deterioro ambiental (Babilonia, 2014; de Grammont, 2004; y Pérez, 2001).

Muchos de los cambios antes mencionados aún persisten en los territorios por lo que las comunidades locales han respondido, optando por el reacomodo de las dinámicas socioculturales y el reforzamiento de la identidad, produciendo la capacidad de adaptación y cambio de los sistemas tradicionales de organización social, económica, productiva y cultural frente a los procesos nacionales y globales excluyentes (Sandoval, 2011).

Por lo que nos situamos frente a un nuevo escenario rural en el que los ingresos no agrícolas adquieren mayor relevancia. Como consecuencia la población rural se desarrolla y desempeña en distintas actividades de los 3 sectores (primario, secundario y terciario) como la agricultura, ganadería, pesca, minería, agroindustria, pequeña y mediana industria, comercio, servicios, y turismo (Delgado, 1999; Pérez, 2001).

Dichos cambios llevaron a comprender que lo rural dejó de ser el equivalente a lo agrícola, trascendió lo agropecuario y a diferencia de la vieja percepción que separaba al campo de la ciudad ahora se reconocen los fuertes nexos de intercambio entre ambos, de los cuales además de los alimentos se suman la provisión de bienes y servicios (Delgado, 1999; Pérez, 2001).

El cambio más representativo y el que rompió con el paradigma de la vida rural y el quehacer agrícola fue precisamente la decadencia de la agricultura, resultado de los procesos de industrialización que condujeron al crecimiento acelerado de las aglomeraciones urbanas y el desarrollo tecnológico ahorrador de mano de obra (CEDRSSA, 2006). Las alteraciones en sus sociedades, en su organización, productividad y modos de vida llevaron no solo a reconfigurar el entorno en su totalidad sino también a comprenderlo de forma distinta y con ello surge la necesidad de establecer un nuevo paradigma que contemplará dichas transformaciones y ayudará a visibilizar la complejidad del territorio rural, características propias de la nueva ruralidad.

Entonces la nueva ruralidad es una línea de abordaje de los procesos presentes en el medio rural, los cuales ya no pueden ser explicados con los viejos esquemas analíticos que oponían a lo rural de lo urbano y a lo moderno de lo tradicional (Babilonia, 2014), cuya concepción estaba basada en el ideal de la pequeña comunidad campesina homogénea (Aguilar, 2014) y en el único espacio que engloba las actividades económicas primarias (agricultura, ganadería, pesca y minería).

La nueva ruralidad ofrece una visión distinta de este sector, expresa los cambios en la sociedad rural, así como las transformaciones estructurales y las nuevas relaciones entre el territorio rural y urbano las cuales ahora son más complejas; aunque algunos autores coinciden con que dichas relaciones no son nuevas. Al contrario, reconocen que siempre han estado presentes, simplemente no se les otorgaba importancia no porque no existieran sino porque no eran representativas y ahora son visibles hacia el exterior (de Grammont, 2004; y Sandoval, 2013).

Aunque este tema está planteado desde dos diferentes perspectivas o enfoques: analítica y política. La primera, hace referencia a los efectos del neoliberalismo y la globalización y la segunda funge como normativa para responder a las nuevas situaciones en el campo, pero también para cumplir las nuevas funciones que hoy se le atribuyen y de esta manera contribuir al desarrollo rural (Babilonia, 2014; CEDRSSA, 2006; de Grammont, 2004; y Pérez, 2001).

Es así como el campo comienza a cumplir nuevas funciones como las residenciales, recreativas, conservación y valoración del patrimonio natural y cultural en el caso de Europa (CEDRSSA, 2006; de Grammont, 2004) y en América Latina se hace referencia a funciones de equilibrio territorial, ecológico, producción de agua limpia, de esparcimiento, no agrícolas y sumidero de contaminantes (Pérez, 2001), las cuales brindan respuesta a las problemáticas planteadas en los territorios y cumplen un papel fundamental en el desarrollo de los mismos.

Al respecto López (2017) propone una categorización territorial operativa basada en los nuevos territorios rurales que respondan a una lógica relacional, utiliza la propuesta de Ploeg y Marsden (2008) para definir seis categorías o territorios rurales: áreas de especialización agraria; áreas periféricas o marginales; áreas de la nueva ruralidad; áreas segmentadas; nuevas zonas residenciales y dreamlands¹, en ellas se puede observar la diversidad y complejidad de los territorios.

Dichas funciones suponen el surgimiento e incremento de una gran variedad de actividades distintas a la agrícola, a este suceso se le ha denominado multifuncionalidad del territorio, que representa al mismo tiempo una respuesta a las demandas de la urbe, aunque también se le considera como una manifestación más sobre la exclusión social generada por los procesos de globalización en el medio rural latinoamericano, representando una estrategia de supervivencia para la mayoría de la población (CEDRSSA, 2006).

Lo anterior muestra como la unidad productiva rural se transforma en una unidad de producción diversificada y plurisectorial porque combina a los tres sectores productivos, lo mismo sucede con la fuerza de trabajo que también se vuelve plurifuncional o pluriactiva porque la población se ocupa en las diversas actividades de los diferentes sectores de la economía (Aguilar, 2014; de Grammont, 2004; y Rosas, 2013) y su movilidad es multidireccional porque se desplaza del campo a la ciudad y de la ciudad al campo e incluso hacia otros países para realizar las distintas actividades (de Grammont, 2004).

¹ **Áreas dreamlands:** Las áreas dreamlands incluyen aquellos lugares que se consideran de elite, visitados por grupos con poder adquisitivo alto por motivos de ocio en periodos vacacionales (López, 2017).

También se menciona que la pluriactividad de los actores se volvió un mecanismo de subsistencia, supervivencia, resistencia y un medio de obtención de ingresos (Rosas, 2012) debido al declive de la agricultura, cuyas actividades no necesariamente son agrícolas, de las que se distinguen dos tipos, el primero hace énfasis a la pluriactividad sin algún vínculo con la producción primaria, es decir parte de la población trabaja solamente en los sectores secundario y terciario; y el segundo tipo se refiere a la población que está involucrada tanto en la producción agropecuaria como en los consecutivos sectores (de Grammont, 2004).

En definitiva, la reestructuración del sistema económico mundial, la intensificación y aceleración de los procesos globales han dejado eco en los espacios y sociedades rurales, los cuales ahora se encuentran inmersos en un conjunto de procesos globales por lo que la nueva ruralidad responde a nuevos esquemas económicos y sociales dentro de una realidad dinámica regida por nuevas reglas, nuevos tiempos y nuevos actores (Aguilar, 2014).

I.I.I Nueva Ruralidad en América Latina

En América Latina la idea de desarrollo modernizador, en conjunto con la globalización y el neoliberalismo, provocó más allá de beneficios, perjuicios al campo como la polarización de la estructura económica, la ampliación de la pobreza y obligó a que la migración y el subempleo se convirtieran en las condiciones comunes de los campesinos, ello significó la desarticulación de la economía campesina, la cesión de la seguridad y soberanía alimentaria a las grandes corporaciones agroalimentarias transnacionales, el despojo de los territorios, sus recursos y la negociación para seguir existiendo como campesinos y como indígenas (de Grammont, 2004).

En América Latina la nueva ruralidad también proporciona una visión distinta al núcleo rural en el que están inmersas las comunidades campesinas e indígenas las cuales como ya se ha tratado anteriormente han resistido a los cambios en sus territorios y se han adaptado a ellos por medio del surgimiento de nuevas

modalidades económicas, ecológicas, autogestoras y auto-organizativas con el fin de incrementar su nivel de vida.

El esfuerzo de supervivencia de las comunidades indígenas es reconocido como un enfoque para construir nuevas estructuras sociales y reposicionar a las comunidades en sociedades autogestoras en beneficio de su bienestar y desarrollo, debido a la importancia de su cosmovisión, la cual demanda redes de cooperación entre las comunidades para fortalecer su economía y mantener el equilibrio entre su supervivencia y conservación de los recursos naturales (Rosas, 2012).

En torno a este tema, existe una paradoja ya que con la percepción de lo rural en la ya deshecha dicotomía rural-urbano, los valores se invierten, los actores, actividades y recursos del campo son revalorados de modo que la ruralidad ha dejado de presentarse como un problema para convertirse en una necesidad (Aguilar, 2014), percepción que derivada de los efectos negativos de la urbanización y beneficia al campo posicionándolo como alternativa viable a los problemas sociales y ambientales presentes, por lo que ahora se promueve su preservación y reinención.

En esta etapa y con este enfoque se comienza a percibir que la importancia del espacio rural se incrementa y también se transforma por el papel que juegan actualmente las comunidades indígenas y campesinas en la gestión sustentable de los recursos naturales, lo que anteriormente se consideraba atrasado, incongruente está siendo revalorado y tomado en cuenta como un modelo de vida alternativo (Aguilar, 2014).

Aunado a lo anterior se percibe una creciente demanda por la sociedad urbana sobre las nuevas funciones en el espacio rural, las cuales están estrechamente vinculadas a los recursos endógenos del territorio como lo es la biodiversidad y los recursos naturales, pero sobre todo se percibe la necesidad de disposición del paisaje rural como espacio de recreación y consumo de productos tradicionales (IICA, 2000).

Con el creciente interés de productos y servicios en los territorios rurales surge también la demanda de calidad y con ella la especialización de la ruralidad en productos de calidad cuyo valor añadido está representado por la vinculación con el territorio, del que destacan elementos distintivos como su ecología, tradición e historia los cuales se vuelven significados sociales que los representan en los mercados globales (Aguilar, 2001), lo anterior nos lleva a comprender que nos situamos frente a un escenario rural donde la variable ecológica está presente y es además una de las nuevas funciones que cumplen los territorios rurales, en la que se demanda calidad paisajística, ambiental y consumo de ocio.

Sobre la tendencia de diferenciación aparecen las marcas de calidad como mecanismos que avalan las cualidades diferenciadoras de los productos, principalmente de los alimentos; en el tema de servicios también se representa esta particularidad, y específicamente en el sector turístico rural está orientado a la excelencia turística y recientemente en el ámbito cultural, social, pero sobre todo ambiental (Aguilar, 2014).

I.I.II La nueva ruralidad en México

Al igual que en el resto del mundo, el campo mexicano era considerado como una zona de atraso y rezago frente a la modernidad; pero, como sucedió en otras latitudes, esta visión mudó, los cambios y reestructuraciones sociales, culturales, económicas, productivas, políticas y ambientales que marca la nueva ruralidad se hicieron presentes.

Los drásticos cambios en el territorio mexicano provocaron que el campo entrara en crisis pero a su vez también provocó el surgimiento de nuevas oportunidades y, con ello ahora el marco de la nueva ruralidad del país apunta hacia la revalorización de los espacios rurales y la revitalización de lo local (Delgado, 1999; López, 2017; y Sandoval, 2013), esto significa que aunque en menor medida y a un paso más lento, el mundo rural está siendo revalorado y con él sus nuevas funciones retoman fuerza.

Tal importancia ha tomado el territorio rural mexicano que en el año 2001 con la promulgación de la Ley de Desarrollo Rural Sustentable (LDRS) se propuso la reactivación del campo y su consumo a nivel material y simbólico, cuya ley fue la base para la elaboración del Plan Nacional de Desarrollo de la pasada administración pública (2013-2018) en materia rural, en el que el campo es referido como un sector estratégico para reducir la pobreza y contribuir al desarrollo de las localidades rurales del país (Poder Ejecutivo Federal, 2013; y López, 2017).

Continuando con el objetivo de reducción de la pobreza y desarrollo de localidades rurales se implementaron estrategias, objetivos y metas enfocadas a la reactivación y revalorización del campo que contemplaban la multifuncionalidad de los territorios y la pluriactividad sus actores ya que se podía observar el impulso de programas de desarrollo en las diversas actividades del campo entre las que destaca el turismo rural en comunidades indígenas, ubicado dentro de la nueva función de recreación que cumple el campo.

Es así como muchos territorios rurales han dejado de ser lugares de producción para ser lugares de consumo (López, 2017) es aquí donde dos sectores estratégicos para el país se unen: el campo y la actividad turística, como ya se mencionó, el primero es un sector prioritario debido a su importancia histórica, productiva, cultural y económica; mientras que el segundo es tomado como estrategia de desarrollo en las diferentes escalas, local, nacional e internacional.

Actualmente, la actividad turística sigue siendo una estrategia prioritaria para el crecimiento económico del país, que supone múltiples beneficios integrales, en este contexto se puede señalar que el impulso del turismo en los territorios rurales es más allá de una estrategia de desarrollo para las localidades, pues implica una oportunidad para afrontar los diversos problemas ocasionados en él a lo largo de la historia.

I.II EL TURISMO DE CALIDAD COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO RURAL.

I.II.I Turismo y desarrollo

El turismo es un fenómeno económico y social que desde hace ya algunas décadas crece con rapidez debido a los beneficios económicos que aporta a múltiples países, es actualmente uno de los motores económicos de mayor importancia internacional; representa 10% del Producto Interno Bruto (PIB) a nivel mundial, genera uno de cada 10 empleos (OMT, 2018a) y atrae inversión extranjera.

El turismo es una actividad dinamizadora de localidades, municipios, regiones y países, y de los sectores que intervienen directa e indirectamente en esta actividad, genera en ellos impactos positivos y negativos (Hall y Lew, 2009) reflejados inmediatamente, a mediano y largo plazo en los entornos sociales, culturales, económicos y ambientales (Quintero, 2004).

Esta actividad juega un papel muy significativo en todos los sectores socioeconómicos, propicia que su oferta siga expandiéndose alrededor del mundo y procura el desarrollo social; causa por la que gobiernos de todos los órdenes, nacionales e internacionales, como instituciones y diversas organizaciones lucrativas y no lucrativas se han interesado en promover y desarrollar proyectos turísticos.

La implementación de esta actividad representa un gran potencial para los países en desarrollo, convirtiéndose en uno de los objetivos principales de su actividad económica (OMT, 2018c; Lima *et al.*, 2012; y Quintero, 2004) pues se le considera herramienta de crecimiento económico y desarrollo, ya que contribuye a mitigar la pobreza, el hambre y a mejorar la calidad de vida de los habitantes, mediante el correcto aprovechamiento de los recursos naturales y culturales de las localidades, pueblos y municipios de toda región (Lima *et al.*, 2012), por lo que en México adquiere gran relevancia y es impulsado desde la administración pública, organizaciones con y sin afán de lucro.

La significativa trascendencia de la actividad turística en nuestro país se refleja en la estrategia nacional de turismo cuyo objetivo es posicionar a México como potencia turística competitiva y de vanguardia para lograr que la actividad sea un pilar de desarrollo justo y equilibrado para las comunidades y regiones por medio del aprovechamiento sustentable del patrimonio turístico (SECTUR, 2019a), por su parte la Secretaría de Turismo indica que ésta estrategia propone reconocer al turismo como pieza clave del desarrollo y plantea que su impulso debe respetar el entorno natural, cultural y social de los territorios; mismo objetivo es retomado por el Programa de Turismo Alternativo en Zonas Indígenas (PTAZI), indicando que mediante la ejecución de proyectos de turismo alternativo que preserven, conserven y aprovechen de manera sustentable el patrimonio natural y cultural de la población indígena buscan contribuir al desarrollo local (CDI, 2013).

El turismo en sus diferentes escalas desde la internacional a la doméstica genera beneficios, la OMT (2018b) hace referencia al sector como un motor clave del progreso socioeconómico, señalando que la continua expansión de esta actividad beneficia económicamente a los países industrializados y en desarrollo con la generación ingresos y empleos.

En nuestro país ésta realidad está presente ya que el sector turístico contribuye con el 8.8% del PIB nacional, es generador de cuatro millones de empleos directos y ocupa la sexta posición del ranking mundial en cuanto a llegada de turistas internacionales (SECTUR, 2019a). Aunque cabe hacer mención que el éxito del turismo no depende sólo de beneficios económicos, sino también ambientales, sociales y culturales que genera en el entorno en que se desarrolla.

I.II.II La calidad como elemento de diferenciación en el sector turístico

El desarrollo del turismo cuenta con dos vertientes contrarias, una positiva y otra negativa, la primera se refleja en los beneficios sociales, económicos, culturales y ambientales que esta actividad promueve, la segunda contiene los perjuicios que esta misma ocasiona debido a falta de planeación y gestión. Por lo tanto para obtener los beneficios que el turismo promete con su implementación es importante

planear, diseñar y gestionar de manera adecuada esta actividad contemplando las características del territorio y todos los componentes que intervienen en su ejecución para que, efectivamente, se vuelva un motor de desarrollo local, herramienta de preservación del patrimonio natural y cultural, impulsor de la inclusión y accesibilidad, así como un medio para el intercambio de culturas y promoción de la paz (Sustainable y Social Tourism Summit, 2018).

Entonces cumplir con el propósito de desarrollo en múltiples niveles, proyectado por la actividad turística es indispensable debido al deterioro que puede generar a causa de su inadecuada planificación, se debe hacer uso racional de nuestros recursos para su disfrute sin comprometer el acceso a estos por las generaciones futuras, al respecto la OMT (2018b) señala que la contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas que el turismo ofrezca.

En este sentido la calidad como instrumento de mejora y gestión de productos, procesos y servicios turísticos se vuelve un aspecto clave, contribuye a reducir impactos negativos y a incrementar los positivos, la OMT (2015) comenta al respecto que implementar la calidad supone beneficios integrales, percibidos por los visitantes, las empresas, los destinos y los residentes.

Así como los beneficios suponen ser integrales, también lo es la calidad turística, se trata de un servicio que comprende aspectos tangibles e intangibles que convergen en la actividad (Wagner, 2016), es decir que el turista no sólo valora la experiencia sobre los productos directamente relacionados con el viaje, sino que, también, toma en cuenta aspectos como la calidez, atención y amabilidad, aspectos propios de las relaciones humanas.

De esta manera, la calidad no está garantizada únicamente por las características físicas; hoy se combinan como lo mencionan Ruiz y colaboradores (1995), con un trato cordial, amable y personalizado al cliente, así como una decoración acogedora y disposición de buenos accesos a los establecimientos. Por lo que, en la calidad de un servicio turístico ofertado, también están vinculadas las actuaciones de diferentes personas quienes se encargan de comprender y dar respuestas a las

necesidades del cliente; esta relación es fundamental para una experiencia de calidad. Otro aspecto sobresaliente de la calidad es que se ha convertido en factor clave de competitividad turística y un elemento indispensable para las organizaciones y destinos turísticos que buscan posicionarse en el mercado; proporciona características diferenciadoras a los productos, servicios y actividades desarrolladas en este ámbito como al destino turístico en su conjunto.

Es un factor clave en la actualidad ante las exigencias de turistas informados y experimentados que demandan calidad ambiental, social y cultural; razón por la cual empresas y organizaciones dirigen esfuerzos en la implementación de sistemas de calidad para actividades, productos y servicios turísticos que les permita ser competitivos y permanecer en el mercado (Brunet y Alarcón, 2006; y OMT, 2015).

En la Conferencia sobre Gestión de la Calidad celebrada en Rumania se hizo hincapié sobre el tema de la calidad en el turismo como aspecto fundamental para aumentar la competitividad de los destinos turísticos ya que ésta contribuye a mejorar imagen, productos y servicios; atributo esencial cuya mejora debe ser constante para satisfacer la cambiante demanda y seguir permaneciendo en el mercado (OMT, 2016) considerando también que los turistas cada día son más exigentes, por lo que los destinos tienen que implementar nuevas estrategias y alternativas capaces de satisfacer necesidades nuevas.

Respecto a la satisfacción de necesidades la máxima dependencia en turismo en 1991 definió la calidad de los servicios turísticos como:

“el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural” (OMT,2015:16).

La OMT no sólo considera los elementos de seguridad, higiene, accesibilidad, transparencia, autenticidad y armonía de la actividad turística como las principales características de calidad en los servicios turísticos; aunado a estos, otros elementos son considerados como indicadores de la calidad en el servicio, tales como la atención y la amabilidad brindada por el personal a cargo.

I.III TURISMO RURAL

La globalización obliga a las sociedades rurales a buscar estrategias productivas y económicas que contribuyan a su bienestar, fenómeno que ha provocado la reconstrucción del espacio rural en donde el turismo aparece como estrategia de diversificación de ingresos y herramienta de desarrollo.

Los territorios rurales definidos por su heterogeneidad en la llamada multifuncionalidad del territorio y la pluriactividad de sus actores, contienen múltiples servicios y productos generadores de ingresos no agrícolas, haciendo de éste una opción complementaria a la actividad agrícola (Pérez, 2010).

Es así como el turismo rural es considerado un motor de desarrollo de las zonas rurales. Actualmente, constituye una actividad clave para los territorios porque permite generar alternativas frente a los procesos estructurales de crisis que enfrentan como la migración, desvalorización del concepto rural, envejecimiento de la población, pobreza, desigualdad y marginación, entre los más representativos.

Es en los años 80 es cuando emerge el auge del turismo rural, siendo este el resultado de diversos acontecimientos como la crisis de la agricultura, el agotamiento del modelo tradicional de turismo, la aparición de nuevas formas de turismo y la pérdida de las raíces rurales (Carpio, 2008) por parte de los residentes urbanos españoles; fenómenos que también se hicieron presentes en América Latina y específicamente en México.

El apogeo de esta actividad en el campo está representado por acontecimientos que van más allá del incremento de la demanda turística en general, involucra la consolidación de la cultura del ocio, el aumento de los ingresos de la población, mayor disponibilidad de tiempo libre, amplitud de periodos vacacionales, la tendencia a la realización de vacaciones más cortas, movilización de la población joven en fines de semana, el incremento de las actividades recreativas y de ocio en el medio rural, por un lado y, por el otro la crisis del modelo turístico de sol y playa (Cebrián, 2008; López, 2008).

En América Latina los inicios de este tipo de turismo desprenden de iniciativas, principalmente de emprendedores rurales que detectaron una oportunidad de negocio para atender las necesidades de una demanda incipiente: la urbana; aunque también se le atribuye a las organizaciones sociales, gubernamentales o no (Pérez, 2010) quienes han propiciado esta actividad en los territorios con el fin de resolver los problemas sociales que las comunidades enfrentan.

Entonces, el turismo rural es una alternativa al modelo convencional, se caracteriza por desarrollarse en espacios rurales y basarse en principios de tipo ambiental, social, cultural y económico (Pérez, 2010), aunque la principal particularidad de este tipo de turismo es su dimensión local, de él se define que la iniciativa, la gestión, los efectos, el paisaje (visto como atractivo) y la valorización cultural deben ser locales (Carpio, 2008) para definirlo como la actividad turística desarrollada en paisajes rurales y naturales de iniciativa y gestión local que valoriza la cultura local con efectos locales (Cebrián, 2008).

Se puede entender que este tipo de turismo retoma los recursos naturales, culturales y sociales existentes en el territorio, los combina y organiza de manera diversa para crear productos turísticos innovadores que contengan diversas actividades relacionadas con la cotidianidad de las sociedades locales, capaces de despertar el interés de los turistas (Pérez, 2010); esto explica como el turismo rural es o debería ser una fuente de identidad local.

De este modo la implicación de la comunidad local en la planificación del desarrollo turístico es un elemento importante (Sáez, 2008) que debería ser el principal pues la oferta de productos turísticos es hecha por las propias comunidades (Gómez, *et.al.*, 2013), esto significa que ellos como actores clave harán posible la ejecución de la actividad, y tal como lo menciona Thomé (2008), el campesinado se vuelve el objeto central y es la finalidad como propuesta de desarrollo, pues ellos son los principales beneficiarios y quienes recibirán los impactos.

Por otra parte, el turismo rural como estrategia de desarrollo local reactiva territorios y sus sociedades rurales porque representa una iniciativa para frenar el despoblamiento y abandono de las zonas, rescata y revalora el patrimonio arquitectónico, recupera tradiciones, es una acción de sostenibilidad ambiental y potencia los beneficios económicos (Carpio, 2008; y Thomé, 2008). Tal es la importancia del turismo en los territorios rurales que se ha posicionado como estrategia económica aunque la importancia del turismo rural va más allá de los beneficios en este sector para que realmente continúe por la línea del desarrollo local, así como la actividad plantea ser integral, sus beneficios también deben serlo, contemplando los aspectos socioeconómico, cultural y ambiental.

Un primer aspecto sobre los beneficios derivados del turismo son: la diversificación de las economías rurales, comercialización de los productos locales, generación de nuevos servicios, creación y mantenimiento de infraestructuras, promoción de actividades innovadoras relacionada a la vida rural, desarrollo, mantenimiento y potencialización de productos locales, creación de empleos cuya oferta laboral está dirigida a jóvenes, mujeres y adultos mayores para que obtengan ingresos complementarios, también frena el abandono del campo, previene las migraciones y reduce la pobreza (Cebrián, 2008; López, 2008; Pérez, 2010; y Sáez, 2008).

En términos culturales los beneficios se presentan con la recuperación y revitalización de la cultura local, fomento del arraigo rural, la consolidación de la identidad local, el rescate de tradiciones y costumbres, la revalorización del patrimonio cultural, artístico, arquitectónico, antropológico y paleo-arqueológico (Cebrián, 2008; López, 2008; y Pérez, 2010).

En el aspecto ambiental se encuentran la concientización local que permite la revitalización de los recursos naturales, la protección de los espacios rurales, la preservación de la flora y fauna nativa, la sensibilización ambiental de los turistas, mantenimiento de las actividades productivas tradicionales de bajo impacto, y la reducción del deterioro ambiental por edificaciones y malas prácticas sociales (Cebrián, 2008).

Cabe señalar que el turismo rural es una actividad complementaria que no debería reemplazar a las tradicionales, de lo contrario puede provocar efectos negativos en los mismos aspectos que plantean los beneficios. Entre los costos más representativos en el ámbito socioeconómico están la precariedad laboral, el encarecimiento de la tierra y las propiedades, la inflación y el encarecimiento de precios, la estacionalidad, el predominio del turismo sobre otras actividades económicas, la ausencia de los beneficios económicos para la localidad, marginación de la comunidad local, la perturbación de la paz y la resistencia a esta actividad, esto en el ámbito socioeconómico (Cebrián, 2008; López, 2008; y Pérez, 2010).

Desde la perspectiva cultural se puede apreciar la alteración del equilibrio social, la usurpación de la identidad, la aculturación, la teatralización de la cultura, el deterioro de los inmuebles culturales; mientras que los perjuicios ambientales están representados por la contaminación de los espacios y recursos naturales, la alteración del hábitat, la pérdida de la flora y la fauna nativa, así como la degradación medioambiental del entorno (Cebrián, 2008).

Todo lo anterior supone la necesidad de situarnos frente al enfoque del turismo rural sustentable que represente la conservación y el equilibrio entre los ámbitos sociocultural, ambiental y económico en los territorios rurales. Al respecto la OMT contempla tres principios: uso óptimo de los recursos ambientales; respeto a la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservación de sus atractivos culturales, arquitectónicos y sus valores tradicionales, contribución al entendimiento y a la tolerancia intercultural; y gestación de actividades económicas viables a largo plazo. Entonces la sustentabilidad agregada al turismo rural permite

asegurar su permanencia en el tiempo y los beneficios integrales que representa para alcanzar el verdadero desarrollo local.

El papel del turismo en el desarrollo local es fundamental y debe estar presente en todo momento, pues el fin de su implementación es mejorar la calidad de vida de la comunidad local; ante este panorama el desarrollo local apuesta por el control colectivo de las opciones económicas, sociales, tecnológicas, y medioambientales para buscar soluciones de largo plazo a los problemas colectivos (Carpio, 2008).

Actualmente, el desarrollo local presenta nuevos principios que derivan de los nuevos procesos sociales, territoriales y de las nuevas teorías y modelos como el desarrollo sostenible, a escala humana y endógeno; en general todos están dirigidos a promover un desarrollo sano, autodependiente, participativo y ético capaz de crear condiciones económicas favorables, solidaridad social y el protagonismo de todas las personas (Carpio, 2008).

Por otra parte el turismo rural también funge como una herramienta de comercialización de los productos locales, aspecto propio del agroturismo, que además de revitalizar la elaboración de productos específicos de un territorio genera ingresos adicionales a partir de la llegada de turistas, quienes observan alguna o todas las etapas de la cadena de valor y juegan también el papel de consumidores directos.

Así el turismo rural puede manifestarse a través de diferentes modalidades como el agroturismo, ecoturismo, turismo verde o ecológico, de pueblo, de retorno, de aventura, deportivo, religioso, de salud, científico, cultural, educativo, gastronómico y comunitario (Cebrián, 2008; López, 2008; y Pérez, 2010). En México, todas las modalidades mencionadas forman parte del turismo alternativo y rural, definido como los viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma. Las actividades de este segmento son: etnoturismo, eco-arqueología, agroturismo, preparación y usos de medicina

tradicional, talleres gastronómicos, fotografía rural, talleres artesanales, vivencias místicas y aprendizaje de dialectos (SECTUR, 2007).

El turismo al ser una actividad productiva depende de la calidad de sus productos y a la orientación de sus servicios, que en este caso están representados por la autenticidad, la calidez, la singularidad y la diferenciación territorial entre otros aspectos que serán abordados, puntualmente, a lo largo de este trabajo.

I.III.I La calidad en el turismo rural

Estudios realizados con anterioridad indican que desde la década de los 90 el turismo rural en España se encontraba en constante crecimiento (González, 1999), en la actualidad dicho fenómeno persiste aumentado a un paso acelerado, lo que ha generado efectos negativos como descoordinación entre la oferta y la demanda, carencia de criterios comunes para su desarrollo, dificultad de consolidación como producto turístico, escasa y carente comercialización exterior (González, *et. al.*, 2018. y Mendoza *et al.*, 2010).

En México la situación es similar, el auge del turismo rural está en constante crecimiento, es impulsado por dependencias gubernamentales encargadas de la atención a comunidades indígenas, de combatir la pobreza, de diversificación y conservación productiva de los recursos naturales, de conservación ecológica y de áreas naturales protegidas (López y Palomino, 2008; y Palomino, *et. al.*, 2016).

La expansión de la actividad turística ha provocado grandes cambios como la aparición de nuevos segmentos de mercado, cambios en las motivaciones y modo de consumo de los turistas, mayor exigencia de calidad entre otras que influyen directamente en los destinos y empresas de turismo rural, quienes deben adaptarse a las nuevas necesidades e intereses de los viajeros.

Ante dichos cambios la calidad supone ser una estrategia de mejora constante y de desarrollo en los destinos de turismo rural (Mendoza, *et. al.*, 2010), algunos de los beneficios que aporta su implementación son: mayor derrama económica, mayor productividad, diferenciación respecto a la competencia, posicionamiento en el

mercado, lealtad y captación de nuevos clientes, motivación y satisfacción del personal (Brunet y Alarcón, 2006., Mendoza, et al., 2010., y Pertusa *et. al.*, 2013). De este modo la calidad también es una herramienta de impulso en el ámbito rural para la operatividad y comercialización de los destinos generando mayores beneficios en las localidades donde tal enfoque se desarrolla.

En México el turismo rural supone ser una estrategia para la economía de las localidades, motivo por el que resulta indispensable el desarrollo competitivo de los destinos turísticos rurales para hacer frente a los nuevos desafíos que provoca la industria de turismo y de ocio en el ámbito nacional e internacional.

Mendoza y colaboradores (2010) expresan que la adaptación de esta modalidad es indispensable para generar cambios capaces de brindar un servicio apropiado que satisfaga nuevas necesidades e intereses turísticos, concluyendo que la calidad del servicio es fundamental y que para lograrlo es necesario capacitar a los protagonistas orientándoles hacia la calidad y mejora constante, pues un trabajador satisfecho en lo que realiza refleja un mayor desempeño en el servicio que brinda. De allí entonces la importancia de capacitar a los trabajadores con visión hacia la calidad; puesto que la satisfacción laboral, comunicación y compromiso contribuyen a mejorar el servicio y, por consiguiente, la satisfacción del turista (Vera *et. al.*, 2013).

I.IV MECANISMOS DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO

Como ya se ha abordado, la calidad en el sector turístico se ha convertido en un factor determinante para su desarrollo y los mecanismos de evaluación y verificación de la calidad actualmente son un requisito indispensable de validación dada la mayor competencia y exigencia de los turistas.

Desde el ámbito internacional hasta el regional se han instituido diversos mecanismos de certificación como son sellos, programas, normas, certificaciones, distintivos y nombramientos que evalúan la calidad turística en términos de gestión, infraestructura, desarrollo, servicios, productos, actividades y sustentabilidad; con todos ellos se pretende otorgar prestigio y diferenciación.

A nivel internacional el principal referente son las Normas ISO (por sus siglas en inglés: International Organization for Standardization, «Organización Internacional de Normalización»), las normas ISO 21101, ISO 21102 e ISO 21103 se enfocan al turismo de aventura, consideran la seguridad para proveedores de este tipo de actividad, su proceso de seguridad y control, habilidades y conocimientos de guías y, por último, la información que debe proporcionarse a los participantes (Lazarte y Vivienne, 2016. y ISOTools, 2016). La norma ISO 14001:2015 refiere la gestión medioambiental para minimizar los impactos ambientales causados por empresas y administraciones públicas, mientras que la ISO 9001:2015 se enfoca en la gestión de calidad.

En España también se cuenta con certificaciones de reconocimiento internacional, como es el caso de la «Q» de calidad, marca basada en impulsar la mejora de calidad para satisfacción del cliente y pretender diferenciar de sus competidores a los destinos auténticos, es decir que prestigia establecimientos, funge como diferenciador y da impresión de fiabilidad a los clientes; esta legitimación se otorga principalmente a alojamientos, agencias de viaje, tour operadoras, guías turísticos y a actividades dedicadas al turismo de naturaleza; la dependencia encargada de

otorgarla es la Secretaría de Estado de Turismo (SET) de España como un caso que finca precedente al respecto (Álvarez *et. al.*, 2013. y ISQ, 2012).

La Q de calidad antecede a algunas otras normas de calidad, como la propuesta por la Asociación Española de Turismo Rural (ASETUR) que, para clasificar alojamientos rurales emplea la imagen de espigas; cuya categorización, basada en el entorno, estructura- acondicionamiento, diseño y decoración, equipamiento y trato hacia los clientes, va de una a cinco olivas (en lugar de estrellas). Este modelo es retomado en algunas provincias de España cambiando las espigas por olivas o encinas, aunque siguiendo el mismo mecanismo de calificación (ASETUR, 2017).

Una norma internacional sobre alojamientos rurales más es la UNE 183001:2009, la cual evalúa aspectos como dirección (planificación y gestión de calidad ambiental), prestación del servicio, limpieza e infraestructura y equipamiento, este último aspecto refiere a términos de capacidad, distribución y mobiliario (AENOR, 2016).

Rainforest Alliance Certified es un sello más de calidad internacional, de aplicación voluntaria para empresas y negocios turísticos (hoteles, operadores de turismo, agencias de viaje y otras empresas turísticas) que deseen minimizar su huella ambiental, contiene todos los elementos solicitados por el Consejo Mundial de Turismo Sostenible (la protección del ecosistema, el uso racional de los recursos naturales, la mitigación del cambio climático y el apoyo al desarrollo sociocultural de las comunidades circundantes) que son verificados mediante auditorias para confirmar su cumplimiento. La certificación contiene módulos de capacitación y asistencia técnica; y los beneficios que otorga el sello a las empresas responden al mercadeo, promoción y uso de la marca (Rainforest Alliance Certified, 2018).

Por su parte, Costa Rica cuenta con la Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST), programa propuesto por el Instituto Costarricense de Turismo con el principal objetivo de fomentar la sustentabilidad en el contexto de competitividad turística, con la certificación pretenden diferenciar a las empresas turísticas (agencias, empresas gastronómicas, hoteles, parques temáticos, arrendadoras de vehículos y

tour operadoras) de acuerdo al grado de sostenibilidad que presentan con relación en el manejo de los recursos naturales, culturales y sociales; la clasificación está dada por hojas, de una a cinco (CST, 2016; y Guevara, 2012). Hasta este punto se puede observar que el cambio de estrellas por otros elementos distintivos del territorio (como olivas u hojas) es una declaración de la calidad diferenciada como característica propia del turismo rural y que define la identidad de las comunidades involucradas.

Continuando con los mecanismos de evaluación, a nivel nacional podemos encontrar las Normas Oficiales Mexicanas (NOM) en materia de turismo, un certificado de calidad ambiental turística otorgado por la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA), la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT); y distintivos propuestos por la Secretaría de Turismo (SECTUR) para productos, servicios turísticos y programas encaminados al impulso de dicha actividad en los pueblos y comunidades indígenas.

En este tenor las NOM, son la base principal de normalización en el país, también cuentan con medidas dirigidas al sector; entre las que destacan la NOM-06 TUR-2009 referida a la información, higiene y seguridad requeridas en campamentos; la NOM-05 TUR-2003, a requisitos de seguridad para empresas de buceo; las NOM-08 TUR-2002 y NOM-09 TUR-2002 conjuntamente abarcan el tema de conocimientos y capacidades para guías de turismo, tanto generales como especializados en el tema cultural; la NOM-07 TUR-2002 hace referencia a la responsabilidad civil de prestadores de servicios de hospedaje para protección y seguridad de turistas y usuarios; y la NOM-011 TUR-2001 se enfoca en la seguridad, información y operación en el turismo de aventura (SECTUR, 2014a).

La NMX 133 es una norma de cumplimiento voluntario, está dirigida al desempeño sustentable y buenas prácticas ambientales en ecoturismo, los beneficios de su implementación son mejorar la calidad de vida de las comunidades anfitrionas, la conservación ambiental y sustentabilidad de las empresas turísticas, además de

proporcionar una ventaja competitiva frente a proyectos similares de turismo de naturaleza (SEMARNAT, 2017 y DOF, 2014).

Dentro de los distintivos impulsados por la SECTUR está el «H», programa que promueve higiene y calidad en el manejo de alimentos durante la preparación para el consumo con el objetivo de prevenir y disminuir enfermedades transmitidas a turistas por causa de factores contaminantes, de igual modo pretende mejorar la imagen del país a nivel mundial en cuanto a inocuidad alimentaria (SECTUR, 2014b). El distintivo contribuye también a la promoción turística de aquellos establecimientos que lo obtienen; cabe mencionar que contempla un programa de capacitación que se brinda al 80 por ciento del personal operativo y totalmente al personal con cargos medios y altos (SECTUR, 2015a).

El distintivo «M» (igualmente planteado por la SECTUR) proviene del programa Moderniza que avala la implementación de mejores prácticas y funge como distintivo de empresa turística *modelo*; se otorga a las empresas que emplean de forma exitosa el programa propuesto que consiste en mejorar los procesos y la calidad para que puedan incrementar su rentabilidad y competitividad. El distintivo está dirigido a MIPyMES turísticas (hoteles, restaurantes, agencias de viaje, operadoras de turismo, ecoturismo, arrendadoras de autos, y empresa marinas) y cuenta con tres variantes: básico, ecoturístico y especializado (SECTUR, 2017 y SECTUR, 2017b).

El programa se enfoca en la capacitación (desde el diagnóstico, gestión, procesos, desarrollo humano y sistema de información) para brindar herramientas efectivas y prácticas administrativas actuales a las empresas, permitiendo que logren la satisfacción de sus clientes, mejorar el desempeño del personal, disminuir costos, aumentar sus utilidades, incrementar su rentabilidad y ofrecer servicios de calidad orientados a la mejora constante (SECTUR, 2017a).

Punto Limpio es un sello de calidad también desarrollado por la Secretaría de Turismo, está enfocado a las PyMES de este sector como lo son: restaurantes, hoteles, cafeterías, agencias de viajes, arrendadoras de autos, operadoras de

buceo, centros de ocio y entretenimiento; el distintivo emplea una metodología que considera los aspectos de formación de gestores, calidad higiénica, buenas prácticas de negocio, aseguramiento de calidad, asesoría y validación (Secretaría de Turismo de Jalisco, 2016. y SECTUR, 2015c).

Es importante mencionar que los distintivos H, M, S y Punto Limpio tienen como requisito fundamental que la aplicación de la metodología y las auditorias estén a cargo de consultores expertos en el tema, registrados en el padrón y disponibles en la página de la SECTUR.

Otro distintivo derivado de la SECTUR es Tesoros de México, se trata de un programa de calidad enfocado a la excelencia y el lujo, está dirigido a hoteles y restaurantes que representan la cultura mexicana a través de sus características arquitectónicas, gastronómicas y de la oferta de servicios exclusivos. Los integrantes del programa ofrecen experiencias únicas, auténticas y originales, características que representan su principal ventaja competitiva (Secretaría de Turismo de Jalisco, 2016; y Tesoros de México, 2018).

El impulso de la SECTUR por la calidad también está presente en segmentos especializados, se trata de sellos de calidad para segmentos de mercado específicos como: Sello Cerca de China, Sello Halal México y Sello de Turismo Incluyente, que funcionan como instrumentos de distinción para las empresas que atienden y dirigen sus esfuerzos en la oferta de servicios de calidad específicos (SECTUR, 2017).

También existen dos programas referentes al tema de impulso a la actividad turística de los pueblos: Pueblos Mágicos y Pueblos con Encanto, el primero de iniciativa federal, que en la actualidad suspende nuevos nombramientos (SECTUR, 2019b) y, el segundo, particularmente, del estado de México. Ambos hacen referencia al impulso turístico en localidades con atributos simbólicos e historias trascendentes sobre tradiciones, mitos y leyendas, arte culinario, etcétera. Para Pueblos Mágicos resulta indispensable que las expresiones socioculturales cuenten con «magia» —justamente de ahí el término—; en tanto que el segundo se enfoca a la

recuperación de paisajes, como a rescatar la historia y la cultura de localidades y comunidades y es antecedente para obtener el título de Pueblo Mágico (SECTUR, 2016; DOF, 2017; Secretaría de Turismo del Estado de México, 2017 y Secretaría de Turismo del Estado de México, 2018a).

Con respecto a los programas dedicados a promover turismo como alternativa de desarrollo en comunidades indígenas, el sello *Paraísos Indígenas*, impulsado en conjunto por la CDI con la SECTUR, es distintivo para sitios turísticos con alto valor natural, cultural e histórico en comunidades indígenas cuyo esquema de organización social se basa en usos y costumbres; cabe reiterar que ambos destinos fueron apoyados y financiados por las dos últimas dependencias. Para gozar de este distintivo, los requisitos son que el destino esté consolidado y que cuente con alguna certificación previa como Moderniza, Punto Limpio, la norma MNX13 y tener registro ante la Adventure Travel Trade Association y/o Rainforest Alliance, (Paraísos Indígenas, 2017).

En cuanto a distintivos dirigidos a la sustentabilidad y protección al ambiente se refiere, la SECTUR propuso un distintivo más, el «S» Garantía de Sustentabilidad, basado principalmente en certificar el aprovechamiento de recursos naturales, como distinción que garantiza la sustentabilidad, y es otorgado a empresas y destinos turísticos para favorecer la competitividad prestando atención al cuidado del medio ambiente (SECTUR, 2015b).

El Certificado de Calidad Ambiental, es otorgado por la PROFEPA y SEMARNAT bajo el Programa Nacional de Auditoría Ambiental dirigido a empresas de servicios y actividades turísticas, iniciativa que pretende mejorar el desempeño ambiental de las instalaciones empresariales, favorece la eficiencia de procesos de producción y su competitividad; cabe aludir que la mayoría de empresas turísticas que cuentan con este certificado son hoteles (PROFEPA, 2016). Tal como hasta aquí es notorio, la diferenciación por medio de la calidad es vital hoy día.

Se puede mencionar al impulso de la SECTUR como antecedente nacional que marcó rumbo al desarrollar sellos, distintivos y nombramientos de competitividad; sin embargo en algunos estados del país ya existen iniciativas propias para también diseñar sellos internos; los principales ejemplos se encuentran en Zacatecas, Guadalajara y Querétaro; el primer estado bajo el programa ACTITUR

ACTITUR es un programa que brinda capacitaciones y cursos gratuitos para prestadores de servicios turísticos (SECTURZ, 2017), fue propuesto por la Secretaría de Turismo del estado y reconocido por la Organización Mundial de Turismo (OMT). Guadalajara cuenta con el distintivo «C», de Calidad en atención al cliente, brinda capacitaciones turísticas, principalmente dirigidas al sector hotelero. (Gobierno de Guadalajara, 2017).

En Querétaro, el Grupo Ecológico Sierra Gorda I.A.P. (GESIAP) diseñó su propio distintivo el «Sello Sabino»; comprende la certificación de fondas y alojamientos (principalmente cabañas), se trata de una iniciativa interna de control para los establecimientos turísticos ubicados en la Sierra Gorda de Querétaro, específicamente para los proyectos impulsados por la misma organización. Los aspectos a verificar son sobre limpieza, atención, imagen, servicio, uso adecuado e implementación de ecotecnias, sinergia con el entorno y buenas prácticas ambientales (GESIAP, 2016).

Queda claro que el tema de la calidad en el turismo es de suma importancia; los diferentes sellos, programas, nombramientos y distintivos son contemplados como herramientas fundamentales de diferenciación a nivel internacional y local actualmente; aspecto básico para satisfacer la cada vez más exigente demanda turística de quienes solicitan destinos y productos con calidad no sólo basada en términos de imagen sino de compromiso con el ambiente.

I.IV.I Los sellos de calidad en el turismo rural

A nivel internacional, específicamente en España existen mecanismos de evaluación y verificación de la calidad de turismo rural, pueden ser internacionales, nacionales, comunitarios hasta provinciales como la Q de Calidad turística, Compromiso de Calidad Turística en su nivel nacional, la Carta Europea de Turismo Sostenible, la Red Natura 2000 a nivel europeo y, por el ámbito internacional las certificaciones ISO 9001 y 1401 (Castañeda, 2013), y la clasificación de alojamientos rurales de ASETUR.

Incluso en el caso español debido a la amplia gama de certificaciones muchas de ellas llegan a carecer de credibilidad, visibilidad e importancia ante los turistas (Castañeda *et. al.*, 2013). Es importante mencionar y resaltar que la realidad del turismo rural español difiere del mexicano, tanto en términos operativos como de la caracterización de territorio, ante el primer aspecto Thomé (2008) menciona que en México, debido al gran número de campesinos e indígenas, el turismo rural debería ser operado en su totalidad por ellos; respecto al segundo aspecto las actividades turísticas y las propias productivas de las localidades son distintas desde el momento en que está implícita la cosmovisión indígena.

En cuanto a la certificación del turismo rural en México se retoman cinco (que no necesariamente son exclusivas de esta modalidad), una internacional y cuatro nacionales: Rainforest Alliance, Punto Limpio, Moderniza y la Norma NMX-133, todas ellas anteceden a la certificación Paraísos Indígenas.

Rainforest Alliance es en tanto la certificación más completa que se analizó en la presente investigación, incluye aspectos sociales, culturales, empresariales y ambientales, sin embargo su aplicabilidad en el medio rural con comunidades indígenas y poblaciones campesinas es deficiente, en términos de entendimiento y aplicación pues las personas involucradas en la certificación desconocen diversidad de temas implicados en ella, aunque estos no les sean ajenos como la sustentabilidad que en el caso de las comunidades indígenas comprenden prácticas tradicionales de su día a día, inclusive la puesta en marcha de la certificación

provoca alteraciones en la esencia cultural y productiva estandarizando bajo el modelo empresarial y modernizador.

Punto limpio y moderniza como mecanismos nacionales también continúan con el enfoque empresarial, mientras que la Norma NMX-133 es de carácter ambiental en el ecoturismo, la cual se acerca más a la realidad. Se observó que los tres mecanismos reflejan sólo requisitos por cubrir para que los parques ecoturísticos continúen obteniendo financiamientos para los emprendimientos turísticos y acceder al programa y certificación de Paraísos Indígenas.

Paraísos Indígenas es el máximo reconocimiento que pueden obtener los proyectos de turismo rural en zonas indígenas, abarca las modalidades de turismo rural, ecoturismo, aventura, salud y bienestar cuya cobertura se extiende por todo el territorio mexicano con 105 proyectos; dos de ellos Presa del Llano y Corral de Piedra, se encuentran en el estado de México.

La certificación ofrece características diferenciales operativas con infraestructura, servicios y actividades de calidad; de certificación por los distintivos previos (M, Punto limpio y NMX_133 o Rainforest Alliance) y de productos con las actividades ofertadas en cada lugar (CDI, 2015). Para obtener el distintivo además de las certificaciones mencionadas deben ser miembros de la Asociación Mexicana de Turismo de Aventura y Ecoturismo A.C. (AMTAVE) y de la Adventure Travel Trade Association (ATTA) (DOF, 2017) y cumplir con características específicas de infraestructura, alojamiento y alimentos y bebidas.

Al obtener este distintivo los beneficiados reciben promoción y difusión turística en la plataforma electrónica y en diversos eventos turísticos nacionales e internacionales. Debido a su innovación y contribución social con las comunidades indígenas en 2018 el programa recibió el premio internacional al mejor producto de turismo activo en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) que tuvo lugar en Madrid, España (INPI, 2019).

Aun contando con el distintivo de paraísos indígenas se detectó que los requisitos solicitados recaen en la modificación de las características propias del producto o servicio porque está orientado a la modernización y estandarización; por consiguiente es posible afirmar que existe un vacío sobre los mecanismos de evaluación de la calidad especializados en el turismo rural mexicano, que estén orientados a atender las necesidades reales de los campesinos y comunidades indígenas para elevar la calidad y que faciliten su entendimiento.

Cabe resaltar dos distintivos más que influyen en la actividad turística rural, el H de calidad higiénica de los alimentos y el Sello Sabino de Calidad al Servicio Verificado, la razón es que en los emprendimientos el servicio de alimentos y bebidas es indispensable por lo que revisar a fondo los elementos que componen el distintivo H ayudará a forjar los criterios de calidad en la oferta de alimentos.

El Sello Sabino también resulta importante debido a su realización interna en el espacio rural, para emprendimientos locales con necesidades específicas, está fuertemente influenciado por criterios de sustentabilidad para que a partir de pequeñas contribuciones se logre la conservación de la Sierra Gorda de Querétaro y el desarrollo local de las comunidades.

I.IV.II Procesos hacia la calidad

Generalmente, el proceso a seguir de las certificaciones antes mencionadas inicia con la solicitud de inscripción, contacto con el asesor consultor, aplicación del manual y finaliza con la evaluación para otorgar el dictamen que avalará la certificación o la rechazará. En este proceso se impone la aplicación de manuales genéricos a la actividad turística en una modalidad, proceso o área específica sin conocer las características reales para determinar su aplicabilidad o entre otros aspectos la alteración del aspecto evaluado para alcanzar la estandarización hacia un modelo ajeno a la realidad local.

Continuando con el tema de los procesos de certificación de la calidad es necesario recurrir a la definición de calidad total entendida como: la gestión integral de las organizaciones, orientada a la satisfacción de los clientes con participación de todas

las partes involucradas: clientes, accionistas, personal y comunidad residente; y como la filosofía directiva que implica la participación general del personal de la empresa, cualquiera que sea su nivel, que pone énfasis en la satisfacción del cliente y la mejora continua (Wagner, 2016).

El enfoque orientado a la calidad total indica entonces que debe aplicarse a todas las áreas con todos los agentes involucrados en ellas para la satisfacción del cliente, contemplando que la satisfacción implica renovación pues las exigencias y expectativas de los turistas no son estáticas, situación que obliga a mantener una mejora continua.

Respecto a este tema Deming (1982) propone un círculo de calidad enmarcado en la mejora continua, se trata de una metodología sistémica de mejora llamada PDCA por sus siglas en inglés Plan-Do-Check-Act que en español es PHVA, traducido como Planificar-Hacer-Verificar-Actuar, es utilizada regularmente para mejorar productos y servicios. Por otra parte Juran (1980) define la calidad como la adecuación al uso y propone una trilogía de procesos que considera fundamentales: planificación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad (Wagner, 2016).

Mencionado lo anterior es necesario retomar los elementos que contribuyen a mejorar la calidad mediante los procesos propuestos por los precursores de la calidad y por las certificaciones existentes con el fin de obtener un sistema integral que permita evaluar la calidad de manera efectiva (véase tabla 1), es así como la propuesta del presente trabajo de investigación plantea cinco etapas, una previa o de selección, y cuatro restantes, las cuales integran además de los procesos de las certificaciones turísticas, el círculo de Deming y la trilogía de Juran.

Tabla 1: Procesos de calidad

Círculo de Deming		Trilogía de Juran		Proceso de las certificaciones turísticas	Etapa	Proceso para el Sello de Calidad de Turismo Rural	
				<ul style="list-style-type: none"> Solicitud Contacto con la dependencia o asesor certificador 	P	Selección	Etapa de selección de los aspirantes a la certificación (requisitos previos)
		Planificación de la calidad	Conocer e identificar los requerimientos del cliente para desarrollar productos que atiendan sus necesidades		1	Diagnóstico	Conocer e identificar el entorno Determinar áreas de acción y aplicación del Sello de Calidad de Turismo Rural
Planificar	Definir las acciones de mejora			Capacitaciones	2	Planificación estratégica	Definir las acciones de mejora Desarrollo de estrategias Aplicar las acciones correctivas y de mejora en los procesos
Hacer	Llevar a cabo las acciones de mejora			Aplicación de manuales			
Verificar	Comprobar los resultados obtenidos	Control de calidad	Evaluar la calidad del producto o servicio, compararlo con los objetivos y actuar sobre las diferencias		3	Mejora de la calidad	Aplicar los estándares de la certificación (requisitos del Sello de Calidad de Turismo Rural)
Actuar	Asegurar los resultados a través de la estandarización	Mejora de la calidad	Identificar puntos de mejora, diagnosticar causas y aplicar acciones correctivas				<ul style="list-style-type: none"> Detección de puntos de mejora Acciones correctivas Programa de capacitaciones
				Auditoria y dictamen final	4	Validación-certificación	Evaluar y verificar la calidad en los productos y servicios

Fuente: Elaboración propia con base en Deming (1982), Juran (1980) y Wagner (2016: 20-27).

I.V SISTEMA TURÍSTICO RURAL DEL ESTADO DE MÉXICO

El sistema turístico rural del estado de México está determinado por los elementos que comprende la actividad en este territorio, en él se expone que el turismo no está representado por un único producto o servicio, sino por el conjunto de ellos (tangibles e intangibles), los cuales constituyen la experiencia del turista; dicha experiencia sugiere ser positiva para alcanzar la satisfacción del cliente como un proceso hacia el éxito.

Como Albisu (2011) menciona, las empresas que desean tener éxito con sus productos en el mercado deben considerar que éste proviene de la colaboración de las diversas áreas a lo largo de la cadena de valor, misma situación para el caso turístico, en donde los destinos son el resultado de diversos eslabones. Al respecto Pulido y López (2006) mencionan que la cadena de valor turística es una herramienta básica para describir el desarrollo de las actividades de una organización, proceso en el que se genera valor para ofertar al consumidor final, y en el que se puede analizar las ventajas competitivas. Entonces queda claro que en el turismo la cadena de valor gira en torno a servicios, actividades y productos que a su vez conforman el sistema turístico, dentro de un territorio.

Lo anterior implica un tema de integridad e interrelación de las áreas involucradas en la prestación de un servicio y/o producto, también retomado por la calidad ya que el resultado individual repercute en el consecuente y en el final, para este caso (turístico), el incumplimiento de un elemento puede representar la insatisfacción global.

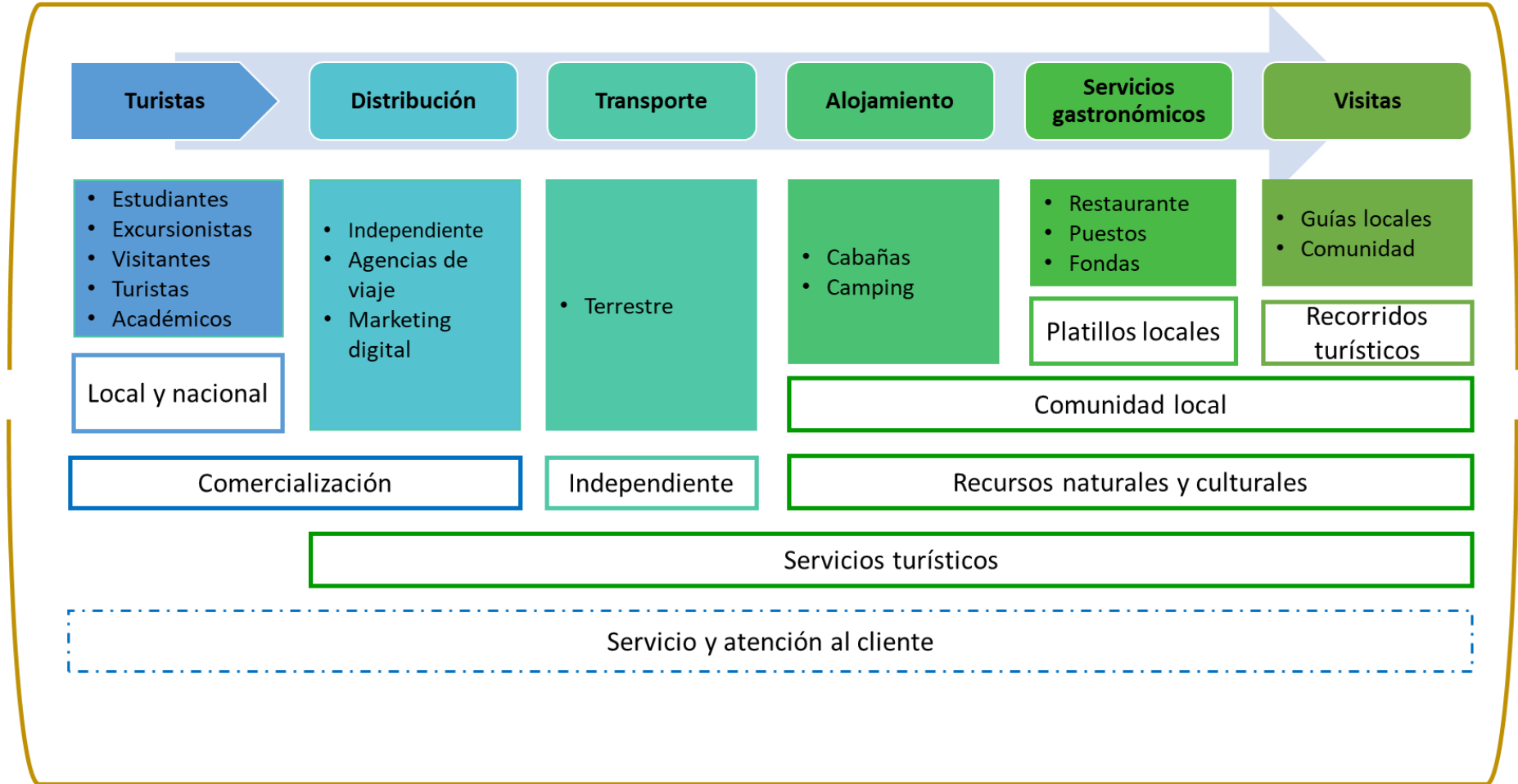
Es por eso que el esquema del sistema turístico rural está definido por medio de la Cadena de Valor Turística (CVT) de los parques ecoturísticos indígenas, para su construcción se tomaron como referencia las cadenas de valor de Alvarado y Oddone (2017); Garry y Martínez (2017), Oddone y Alarcón (2017); y Pulido y López (2016); en ella se exponen los principales componentes que conforman la actividad y su interrelación.

Los eslabones detectados que representan la cadena de valor son: los turistas distribución, transporte, alojamiento, servicios gastronómicos y las visitas guiadas; los principales actores que intervienen y hacen posible el funcionamiento de la cadena son los pobladores de la localidad, ellos trabajan en cada eslabón y se complementan para ofrecer los diferentes productos, servicios y actividades turísticas.

Los actores externos están representados por el sector público, especialmente por la Comisión Nacional Para el Desarrollo de Pueblos Indígenas (CDI) ahora INPI (Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas) en conjunto con la Secretaría de Turismo Federal. El sector privado también interviene en su funcionamiento, se compone de consultorías y agentes externos.

En el diagrama 1 se exponen todos los eslabones de la CVT detectados, representan el sistema turístico rural general; el segundo representa los componentes reales de los parques ecoturísticos indígenas del estado de México, los cuales influyen directamente en la construcción de la calidad y en los que está involucrada la comunidad local, concluyendo que la medición mínima de la calidad debe basarse en los elementos que contiene.

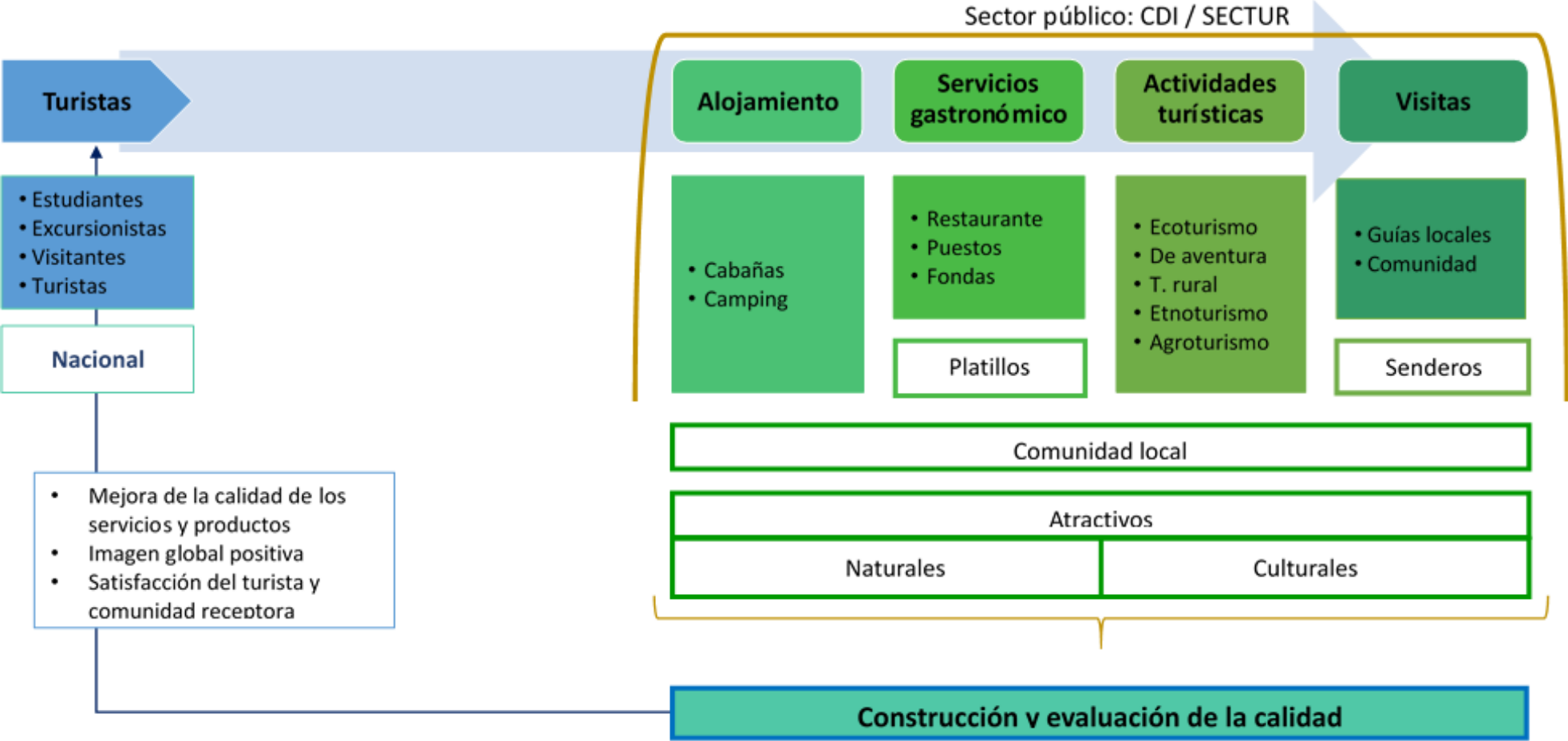
Diagrama 1: Cadena de Valor Turística Rural
Sector publico



Sector privado

Fuente: Elaboración propia con base en Alvarado y Oddone, 2017; Garry y Martínez, 2017; Oddone y Alarcón, 2017 y Pulido y López, 2016

Diagrama 2: CV de los Parques Ecoturísticos Indígenas del estado de México



Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo realizado

I.VI CRITERIOS E INDICADORES DE CALIDAD PARA EL TURISMO RURAL EN EL ESTADO DE MÉXICO

La mayoría de las herramientas orientadas a elevar la calidad en el medio turístico centran su atención en satisfacer las necesidades de los clientes y en aplicar estrategias para reducir los impactos ambientales que provocan; sin embargo enfocarse solamente en estos dos aspectos no garantiza el éxito del destino ni la calidad turística.

La actividad turística es compleja, representada por diferentes servicios, procesos, actividades y personas que hacen posible su operación, está inmersa en un determinado entorno en el que la sociedad y su cultura también juegan un papel relevante en su desarrollo y, considerando que la calidad turística supone integralidad, es necesario retomar todos y cada uno de estos elementos para alcanzarla.

Entonces la calidad turística va más allá de satisfacer meramente al cliente, incluye aspectos sobre la satisfacción de la empresa, del personal, la comunidad receptora, del destino, y del entorno, estos aspectos son al mismo tiempo los que permiten el funcionamiento adecuado de la actividad turística, si alguno de estos componentes no es contemplado, no se puede considerar la existencia e implementación de la calidad de los servicios turísticos (OMT, 2015).

Atendiendo los componentes de la calidad, tangibles e intangibles ya mencionados, se observa que debe existir dos modalidades para su construcción, la interna y la externa, ambas deben ser complementarias, la primera deberá atender las necesidades propias de la organización con el objetivo de mejorar los procesos operativos internos para alcanzar la calidad y con ello ofrecer productos, actividades y servicios sobresalientes.

Por lo que respecta a la construcción externa, esta tiene que contemplar elementos propios del mercado, las necesidades y exigencias de los clientes para alcanzar su satisfacción. Este rubro implica entonces apegarse a los requerimientos de los

turistas, y las especificaciones que consideran aptas para su estadía; pero, sobre todo, para propiciar su desplazamiento al destino como parte de la motivación del viaje; solo así se podrá hacer mención de la gestión integral de los destinos.

En otras palabras, la gestión integral es indispensable para garantizar la calidad de los servicios, cuyo objetivo es propiciar el desarrollo sustentable de la actividad turística, la cual debe atender las necesidades tanto de la comunidad receptora como de los turistas y cumplir las expectativas que los visitantes demandan en los productos, servicios y actividades.

Como resultado de la integralidad de la calidad y el turismo, en el cuadro (cuadro 1) siguiente se enlistan los aspectos contemplados por los distintivos mencionados en el apartado anterior que evalúan la calidad turística, y ya que fueron estos los referentes de calidad seleccionados para la presente investigación, serán retomados para la elaboración de la propuesta del Sello de Calidad de Turismo Rural en el componente de calidad externa.

Cuadro 1 Criterios de calidad de las certificaciones turísticas

Aspecto	Paraísos indígenas	Punto limpio	Moderniza	Norma NMX-133	H	ISO 1401	ISO 9001	Sello Sabino	Rainforest Alliance
Organización									
Gestión de la calidad									
Procesos									
Aspectos ambientales									
Aspectos culturales									
Empresarial									
Seguridad									
Higiene de los alimentos									
Limpieza									
Personal									
Servicios turísticos									
Actividades turísticas									
Instalaciones turísticas									
Equipo/mobiliario y maquinaria									
Sustentabilidad									
Comercialización									
Orientación al cliente									
Unidad de negocio									

Fuente: Elaboración propia con base en la revisión de literatura sobre mecanismos de evaluación de la calidad turística

La conformación e integración de los criterios hace necesario también tomar en cuenta los parámetros que definen la calidad de los servicios turísticos, en este caso se tomó la definición antes mencionada de la OMT con los factores subyacentes que son seguridad, higiene, accesibilidad, transparencia, autenticidad y armonía de la actividad turística con el entorno humano y natural.

La accesibilidad entendida en el ámbito turístico como la disponibilidad de espacios de recreación para personas con alguna discapacidad se ha vuelto un atributo más de calidad ante el reconocimiento del turismo como un derecho fundamental para el desarrollo humano y social; y ante las nuevas exigencias y tendencias en este sector (OMT, 2015). Entonces la accesibilidad como atributo de calidad también debe ser incorporada de manera paulatina a los emprendimientos rurales, siendo necesario primero formar culturalmente para, posteriormente, establecer la infraestructura necesaria.

I.VI.I La sustentabilidad como atributo de calidad

Otro aspecto clave que deriva de la naturaleza del turismo rural, la cual está basada en la disponibilidad y continuidad de sus elementos (recursos naturales y culturales del territorio), y en la creciente demanda de actividades y espacios naturales, resultando indispensable que su implementación se borde con el enfoque de sustentabilidad, entendiendo que la actividad turística tiene, entre uno de sus propósitos ayudar a mantener el carácter rural de las localidades y proyectarlo al exterior.

Así también, la sustentabilidad comparte los mismos principios que la calidad y dado que la actividad turística se fundamenta en el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales, se requieren estrategias a largo plazo porque se utilizan recursos finitos y vulnerables como elementos esenciales de los que depende el interés de los turistas, y su deterioro implica que la motivación desaparezca (OMT, 2015) al igual que los beneficios de esta actividad.

Lo anterior indica que debe mantenerse el equilibrio entre los factores ambientales, socioculturales y económicos, razón por la que para el desarrollo de la propuesta

se tomaron también de referencia los Criterios Globales de Turismo Sostenible (GSTC, 2017), el Manifiesto por un Turismo Sustentable, Solidario y Socialmente Responsable (Sustainable y Social Tourism Summit, 2018) y la contribución del cumplimiento de algunos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ONU México, 2017), a continuación se describen los elementos contenidos:

Criterios Globales de Turismo Sostenible

1. Gestión sostenible
2. Impactos socioeconómicos
3. Impactos culturales
4. Impactos ambientales

Manifiesto por un turismo sustentable, solidario y socialmente responsable

- a) Minimizar los impactos del turismo
- b) Mejorar las condiciones de vida de los trabajadores y residentes de la ciudades o comunidades turísticas
- c) Hacer la actividad turística inclusiva y accesible
- d) Involucrar a los turistas en acciones ambientales y sociales

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

La OMT (2015) señala la contribución del turismo en el cumplimiento de los ODS cuyos beneficios pueden ser directos o indirectos, incluso la actividad turística aparece en las metas de los objetivos: 8 trabajo decente y crecimiento económico, 12 producción y consumo responsables y 14 vida submarina; los cuales están orientados hacia el turismo sostenible.

Para el desarrollo del Sello de Calidad de Turismo Rural se realizó la revisión de las metas e indicadores de cada objetivo logrando determinar la contribución de la propuesta a los siguientes:



El turismo a través de la creación de empleos y el ingreso económico por la llegada de turistas a los destinos rurales, contribuye a reducir la pobreza



La capacitación turística forma agentes locales especializados e incita a los jóvenes de las localidades a continuar preparándose



El turismo debe ser un vehículo de empoderamiento de las mujeres, de visibilización y remuneración de su trabajo



El turismo rural incita a la protección y preservación de los ecosistemas relacionados con el agua, incluidos los bosques, las montañas, los humedales, los ríos, los acuíferos y los lagos



El turismo debe ser un vínculo efectivo de creación de empleos bien remunerados para los pobladores de las comunidades donde existen proyectos de turismo rural, en los que se deben poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible



El turismo promueve la protección del patrimonio cultural y natural de los territorios



El turismo promueve la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales pero se deben elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos de la actividad a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales



La actividad turística puede ser un vínculo para mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto a la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana



Algunas de las actividades que el turismo resalta son la pesca y agricultura, las cuales deben ser sostenibles



El turismo puede ser un promotor efectivo de conservación de los ecosistemas, flora y fauna endémica, y en peligro de extinción por medio de la gestión sostenible

II CAPÍTULO. METODOLOGÍA

II.I PROBLEMA DE INVESTIGACION

Los parques ecoturísticos indígenas del estado de México fueron impulsados por el Programa de Turismo Alternativo en Zonas Indígenas (PTAZI) con el objetivo de contribuir al desarrollo de la población indígena mediante la ejecución de acciones en materia de turismo alternativo, a través del apoyo a grupos organizados, dicho programa promueve acciones orientadas a la elaboración y ejecución de proyectos que preserven, conserven y aprovechen el patrimonio natural y cultural de manera sustentable y con ello ayudar a la mejora de ingresos de los involucrados, respetando la organización comunitaria de los pueblos indígenas (CDI, 2013).

Dicho objetivo está lejos de la realidad, los beneficios que se han presentado son sólo “económicos” para aquellos grupos, la minoría, que desean y tienen la capacidad de aprovechar la infraestructura brindada, aunque en otro extremo se encuentra la mayoría, quienes por falta de rentabilidad, capacidades, vocación y orientación turística han optado por abandonar el “apoyo” que recibieron, el cual lejos de ser un beneficio, trajo perjuicios a la comunidad en todos los ámbitos, sociales, culturales, ambientales y económicos. Todo esto se debe en cierta forma a tres características principales: i) a la falta de planeación, seguimiento y acompañamiento de los proyectos turísticos, ii) a la carencia de desarrollo de capacidades de la comunidad beneficiada y iii) a la falta de calidad en la prestación de productos y servicios turísticos.

Haciendo referencia al último punto, el de la calidad, la ausencia de ésta en productos y servicios frena el desarrollo y en ocasiones provoca el deterioro del espacio turístico y, como se ha abordado antes, está es además de un elemento fundamental de diferenciación para permanecer en el mercado, tener demanda constante y ser competitivo, una herramienta de mejora continua y de minimización de impactos.

Aunado a lo anterior, la calidad impulsada por medio de los diversos instrumentos que la promueven a nivel local y nacional están, en su mayoría, encaminados a brindar apoyos para mejorar la infraestructura e imagen y, muy escasamente, a la mejora del servicio, dando mayor prioridad a la generación de beneficios económicos en el país y menor importancia a los beneficios sociales y culturales.

Una característica más que difiere de los mecanismos de evaluación y certificación de calidad es el enfoque empresarial que carece de adaptabilidad y flexibilidad en el medio rural generando cambios drásticos, pero sobre todo estandarizan además de los procesos, la oferta turística, la cultura y el valor social que las comunidades indígenas pueden brindar, valor que puede ser retomado como elemento distintivo y diferenciador.

Derivado de lo anterior se identificó que existe un vacío respecto a la generación de mecanismos que garanticen la calidad diferenciada para el turismo rural con la construcción de procesos de transformación socioeconómica en los territorios rurales; entonces la propuesta de un sello de calidad promete ser una estrategia de desarrollo rural que permita mejorar la calidad de productos y servicios ofertados, mediante el cumplimiento y verificación de normativas generales y protocolos específicos de calidad turística en el medio rural.

II.II JUSTIFICACIÓN

En el estado de México no hay ningún distintivo, sello o programa que considere la calidad de productos y servicios turísticos en destinos rurales, mucho menos en comunidades indígenas; problemática reflejada en la prestación de servicios inadecuados, situación que causa la insatisfacción de los usuarios y dificulta su retorno al sitio en cuestión. Y aunque existen referentes en el tema a nivel internacional como la ASETUR son modelos que al contemplar la realidad de nuestro país, desde las características físicas hasta las culturales presentan grandes diferencias que limitan su adopción

Aunado a lo anterior, si bien la mayoría de los sellos de calidad turística no tienen costo directo para las comunidades indígenas porque contribuyen a impulsar la actividad turística, muchos requieren del contrato de una consultoría externa que asesore y controle los procesos de gestión, evaluación y certificación, cuyo importe debe ser cubierto por el solicitante, las comunidades indígenas que generalmente no cuentan con recursos financieros suficientes.

Y en el supuesto de que consiguieran cubrir el costo, los estándares marcados por los diferentes sellos, distintivos o certificaciones están adaptados a un modelo empresarial dominado por el turismo tradicional y desarrollado en grandes complejos turísticos; por consiguiente, tratándose de destinos operados por comunidades indígenas en el medio rural solo generan alteración de su esencia, forma de organización y ambiente.

Por tales motivos la propuesta de la presente investigación fue diseñar un sello de calidad certificada para el turismo rural en el estado de México, que fuera construido internamente contemplando las características de los territorios, como una estrategia integral, flexible e interactiva en la que se revaloren y reconozcan los atributos **naturales, culturales y sociales de los involucrados**.

II.III OBJETIVOS

II.III.I Objetivo general

Proponer un sello distintivo de turismo rural como estrategia de desarrollo para promover la adopción, aplicación y verificación de la calidad de los productos y servicios turísticos en los parques ecoturísticos indígenas del estado de México.

II.III.II Objetivos específicos

1. Identificar los elementos de calidad relacionados con la prestación de servicios y productos turísticos en el medio rural

2. Seleccionar y fundamentar los criterios e indicadores de calidad aplicables en el medio rural, específicamente en los parques ecoturísticos indígenas del estado de México
3. Proponer una estrategia de certificación para turismo rural que contenga mecanismos de evaluación que permitan valorar y verificar la calidad ligada al territorio de los productos y servicios turísticos rurales

II.IV Supuesto de investigación

La calidad, asociada a la obtención de un distintivo, es un elemento fundamental de competitividad que conduce a la consolidación y asegura la continuidad de los proyectos de turismo rural porque a través de la mejora continua se minimizan los impactos negativos y maximizan los positivos para alcanzar el desarrollo local de las comunidades involucradas.

II.V Metodología investigación acción participativa

La propuesta de creación de un sello de calidad de turismo rural para comunidades indígenas necesitó profundizar en la problemática y las oportunidades de diferenciación mediante la calidad por lo que la participación de las comunidades y del investigador fue indispensable; es por esta razón que la metodología utilizada fue Investigación Acción Participativa (IAP) (Ander Egg, 2003a) de carácter social y de tipo cualitativa, cuyo objetivo es resolver problemas de un colectivo a través de la integración y participación de los propios involucrados u objetos de estudio.

Es un método de estudio, participación y acción por parte de los protagonistas, mismos términos que definen sus principales características: es investigación ya que la finalidad es realizar un estudio sobre algún tema de la realidad que presenta un colectivo, es acción porque el procedimiento reflexivo de la propia investigación lleva a plantear propuestas y aplicar soluciones por parte del investigador y el objeto de estudio que es la comunidad, aspecto que hace que la investigación sea participativa. (Ander Egg, 2003a).

Al respecto Murillo (2012) menciona que la metodología IAP tiene como tarea principal involucrar a los actores sociales para que, a través de la práctica y entendimiento propio del mundo, construyan su propia estrategia de desarrollo turístico. De esta manera, la población se involucra en el desarrollo de la propuesta, y deberá trabajar en la mejora constante para alcanzar la calidad

Se trata de una investigación aplicada que pretende concluir en una propuesta de desarrollo local. Para ello se retomaron aspectos cualitativos y cuantitativos de la realidad. La propuesta se diseñó para los parques ecoturísticos indígenas del estado de México; deriva de un estudio de caso comparativo en tres destinos de turismo rural consolidados.

La investigación se dividió en tres fases: la primera consistió en la investigación bibliográfica sobre calidad aplicada al turismo y los diferentes mecanismos de evaluación existentes en esta rama, seguido de la selección y análisis de los principales criterios e indicadores de calidad aplicables al medio rural.

La segunda fase consistió en la investigación de campo, por lo cual se realizó observación participante en 10 parques ecoturísticos indígenas del estado de México (véase tabla 2) y la aplicación de dos cuestionarios. El primer acercamiento fue como visitante para pedir informes sobre el parque y así conocer las instalaciones, los servicios, actividades, organización y operatividad de cada lugar; el trabajo se documentó fotográficamente y registró en un diario de campo, cuyas anotaciones consistían en la elaboración del diagnóstico turístico, para posteriormente seleccionar tres parques con la clasificación "consolidado".

De los 10 destinos visitados cinco operan y cinco se encuentran cerrados y abandonados (números 4, 5, 7, 8 y 9 de la tabla 2). En general todos los parques cuentan con infraestructura básica como cabañas y/o restaurantes, palapas o asadores y la oferta de actividades que siempre coincide son campismo, senderismo, caminatas y ciclismo.

Tabla 2: Parques ecoturísticos visitados

Núm.	Parque	Comunidad indígena	Municipio
1	Parque Ecoturístico Corral de Piedra	Otomí	Amanalco de Becerra
2	Centro Ecoturístico Presa del Llano	Otomí	Villa del Carbón
3	Parque Ecoturístico Indígena Ha Maaloma	Otomí	Villa del Carbón
4	Ecoturismo Indígena la Pluma	Otomí	Chapa de Mota
5	Parque Ecoturístico Llano del Rayo	Otomí	Temoaya
6	Parque Ecoturístico El Borbollón Pese-Ndeje	Mazahua-Otomí	Temascalcingo
7	Parque Ecoturístico Piedra Herrada	Nahua	Temascaltepec
8	Centro Ecoturístico Pueblo Nuevo Mazahua	Mazahua	Atlacomulco
9	Parque Ecoturístico Bosque Mazahua	Mazahua	Ixtlahuaca
10	Proyecto Ecoturístico Matawi	Matlatzinca	Temascaltepec

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo realizado

Respecto a la organización, se detectó que los principales involucrados, ya sea ejidatarios o comuneros representantes desempeñan múltiples funciones que son asignadas con anticipación. Otro tema de relevancia detectado fue el componente indígena como requisito para obtener el financiamiento, situación reflejada en la baja o nula participación de personas indígenas al menos en el 50% de los proyectos.

Según González y colaboradores (2018) la categorización de consolidado consiste en la operación turística frecuente, personal capacitado en temas turísticos y candidatura o pertenencia al distintivo Paraísos Indígenas otorgado por la misma dependencia. Los tres parques ecoturísticos involucrados en el estudio comparativo fueron Ha-Maaloma y Presa del Llano en Villa del Carbón y Corral de Piedra en Amanalco de Becerra.

Las tres unidades de observación fueron seleccionadas por los siguientes criterios: i) pertenecer a una comunidad indígena; ii) que presente nivel de consolidación medio-alto, de acuerdo a las valoraciones emitidas por el PTAZI de la CDI, ahora INPI y la clasificación de González y colaboradores (2018) verificada en el trabajo de campo; y iii) que sean un destino activo en el desarrollo del turismo rural.

El segundo acercamiento se realizó con la selección, asistiendo como turista para vivir la experiencia. En la visita se contó con el apoyo de terceros que también asistieron al lugar con el objetivo de pasar un fin de semana en cada parque, realizar diversas actividades turísticas, consumir alimentos en el restaurante y alojarse en las cabañas. Al final de la experiencia se recabaron las opiniones positivas y negativas percibidas. En dichos comentarios se pudieron identificar elementos de calidad presente y ausente que marca la bibliografía consultada en la primera fase, sobre calidad turística.

El objetivo de esta iniciativa fue contar con percepciones reales de los servicios y actividades ofertadas en cada uno de los parques, mismas que se documentaron y sirvieron de apoyo para la realización del diagnóstico turístico de los tres casos de estudio y para la realización de la propuesta en la última fase.

El tercer y último acercamiento fue directo con los involucrados en la operación turística. Consistió en conversatorios con informantes clave que fueron ejidatarios responsables de la operación turística del parque, miembros de las asambleas y trabajadores, detectando que todos ellos poseen información válida, relevante y utilizable para la realización del diagnóstico turístico y de calidad del destino.

Las conversaciones informales arrojaron las percepciones internas de la actividad turística no sólo sobre calidad sino sobre el entender propio del servicio y el turismo desde la perspectiva de los agentes locales como beneficiarios, afectados o excluidos; y la opinión sobre el segmento de turistas que reciben, pero principalmente permitió apreciar las necesidades operativas.

En esta segunda etapa también se recurrió a la aplicación de dos cuestionarios dirigidos a turistas y expertos, el último retomado del método Delphi, cuya aplicación fue designada a expertos sobre el tema de turismo rural, calidad, proyectos productivos rurales, expertos académicos, estudiantes y egresados de la licenciatura en turismo o afines; y trabajadores involucrados en proyectos de turismo rural y calidad.

Según Ander-Egg (2003b) el método Delphi permite recurrir a personas informadas y con experiencia sobre el tema o problema de investigación para que emitan su opinión o juicio, que permita dar respuesta y argumentos a interrogantes sobre un tema específico; es así como esta técnica es utilizada cuando es necesario tomar decisiones fundamentadas. En el caso de la presente investigación se recurrió a la herramienta de este método justo para fundamentar la propuesta planteada de sello de calidad a partir de la percepción de agentes involucrados (turistas) y expertos.

Las características de este método también permitieron el desarrollo del cuestionario aunque se anexaron algunas otras, los pasos fueron los siguientes:

1. selección del tema (calidad en destinos turísticos rurales)
2. retomar los criterios, indicadores y elementos de calidad objetivos y subjetivos identificados en la primera fase
3. elaboración del cuestionario con los elementos identificados en la primera fase, en la observación de campo y el estudio comparativo
4. identificación de los grupos de expertos (turistas y expertos en el tema)
5. envío del cuestionario por correo electrónico
6. interpretaciones de resultados de cada cuestionario
7. cruzamiento de información de los resultados de los cuestionarios aplicados a turistas y a expertos
8. nivel de estabilidad, resultado del punto siete

El procedimiento anterior permitió obtener los criterios de calidad sobresalientes de ambas partes, turistas y expertos, los cuales son empleados y propuestos para el desarrollo del sello de calidad de turismo rural. La muestra estuvo compuesta por

24 expertos y 189 turistas; para el cuestionario dirigido a turistas la muestra se obtuvo de la población total del Valle de Toluca con un nivel de confianza de 90% y un margen de error de 6%, el cálculo se realizó por medio del portal: <https://www.custominsight.com/articles/random-sample-calculator.asp>.

How much error are you willing to tolerate? %
If you are not sure, try somewhere between 3% and 6%

How many people are in your population? e.g. total number of employees in the company

90% Confidence

Para esta investigación se aclara que no necesariamente los turistas son expertos, pero sí actores clave que ayudaron a definir los criterios e indicadores de calidad para la construcción de la propuesta planteada, ya que son ellos los principales usuarios de los servicios turísticos ofertados en estos destinos y quienes marcan la pauta de la demanda de calidad.

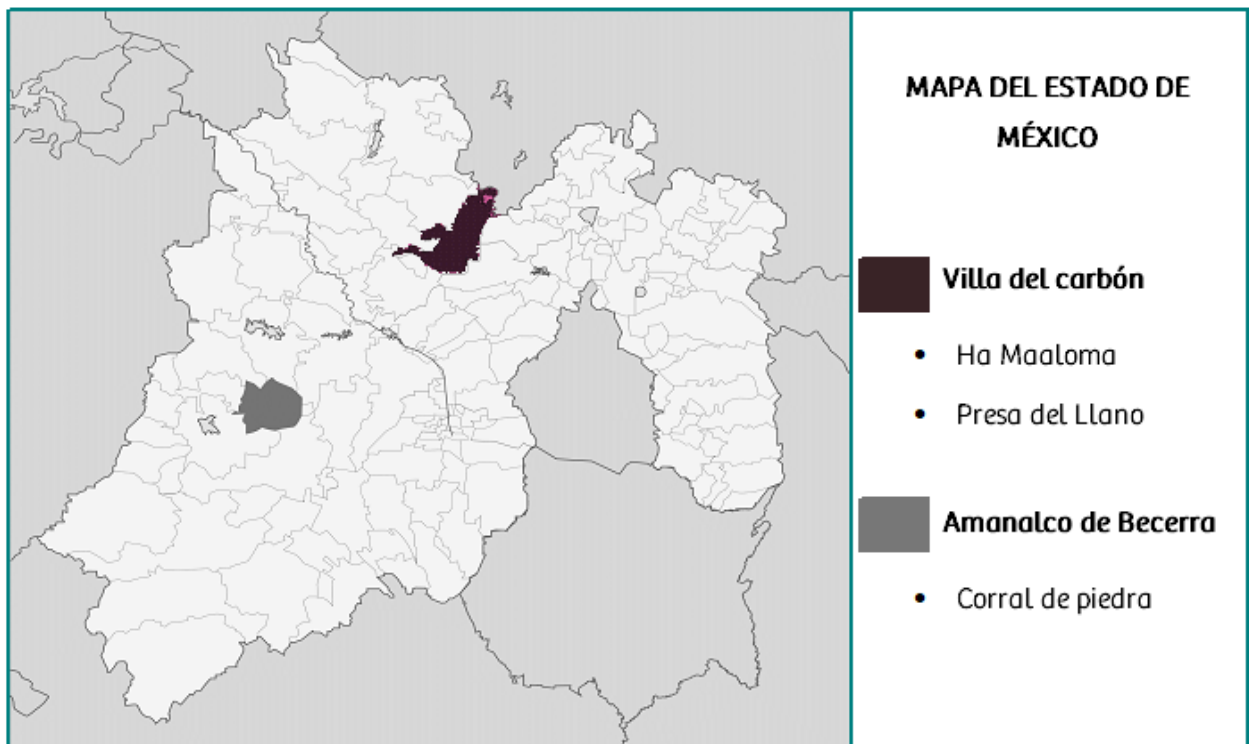
En el cuestionario dirigido a turistas se aplicó la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia, pues, como menciona Sampeiri (2010) la elección de los participantes depende de causas relacionadas con las características de la investigación, y por el juicio personal del investigador en la selección de elementos (Canales, 2006); derivado de lo anterior, las características de selección fueron: aplicar cuestionarios a turistas con experiencia previa, es decir que hayan tenido contacto directo con algún destino de turismo rural; y residencia en el Valle de Toluca, por ser éste un mercado potencial próximo a los emprendimientos turísticos.

La tercera y última fase consistió en proponer la estrategia de certificación de turismo rural que permita definir los mecanismos de evaluación que valoran la calidad ligada al territorio de los productos y servicios turísticos en el medio rural. En ella se hace uso del análisis de los datos recabados en los cuestionarios, el trabajo de campo y la revisión de literatura.

II.VI Zona de estudio

El estudio comparativo se desarrolló en tres parques ecoturísticos del estado de México, dos de ellos Ha-Maaloma y Presa del Llano en Villa del Carbón, y Corral de Piedra en Amanalco de Becerra (véase mapa 1), los parques comparten características similares en cuanto a infraestructura, actividades y servicios turísticos que permitieron analizar semejanzas y diferencias en torno a la calidad.

Mapa 1 Ubicación de los municipios de los casos de estudio



Fuente: Elaboración propia

II.VI.I Parque ecoturístico indígena otomí Ha Maaloma

Imagen 1: Parque ecoturístico Ha Maaloma



Fuente: Archivo personal

Se ubica en la localidad de San Luis Anáhuac perteneciente al municipio de Villa del Carbón. Se encuentra a 2,352 msnm, tiene un clima templado e invierno frío y una temperatura de 20°C (INAFED 2018.a). Es un parque de propiedad ejidal, inició a ofrecer servicios turísticos en el año 2015, es administrado y operado por un comité representativo de 80 ejidatarios integrantes de la comunidad indígena otomí. El parque cuenta con los distintivos Punto Limpio y Moderniza.

II.VI.II Parque ecoturístico Presa del Llano

Imagen 2: Parque ecoturístico Presa del Llano



Fuente: Archivo personal

El parque ecoturístico se encuentra al suroeste de Villa del Carbón, en la localidad de San Jerónimo Zacapexco, aproximadamente a 12 kilómetros de la cabecera municipal, posee una altitud promedio de 2800 msnm, la mayor parte del año tiene un clima templado-frío (INAFED 2018a; Secretaría de Turismo del Estado de México, 2018c); forma parte de un proyecto comunitario en el que están involucrados 1500 comuneros. Cuentan con los distintivos Punto Limpio y Moderniza.

II.VI.III Parque ecoturístico Corral de Piedra

Imagen 3: Parque ecoturístico Corral de Piedra



Fuente: Archivo personal

Se encuentra ubicado en la Cuenca Amanalco-Valle de Bravo, al sur del volcán Nevado de Toluca, en la localidad de Corral de Piedra en Amanalco de Becerra, tiene una altura de 2,780 msnm, el clima es subhúmedo con lluvias en verano, la temperatura media anual es de 13°C, con una máxima de 29°C y una mínima de 0°C. (CCMSS, 2018., Secretaría de Turismo del Estado de México, 2018b. e INAFED, 2018b). El parque es de propiedad ejidal, en el que actualmente están involucrados alrededor de 50 ejidatarios, tiene una extensión aproximada de 50 hectáreas, comenzaron el desarrollo turístico en el año 2005 con la construcción de las primeras cabañas. Actualmente cuentan con tres distintivos de calidad: Punto Limpio, Moderniza y Paraísos Indígenas (CCMSS, 2018).

En las localidades donde se ubican los tres destinos turísticos existen asentamientos indígenas otomíes (González *et. al.*, 2018 y SEDESOL, 2013) de los cuales un porcentaje de la población está involucrada en los proyectos turísticos. Y según datos de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL, 2013) las localidades donde se ubican son catalogadas como zonas rurales, presentan alto grado de

marginación y un rezago social que va de medio a alto. Los datos anteriores justifican el apoyo a emprendimientos turísticos con el fin de reducir los problemas sociales en estas comunidades.

III CAPÍTULO. RESULTADOS

III.I Diagnostico turístico de los parques ecoturísticos indígenas del Estado de México

III.I.I Oferta turística

El trabajo de campo realizado permitió obtener el diagnóstico turístico de los emprendimientos, así como determinar las características, similitudes y diferencias entre ellos. Los aspectos que caracterizan a los tres parques ecoturísticos indígenas son su oferta turística, el entorno natural donde se ven envueltos y las actividades que este entorno físico permite desarrollar; en los casos estudiados destacan aquellas de contacto con la naturaleza y de aventura (véase tabla 3), percibiendo que la oferta turística está estandarizada por el programa de financiamiento.

La tabla permite observar que existe una infraestructura promedio en los tres proyectos, incluso esta característica representa la estandarización de la misma ya que en los tres casos contienen los mismos elementos, claro, con diferencias estructurales cuantificables como los servicios sanitarios y regaderas para camping, y el número de cabañas disponibles, aunque algunas de las diferencias pueden ser justificadas por el área disponible, el número de integrantes de los proyectos y el periodo de fundación.

En cuanto a las actividades, la percepción es la misma, recae en la estandarización, cuyo principal atractivo es la tirolesa y las actividades en contacto con la naturaleza, aspecto comprensible por las características del territorio, en el que se encuentran cuerpos de agua y zonas boscosas idóneas para realizar las actividades propuestas.

Tabla 3: Características de los parques ecoturísticos estudiados

Parque	Ha Maaloma	Presa del Llano	Corral de Piedra
Aspectos			
Nivel de consolidación	En consolidación	Consolidado	Consolidado
Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • 5 cabañas • 1 Restaurante • 1 puesto de comida • 3 Palapas • Asadores • 1 puente colgante 	<ul style="list-style-type: none"> • 25 cabañas (tradicionales ecológicas) y • 1 restaurante • Puestos de comida • Palapas • Asadores 	<ul style="list-style-type: none"> • 10 cabañas • 1 restaurante • Recepción • Palapas • Asadores • Sanitarios y regaderas • Salón de usos múltiples • Temascal
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Tirollesa • Paseo en lancha • Kayak • Senderismo • Ciclismo • Campismo • Pesca • Camping 	<ul style="list-style-type: none"> • Tirollesa • Paseo en lancha • Paseos a caballo • Senderismo • Ciclismo • Campismo • Pesca • Camping 	<ul style="list-style-type: none"> • Tirollesa • Paseo en lancha • Kayak • Senderismo • Ciclismo • Campismo • Pesca • Camping
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Hospedaje • Alimentos y bebidas 	<ul style="list-style-type: none"> • Hospedaje • Alimentos y bebidas 	<ul style="list-style-type: none"> • Hospedaje • Alimentos y bebidas
Recursos naturales	<ul style="list-style-type: none"> • Presa Taxhimay 	<ul style="list-style-type: none"> • Presa del Llano • Zona boscosa 	<ul style="list-style-type: none"> • Lago recreativo • Zona de mariposa monarca y luciérnagas • Presencia de aves migratorias
Recursos culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad otomí 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad otomí 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad otomí

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo realizado

En cuanto a las actividades, la percepción es la misma, recae en la estandarización, cuyo principal atractivo es la tirolesa y las actividades en contacto con la naturaleza, aspecto comprensible por las características del territorio, en el que se encuentran cuerpos de agua y zonas boscosas idóneas para realizar las actividades propuestas.

En lo referente al tema cultural, las actividades existentes hacen referencia a la etnia otomí como elemento turístico secundario para el mercado; aunque existen más elementos culturales susceptibles de aprovechamiento turístico, los únicos aspectos que podría considerarse sobresalientes en este rubro son los alimentos pues por temporadas se incluyen platillos con ingredientes locales de importancia sociocultural, tal es el caso de los hongos y plantas de recolección; y las artesanías.

En general, las actividades carecen de una propuesta de valor, contemplan diversas carencias que tienen que ver con la especialización por parte de los actores locales, conocimiento de la actividad y los riesgos que implica; aplicación y adopción de medidas de seguridad, mantenimiento del equipo, interpretación, atención y actitud de servicio.

Por otra parte, haciendo referencia los servicios se detectan dos elementales de la actividad turística: alojamiento y alimentos y bebidas. El alojamiento tiene dos modalidades, de hospedaje en cabañas y camping. En términos más específicos sobre el alojamiento, existe una variación mínima de diferenciación, casi imposible de apreciar en las cabañas como el material de construcción (adobe, madera o concreto), los servicios que incluye (vista panorámica, energía natural o eléctrica, ecotecnias) y los elementos decorativos (blancos con tejidos otomíes, artesanías y mobiliario de madera local).

Respecto a la ocupación y renta de las cabañas, es esporádica, principalmente los días sábados y domingos, escasamente entre semana, situación que cambia en la temporada vacacional con ocupación constante. Las cabañas ofrecen los servicios básicos de luz, agua y drenaje y, como servicio extra, las comunidades ofrecen en la renta de las cabañas, leña para la chimenea o fogatas. El horario operacional propuesto por la organización es variado pues depende de sus principales actividades productivas. En lo que respecta a la oferta de alimentos se detectó que es genérica, no existe especialización ni anclaje a las cocinas tradicionales, se estructura principalmente por la venta del tipo de pez que se encuentra en la presa o lago como la trucha o carpa. Dichas características también involucran la estandarización del servicio alimentos.

Los restaurantes se encuentran abiertos solo los fines de semana debido a la baja o nula afluencia entre semana, solo se ofrece el servicio cuando es solicitado con anticipación. Una de las razones de esta característica es que las personas encargadas de este servicio son mujeres y los días laborales se encuentran ocupadas en las actividades del hogar, familiares o de trabajo. En periodos vacacionales y puentes cortos el servicio está disponible.

Las características mencionadas fueron detectadas no solo en estos tres emprendimientos. Esta tendencia se extiende en los proyectos del PTAZI en el estado de México, la justificación se puede dar por la falta de planeación turística real y la adopción de un modelo generalizado replicado de comunidad en comunidad. En general se percibió que se ha invertido en bienes a nivel local con la inducción de infraestructura genérica y actividades de turismo de aventura, naturaleza y ecoturismo, sin contemplar las características y elementos del territorio.

El asunto de la estandarización genera una problemática de saturación del mercado no incidiendo en procesos reales de desarrollo territorial, falta de una propuesta de valor y de calidad diferenciada, lo que indica que la concepción de la propia política de desarrollo es estandarizada.

Cabe destacar que los tres destinos seleccionados están inmersos en pueblos con distinciones turísticas de Pueblo Mágico para Villa del Carbón y Pueblo con Encanto (programa inhabilitado actualmente) en Amanalco de Becerra, característica que puede beneficiar el desempeño, diferenciación y consolidación de los emprendimientos turísticos.

III.I.II Inventario de recursos turísticos

Los territorios habitados por comunidades indígenas resguardan elementos naturales y culturales de gran importancia, que al ser retomados por la actividad turística adquieren valor significativo que los convierte en la principal motivación del visitante. Las áreas de estudio demostraron contener estos elementos, sin embargo algunos están sobrevalorados y otros más devaluados, dejando un vacío en la actividad turística que puede ser retomado como oportunidad de diferenciación.

En las siguientes tablas (4 y 5) se detallan las condiciones actuales de los recursos turísticos disponibles en los parques y su estado actual de aprovechamiento turístico:

Tabla 4: Inventario de recursos naturales

Parque	Inventario de recursos naturales	
	Recurso	Aprovechamiento
Ha Maaloma	Presa Taxhimay	Actividades turísticas como pesca, paseos en lancha y kayak
	Loma de San Luis Anáhuac	Realización de actividades como caminatas, ciclismo y senderismo
Corral de Piedra	Lago	Recorrido turístico y actividades como: pesca, paseo en lancha y avistamiento de aves
	Zona boscosa	Recorridos turísticos (nocturno y de recolección de hongos silvestres) y actividades como senderismo, caminatas y ciclismo
	Unidad de Manejo Ambiental (UMA) - Reserva de venados cola blanca	Recorrido turístico
	Peñas cercanas	Recorrido turístico y actividades como escalada
	Presencia de luciérnagas en el boque	Recorrido turístico
	Recursos Forestales Maderables	Sin aprovechamiento turístico
Presa del Llano	Presa del Llano	Oferta de actividades turísticas como pesca, paseos en lancha
	Riachuelos y manantiales	Caminatas
	Paisajes	Senderismo, ciclismo, camping
	Zona boscosa	Paseos a caballo, caminatas

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo realizado

Tabla 5: Inventario de recursos culturales

Parque	Inventario de recursos culturales	
	Recurso	Aprovechamiento
Ha Maaloma	Bordados otomíes	Sin aprovechamiento
	Platillos típicos de la región	Platillos elaborados con ingredientes locales como hongos y chapulines
	Medicina tradicional	Sin aprovechamiento
	Conocimientos tradicionales (costumbres, tradiciones, mitos y leyendas)	Sin aprovechamiento
	Lengua indígena	Sin aprovechamiento
Corral de Piedra	Artesanías de ocoxal	Elaboración de taller
	Lengua indígena	Elaboración de taller
	Platillos locales	Venta de platillos con hongos silvestres
	Conocimientos tradicionales (costumbres, tradiciones, mitos y leyendas)	Sin aprovechamiento
Presa del Llano	Lengua indígena	Sin aprovechamiento
	Platillos típicos	Venta de platillos típicos
	Conocimientos tradicionales (costumbres, tradiciones, mitos y leyendas)	Sin aprovechamiento

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo realizado

Como se puede observar en las tablas de inventario de recursos existen diversas similitudes entre estos tres parques, desde los cuerpos de agua y actividades hasta la pertenencia a la etnia indígena otomí, aspecto que en conjunto con la estandarización del turismo en estas zonas dificulta su diferenciación e identificación. Aunque es importante señalar que pese a las semejanzas, las comunidades aún cuentan con atributos propios que las caracterizan y definen dentro de la sociedad, de los cuales se puede hacer uso para potencializar una propuesta de valor.

III.I.III Demanda real

De acuerdo con los datos recabados en campo, los motivos de viaje de los visitantes son la búsqueda de tranquilidad y el contacto con la naturaleza, de los que se detectaron dos tipos de visitantes: locales, originarios de los poblados cercanos, ellos acuden los fines de semana, buscan pasar un día de campo en el parque sin hacer uso de los servicios o actividades, solo utilizan las palapas o asadores para cocinar y en ocasiones realizan las caminatas de forma independiente.

El otro segmento de visitantes está representado por las personas que residen en la ciudad, entre ellas grupos de familias y jóvenes que buscan descansar y relajarse del ambiente de la urbe; provienen de Querétaro, de la Ciudad de México, San Juan del Río, Toluca, Zinacantepec, Lerma y Metepec; este grupo de personas hacen uso de los servicios, actividades y pernoctan con una estadía promedio de dos noches.

Las actividades más solicitadas, en orden de importancia son la tirolesa, kayak y paseos en lancha, le sigue el camping, los recorridos turísticos y las caminatas; después las actividades que implican esfuerzo como el ciclismo y senderismo; por último se encuentran la pesca y los talleres culturales (gastronómicos y artesanales).

En general, los parques ecoturísticos se han catalogado como destinos de fin de semana, y puentes cortos, ya que son lugares de fácil acceso, en términos de distancia, precio y servicios turísticos. Sin embargo, la temporada alta está fuertemente delineada, comprende el periodo de semana santa y vacaciones de verano e invierno.

III.I.IV Demanda potencial

El inventario de recursos y la demanda real muestran el panorama vigente de los parques analizados y su aceptación; sin embargo, también es necesario conocer la demanda potencial representada por las exigencias actuales de los turistas; para

ello es necesario conocer el perfil del turista rural (nacional e internacional) al que deberían enfocarse los servicios ofertados.

El perfil del turista de aventura y rural en México, Perú, España, Panamá, Paraguay y Venezuela arroja las siguientes características (IICA, 2014; SECTUR, 2005; Top Rural (2018); PromPerú, 2008; CEDOC, 1999; Observatorio de Turismo Rural, 2013; CCEDOC y SECTUR, 2005; y UNID, 2014):

- Son personas entre 25 y 45 años con un nivel educativo superior lo cual puede explicar su exigencia y conciencia ambiental, social y cultural
- Los principales motivos de su visita son:
 - Interactuar con las comunidades nativas y conocer su forma de vida
 - Conocer nuevas culturas
 - Tener contacto con la naturaleza
 - Búsqueda de nuevas experiencias de viaje y gastronómicas
- Prefieren realizar viajes en periodos de baja estacionalidad, la razón es que buscan relajarse, desconectarse y alejarse de la monotonía, el ruido y la rapidez que impone la ciudad, es así como el turismo rural se ha convertido en la mejor opción para escapadas de fin de semana y puentes
- De acuerdo a lo anterior la estadía de los turistas es de dos o tres días y el promedio de viaje a este tipo de destinos es de tres veces por año
- Son visitantes que solicitan mayor exigencia de calidad, comodidad y seguridad sin alterar la esencia del lugar o región
- Solicitan garantías de calidad ambiental, comercio justo y disminuir los impactos negativos
- Buscan destinos integrales, es decir no solo solicitan interactuar con la naturaleza, sino también efectuar una visita activa en la que además de realizar actividades al aire libre (de aventura, rural o ecoturismo) requieren conocer la cultura e interactuar con la comunidad
- El trato recibido es uno de los aspectos más valorados por los turistas, esta característica junto con la limpieza del lugar y el equipamiento se vuelven fundamentales en la satisfacción del visitante

- La tranquilidad del entorno, la belleza paisajística, el trato del pueblo, el mantenimiento, la riqueza sociocultural e histórica y la oferta turística complementaria como la comida, los deportes, recorridos, prácticas tradicionales entre otras son aspectos claves en el turismo rural y aspectos fundamentales durante la estancia del turista
- Son personas que cada vez más se interesan por visitar destinos auténticos, únicos en su tipo, ya sea para realizar una actividad, visitar un lugar único en el mundo o conocer una nueva cultura
- Exigen el cumplimiento de las expectativas creadas, a través de la difusión y comercialización
- Este tipo de turistas se fía de los comentarios en las plataformas de reserva antes de decidir, las imágenes, fotografías y las características de los servicios también influyen en la decisión de compra
- Hacen uso de los medios de comunicación y la red para buscar nuevos destinos y alojamientos, sin embargo la reservación es directa
- Son personas que planean sus viajes, viven en las grandes ciudades, demandan tranquilidad y contacto con la naturaleza
- Los turistas extranjeros son los que aprecian más la cultura del lugar, prefieren hospedarse en alojamientos rurales, rústicos o tradicionales sin sacrificar la comodidad y confort. Para ellos visitar una comunidad rural no necesariamente implica para ellos dejar las comodidades de la ciudad y disfrutar de los servicios básicos (agua, luz, drenaje, internet)

Algunos de los rasgos más representativos del perfil del turista rural como el lugar de residencia, la motivación del viaje (descanso y relajación) y la preferencia de actividades en contacto con la naturaleza coinciden con el diagnóstico turístico realizado en campo y con las declaraciones de la comunidad.

Así mismo la preferencia por el aspecto cultural basado en la intervención activa de los visitantes con la cotidianidad de la población representa una oportunidad significativa para los casos de estudio, quizá también implique la propuesta de valor de la que carecen.

III.I.V Estructura organizativa

La organización interna está constituida por comités y mesas directivas que representan a la comunidad y sus integrantes son también los encargados de la operatividad turística pues se organizan para desempeñar diversos cargos operativos en los parques, esto significa que los representantes se involucran en la mayor parte de las áreas (eslabones de la CVT) en las que desempeñan diversas funciones que dependen de la disponibilidad de las personas con relación a sus actividades productivas, sociales y económicas.

Este aspecto refleja la multifuncionalidad el territorio y la pluriactividad de los actores que ven al turismo como actividad alternativa, aunque en el caso particular de Presa del Llano, debido a su crecimiento y consolidación, el turismo está remplazando las actividades productivas propias del campo y del municipio.

Dentro de la pluriactividad se ha percibido el desempeño de nuevos roles, las mujeres tienen presencia en los emprendimientos porque para ellas el turismo representa un ingreso económico extra sin tener que abandonar las labores del hogar, mientras que los jóvenes se han involucrado en áreas operacionales y en aquellas que implican la adopción de la tecnología, esta característica surge como complemento para las personas mayores que desconocen los aspectos tecnológicos.

Otro elemento importante es la inclusión de los hombres en las tareas femeninas, causa de la indisposición de las mujeres, suceso que obligó a los varones a realizar las tareas de limpieza (de cabañas y lavandería), preparación de alimentos y atención a turistas; dicho fenómeno representa los nuevos roles sociales en las comunidades rurales.

Por último en las organizaciones se percibieron conflictos de diversos tipos entre los que destacan el incumplimiento de las responsabilidades con el grupo y las turísticas, desvío de recursos, favoritismo, delegación de responsabilidades, mala gestión económica, y atención a intereses particulares que afectan a la agrupación, entre los más importantes.

III.I.VI Entorno turístico

Continuando con el diagnóstico turístico es importante contemplar las características del mercado en el que están inmersos los emprendimientos, para ello fue necesario analizar el acceso al mercado, la competencia directa, los precios, las nuevas tendencias y los procesos de diferenciación.

Acceso al mercado

El acceso al mercado turístico rural exige analizar los medios de comercialización, los rasgos definitorios que le identifican (oferta) y las tendencias actuales (demanda), ambos representan el comportamiento del mercado y expresan las nuevas tendencias en la oferta, la demanda y la comercialización, a las que se deben adaptar para permanecer o alcanzar el éxito en el entorno tan cambiante de la actividad turística.

En el medio rural, caso específico del estado de México, además de permanecer en el mercado o alcanzar el éxito, la comercialización supone ser pieza clave de operatividad, ya que de esta condición depende el inicio o fracaso de los proyectos desarrollados en comunidades indígenas.

Entonces la comercialización implica dar a conocer el producto para provocar el interés de los viajeros y su desplazamiento hacia el destino con el fin de obtener rentabilidad, de lo contrario se recae en el anonimato reflejado en la ausencia de visitantes y por ende de beneficios, realidad de la mayoría de los proyectos del programa PTAZI en el estado de México.

La comercialización en los casos de estudio y a nivel estatal constituye una debilidad desde el momento en que no representa una prioridad ni es contemplada en el desarrollo e impulso de los proyectos de turismo rural. Es así como la comercialización depende de los involucrados quienes carecen de conocimientos sobre el tema, acceso a las tecnologías de información y las comunicaciones, aunque de este tema se ocupan las nuevas generaciones, los jóvenes con conocimientos en computación y experiencia básica de redes sociales como Facebook y paginas página web, herramientas de las que hacen uso.

El panorama anterior explica porque la comercialización es limitada y errónea; limitada porque no se hacen uso de herramientas tecnológicas adecuadas que incrementen el alcance, y errónea porque no está dirigido al mercado potencial y la información proporcionada no es la apropiada. Sobre el tema de oferta y demanda sucede lo mismo, la comunidad desconoce las nuevas tendencias que derivan de las preferencias actuales de los turistas, establecen que su competencia está definida por la proximidad de parques similares a ellos, esto los ha llevado a replicar los errores y a la devaluación tanto simbólica como monetaria.

Competencia

El primer aspecto a destacar es la competencia directa, la cual está determinada por los parques turísticos que ofrecen actividades de turismo de naturaleza, ecoturismo, de aventura, turismo rural y agroturismo, en fin de aquellos que ofrecen una o diversas modalidades del turismo alternativo en el mismo territorio; le siguen los 23 parques ecoturísticos indígenas, los parques estatales, parques recreativos, parques temáticos, balnearios y parques ambientales, establecidos en el estado cuya función es la recreación, el descanso y el contacto con la naturaleza.

Continuando por la línea ambiental como opción de recreación y ocio están los zoológicos, Reservas Naturales, Santuarios, Unidades de Manejo Ambiental (UMA), y los propios recursos naturales en los que se desarrollan actividades de aprovechamiento turístico sin infraestructura como cuerpos de agua, peñas, montañas, volcanes, senderos, etc.

Un segmento competitivo más son aquellos establecimientos o actividades de recreación con enfoque cultural como los pueblos mágicos, pueblos con encanto, festivales, ferias culturales y gastronómicas, centros ceremoniales, museos y exposiciones en el estado de México.

Los elementos antes señalados representan la competencia directa para los tres estudios de caso y en general para los proyectos turísticos en el medio rural, todos ellos se ubican en el estado de México como una escala de proximidad, sin embargo

es importante considerar que establecimientos similares existen en la escala nacional, por lo tanto representan la competencia indirecta.

Precios

Los precios del mercado turístico rural son muy inestables, manifiesta los dos extremos, la sobrevaluación y la devaluación, esta característica depende de la rentabilidad del parque, la experiencia y la demanda. La devaluación recae en la saturación del mercado y condiciones del servicio mientras que la sobrevaluación en la supuesta diferenciación e innovación.

Ejemplificando lo anterior en el rubro de actividades, la tirolesa y los recorridos turísticos representan los dos extremos, la tirolesa tiene un precio devaluado por la saturación de su oferta, no solo en los parques ecoturísticos sino a nivel estatal (incluso nacional), y los recorridos turísticos (en algunos casos) están sobrevaluados bajo la justificación de recorridos únicos a cargo de la comunidad local y auténticos con paisajes o algunos elementos emblemáticos del territorio.

Nuevas tendencias

Las tendencias del mercado son los ejes rectores de la actividad turística, indican la orientación y el camino a seguir por las organizaciones. En el turismo rural las nuevas tendencias están marcadas por la especialización, innovación, creatividad y autenticidad. (Observatorio de Turismo Rural, 2019. y Sasu y Epuran, 2016).

Especialización: incluye los aspectos de la oferta y la demanda, la oferta comprende actividades o servicios específicos, esto significa enfocarse en ofrecer actividades o servicios especializados con valor agregado; mientras que la demanda implica concentrarse en un segmento de mercado concreto.

Innovación: implica la inclusión de nuevas ideas para fortalecer los productos y servicios existentes con la intención de aumentar la productividad, se basa en la mejora continua para alcanzar la satisfacción de los turistas constantemente e incluso representa un elemento importante para despertar o mantener el interés turístico.

Creatividad: permite a los destinos innovar nuevos productos en un periodo corto, brindando así una ventaja competitiva sobre otros. En el entorno rural la creatividad permite la diversificación de actividades y la atracción de una nueva tipología de turistas. En este tema los prestadores de servicios turísticos deben encontrar una manera de desarrollar nuevas estrategias para promover lugares originales que se diferencien por su creatividad e innovación en las actividades existentes (Sasu y Epuran, 2016).

Autenticidad: esta debería ser una propiedad intrínseca de producto turístico, en los territorios rurales la autenticidad cultural suele preservarse por los pobladores, condición que asegura la identidad local, sin embargo para el turismo existen dos dimensiones: autenticidad en el escenario y en la etapa posterior; la primera representa la construcción de una autenticidad exclusiva para los visitantes y la segunda es la real, pero menos visible para los turistas (Sasu y Epuran, 2016).

Las nuevas tendencias en el medio rural comparten elementos que se interrelacionan y sobre todo, comparten el mismo fin, fortalecer los destinos logrando su permanencia en el mercado destacando los atributos propios de cada territorio, aspecto de gran importancia para mantener el equilibrio entre la actividad, la sociedad y el ambiente. Ahora bien, el diagnóstico turístico arrojó que las nuevas tendencias están ausentes en los parques ecoturísticos, y el análisis de la situación actual en conjunto con la demanda potencial, arrojan que la adopción de ellas promete ser el escalón al éxito para prolongar su ciclo de vida.

Procesos de diferenciación

De acuerdo con el diagnóstico turístico se detectó que no existen procesos de diferenciación concretos que permitan el posicionamiento individual en el mercado, por el contrario, se encuentra saturado. Ante tal situación la única estrategia percibida que no puede considerarse de diferenciación es la comercialización, en ella se destaca el paisaje o las actividades para incentivar las visitas, sin embargo este rubro solo representa una herramienta de venta que no garantiza la distinción la cual debe derivar de atributos paisajísticos, culturales o sociales propios e internos.

III.I.VII FODA

En este apartado se analizan las cuestiones internas y externas de los casos de estudio. Por medio de la matriz FODA se exponen las fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas detectadas, concluyendo que todos y cada uno de los aspectos manifestados influyen directamente en la calidad turística.

Una *fortaleza* es una ventaja comparativa del destino en relación a sus competidores, una *oportunidad* es una posibilidad de obtener y disfrutar de atributos diferenciadores en un mercado específico, una *debilidad* es una carencia del destino con relación a sus competidores y potenciales turistas; y una *amenaza* es un reto procedente de una tendencia o desarrollo desfavorable del entorno, que puede conducir a la merma del atractivo de ese mercado (Bigné, *et. al.*, 2000).

A continuación se aborda, de manera específica, el análisis interno y externo de los tres parques ecoturísticos:

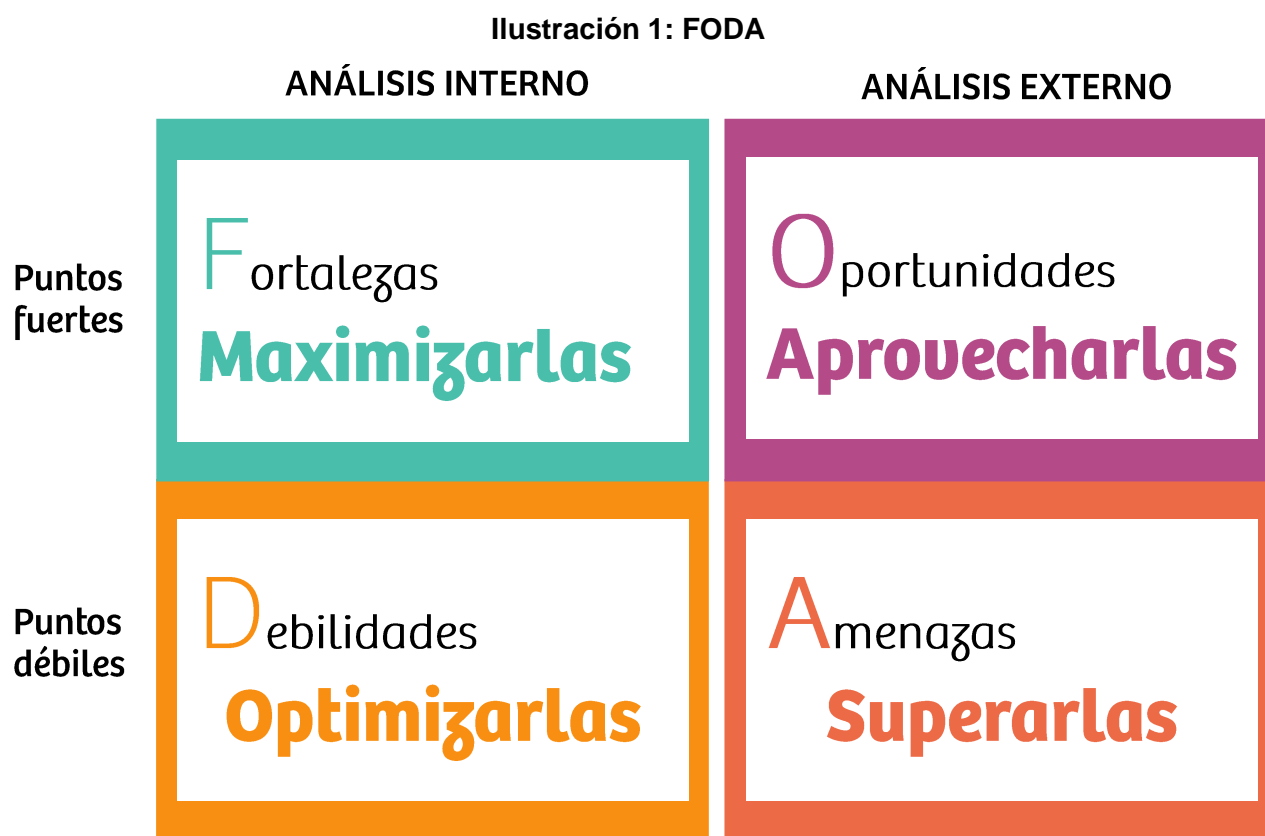
Diagrama 3: Matriz FODA



Fuente: Elaboración propia

I.I.I.I Acciones estratégicas respecto a la calidad

El análisis FODA permitió clarificar la situación actual de los casos de estudio, y al mismo tiempo indica algunas acciones que deben llevarse a cabo para mejorar (véase diagrama 3). A continuación, se describen una serie de propuestas que buscan resolver las problemáticas detectadas en el análisis interno y externo, en ellas se plantea consolidar y fortalecer las ventajas competitivas para neutralizar las amenazas, crear nuevas ventajas competitivas para maximizar las oportunidades y corregir las debilidades.



• Fuente: elaboración propia

- Propuesta de valor territorial como estrategia de diferenciación turística

Desarrollar productos diferenciados basados en propuestas de valor que contemplen las características de los territorios y sus componentes (social, cultural y ambiental). La propuesta contribuye a la apropiación del espacio en su nueva reestructuración, la turística, y a resolver problemas externos como la escasa afluencia a los espacios; el motivo radica en que la diferenciación proporciona una

ventaja competitiva sobre similares e influye directamente en la motivación de viaje, por tanto también provoca el desplazamiento de los viajeros hacia los parques ecoturísticos.

- Aprovechamiento turístico de los recursos naturales y culturales de los territorios como medida de conservación, preservación y revalorización

Como ya se ha abordado la actividad turística pretende aprovechar los recursos naturales y culturales de forma positiva, esto incluye su conservación, preservación y revalorización, acción que al ser ejecutada correctamente neutraliza el deterioro de los mismos en territorios rurales, aunque para lograrlo es necesario concientizar a los agentes involucrados: oferentes (población local) y demandantes (turistas).

- Desarrollo de capacidades como medida de formación y especialización turística

Es necesario aprovechar la disposición e interés de los involucrados hacia el desarrollo del turismo para potencializar las capacidades que poseen, de una forma estratégica en la que se planteen capacitaciones que atiendan las necesidades específicas de los involucrados y de la actividad turística, medida que permitirá aumentar la calidad del servicio prestado y la satisfacción de los turistas. Sin duda, éste es un componente también necesario para superar la inexperiencia de la comunidad en la prestación de servicios.

El interés e inclusión de jóvenes en los proyectos turísticos representa una fortaleza más que puede ser potencializada en el tema de la especialización y formación, para detener una debilidad como lo es la comercialización. En la actualidad los jóvenes están rodeados de tecnología, conocen y manejan sus herramientas como redes sociales, plataformas y páginas web, mismos medios utilizados para comercializar. Por tanto aprovechando el conocimiento implícito que poseen, se debe incitar la especialización de los jóvenes en áreas que representan complejidad para las personas mayores.

- Optimizar el uso de redes sociales, plataformas y páginas web para la comercialización turística

Se detectó que los parques ya hacen uso de las herramientas tecnológicas de comercialización turística, y en ellas existen reseñas y comentarios positivos; sin embargo el contenido es deficiente para los tres casos, situación que limita la confiabilidad y provoca confusión a los usuarios, quienes en la actualidad se encuentran informados y realizan comparaciones sobre precios, accesibilidad y comentarios antes de elegir un destino y reservar.

Entonces, para hacer frente a esta debilidad es necesario que junto con la propuesta anterior, se optimice el uso de la página de Facebook, plataformas de reserva y páginas web así como corroborar la información proporcionada (información de contacto, dirección, medios de acceso, precios, actividades y servicios reales disponibles).

- Selección y formación de un comité directivo sólido

Mejorar la organización interna supone un gran reto, para lograrlo es necesario que los involucrados designen democráticamente a un grupo de integrantes que los represente y elaborar conjuntamente el reglamento interno para la agrupación en el que expongan las responsabilidades, derechos, obligaciones, restricciones y sanciones.

- Convertir las debilidades y amenazas en fortalezas

Para los turistas visitar un destino rural no necesariamente implica sacrificar la comodidad, dentro de ella requieren servicios básicos de comunicación como lo son la señal telefónica e internet (alambico o inalámbrico), servicios generalmente deficientes. La señal telefónica no siempre está disponible, el servicio varía dependiendo del clima, mientras que el internet ni siquiera representa un servicio interno. Este es un inconveniente externo con afectación directa, pues la población no tiene el control de la cobertura en ambos servicios, sin embargo la debilidad puede orientarse hacia una cualidad del destino: permite desconectarse de la monotonía y conectarte con la naturaleza.

Aunque el giro, de debilidad o amenaza a cualidad debe ser comunicado, así los usuarios estarán informados sobre las condiciones reales del sitio a visitar, logrando que esta carencia ya no represente molestia y afecte su estadía.

- Mejorar la accesibilidad (medios para llegar al destino) con elementos físicos y tecnológicos

El perfil del turista rural indica que los turistas se desplazan de forma independiente en automóvil propio o por medio del transporte público, para ello es necesario que las vías de comunicación carretera se encuentren en óptimas condiciones, que los señalamientos permitan realmente llegar sin dificultades al destino, y que existan medios de transporte público hasta él.

De los aspectos mencionados existen dos que no pueden ser controlados porque son externos: las condiciones carreteras y el transporte público, aunque se pueden realizar acciones estratégicas para controlarles. Sobre las vialidades, es necesario informar las condiciones en las que se encuentran para que los turistas tomen las precauciones necesarias y que este aspecto no cause disgustos importantes.

En cuanto al transporte, la condición real implica la necesidad de transbordar para llegar a las cabeceras municipales; después ya que no existe transporte público directo, la única opción es tomar taxi, condición que limita el acceso por dicho medio, ante tal situación la propuesta es realizar convenios con el transporte público, específicamente taxis de la localidad para que trasladen a los visitantes a un precio accesible.

Para el caso de la señalética la restricción es interna y externa, interna porque los involucrados pueden reestablecerla en puntos estratégicos, y externa porque la ubicación final es complicada, se encuentra en lugares remotos, para lo cual se sugiere que se realicen mapas temáticos e interactivos que indiquen como llegar a los distintos destinos, incluso hacer uso de las nuevas herramientas de localización; información que debe comunicarse y estar disponible en todos los medios publicitarios.

- Identidad cultural como estrategia turística y de reapropiación social

El desinterés por la cultura indígena es común en los territorios rurales, aunque los proyectos turísticos están fundamentados con el elemento, se percibió que los involucrados muestran timidez por su origen étnico y reprimen sus raíces indígenas por temor a la discriminación. El panorama anterior sumado al creciente interés de los turistas por actividades culturales con enfoque étnico muestra la necesidad de revalorar elementos culturales de las comunidades, incluyéndolos en la actividad como atractivos característicos, que proporcionen identidad y permitan la reapropiación cultural de la localidad.

- Creación de redes y alianzas estratégicas

Las alianzas estratégicas aportan beneficios mutuos que servirán para enfrentar debilidades y superar amenazas como la estacionalidad, para combatirla es necesario aprovechar las oportunidades que brindan los eventos culturales en las cabeceras municipales de los denominados pueblos mágicos y con encanto en los que se encuentran inmersos los parques. Otra alternativa, aprovechando la infraestructura y actividades ofertadas, es realizar convenios turísticos para que algunos eventos culturales de las cabeceras municipales se realicen en las instalaciones de los parques.

Un tema imprescindible más es la seguridad, representa un elemento de gran importancia que los turistas consideran antes de realizar su viaje; para los casos de estudio seleccionados aún no representa una amenaza real, sino potencial, sin embargo los lugares turísticos no cuentan con respaldo oficial, la seguridad está a cargo de los pobladores, quienes se han organizado para supervisar y vigilar las zonas. Por la delicadeza e importancia del tema es necesario recurrir a alianzas estratégicas con los Gobiernos del municipio y el Estado.

- Aprovechar los programas gubernamentales disponibles en pro de desarrollo local

Actualmente los programas gubernamentales de apoyo y financiamiento a emprendimientos rurales consideran prioritarios aquellos proyectos compuestos por

comunidades indígenas, cualidad susceptible de aprovechamiento para solicitar financiamientos que cubran las necesidades turísticas como el desarrollo de capacidades de los pobladores, compra de maquinaria, equipo y mobiliario faltante, e incluso, participar en programas que apoyen la innovación turística a fin de alcanzar la tan necesaria diferenciación.

- Consolidación turística para superar problemas sociales

La consolidación turística constituye el posicionamiento en el mercado, la operación turística frecuente y la profesionalización del personal para reflejar los múltiples beneficios del turismo como actividad complementaria y cumplir el objetivo de proporcionar soluciones a los problemas sociales de los territorios rurales. Esta propuesta se logra con la realización de las anteriores.

El diagnóstico turístico confirmó la necesidad de prepararse ante las presiones que el crecimiento del turismo rural plantea, esto es, que si las comunidades siguen sin considerar el análisis de las tendencias de mercado, las preferencias y necesidades de los turistas, el análisis de la competencia, y el análisis interno y externo de la organización, los proyectos seguirán la evolución tradicional del ciclo de vida del destino (introducción, desarrollo, madurez y declive) o simplemente llegarán de forma inmediata al declive.

III.II Diagnóstico de calidad de tres parques ecoturísticos indígenas

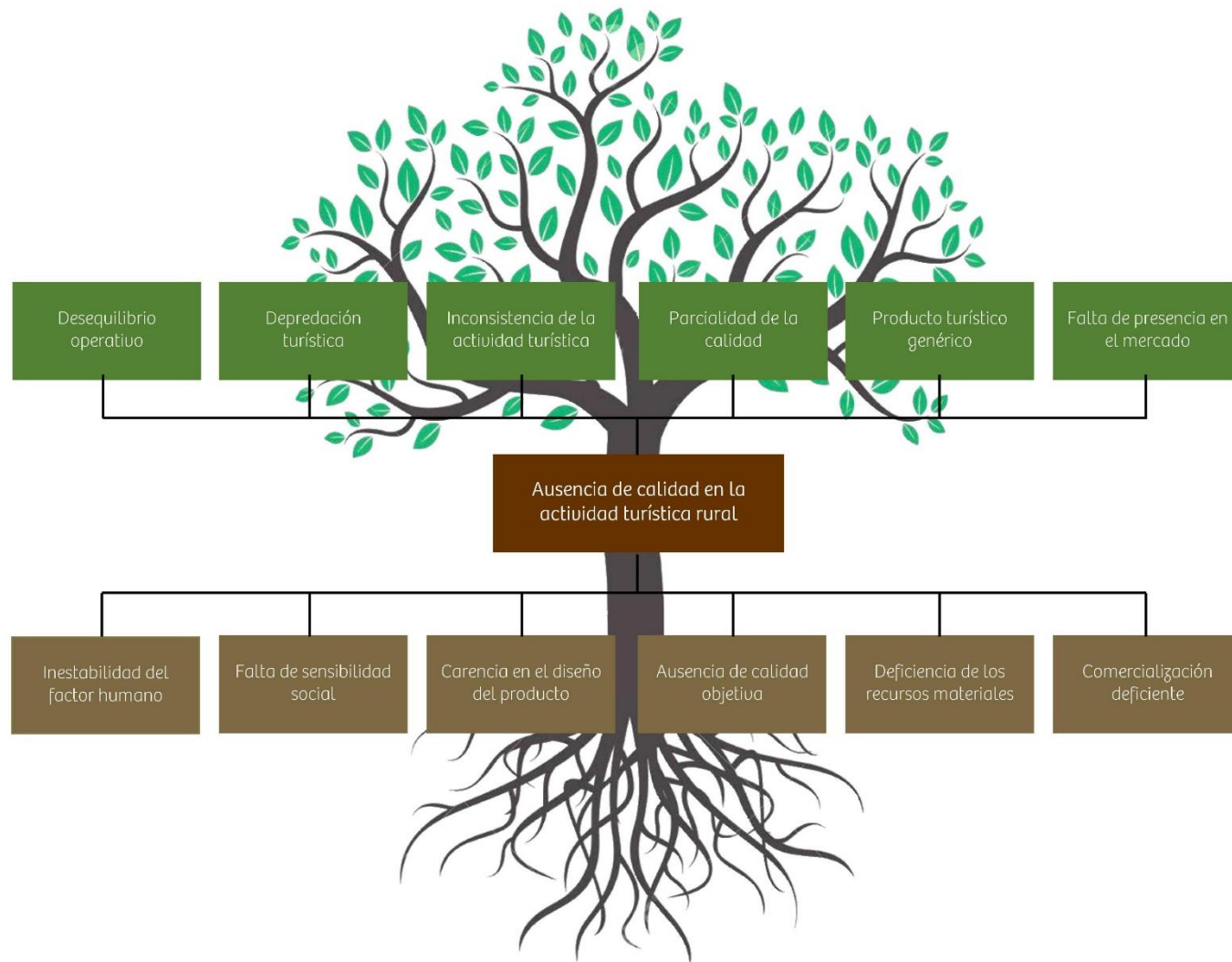
El trabajo de campo también se dirigió hacia el diagnóstico de calidad de los tres proyectos ecoturísticos, en él se detectaron las problemáticas que limitan la calidad turística en los principales componentes seleccionados en la revisión de literatura: factor humano, sensibilidad social, diseño del producto, calidad objetiva, recursos materiales y comercialización.

La información recabada se sintetiza en el diagrama de árbol de problemas general (véase diagrama 4), contempla los componentes antes mencionados y en árboles de problemas y soluciones específicas. El diagrama de problemas permite analizar situaciones puntuales, su estructura simula las partes del árbol, las raíces contienen

las causas del problema, el tronco representa el problema principal, las hojas y ramas simbolizan los efectos y consecuencias.

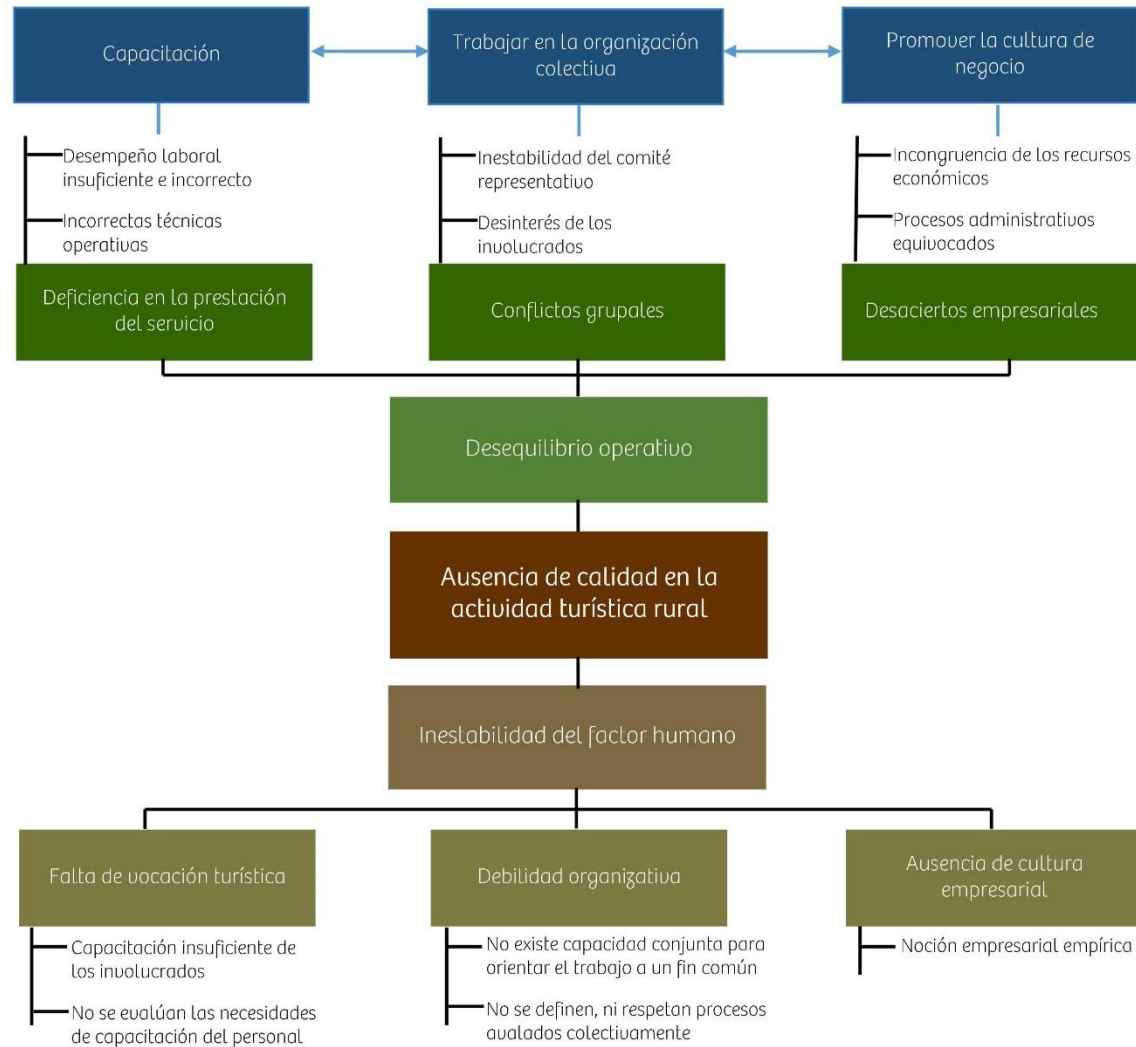
Es una forma de interpretar el problema para entender por qué ocurre (causas) y qué es lo que ocasiona (consecuencias), para posteriormente proponer alternativas y soluciones de mejora en un nuevo diagrama, ahora de soluciones, en él se utiliza la misma estructura: raíces, tronco y follaje. Para efectos de la presente investigación ambos árboles son adheridos en uno solo que contiene causas, problema central, consecuencias, efectos y soluciones concretas (véase diagramas 5, 6, 7, 8, 9 y 10). Los diagramas tienen como problema central la ausencia de calidad en la actividad turística rural; su análisis asume la integridad de diversos elementos para alcanzarla, elementos que a su vez conducen al éxito y sostenibilidad turística. Se detallan a continuación:

Diagrama 4: Árbol de problemas



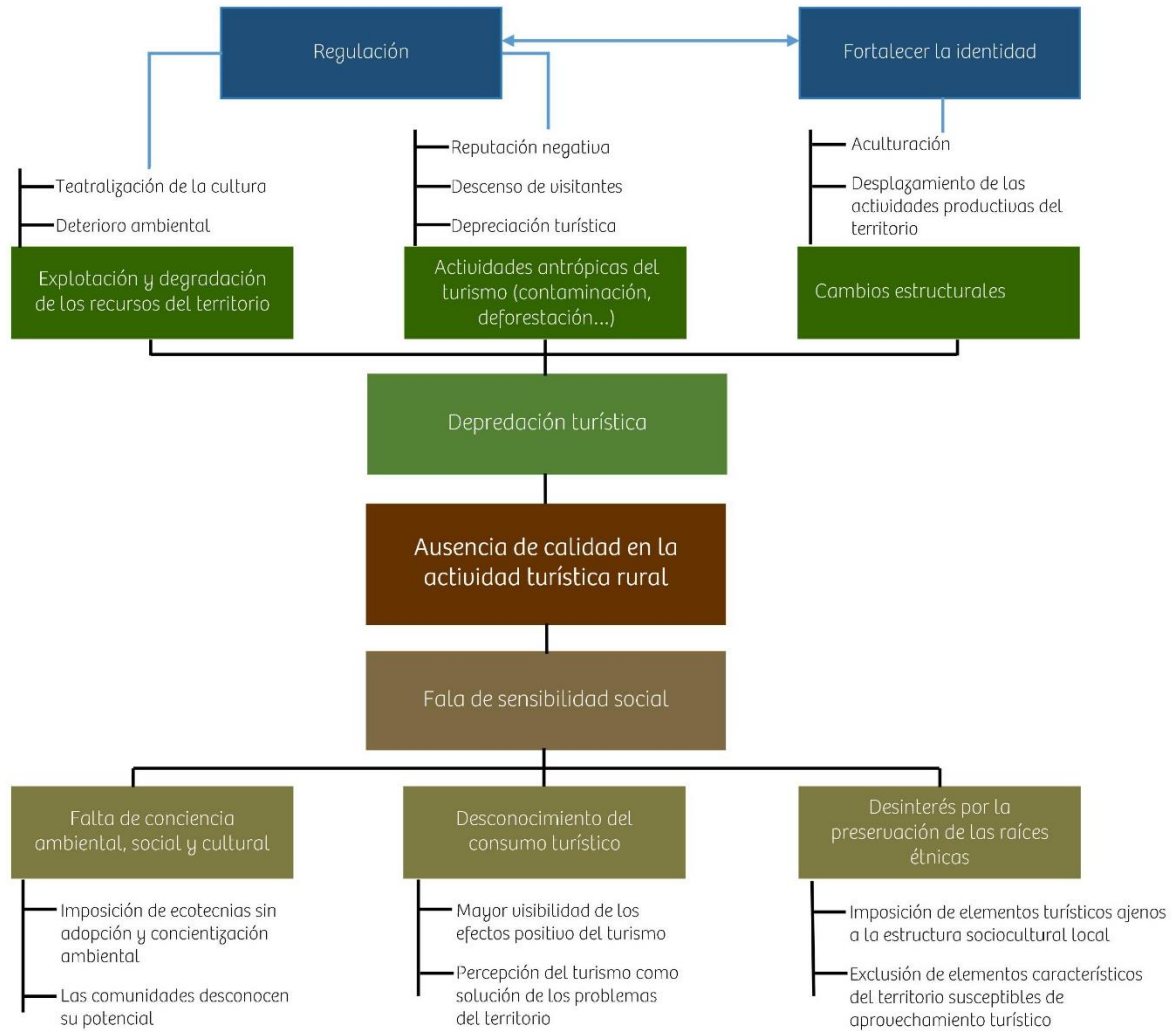
Fuente: Elaboración propia

Diagrama 5: Árbol de problemas y soluciones. Desequilibrio operativo



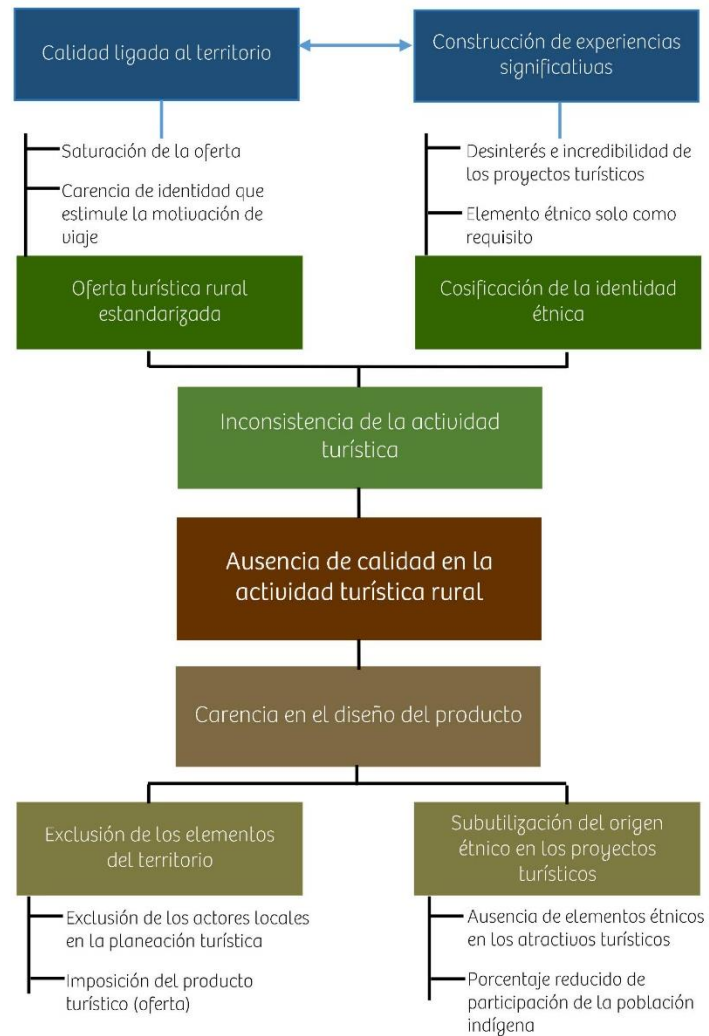
Fuente: Elaboración propia

Diagrama 6: Árbol de problemas y soluciones. Depredación turística



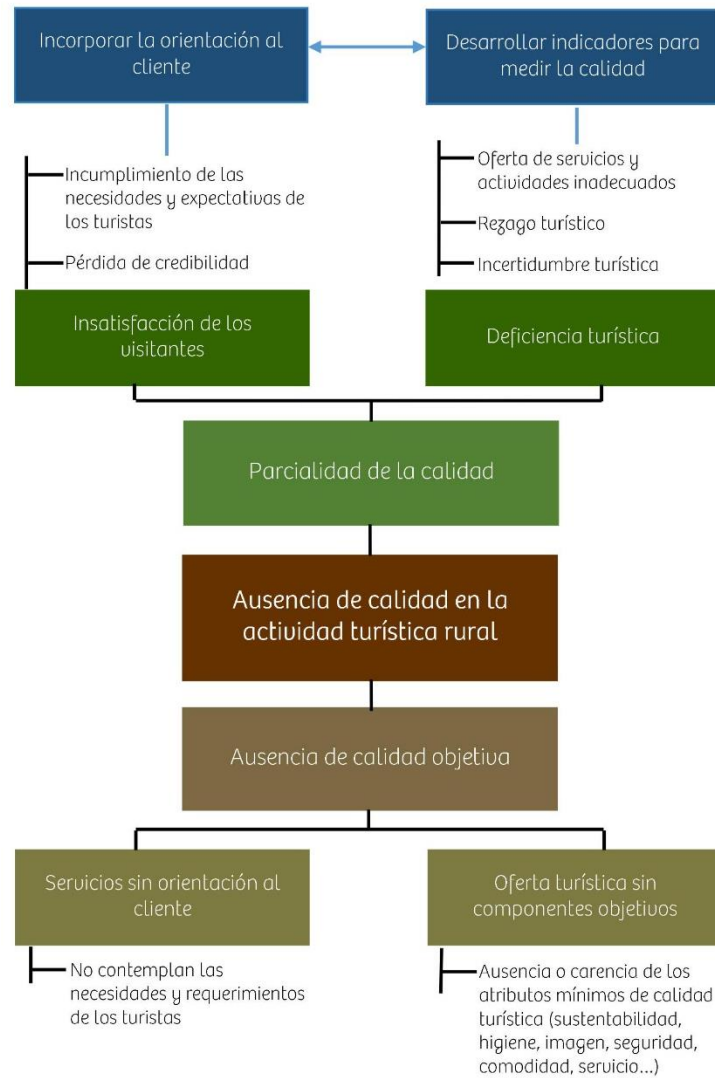
Fuente: Elaboración propia

Diagrama 7: Árbol de problemas y soluciones. Inconsistencia de la actividad turística



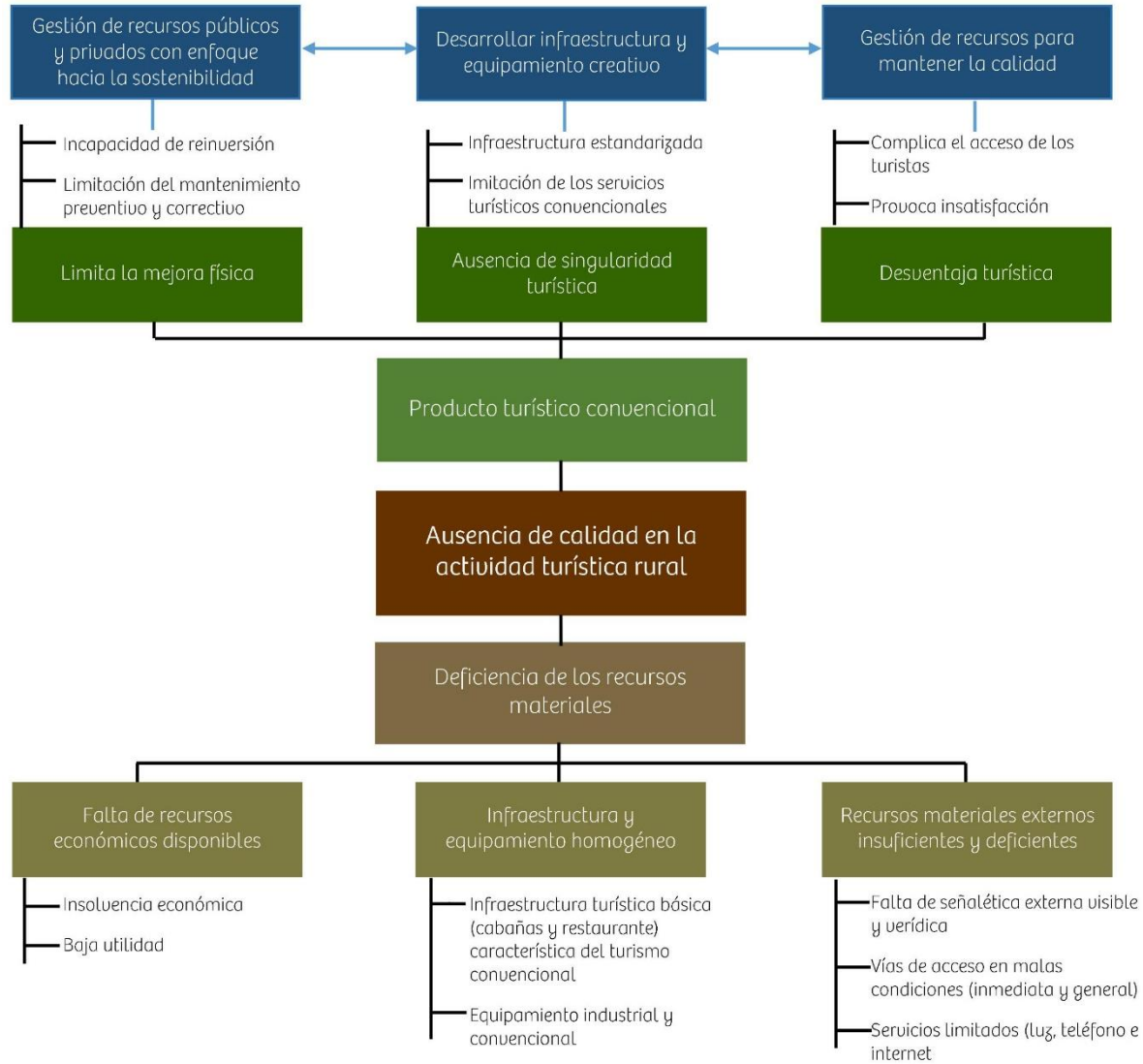
Fuente: Elaboración propia

Diagrama 8: Árbol de problemas y soluciones. Parcialidad de la calidad



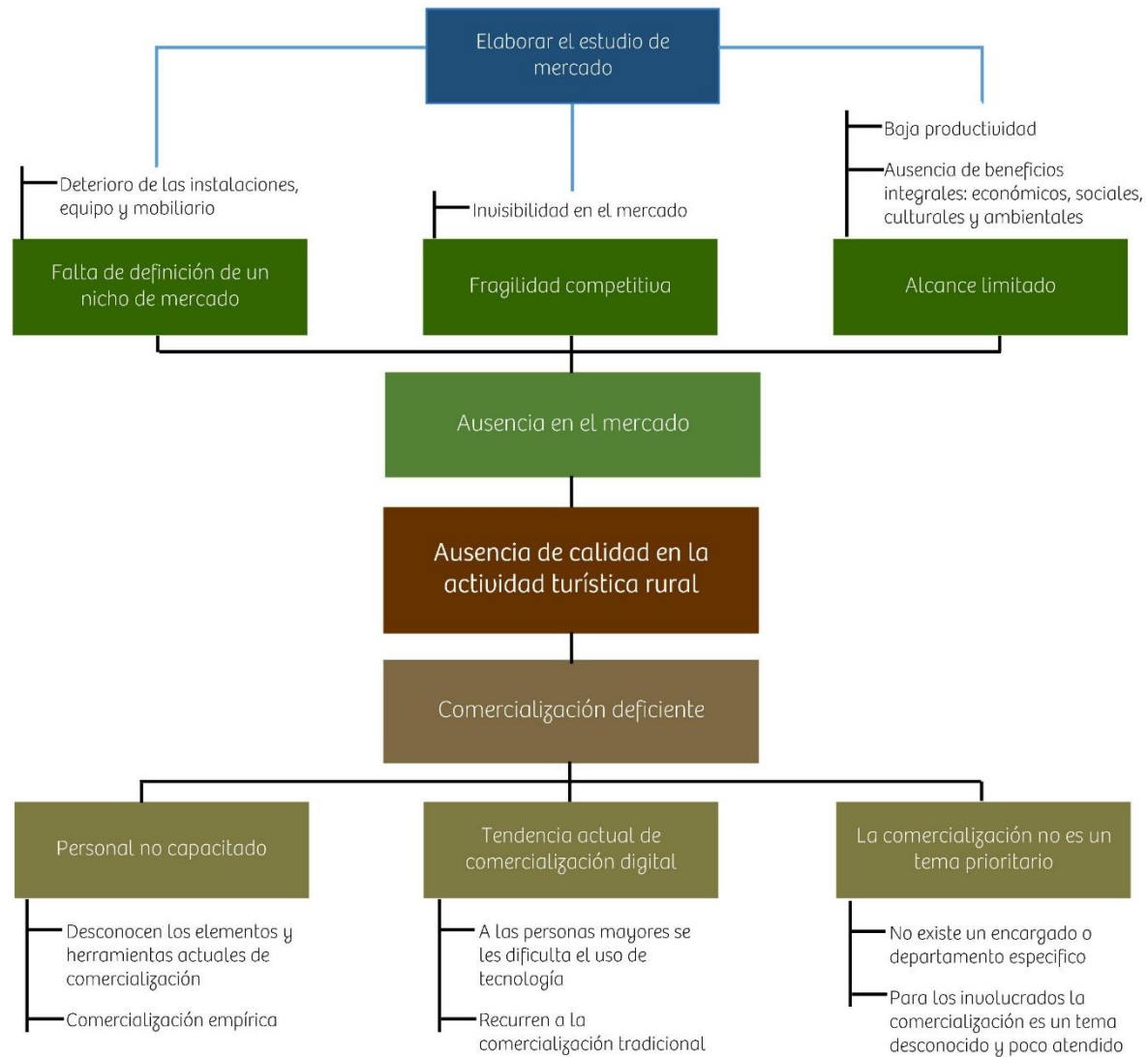
Fuente: Elaboración propia

Diagrama 9: Árbol de problemas y soluciones. Producto turístico genérico



Fuente: Elaboración propia

Diagrama 10: Árbol de problemas y. soluciones. Falta de presencia en el mercado



Fuente: Elaboración propia

III.III Resultados de los cuestionarios dirigidos a turistas y expertos

En la segunda fase de la investigación se aplicaron dos cuestionarios el primero, a 24 expertos y, el segundo a 189 turistas residentes del valle de Toluca. En ambos instrumentos se plasmaron las mismas preguntas sobre indicadores de calidad turística rural y los sellos de calidad para conocer la percepción de los actores clave sobre el tema e identificar los criterios que consideran esenciales para definir la calidad. Los resultados fueron comparados para resaltar los elementos coincidentes, mismos que ayudaron a plantear los criterios e indicadores de calidad de la propuesta planteada.

Los instrumentos cuentan con dos secciones, la primera, en el caso del cuestionario dirigido a expertos contiene aspectos académicos y sociodemográficos para turistas, en este último, los datos recabados permitirán obtener algunos elementos del segmento de turistas potenciales; la razón es que una de las características de selección de los encuestados fue que contaran con experiencia previa, es decir, que hayan visitado anteriormente algún destino de turismo rural, situación que los posiciona como turistas potenciales porque probablemente se interesen por conocer algún parque ecoturístico del estado de México.

La segunda sección contiene preguntas sobre el tema de investigación. En ambos cuestionarios, por medio de la técnica proyectiva de asociación libre de palabras (Donoghue, 2000) se solicitó mencionar las tres primeras palabras que vienen a la mente del experto y turista cuando se hace mención a la calidad en turismo rural (pregunta 1), a criterios que tomarían en cuenta para valorar la calidad del servicio turístico en el medio rural (pregunta 2), y cuando mencionan sello de calidad (pregunta 10).

Para los cuestionamientos del 4 al 8 se usó la escala de medición de actitudes de Likert (Canales, 2006) en una tabla para identificar el grado de importancia que adquieren los indicadores de calidad propuestos en el servicio de hospedaje, alimentos y bebidas, la oferta de platillos, actividades turísticas y el servicio de guía turístico, donde: 1 es nada importante, 2 poco importante, 3 indiferente, 4 importante

y 5 muy importante. En la última sección del cuestionario se realizó una pregunta abierta de sugerencia hacia la mejora de calidad en los servicios turísticos rurales.

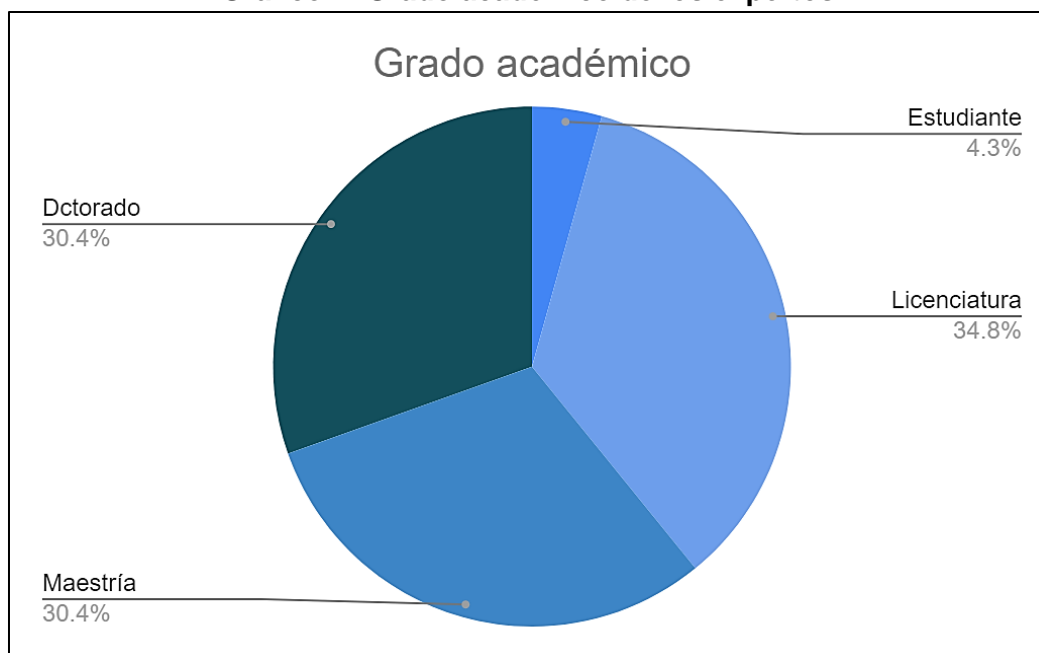
Los resultados arrojaron la percepción de turistas y expertos, y los indicadores que demandan en la calidad turística rural, mismos que sirvieron de referencia y justificación en la elaboración de la propuesta del Sello de Calidad de Turismo Rural. A continuación se detallan los hallazgos obtenidos:

Primera sección: cuestionario dirigido a expertos

- **Grado académico y especialidad de los expertos en calidad, turismo rural o afines**

Los expertos que contestaron el cuestionario son, en su mayoría licenciados en turismo, desarrollo sustentable y ciencias ambientales (34.08%), seguido de maestros en agroindustria rural, desarrollo territorial y turismo agroalimentario, recursos naturales, desarrollo local y desarrollo turístico sustentable (30.4%); y doctores, con el mismo porcentaje (30.4%), en ciencias ambientales, estudios turísticos y ciencias sociales; mientras que los estudiantes de licenciatura o maestría en las áreas antes mencionadas (véase gráfico 1) componen el último segmento.

Gráfico 1: Grado académico de los expertos



Fuente: Elaboración propia con información de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

Todos ellos se especializan en temas afines al presente proyecto de investigación como diseño de proyectos turísticos, desarrollo local, estudios turísticos, turismo agroalimentario, turismo rural, manejo de recursos naturales, productos locales, calidad ligada al territorio, turismo sustentable, turismo cultural y desarrollo sustentable. Cabe mencionar que, dentro del porcentaje de estudiantes y licenciados, algunos de los involucrados se encuentran inmersos en el ambiente laboral directamente relacionado con calidad y/o turismo rural.

Primera sección: cuestionario dirigido a turistas

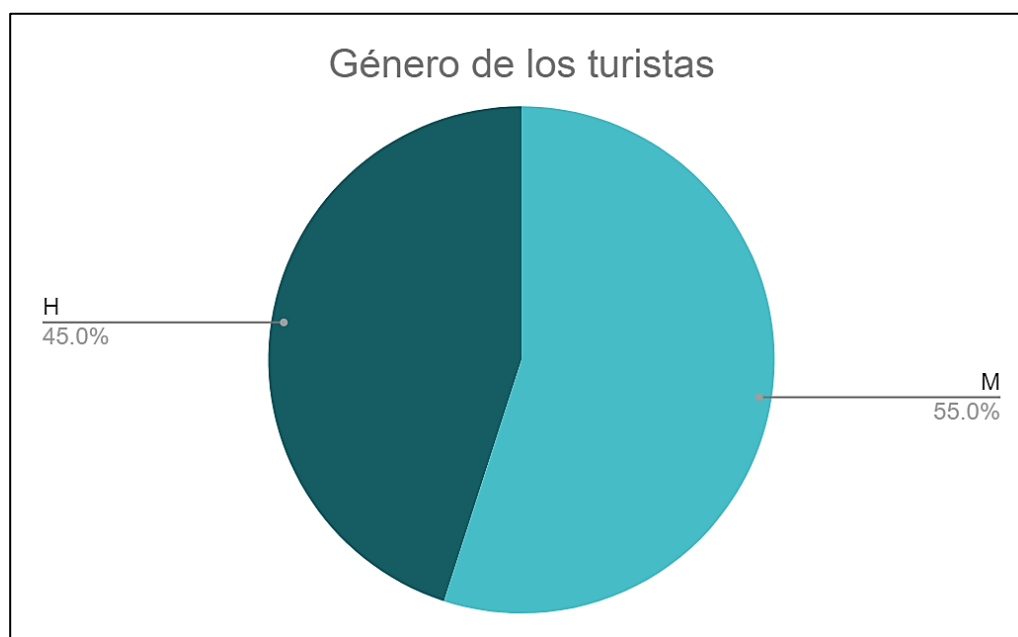
Datos sociodemográficos de los turistas

Los resultados de los datos sociodemográficos de los turistas (género, edad, lugar de residencia, escolaridad y ocupación) arrojaron particularidades del segmento de visitantes potenciales, elementos que pueden ser retomados para formular estrategias de comercialización.

- **Género de los turistas**

El género de los turistas indica que son en su mayoría mujeres, representan poco más de la mitad de los encuestados (véase gráfico 2).

Gráfico 2: Género de los turistas encuestados

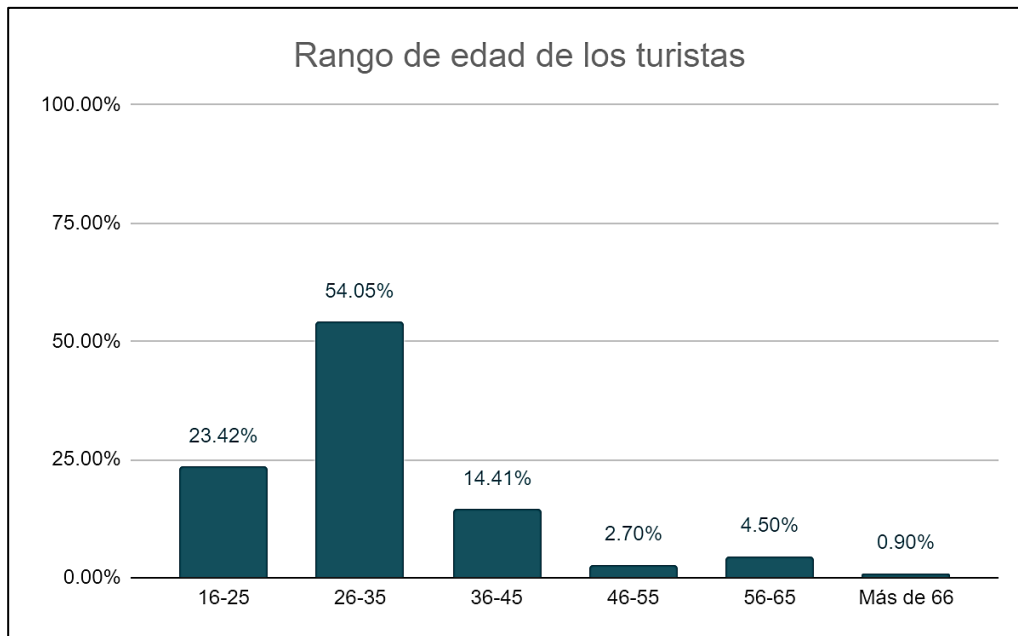


Fuente: Elaboración propia con información de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

- **Rango de edad de los turistas**

El rango de edad predominante de los turistas que han visitado un destino turístico rural es de 26 a 35 años, abarca más de 50% del total de encuestados, seguido del rango de 16 a 25 años, entre estas dos clasificaciones componen el 77.45% de los visitantes y ambos segmentos representan a jóvenes, característica que indica que ellos constituyen el principal segmento de mercado (véase gráfico 3).

Gráfico 3: Rango de edad de los turistas

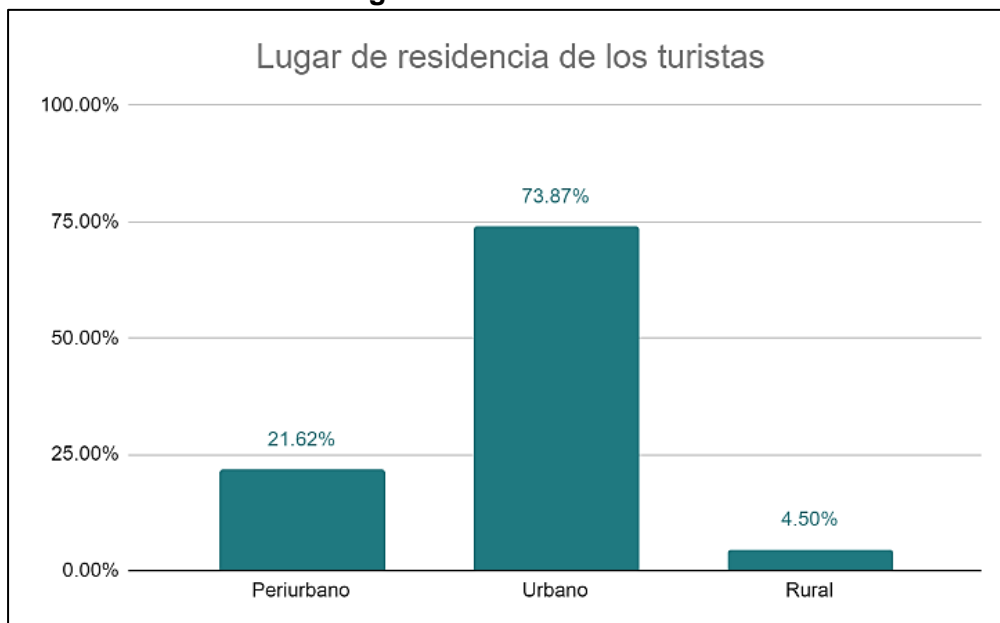


Fuente: Elaboración propia con información de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

- **Lugar de residencia de los turistas**

Una de las características para elegir a los encuestados fue que residan en el valle de Toluca y como se muestra en el gráfico 4, el 73.87% radica en entornos urbanos principalmente en Toluca, Metepec, Lerma y Zinacantepec; seguido de las zonas periurbanas y, al final con un porcentaje mínimo (4.5%), se ubican los residentes en el entorno rural.

Gráfico 4: Lugar de residencia de los turistas

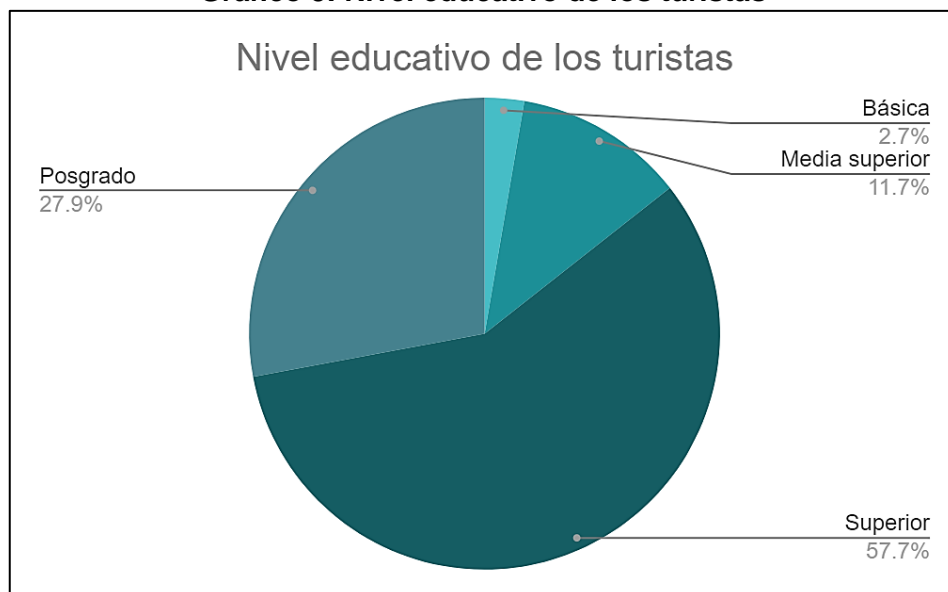


Fuente: Elaboración propia con información de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

- **Nivel educativo de los turistas**

El nivel educativo de los turistas que predomina es el superior y en menor medida posgrado, entre estos segmentos componen el 85.6% de las personas encuestadas; lo que refleja un rango dominante por personas con estudios de licenciatura y maestría.

Gráfico 5: Nivel educativo de los turistas

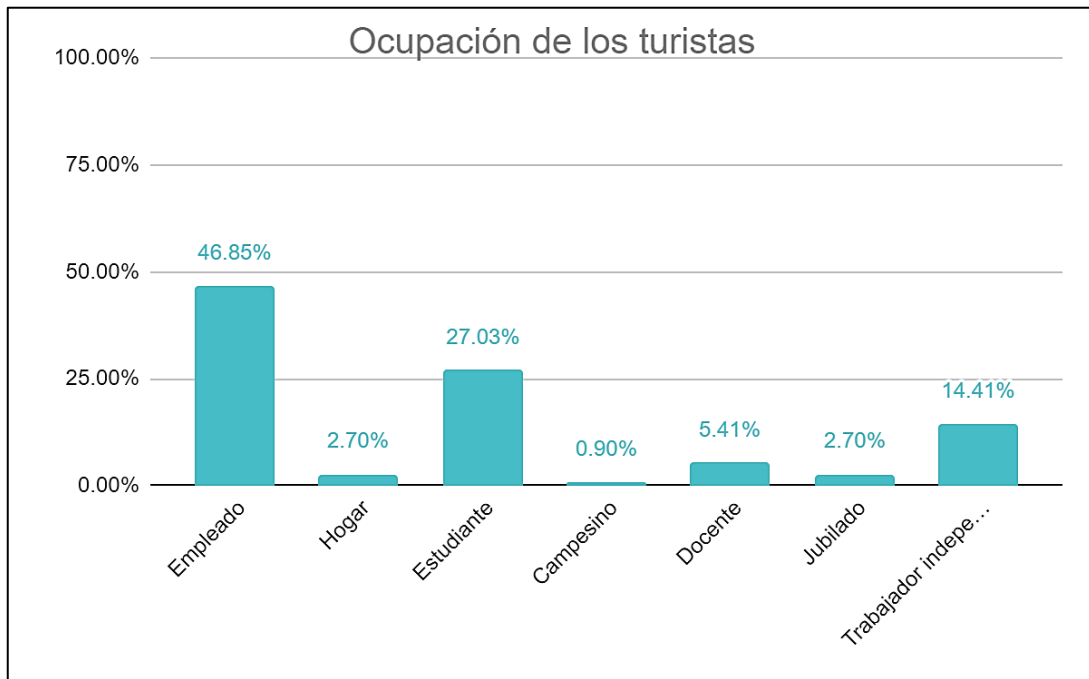


Fuente: Elaboración propia con información de los cuestionarios aplicados

- **Ocupación de los turistas**

El gráfico 6 muestra la ocupación principal de los turistas, quienes se desempeñan como empleados de las diversas áreas de la industria, el comercio u oficinas, seguido de estudiantes y trabajadores independientes considerados también como emprendedores; continuando con el orden descendente siguen docentes, amas de casa, jubilados y campesinos.

Gráfico 6: Ocupación de los turistas



Fuente: Elaboración propia con información de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

Segunda sección: Preguntas

Asociación de palabras

Pregunta 1: ¿Mencione las tres palabras que le vienen a la mente al pensar en calidad en turismo rural?

De las palabras obtenidas en ambos cuestionarios (expertos y turistas) se realizó un filtro de repuestas a la pregunta uno y dos, que se clasificaron en categorías; en el anexo 1 se muestra la relación por categorías, siendo las siguientes:

Tabla 6: Categorías de palabras

Recursos naturales	Desarrollo	Comunidad
Recursos culturales	Necesidades psicológicas	Aspectos negativos
Turismo	Servicio	Profesionalización
Responsabilidad ambiental	Accesibilidad	Diferenciación
Preservación cultural	Precio	Seguridad
Sustentabilidad	Ruralidad	

Fuente: Elaboración propia con información de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

Interpretación de las clasificaciones de la asociación de palabras

Recursos naturales

Los encuestados asocian la calidad turística rural con los recursos naturales disponibles en el territorio y el medio ambiente, elementos que suelen representar los principales atractivos del turismo rural y el entorno donde se desarrolla.

Recursos culturales

Los recursos culturales también son aspectos clave de la motivación del viaje porque forman parte de la oferta turística rural, representada por la riqueza cultural de las comunidades locales.

Turismo

En esta categoría se asocian los elementos del viaje, las características de los destinos, la infraestructura, los servicios, las actividades, entre otros más que caracterizan a la actividad turística, mismos que fueron tomados en cuenta como parte de la percepción de los encuestados.

Responsabilidad ambiental

Los encuestados mencionaron palabras directamente relacionadas con la responsabilidad ambiental como medida de preservación de los recursos naturales existentes en los territorios rurales que, como ya se mencionó se convierten en

atractivos turísticos, razón por la que hacer uso racional de ellos implica su disfrute y una característica de calidad.

Preservación cultural

La preservación cultural está asociada con la calidad turística como preocupación presente en la mente de los consumidores, quienes están conscientes de la importancia de este elemento en los entornos rurales. Sobre el tema, los encuestados mencionaron palabras como valoración ambiental, conciencia, cuidado y preservación cultural.

Sustentabilidad

Los encuestados manifestaron su interés por mantener el equilibrio entre los aspectos socio-culturales, ambientales y económicos, reconociendo que la sustentabilidad es indispensable para la calidad.

Desarrollo

Sobre este aspecto los turistas se refirieron a las palabras de desarrollo local, económico, educación, vivienda, comercio y bien común como elementos propios del bienestar de la población, reconociendo que debe estar presente en la calidad turística, debido a que es una actividad económica que propiciará desarrollo local.

Necesidades psicológicas

En esta clasificación se encuentran requerimientos, expectativas y necesidades que los turistas demandan en los servicios, cuya característica final es la satisfacción. Destacaron palabras como experiencia, relajación, descanso, diversión, tranquilidad, aprendizaje, satisfacción, aventura y convivencia.

Servicio

El turismo es una actividad basada en la prestación de diversos servicios que construyen la experiencia, positiva o negativa, del turista durante su visita; es así como sus componentes representan la calidad. Es importante mencionar que en la clasificación resaltan dos factores clave del servicio, quienes lo hacen posible y como lo hacen; para el primer componente las palabras mencionadas fueron

amabilidad, atención, hospitalidad, humanismo, empeño, compromiso; en el segundo componente destacaron limpieza, higiene, comodidad, pulcritud y mantenimiento.

Aunque podría existir un tercer componente, directamente relacionado con la percepción del turista, posterior a su visita, es decir con el grado de satisfacción alcanzado; dicho componente involucra opiniones, comentarios y sugerencias que realiza en sus recomendaciones; las palabras destacadas fueron valoraciones anteriores y recomendaciones.

Accesibilidad

Este aspecto integra elementos clave de acceso al destino en términos de comunicación y desplazamiento; la comunicación refiere a los medios de contacto y reservación, mientras el desplazamiento al traslado, las vías carreteras, el transporte, la distancia, entre otros.

Precio

Aunque el precio no es una característica que defina la calidad, a menudo es considerado como tal, porque la relación precio-calidad está posicionada en la mente de los consumidores, influyendo directamente en la elección de visita.

Ruralidad

La categoría de ruralidad se asocia con la percepción de los encuestados sobre el campo, como: antiguo, cultivos, agricultura, granja, agropecuario y pueblos pintorescos, entre otros.

Comunidad

La comunidad es una categoría que resaltó las características de la participación comunitaria real en la prestación de los servicios turísticos, en la clasificación los encuestados hicieron referencia precisamente a la participación comunitaria o local, integridad, inclusión y equidad, por mencionar algunas.

Aspectos negativos

Los turistas también perciben los aspectos negativos de la calidad en turismo rural, ya que mencionaron palabras como incongruente, inexistente, inseguro, desaprovechado, aunque algunas de las palabras mencionadas en esta clasificación también se refieren directamente a la percepción de marginación en las zonas rurales como pobreza y hambre.

Profesionalización

La profesionalización es considerada por los turistas como un requisito que los prestadores de servicios deben cubrir para ofrecer calidad, razón por la que en la clasificación destacan las palabras de preparación, capacitación, conocimiento, interpretación, etc.

Diferenciación

La clasificación de diferenciación hace referencia a rasgos distintivos del producto turístico, que despiertan el interés del viajero y lo motivan a asistir; las palabras destacadas en este rubro fueron identidad, diversidad, originalidad, innovación, autenticidad y creatividad. Cabe mencionar que las últimas tres palabras descritas representan las nuevas tendencias del turismo rural.

Seguridad

La seguridad es considerada un elemento indispensable no sólo de calidad, sino también como característica que define el desplazamiento del visitante que asiste en busca de tranquilidad; precisamente esa fue una de las palabras destacadas al igual que control, protección y seguridad.

Interpretación de resultados por pregunta

En las nubes de palabras (figuras 1 y 2) destacan visualmente las categorías que los expertos y turistas asocian con calidad en turismo rural, categorías descritas anteriormente. En la figura de expertos las siete principales categorías que resaltan son: servicio, diferenciación, sustentabilidad, ruralidad, necesidades psicológicas, recursos naturales y desarrollo.

Para los turistas los primeros siete elementos fueron servicio, recursos naturales, necesidades psicológicas, turismo, seguridad, recursos culturales y ruralidad. Los resultados de las siete categorías en las dos figuras permitieron reconocer una primera agrupación en la que existen variaciones mínimas del orden de importancia que los elementos señalados adquirieron, de los cuales el servicio representa el aspecto primordial relacionado directamente con la calidad turística rural.

Figura 1: Nube de palabras expertos: calidad en turismo rural



Figura 2: Nube de palabras turistas: calidad en turismo rural

Fuente: Elaboración propia con información de la lista



Fuente: Elaboración propia con información de la lista de palabras de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

de palabras de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

Pregunta 2: ¿Qué criterios tomaría en cuenta para valorar la calidad del servicio turístico en el medio rural?

La segunda pregunta se refiere a los elementos de calidad (clasificaciones) que demandan los encuestados del turismo rural. Los expertos, derivado de su especialización y conocimiento en el tema, contestaron en orden de importancia (véase figura 3) servicio, diferenciación, responsabilidad ambiental, profesionalización, sustentabilidad, preservación cultural y necesidades psicológicas. Los turistas (véase figura 4) respondieron con las palabras de servicio,

seguridad, turismo, accesibilidad, precio, recursos culturales y necesidades psicológicas.

De nuevo, al igual que la primera pregunta, el servicio representa el aspecto más demandado por los encuestados; sin embargo las variaciones son más notorias en estos resultados. Los expertos expresan elementos directamente relacionados con la oferta, es decir con la prestación del servicio desde el aspecto interno para alcanzar la calidad; y los turistas se enfocan en la demanda, básicamente en los requerimientos que los harán definir si el destino cuenta con calidad o no.

Figura 3: Nube de palabras expertos: criterios de calidad para el servicio turístico



Fuente: Elaboración propia con información de la lista de palabras de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

Figura 4: Nube de palabras turistas: criterios de calidad para el servicio turístico



Fuente: Elaboración propia con información de la lista de palabras de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

Pregunta 3: En la siguiente tabla marque los criterios de calidad que crea son indispensables para el servicio turístico

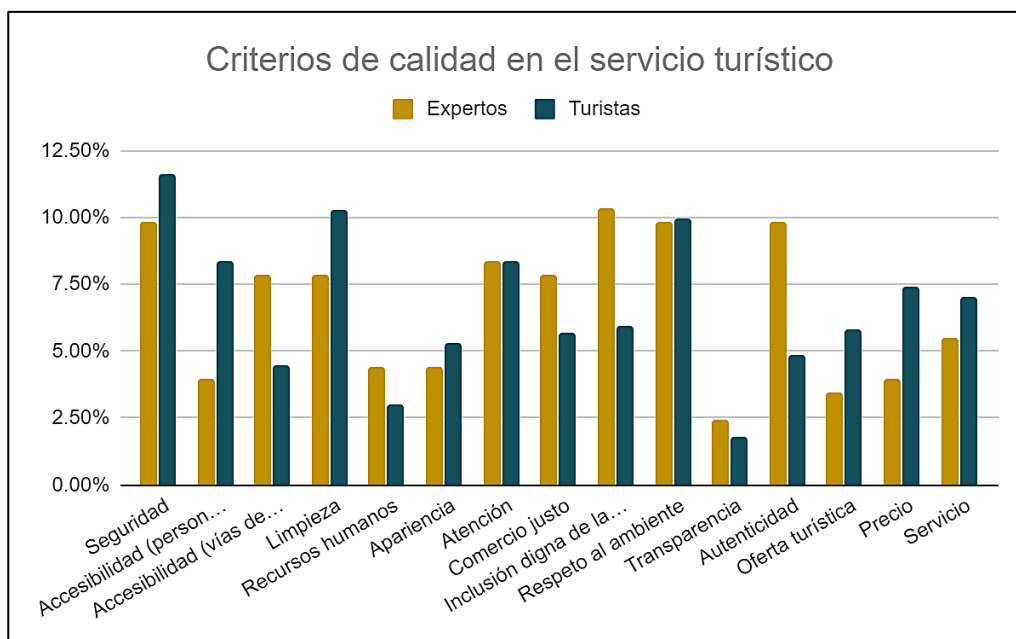
En esta pregunta se asignaron criterios de calidad de turismo aplicados al medio rural, fundamentados en la revisión de literatura sobre los mecanismos de evaluación de la calidad en el sector turístico y los sellos de calidad en turismo rural. Los criterios propuestos coincidieron con las clasificaciones formuladas para las primeras dos preguntas de asociación de palabras.

El gráfico 7 muestra los criterios generales de calidad fundamentales para el servicio turístico rural, que turistas y expertos cedieran. Los expertos destacan la inclusión digna de la comunidad, autenticidad, seguridad, respeto al ambiente, atención, limpieza y accesibilidad en términos de las vías de comunicación y acceso.

Los turistas se refirieron a seguridad, limpieza, respeto al ambiente, atención, accesibilidad en términos de adaptaciones para personas con discapacidad, precio y servicio. Los resultados arrojan una interpretación similar a la pregunta 2 sobre la percepción de ambos grupos, uno enfocado a la operación y el otro al resultado final del servicio turístico. Un aspecto que surge en los resultados es el de accesibilidad como la oportunidad de disfrute del turismo rural de personas con alguna discapacidad.

La percepción visual de los resultados en el gráfico demuestra que los criterios de seguridad, limpieza, atención y respeto al ambiente tienen menos variación entre los encuestados y representan los aspectos más solicitados.

Gráfico 7: Criterios de calidad en el servicio turístico

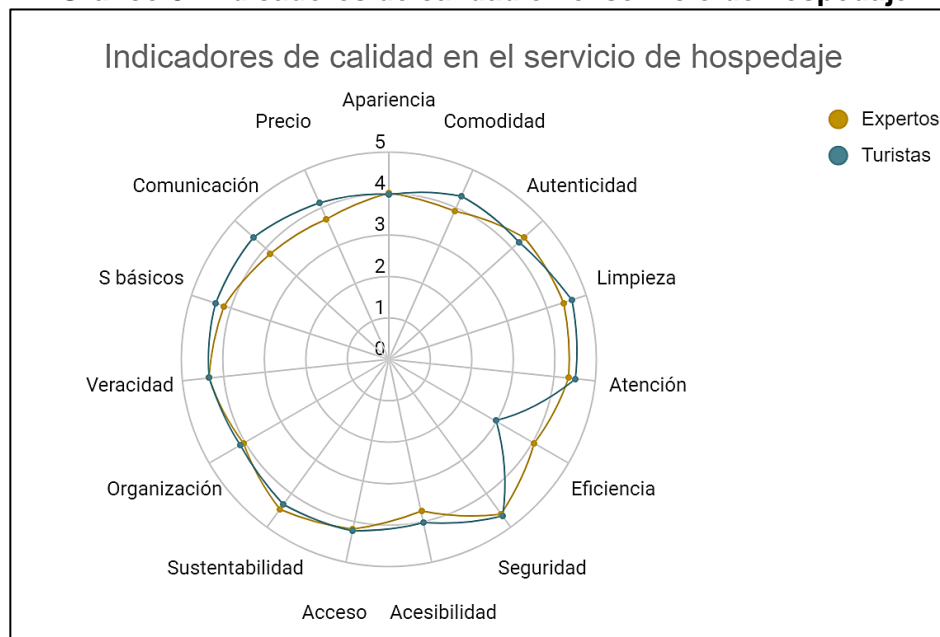


Fuente: Elaboración propia con información de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

Pregunta 4: En una escala de 1-5 mencione el grado de importancia que considera adquieren los siguientes indicadores de calidad en el servicio de hospedaje, donde 1 es nada importante, 2 poco importante, 3 indiferente, 4 importante y 5 muy importante.

Los resultados obtenidos en los dos cuestionarios demuestran que la seguridad es el aspecto más importante cuando de hospedaje se trata; le siguen limpieza, atención, sustentabilidad y autenticidad, convirtiéndose en los rubros con mayor ponderación y con variaciones mínimas entre los dos grupos encuestados; el aspecto en que coinciden es el de veracidad y en el que se muestra la mayor distancia es el de eficiencia ya que para los expertos este rubro es importante pero para los turistas no es primordial. En cuanto al aspecto menos valorado por los dos grupos está el de accesibilidad para personas con discapacidad.

Gráfico 8: Indicadores de calidad en el servicio de hospedaje



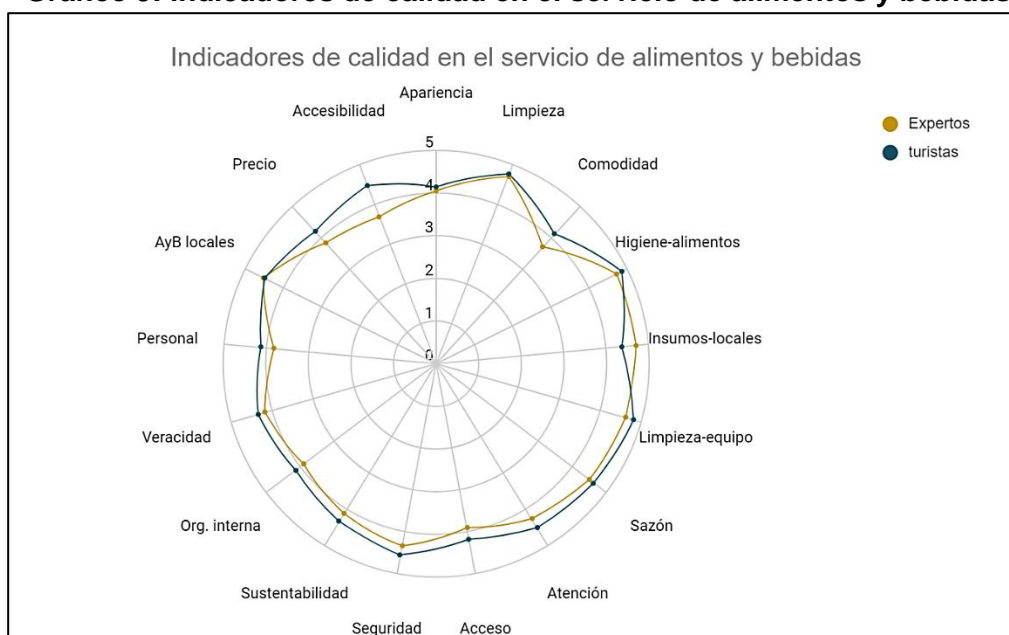
Fuente: Elaboración propia con información de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

Pregunta 5: En una escala de 1-5 mencione el grado de importancia que considera adquieren los siguientes indicadores de calidad en el servicio de alimentos y bebidas; donde 1 es nada importante, 2 poco importante, 3 indiferente, 4 importante y 5 muy importante.

El criterio de calidad más representativo en el servicio de alimentos y bebidas es la higiene de los alimentos y los menos representativos son la comodidad y apariencia de las instalaciones, resultados que indican que la oferta de platillos suele ser lo primordial, contemplando también que las características físicas de los establecimientos son familiares como fondas, cocinas económicas, puestos ambulantes o improvisados que no brindan comodidades.

El criterio coincidente fue la oferta de alimentos locales y limpieza, ambos encuestados señalaron que esta característica debe ser fundamental, el motivo podría justificarse porque la gastronomía local es también un atractivo turístico solicitado y que la limpieza en general brinda seguridad para consumir. En cuanto a los criterios estándar con variaciones mínimas entre los expertos y turistas, resaltan la limpieza del equipo, seguridad, veracidad, sazón y sustentabilidad.

Gráfico 9: indicadores de calidad en el servicio de alimentos y bebidas



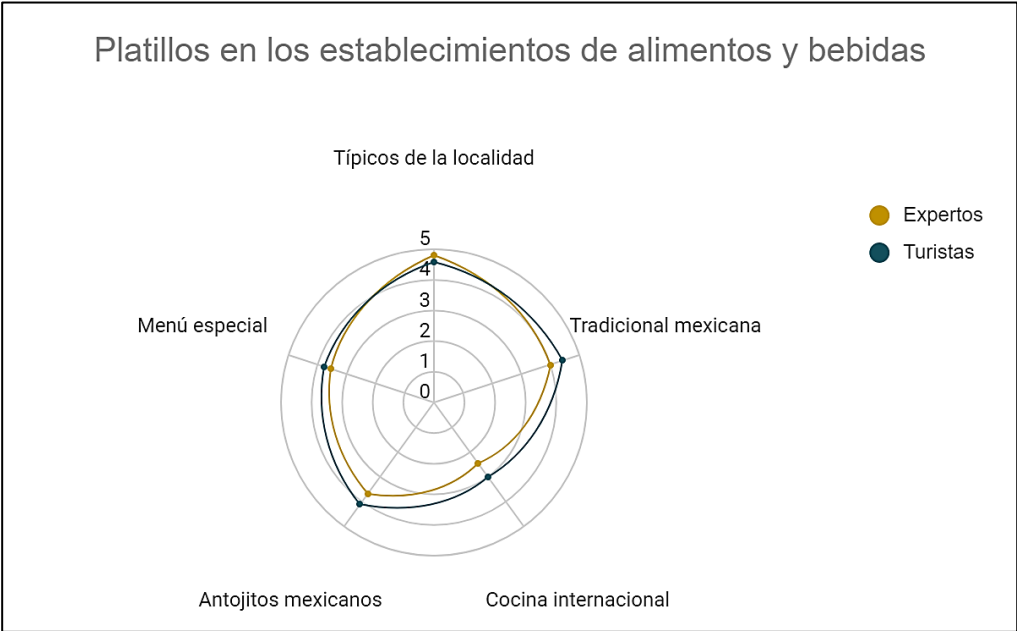
Fuente: Elaboración propia con información de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

Pregunta 6: Considera que en los establecimientos de alimentos y bebidas, los platillos deberían ser (1 nada importante, 2 poco importante, 3 indiferente, 4 importante y 5 muy importante)

Para reforzar el aspecto de la oferta de alimentos se realizó la pregunta 6 con la que se pretendió conocer la preferencia de los turistas y sugerencia de los expertos sobre los alimentos que deben ofrecerse; la inclinación se dio hacia los platillos típicos de la localidad obviando lo mencionado anteriormente sobre la gastronomía local como atractivo turístico que demandan los visitantes y que los expertos proponen debería implementarse.

Los platillos menos demandados son los de un menú especial, haciendo referencia a platillos veganos, vegetarianos y celiacos; y los platillos de la cocina internacional, este último contiene el menor grado de aceptación por ambos encuestados.

Gráfico 10: Platillos en los establecimientos de alimentos y bebidas



Fuente: Elaboración propia con información de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

Pregunta 7: En una escala de 1-5 mencione el grado de importancia que considera adquieren los siguientes indicadores de calidad en las actividades turísticas, donde 1 es nada importante, 2 poco importante, 3 indiferente, 4 importante y 5 muy importante

De los indicadores de calidad propuestos en las actividades ofertadas en los destinos de turismo rural, el principal fue que contarán con instalaciones seguras, criterio que además de tener la mayor puntuación también forma parte de los criterios en los que coincidieron expertos y turistas junto con la calidad del equipo y la seguridad en la prestación del servicio.

Los criterios intermedios con variaciones mínimas son que el personal esté capacitado y la veracidad de la información proporcionada, antes y durante las actividades. A pesar de presentar puntuaciones distintas el aspecto menos valorado por ambos fue el precio. Todo lo anterior indica que la mayor preocupación está centrada en la seguridad brindada por elementos tangibles e intangibles del servicio.

Gráfico 11: indicadores de calidad en las actividades turísticas



Fuente: Elaboración propia con información de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

Pregunta 8: En una escala de 1-5 mencione el grado de importancia que considera adquieren los siguientes indicadores de calidad para la prestación del servicio de guía turístico, donde 1 es nada importante, 2 poco importante, 3 indiferente, 4 importante y 5 muy importante

Las respuestas de este cuestionamiento no presentan variaciones considerables, a excepción del criterio de la presentación personal del guía, que es el elemento menos demandado, significa que este aspecto no define la calidad del servicio. Por otra parte los conocimientos generales del guía, la veracidad de los mismos, su preparación en primeros auxilios, el manejo de grupos y la atención son los elementos considerados indispensables, sin embargo el rubro más demandado fue la actitud que el guía presenta durante el recorrido.

Gráfico 12: Indicadores de calidad para la prestación del servicio de guía turístico



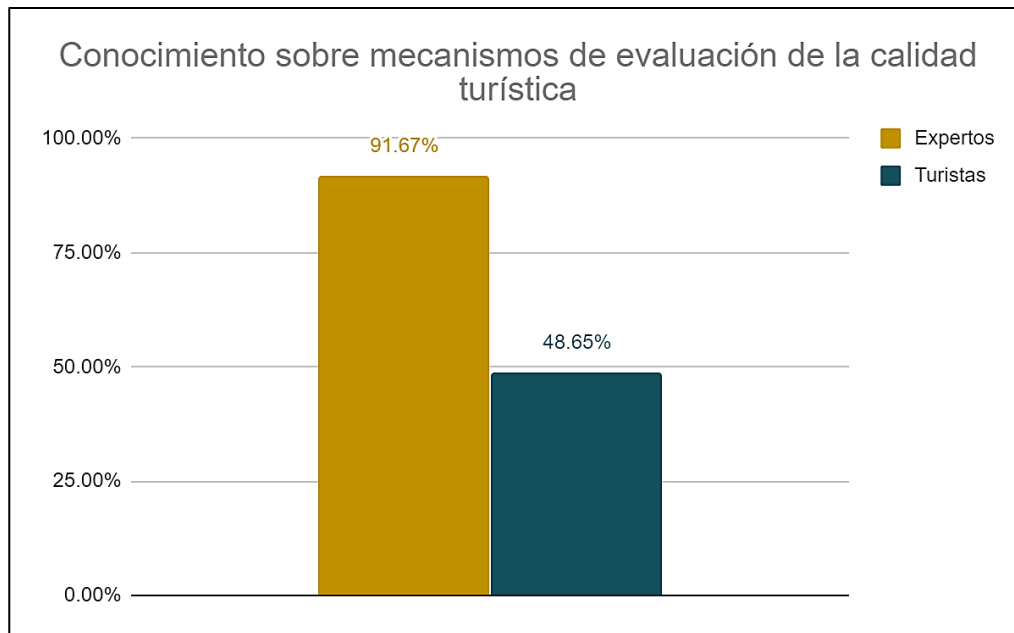
Fuente: Elaboración propia con información de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

Pregunta 9: ¿Cuáles mecanismos de evaluación de la calidad en turismo conoce? Y ¿Conoce alguna certificación, sello, distintivo o norma de calidad en turismo? Si su respuesta es positiva favor de indicar cuál conoce.

En esta pregunta existe una variación considerable sobre las respuestas, como el gráfico 12 lo expresa, el 91.67% de los expertos conocen algún mecanismo que evalúa la calidad turística y de los turistas sólo el 48.65%, menos de la mitad conoce alguno. Al respecto de los sellos, distintivos o normas de calidad que conocen ambos se encuentran las normas internacionales ISO, la certificación Rainforest Alliance, las normas nacionales en materia turística como la NMX 133 y 09; los distintivos de la SECTUR como el H, M, S y Punto Limpio; y SERVQUAL.

Cabe mencionar que los mecanismos mencionados por los dos grupos hacen referencia a los aplicados en el medio rural, a excepción de las normas ISO y el instrumento de medición de las expectativas contra percepciones SERVQUAL; aunque también se mencionaron algunos otros que hacen referencia por separado a otros mecanismos del turismo convencional (véase tabla).

Gráfico 13: Conocimiento de mecanismos de evaluación de calidad turística



Fuente: Elaboración propia con información de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

Tabla 7: Mecanismos de evaluación conocidos

Mecanismo de evaluación	Expertos	Turistas
ISO		
Rainforest		
NOM's turísticas		
H		
M		
S		
Punto limpio		
SERVQUAL		
Buzón de sugerencias		
Tenedores		
Estrellas		
Encuesta turistas		
Sello Sabino		
Q Calidad turística		
Estrella Michelin		
ESR		

Fuente: Elaboración propia con información de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

Pregunta 10 ¿Cuáles son las primeras tres palabras que piensa cuando mencionan sello de calidad?

La clasificación de las palabras mencionadas por turistas y expertos que relacionan con los sellos de calidad se muestran en la tabla 8 y en el anexo 2 se exponen las clasificaciones completas.

Tabla 8: Categorías de palabras

Cualidad intrínseca	Diferenciación	Garantía	Ruralidad
Cualidad extrínseca	Reputación	Precio	

Fuente: Elaboración propia con información de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

Interpretación de las clasificaciones de la asociación de palabras

Cualidad intrínseca

Se refiere a las características propias que el servicio posee y que los sellos de calidad respaldan (limpieza, orden, higiene) y los elementos que deben estar presentes para alcanzar la calidad como la preparación de las personas, el trabajo realizado y la eficiencia.

Cualidad extrínseca

Las cualidades extrínsecas son aquellas que fueron adquiridas para mejorar el servicio y alcanzar una certificación, sobre este tema respondieron con las palabras excelencia, estandarización, control, calidad total, homologación y capacitación, entre las más representativas.

Diferenciación

La diferenciación es una característica básica que otorgan las certificaciones, elemento reconocido por los encuestados que contestaron con palabras como marca, legítimo, identidad cultural, originalidad y autenticidad.

Reputación

Los turistas y expertos hicieron mención de palabras relacionadas con la reputación que otorgan las certificaciones como reconocimiento, prestigio, posicionamiento y estatus, aunque también respondieron palabras como competitivo y recomendable, que son cualidades que se adquieren al implementar la calidad. En los casos de estudio la propuesta pretende impactar a nivel territorial resaltando el anclaje.

Garantía

Las respuestas obtenidas en esta clasificación se refieren a la garantía que los sellos de calidad brindan sobre el servicio, las palabras mencionadas sobre el tema fueron: respaldo, seguridad, veracidad, garantía, confianza y satisfacción.

Precio

Los sellos de calidad se asocian con el precio en la medida en que los productos o servicios adquieren mayor valor simbólico y monetario, sin embargo en esta

clasificación aparecer la relación calidad-precio para los entrevistados, que contestaron las palabras de costoso y precio justo.

Ruralidad

Los involucrados asociaron también la ruralidad con los sellos de calidad, tema central de las encuestas, respondiendo con la palabra territorio.

Interpretación de los resultados de las nubes de palabras

En las dos nubes de palabras (figura 5 y 6) destacan en orden de importancia las palabras garantía, cualidad intrínseca, diferenciación, cualidad extrínseca, reputación, precio y ruralidad como la última clasificación a la que hicieron mención solo los expertos. Los datos anteriores expresan que para la totalidad de los encuestados los sellos de calidad representan una garantía sobre el servicio, lo cual tiene coherencia tomando en cuenta que este es un mecanismo más que avala la calidad.

Figura 5: Nube de palabras expertos: sello de calidad



Fuente: Elaboración propia con información de la lista de palabras de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

Figura 6: Nube de palabras turistas: sello de calidad

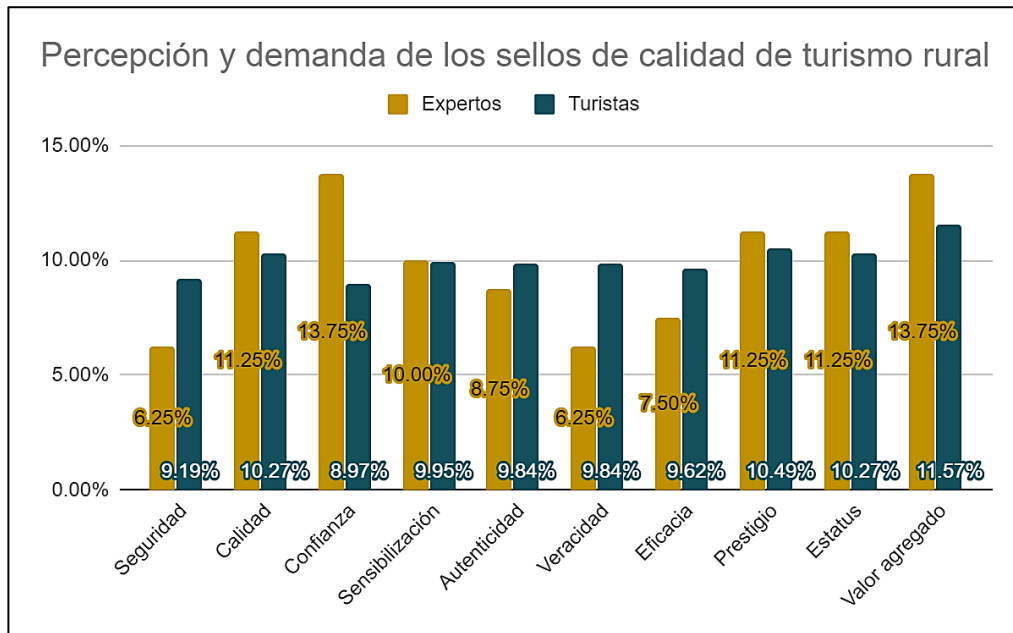


Fuente: Elaboración propia con información de la lista de palabras de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

Pregunta 11: ¿Qué le ofrecen los sellos y distintivos de calidad en turismo rural?

El gráfico 14 muestra la percepción de los expertos y los criterios que demandarían los turistas de los distintivos de calidad en el turismo rural. El principal criterio seleccionado por ambos es el valor agregado que adquiere el servicio con la certificación, continuando con el orden de importancia seleccionado siguen los criterios de confianza, prestigio, estatus, calidad y sensibilización.

Gráfico 14: Percepción y demanda de los sellos de calidad de turismo rural



Fuente: Elaboración propia con información de los cuestionarios aplicados en el primer semestre del 2019

Pregunta 14: ¿Qué sugerencias propone para mejorar la calidad de los servicios turísticos en el espacio rural?

Los turistas hicieron alusión a los elementos mencionados anteriormente como la seguridad, limpieza, diversificación de la oferta referida a las redes de cooperación entre productores, artesanos y prestadores de servicios; además de los ya mencionados como diversificación de actividades relacionadas con la cultura local.

El aspecto más coincidente fue el de la profesionalización de la comunidad, reconociendo que el trato que brindan y la actitud con la que se presentan son fundamentales. También mencionaron la adopción de nuevas tecnologías que

faciliten el método de pago, las reservaciones, indicaciones para llegar al lugar e incluso conocer comentarios previos sobre el parque.

Otro tema contemplado fue el de comercialización proponiendo aumentar la difusión por los medios necesarios, sin embargo en el digital sugieren que exista contenido actualizado, verídico y que además sea atractivo. Se refirieron también a la modernización de los mecanismos sin perder la tradicionalidad de las formas y a la sensibilización de los turistas sobre el tema ambiental, social y cultural de los territorios.

Los expertos sugirieron como primer aspecto el desarrollo de capacidades y el empoderamiento de las comunidades y al igual que los turistas señalaron el tema de comercialización, diversificación de las actividades y profesionalización de los actores locales para que puedan ofrecer servicios de calidad, pero sobre todo en un ambiente en el que la barrera de prestador de servicios-turista se desenvuelva en una relación de confianza.

En general las opiniones siguen conservando su alineación, los turistas expresan elementos que se relacionan directamente con la oferta y los expertos con los de la demanda, haciendo hincapié siempre a la importancia de los actores sociales y la participación directa que deben tener en la actividad turística.

IV CAPÍTULO. PROPUESTA: SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL PARA PARQUES ECOTURÍSTICOS INDÍGENAS DEL ESTADO DE MÉXICO



El diagnóstico turístico y de calidad permitieron detectar las áreas de oportunidad para construir la calidad, y a partir de ellas se generó la propuesta:

IV.I Estructura y marco operativo de la certificación

IV.I.I Contexto de la certificación

Es un sello alternativo al modelo empresarial predominante en turismo, es un distintivo elaborado y estructurado a partir de las características de los proyectos turísticos en el medio rural, retoma elementos de los principales mecanismos nacionales, e internacionales que evalúan la calidad en la actividad turística y afines a ella.

Más allá de ser un mecanismo de evaluación que acredita la calidad pretende ser una alternativa viable y responsable para el desarrollo del turismo en las zonas rurales, promueve la recuperación, la revalorización y preservación de la identidad de las comunidades locales, su cultura y el ambiente para impulsar destinos competitivos que se sustenten exitosamente en el tiempo.

Se trata de un mecanismo integral de gestión de la calidad de procesos, servicios, y actividades turísticas en el medio rural, consta de 5 etapas, una previa, tres de aplicación, que al ser acreditadas conllevan a la última fase, la certificación, en la que se otorgará el distintivo Sello de Calidad de Turismo Rural que avalará la adopción de criterios, parámetros y buenas prácticas de calidad con enfoque social, cultural y ambiental en los proyectos turísticos rurales.

1. Objetivo de la certificación de turismo rural

Proporcionar una herramienta accesible y eficaz para la gestión de la calidad en destinos turísticos rurales que promueva, implemente y verifique criterios, parámetros y buenas prácticas de calidad con enfoque social, cultural y ambiental en los servicios, productos y actividades, aportando beneficios a corto, mediano y largo plazo para los visitantes, la comunidad receptora y el entorno.

2. Misión

Ser una herramienta de acción y compromiso por el desarrollo responsable e integral de procesos, servicios y actividades de turismo rural de calidad en el estado de México que permita promover la maximización de los impactos positivos y minimizar los negativos.

3. Beneficios

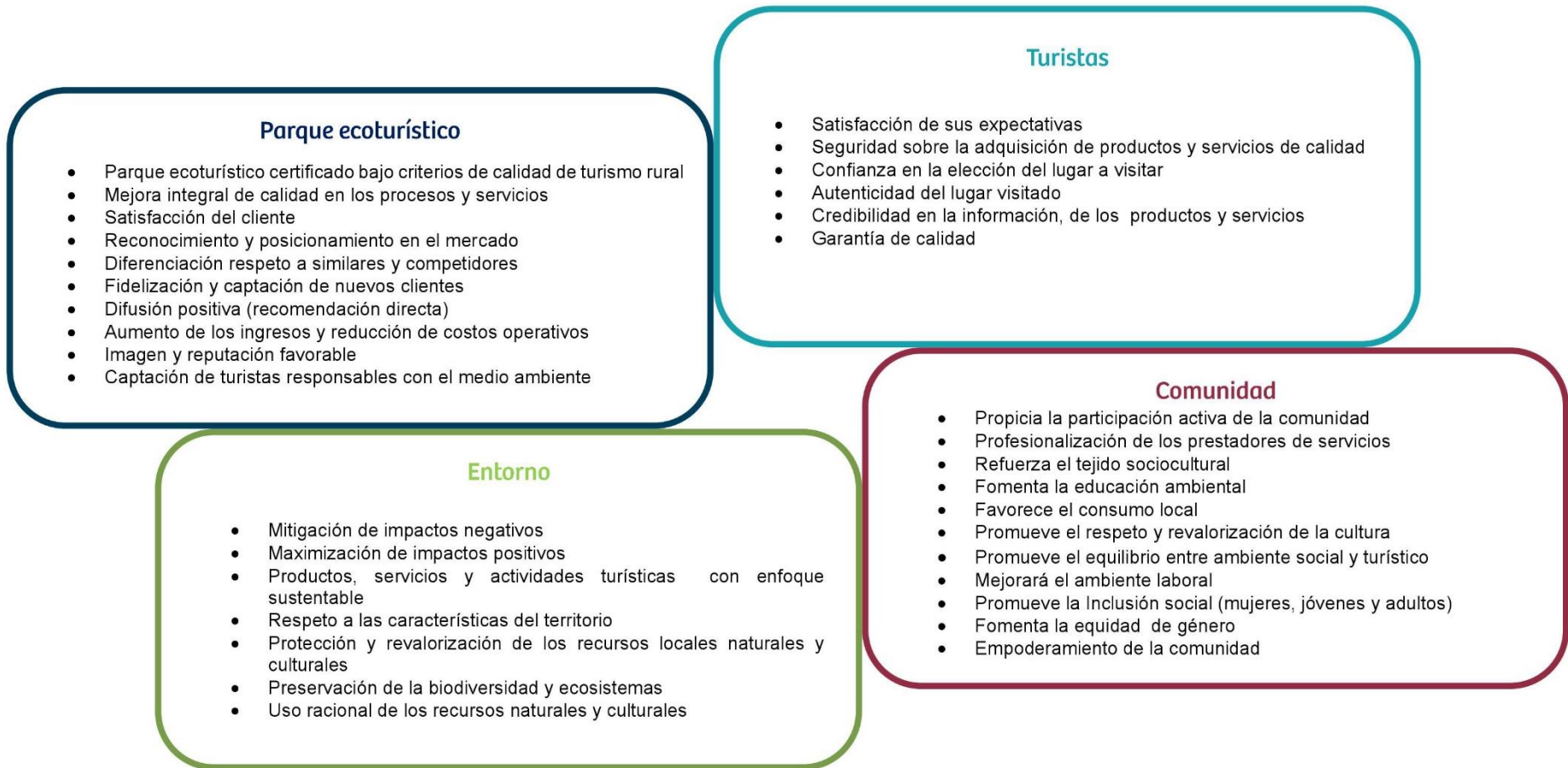
El éxito y aplicación del sistema integral de calidad en los servicios turísticos rurales dependerá del compromiso de todas las partes involucradas en los procesos y actividades relacionadas a la prestación de los servicios, modelo que al ser implementado de manera adecuada prevé generar beneficios integrales (véase cuadro 2) para:

Ilustración 2: Beneficios de la certificación



Fuente: Elaboración propia

Cuadro 2: Beneficios de la certificación



Fuente: Elaboración propia

A continuación se describen las generalidades y el desarrollo del Sello de Calidad, así como las etapas, los requisitos y especificaciones que lo comprenden:

IV.I.II Generalidades

- **Campo de aplicación**

Esta certificación es de cumplimiento voluntario, diseñado para los parques ecoturísticos indígenas del estado de México

- **Documentación**

El proceso de la certificación implica el cumplimiento de diversos requisitos, entre los que destacan documentos oficiales y reportes internos (cuadros, formatos, cartas de compromiso, oficios etc.) que conformarán el expediente de la organización que deberán ser entregados como evidencia de su desempeño y aplicación de las fases.

Lo anterior implica que la documentación solicitada deberá estar documentada y entregarse tanto en físico como electrónico, en una carpeta disponible de consulta para las partes interesadas, además de ser requisito indispensable de evidencia en las auditorías que realizará el Comité Externo.

- **Vigencia**

Las organizaciones que cumplan con los requisitos e implementen de forma exitosa las cinco etapas del proceso del sello de calidad de turismo rural podrán ser acreedoras a la certificación con el mismo nombre, la vigencia es de 18 meses, periodo en el que la organización debe mantener la calidad turística, evidenciada por el seguimiento interno y externo como método de auditorías de seguimiento y permanencia.

- **Renovación**

La renovación puede ser solicitada cuatro meses antes del término de la vigencia, es decir a los 14 meses con el objetivo de cumplir el ciclo de mejora continua. Cabe mencionar que el proceso será el mismo con excepción de la etapa previa, sin

embargo la organización deberá cumplir una puntuación igual o mayor a la obtenida anteriormente en los requisitos.

- **Sistema de medición**

Se aplica el sistema semáforo: rojo, amarillo y verde para indicar el estado en que se encuentra un indicador, criterio o proceso para que este pueda ser incluido o mejorado en la revisión final.

- **Asesores externos**

Son los responsables de acompañar y asesorar a la comunidad local en el desempeño de la actividad turística de calidad y en el desarrollo de la presente certificación, se compone de un grupo de expertos especializados en la certificación y en los temas afines a ella.

- **Comité externo de auditoria**

El comité externo de auditoria estará compuesto por estudiantes y profesores de la Maestría en Agroindustria Rural, Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario; y de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México, cuyo objetivo será verificar, evaluar y validar que se cumplan adecuadamente los procesos y criterios propuestos para obtener la certificación del Sello de Calidad de Turismo Rural.

- **Visitas de validación y comprobación**

Es proceso de la validación de campo consta de la evaluación y comprobación de lo declarado en los requisitos de cada etapa, se realizará por integrantes del comité externo de auditoria. El proceso a seguir es el siguiente:

1. Después de la entrega de la documentación se realizará la visita de validación por asesores externos, en un lapso no mayor a 5 días hábiles posteriores al cumplimiento de los requisitos y/o criterios
2. Los asesores externos realizarán el dictamen correspondiente con base en los resultados de la visita de campo. El dictamen solo puede ser **aprobado** o **denegado**.

Cuando es **aprobado** significa que cumplió y cubrió los requerimientos solicitados para iniciar con la etapa consecuente que comprende la Certificación del Sello de Calidad de Turismo Rural.

Dictamen **denegado** expresa el incumplimiento o falta de aspectos de los rubros solicitados que deben ser cubiertos en su totalidad, de resultar con este dictamen las organizaciones contarán con un periodo limitado (determinado por el comité externo) para cubrir, corregir y cumplir con los requisitos.

3. El dictamen será notificado a las organizaciones en un plazo no mayor a 5 días hábiles, la notificación incluirá las observaciones realizadas y el motivo del dictamen. Cuando se obtiene un dictamen denegado, se realizará nuevamente una visita de validación que corrobore el cumplimiento de las observaciones realizadas en la notificación en el plazo estipulado por el comité.

Posterior a la segunda visita de validación, en el mismo periodo que la primer visita se emite la notificación, esta vez solo puede existir notificación aprobada, si resultar nuevamente denegada, dicha organización tendrá que esperar un año para solicitar de nuevo su candidatura.

- **Auditorías**

Se realizarán en la etapa tres, de evaluación de la calidad. El comité externo es el encargado de realizar las auditorias, consiste validar la aplicación de los criterios de calidad interna y externa. En este apartado se utiliza la evaluación con la escala de semáforo para dictaminar cada criterio evaluado como:

- Rojo: erróneo-faltante= inconformidad
- Amarillo: deficiente-incompleto= acción correctiva
- Verde: correcto-completo= cumplimiento

Cuando un criterio es marcado con el color rojo, se marca una inconformidad que debe ser atendida y tomar acciones para su cumplimiento, si el color obtenido fue el amarillo significa que tienen una acción correctiva que deben atender y corregir.

En ambos casos debe tomar acciones para cumplir con los requisitos marcados que serán verificados nuevamente en una segunda auditoría, reincidir en ellos puede causar la cancelación o en su defecto denegar la certificación.

- **Causas de retiro de la certificación**

Se retirará la certificación del sello de calidad de turismo rural a aquellas organizaciones que incurran en alguno de los siguientes supuestos:

- No cumplir con los requisitos estipulados en el proceso de certificación y sus etapas
- Proporcionar información falsa o incompleta en alguna de las etapas o en los avances del proceso de la certificación
- Por no informar sobre los cambios estructurales y de organización durante el la vigencia de la certificación
- Cuando no atiendan las inconformidades y acciones correctivas o reincidan 3 veces en las mismas
- Cuando no realicen, declaren y entreguen la carpeta de auditorías internas del rubro de mejora continua. (apartado desarrollado en la etapa 3, inciso c)
- Alteren los datos e información solicitada
- No cumplir con los puntajes mínimos solicitados en las evaluaciones
- Por no mantener el puntaje obtenido inicialmente en las auditorias de seguimiento

La cancelación de la certificación implica que la organización² retire la imagen del sello en todas las instalaciones, equipo, productos, material impreso (folletos, tarjetas de presentación, trípticos) y electrónico (páginas web y redes sociales).

- **Seguimiento**

Consiste en la supervisión del mantenimiento de la calidad posterior a la certificación cuyo objetivo es la mejora continua. El seguimiento se realizará cada seis meses, este proceso implica auditar a la organización, específicamente en los

² El termino organización en el Sello de Calidad de Turismo Rural es utilizado de manera indistinta para referirse a empresas, organizaciones, destinos o parques ecoturísticos.

requerimientos de la etapa tres y mejora continua. El resultado de las auditorias no debe ser menor a lo obtenido en la auditoria anterior y la organización debe comprobar que ha realizado las auditorías internas solicitadas y que ha corregido las inconformidades y deficiencias detectadas.

Este procedimiento forma parte del informe de desempeño de la organización, el cual ratificará la efectividad del sistema de calidad aplicado, permitiendo prevenir errores, detectar las áreas de oportunidad y destacar las fortalezas.

IV.II Proceso del Sello de Calidad de Turismo Rural

La implementación y ejecución del sello establece la participación interna y externa, la primera está conformada por los operadores turísticos, es decir los actores locales, quienes hacen posible la operación del destino y a futuro la aplicación del sello; la segunda está compuesta por los asesores externos. El acompañamiento de asesores externos se realizará en todas y cada una de las etapas que componen el Sello de Calidad de Turismo Rural; por lo que de un modo conjunto, actores locales y auditores externos, trabajarán para el cumplimiento de los criterios propuestos en el presente instrumento y en la mejora continua de la calidad establecida por las características del lugar, la comunidad y el entorno.

El proceso de la certificación comprende cinco etapas: una previa, tres de aplicación y una última de dictamen. Este proceso permite conocer el destino, identificar el estado actual, detectar los puntos críticos de la organización, proponer soluciones, aplicar correcciones, adoptar los criterios de calidad en el sector turístico rural actual y específico basado en las características del territorio.

El proceso es el siguiente:

Diagrama 11: Proceso del Sello de Calidad de Turismo Rural



Fuente: Elaboración propia

A continuación se describen los procesos por etapa y los requisitos a cumplir por parte de las organizaciones de los parques ecoturísticos indígenas del estado de México. Es importante señalar que para continuar e iniciar con la etapa consecuente es necesaria la validación del comité externo sobre el cumplimiento y aprobación de la etapa precedente.

IV.II.I Etapa previa: selección



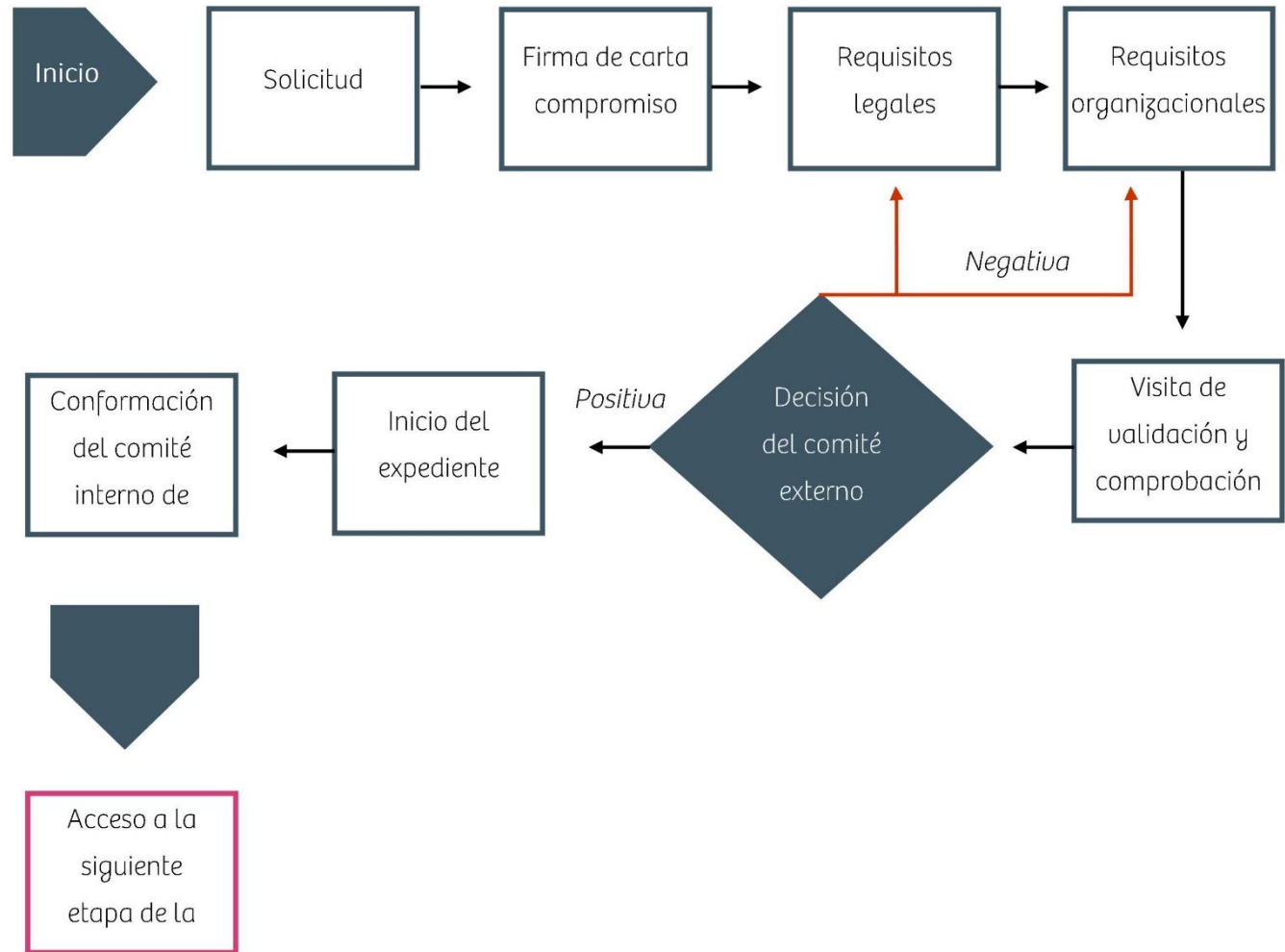
ETAPA PREVIA: Selección

En esta etapa, como su nombre lo indica, se realiza la selección de los parques ecoturísticos susceptibles a la certificación.

Los aspirantes deben cubrir los requisitos previos descritos a continuación para poder acceder a la primera etapa que marca el inicio de la certificación. Los requerimientos permitirán conocer la estructura legal y ratificar el compromiso de la organización sobre el planteamiento de esta certificación. El proceso a seguir es el siguiente:

**ETAPA PREVIA:
Selección**

Diagrama 12: Proceso de la etapa previa



Fuente: Elaboración propia

En esta etapa los requisitos que se solicitan son como su nombre lo dice previos, se trata de una serie de requerimientos que agilizarán y garantizarán la adecuada ejecución del proceso de aplicación del Sello de Calidad de turismo Rural. Los aspectos son 4, para validarlos se solicitan formatos o evidencias específicas su contenido es el siguiente:

1) Carta compromiso

En ella además de adquirir el compromiso sobre el cumplimiento y mantenimiento de la calidad se dan a conocer los derechos y obligaciones de la organización y sus integrantes (Véase anexo 3).

Derechos

Las organizaciones que accedan a la certificación del sello de calidad de turismo rural tienen derecho a:

- Recibir un trato respetuoso y de calidad
- Recibir asesoría y acompañamiento por parte de asesores externos durante todo el proceso que implica el presente instrumento
- Ser informados sobre el seguimiento, avance y resolución de las diferentes etapas que componen el sello y su procedimiento
- Portar el distintivo del Sello de Calidad de Turismo Rural

Obligaciones

- Las organizaciones tendrán la obligación de proporcionar los datos solicitados en las diferentes etapas que componen la certificación, así como declarar información verídica para el ejercicio
- Facilitar el acceso a información personal de los integrantes como nombre, edad, sexo, grado de estudios, ocupación, y presentar documentación oficial (IFE o INE) para el respaldo del expediente
- Presenta la documentación comprobatoria solicitada en cada etapa y crear la carpeta de evidencias con copia para el asesor externo en turno
- Informar al asesor externo en turno sobre las problemáticas o dudas surgidas durante la puesta en marcha de la certificación

- Cumplir con los procedimientos y requisitos solicitados en las diferentes etapas del sello de calidad de turismo rural
- Cumplir con los estándares de calidad estipulados en este instrumento y los establecidos por la propia comunidad prestadora de servicios
- Contar con el expediente completo que avale la ejecución del proceso de certificación

2) Requisitos legales

- Ser una empresa u organización legalmente constituida

Comprobante: Acta constitutiva

- Contar con el registro de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Comprobante: RFC

- Estar inscrito al Registro Nacional de Turismo* (RNT) de la SECTUR (tramite gratuito)

Comprobante: Registro Nacional de Turismo (disponible en línea: <https://rntreg.sectur.gob.mx/rntreg/ver01/login/inicio.cfm>)

- Contar con el estudio de impacto ambiental del proyecto turístico

Comprobante: Permiso ambiental para sitios de turismo alternativo (otorgado por el INPI), Informe preventivo³ o Manifestación de Impacto Ambiental (MIA)⁴ (otorgado por SEMARNAT).

3) Requisitos de organización (organizacionales)

- Antigüedad: Contar con al menos dos años de operación en la prestación de servicios turísticos

Comprobante: acta constitutiva (año de constitución)

³ El informe preventivo se solicita cuando existen normas oficiales u otras distinciones que regulen los impactos ambientales relevantes que pueda provocar la actividad turística o en los casos en que las actividades estén previstas en un plan parcial de desarrollo urbano o de ordenamiento ecológico.

⁴ La MIA se solicita solo en los casos en que el parque ecoturístico se encuentre establecido en un Área Natural Protegida (ANP) o en un ecosistema costero (SEMARNAT, 2013).

- Organización consolidada (Contar con un comité, dirección o junta directiva debidamente consolidada que verifique y garantice el seguimiento y adecuada implementación de la certificación)

Comprobante: documentación de asambleas y/o reuniones recientes

- Pertener a una comunidad rural

Comprobante: clave de municipio (clave que será revisada en el Catálogo de Municipios y Localidades, en la página <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/> de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) o en: <http://www.inpi.gob.mx/localidades2010-gobmx/index.html>

Cumplidos los requisitos anteriores y validados por el comité externo, el paso siguiente es iniciar con el expediente, en el que se integren todos los documentos, formatos y evidencias solicitadas; y los dictámenes de aprobación y continuidad del comité externo que se generen durante todo el proceso de certificación, en dos carpetas disponibles de consulta interna y externa.

4) Conformación del comité interno de certificación

La organización a certificarse deberá integrar un comité de certificación que asuma el control y compromiso hacia el cumplimiento de lo estipulado en este instrumento de calidad, estará encargado de la aplicación y seguimiento de la certificación, cuya finalidad es garantizar la adecuada implementación del proceso y etapas del sello así como el seguimiento y monitoreo del mismo, el comité debe estar conformado por las siguientes personas:

- Representantes del comité o grupo directivo responsable de la organización
- Un integrante de cada área o eslabón de la Cadena de Valor Turística (CVT)

El comité debe estar integrado y registrado antes iniciar el proceso del sello. El fin de conformar el comité además de garantizar la adecuada implementación de la certificación y su monitoreo es involucrar a un representante de cada área operativa que sea portavoz de lo sucedido, comunique y lidere la aplicación de la certificación. El comité será el encargado de asegurarse que la organización cumpla con lo

estipulado en el sello y logre los resultados previstos e informar sobre los inconvenientes.

Las responsabilidades del comité serán:

- Asumir la dirección y liderazgo de la organización para la aplicación de la certificación
- Comunicar la importancia de la certificación
- Involucrar e informar a todo el personal de la organización
- Asumir la responsabilidad y rendir cuentas sobre la eficacia de la certificación
- Asegurarse del cumplimiento de la calidad en las diversas áreas, servicios y actividades
- Mantener la calidad integral del destino
- Dirigir y apoyar a todo el personal para lograr el objetivo de la certificación
- Promover la mejora continua

Cumplidos los requisitos anteriores, la validación e integración del comité de certificación, los ahora candidatos a la certificación deberán atender la primera etapa del Sello de Calidad de Turismo Rural.

IV.II.II Etapa I: Diagnostico

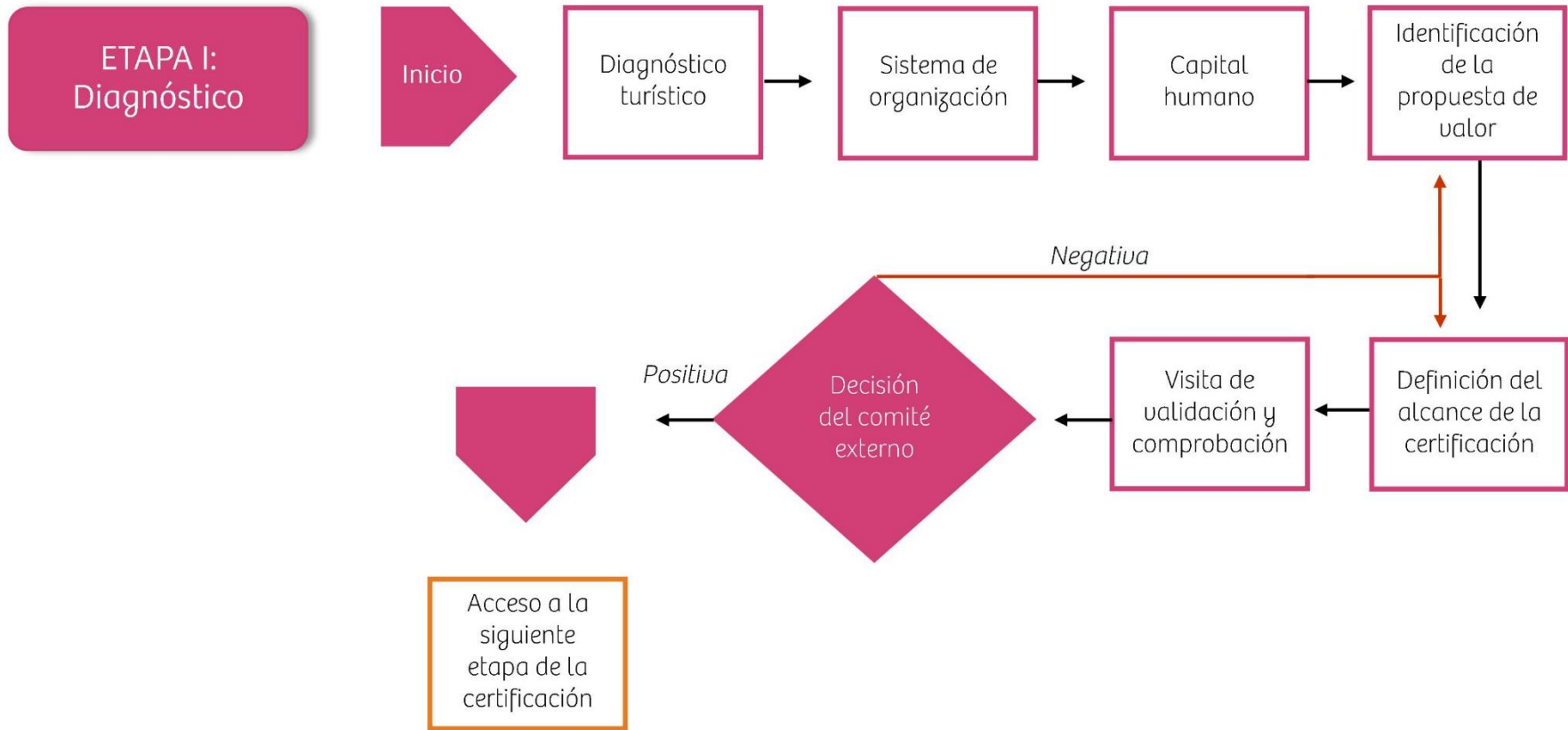
1

ETAPA I: Diagnóstico

Implica conocer el destino, comprender su situación e identificar los aspectos que limitan la calidad.

El diagnóstico contiene aspectos clave como la identificación del destino, la organización y sus integrantes; la identificación de la singularidad turística como aspecto diferenciador; y la delimitación del alcance de la certificación. Es así como esta primera etapa contempla el diagnóstico turístico, el sistema de organización, la definición del capital humano, propuesta de valor y la definición del alcance que tendrá el Sello de Calidad de Turismo Rural. El proceso a seguir es el siguiente:

Diagrama 13: Proceso de la etapa de diagnóstico



Fuente: Elaboración propia

El Sello de Calidad de Turismo Rural tiene como primer objetivo conocer el destino turístico, sus antecedentes, la oferta, organización e integrantes; contempla datos generales y turísticos del establecimiento que permitirán entender el panorama y operación del destino. El contenido de la etapa es el siguiente:

a) Diagnóstico turístico

Identificar el establecimiento implica conocer la constitución legal de la organización, antecedentes, antigüedad, infraestructura, servicios y actividades turísticas que ofrece para comprender la situación actual y características del proyecto. Debe contener los siguientes aspectos:

- Datos generales del destino (nombre del parque, dirección y contacto, datos del responsable o representante legal)
- Características fisiográficas del lugar (ubicación, clima, flora y fauna, altitud, cuerpos de agua)
- Infraestructura (alojamiento, alimentos y bebidas, y complementaria)
- Servicios (básicos y turísticos)
- Actividades turísticas
- Especialización turística
- Recorridos turísticos
- Talleres
- Guías de turistas
- Atractivos turísticos (naturales y culturales)
- Características únicas o de singularidad (social, cultural, natural)
- Señalética
- Seguridad (integridad física y atención de emergencias)
- Comité organizacional
- Capacitaciones o asistencias técnicas
- Financiamientos
- Certificaciones o distintivos de calidad
- Comercialización
- Ventas (canales de venta)
- Accesibilidad (vías de acceso y comunicación)
- Accesibilidad (adaptaciones para personas con discapacidad)
- Rutas y medios de transporte (para llegar al destino)
- Ecotecnias
- Adopción de medidas para la mitigación de impactos negativos

b) Sistema de organización

La organización es un punto clave para comprender la operación y prestación de los servicios, representa el método y las reglas por las cuales se rigen los integrantes y colaboradores. Regularmente está constituida por mesas o comités directivos que representan a los involucrados en la actividad turística.

Conocer esta organización brindará el panorama actual y permitirá mejorar la comunicación y operatividad. Para lograr lo anterior en este requisito se solicita conocer la forma de organización, estructura, funciones e integrantes por medio de elementos como:

- Integrantes del proyecto
- Forma de organización (comité, asamblea u otro)
- Integrantes del grupo representativo
- Organigrama
- Descripción de cargos y funciones
- Datos generales de todos los integrantes e involucrados en la dirección (nombre, dirección, teléfono, correo)

c) Capital humano

Las personas son parte fundamental de la organización, son los encargados de desempeñar las diversas funciones, servicios y actividades del destino turístico, tal es su importancia que son los encargados de llevar al éxito a la organización. El talento humano es indispensable para la prestación de los servicios y por ende en la operatividad de destino, razón por la cual es esencial identificar al grupo de personas que hacen posible su funcionamiento, para lograrlo se requiere conocer:

- Planilla laboral
- Número de empleos fijos y temporales
- Número de personas laborando por área
- Funciones por área
- Actividades a realizar por área
- Aptitudes y requerimientos laborales específicos por área

d) Propuesta de valor

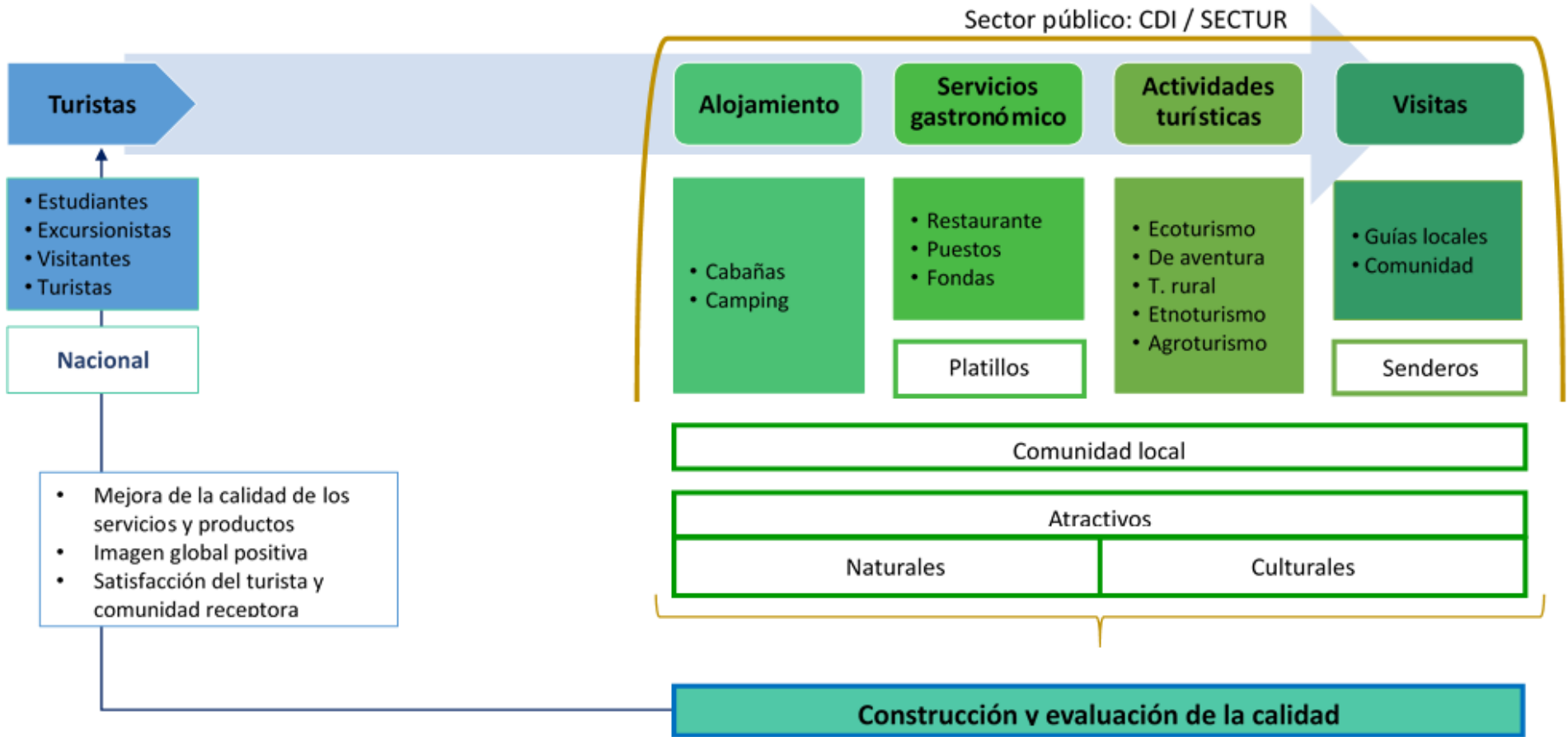
Este requisito permitirá garantizar y promover una oferta turística única que otorgue la diferenciación del destino respecto a similares y competidores, con el objetivo de lograr así una posición estratégica en el mercado y en la mente de los consumidores. Implica gozar de algún distintivo ya sea natural, cultural o social (etnia, artesanía, atractivo) único que proporcione su singularidad o características diferenciadoras al destino respecto a similares.

Este requisito será seleccionado por los actores locales y los asesores externos, ambos trabajarán en conjunto para analizar, valorar e identificar aquel o aquellos atractivos que conformarán la propuesta de valor con la que la comunidad se identificará.

e) Definición del alcance

Consiste en la definición de los límites turísticos del destino para determinar el alcance en la implementación del sello. La comunidad con apoyo de los asesores externos determinarán los límites y aplicabilidad de la certificación, la determinación debe ser planteada por medio de la Cadena de Valor Turística (CVT) para identificar los diferentes eslabones que la integran como la infraestructura, actividades y servicios turísticos; lo anterior permitirá la adecuación y selección de los indicadores aplicables respondiendo a las necesidades y circunstancias del destino. A continuación se muestra un ejemplo de la CVT y la delimitación del alcance de la certificación:

Diagrama 14: Delimitación del alcance de la certificación



Fuente: Elaboración propia

Después de completar los requisitos de la segunda etapa, el comité externo realiza la visita de validación en el que emite el dictamen positivo o negativo, en caso de ser el primero la organización continua con el proceso, de lo contrario debe realizarse de nuevo la detección de la singularidad o la definición del alcance, incluso pueden ser ambas, depende del criterio que no se cumpla correctamente, el cual a su término debe ser sometido nuevamente a la visita de validación para poder acceder al siguiente paso, la etapa dos.

IV.II.III Etapa II: Planificación estratégica

2

ETAPA II: Planificación estratégica

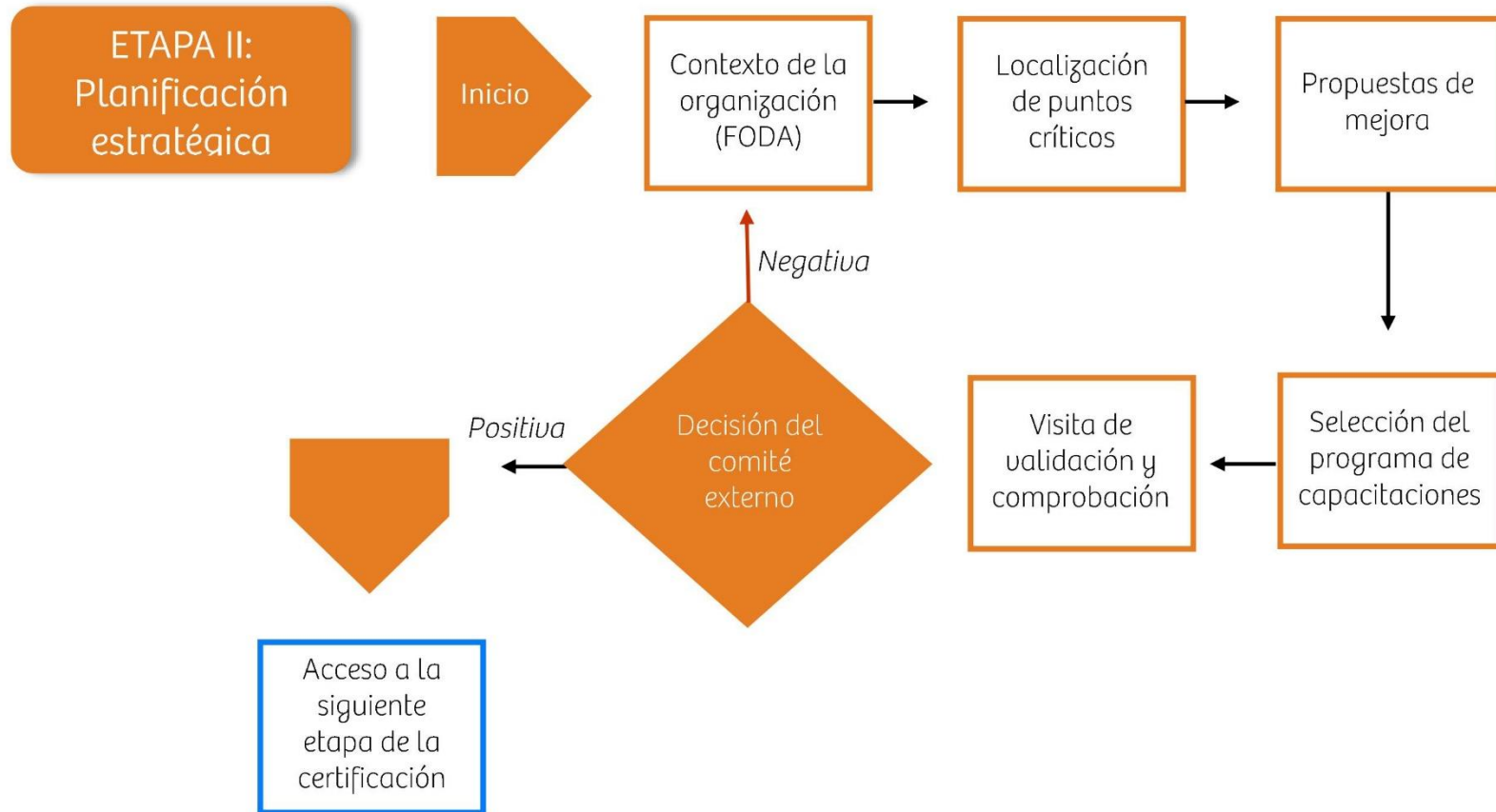
Es la etapa en que se realiza la planificación estratégica de la calidad entorno a las características propias de la

organización, ya que de acuerdo a las deficiencias y puntos críticos que limitan la calidad, se realizan capacitaciones y se aplican las acciones correctivas para alcanzar o mejorar la calidad.

La planificación estratégica comprenderá entonces los siguientes aspectos: el contexto de la organización en el que se detectarán los puntos críticos para posteriormente obtener propuestas de mejora y la selección del programa de capacitaciones cuyo objetivo también es el corregir las deficiencias y alcanzar la calidad.

Es importante mencionar que esta etapa es resultado total de la participación de los involucrados en las diferentes áreas que componen el destino turístico, la razón es que desde las necesidades internas y específicas se deben realizar las propuestas de mejora y el plan de capacitaciones, esto implicaría realmente la construcción de la calidad de abajo hacia arriba con enfoque participativo. El proceso a seguir es el siguiente:

Diagrama 15: Proceso de la etapa de planificación



Fuente: Elaboración propia

a) Contexto de la organización

El contexto de la organización es indispensable para formular el proceso de planificación, establecer estrategias de mejora continua y satisfacer las aspiraciones de la organización, los turistas, la comunidad receptora y el entorno. Para lograrlo resulta indispensable conocer y analizar las cuestiones externas e internas de cada eslabón que intervienen y afectan la capacidad para lograr los objetivos planteados por la organización.

La herramienta propuesta para cubrir el requisito es la matriz FODA que deberá realizarse por cada eslabón de la CVT que comprenden el alcance del Sello de Calidad de Turismo Rural determinado en la etapa anterior. El análisis debe incluir a las partes interesadas: turistas, prestadores de servicio, comunidad local y receptora, y ambiente.

b) Localización de puntos críticos

La matriz FODA permitirá detectar los puntos críticos de cada eslabón de la CVT y ubicación del estado actual de la organización en torno a la calidad, para que posteriormente en el siguiente requisito se plasmen las propuestas de mejora y se realicen las acciones correctivas necesarias. Este aspecto debe realizarse por eslabón (área, servicio, actividad, producto o proceso) y estar a cargo del personal directamente involucrado en él, de lo contrario en la visita de validación, el requisito será rechazado.

c) Propuestas de mejora

Detectados los puntos débiles y críticos de la organización es necesario plantear un plan estratégico de mejora y la selección de compromisos congruentes con las características y condiciones de la misma, lo cual permitirá la construcción de la calidad interna y adecuación a las necesidades de los involucrados en la prestación de los servicios turísticos. Dicho requisito también debe realizarse por eslabón y estar documentado de forma independiente.

d) Programa de capacitaciones

La planificación estratégica debe contemplar el programa de capacitaciones, resultado también del contexto de la organización, en él se deben integrar los temas de interés, reconocimiento y debilidad detectados y solicitados por los involucrados en las diferentes áreas.

Es importante mencionar que en esta etapa el acompañamiento de los asesores externos es total para proporcionar orientación sobre la realización y entrega de los requisitos en este proceso. Posteriormente, si la visita de validación es positiva, dará paso a la siguiente fase.

IV.II.IV Etapa III: Mejora de la calidad

3

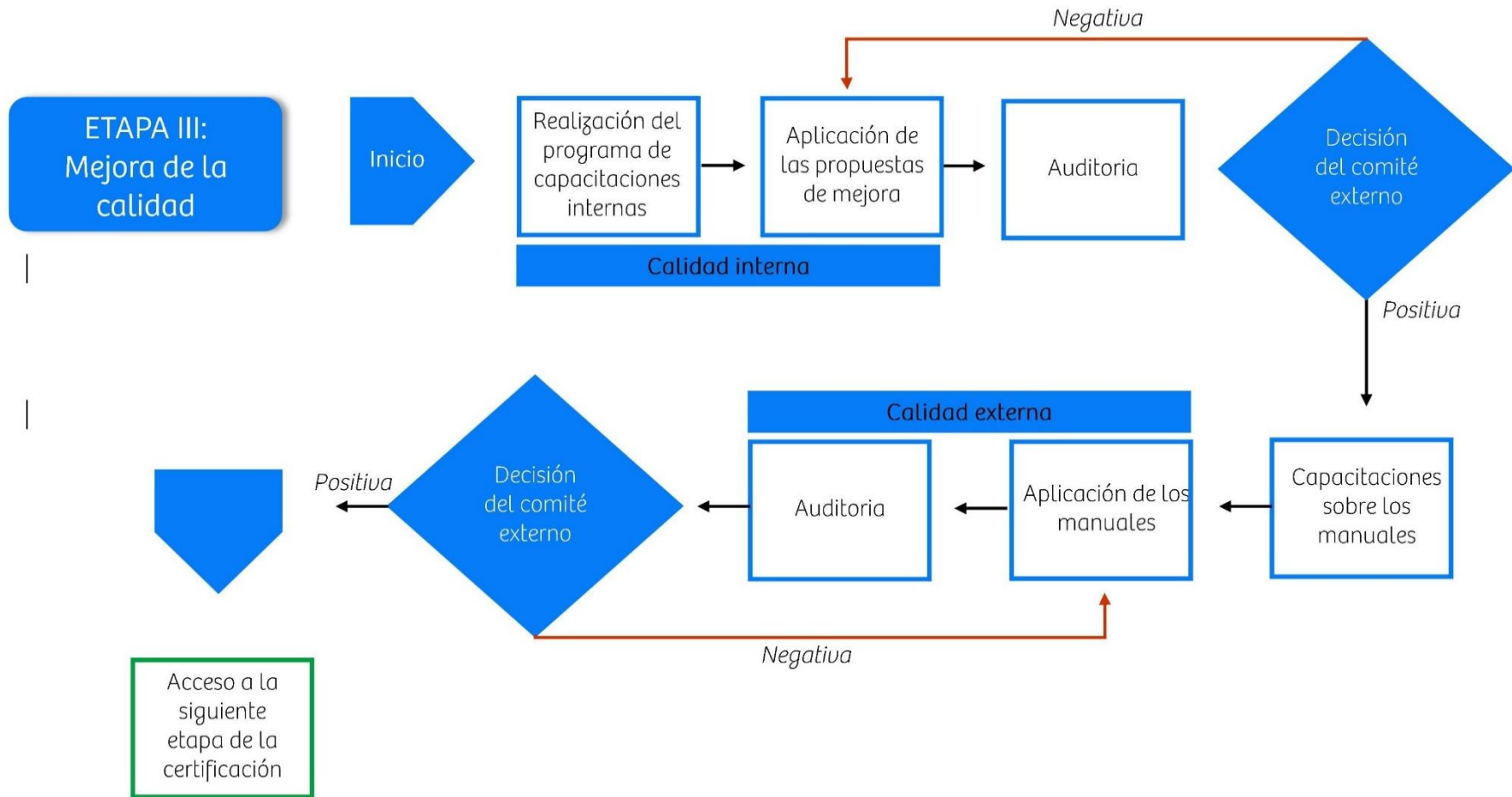
ETAPA III:
Mejora de la calidad

Identificadas las debilidades, carencias y deficiencias en la actividad turística es necesario continuar con los planes de

mejora interno y externo que permitan controlar la calidad.

La etapa contempla además de la mejora, la evaluación de la calidad por medio de las auditorías externas y la mejora continua interna (auditorías internas) en las que se confirmará la aplicación de las medidas de control; para lograrlo es necesario se realice desde dos perspectivas: la subjetiva y la objetiva, la primera está basada en el control de los aspectos internos que limitan la calidad, aspectos determinados en la faceta anterior; y la segunda contiene aspectos concretos solicitados por los visitantes y aquellos que la propia actividad turística demanda. El proceso es el siguiente:

Diagrama 16: Proceso de la etapa de mejora de la calidad



Fuente: Elaboración propia

a) Calidad interna

Se trata de la realización de las capacitaciones y de la aplicación de las propuestas de mejora realizadas por la organización en cada eslabón de la CVT con el fin de afrontar las debilidades para avanzar hacia la calidad. La aplicación de las propuestas de mejora será evaluada por medio de una auditoría en la que se corroborará que los puntos declarados por la organización se cumplan, la escala a utilizar será la de semáforo.

Es importante señalar que al ser un aspecto interno resultado de un diagnóstico y análisis particular, debe cumplirse en su totalidad, esto significa que la evaluación de la calidad interna debe cubrirse al 100%.

b) Calidad externa

La calidad externa está representada por capacitaciones respecto a temas directamente relacionados con las necesidades de los visitantes, la comunidad y el entorno pero desde la perspectiva del mercado turístico rural tema de calidad especificado en los manuales predeterminados de cada área o eslabón clave de la CVT, por la aplicación de los criterios contemplados en los manuales y por su verificación que se realizará mediante fichas. Las áreas principales involucradas son y deberían ser las detectadas en el alcance:

- Alimentos y bebidas: restaurantes, puestos ambulantes, fondas, entre otros
- Hospedaje: cabañas, hoteles rurales, campamentos
- Actividades turísticas: tirolesa, ciclismo, senderismo, caminatas, etc.
- Guías de turistas: culturales o de naturaleza.

Cada área debe contener un manual con especificaciones del producto o servicio ofertado, contemplar las características del territorio y apegarse a las normas de seguridad, control o de procedimientos específicos. A pesar de la singularidad de cada manual existen indicadores generales (véase tabla 9) que deben aplicarse, pues representan y constituyen la calidad.

Tabla 9: Indicadores de calidad turística

Indicadores	
Social	Personal
	Organización local
Empresarial	Administración
	Contabilidad
	Comercialización
	Organización
Cultural	Preservación, revalorización y rescate
	Responsabilidad social
	Respeto a la cultura y población local
Ambiental	Minimización de impactos negativos
	Maximización de impactos positivos
	Reducción de desechos
	Ecotecnias
	Reciclaje
	Manejo de residuos
	Protección de la biodiversidad (flora y fauna)
Entorno físico	Infraestructura
	Instalaciones
	Imagen
	Mobiliario y equipo
	Seguridad
	Accesibilidad
	Señalética
	Limpieza
Higiene	Higiene de los alimentos
	Higiene del personal
Servicio	Amabilidad
	Comodidad
	Proactividad
	Experiencia
	Atención al cliente
	Satisfacción del cliente
Seguridad	Medidas de seguridad
	Seguridad integral
	Planes de contingencia

Fuente: Elaboración propia

Cada manual además de contemplar los indicadores antes mencionados deben atender las exigencias del producto o servicio al que están orientados sin romper la sinergia o esencia del mismo. En el anexo 4 y 5 se muestra el ejemplo del manual e instrumento de evaluación del área de alimentos y bebidas, específicamente para restaurantes.

Este requisito es verificado con las fichas de evaluación, las cuales contemplan los criterios e indicadores establecidos en el manual, la escala de medición utilizada es también la de semáforo. El porcentaje a cubrir en este rubro deberá ser del 80% de los indicadores en verde y el 20% en amarillo; cuando el porcentaje obtenido sea menor se deben atenderse las inconformidades y deficiencias para convertirlas en aciertos que serán corroborados en la segunda auditoria.

Aplicados y verificados los elementos de la calidad tanto subjetiva como objetiva, es importante adquirir el compromiso para mantener los estándares de calidad alcanzados, por lo que el siguiente y último paso de la etapa tres por parte de la organización es la mejora continua.

c) Mejora continua (seguimiento interno)

La organización debe mejorar continuamente los aspectos que definen su calidad turística con el fin de hacer frente a los cambios y necesidades internas. Se trata del seguimiento interno por medio de auditorías que permitirán prevenir errores, mejorar deficiencias y aplicar medidas correctivas para mantener la calidad turística. La finalidad será demostrar el mantenimiento de la calidad interna y externa.

Consiste en la evaluación de la calidad interna a cargo de los representantes de cada área o eslabón de la CVT, quienes corroborarán la aplicación de los manuales y las propuestas de mejora en cada área. Las auditorías internas deben realizarse cada trimestre después de la obtención de la certificación, en ellas deben comprobarse los ejercicios, mejoras, y correcciones realizadas; el proceso debe estar documentado y entregarse como evidencia al comité externo en la auditoria de seguimiento.

Concluidas las evaluaciones y acordado el plan de mejora continua, el paso siguiente es la validación final.

IV.II.V Etapa IV: validación-certificación



Validación-certificación

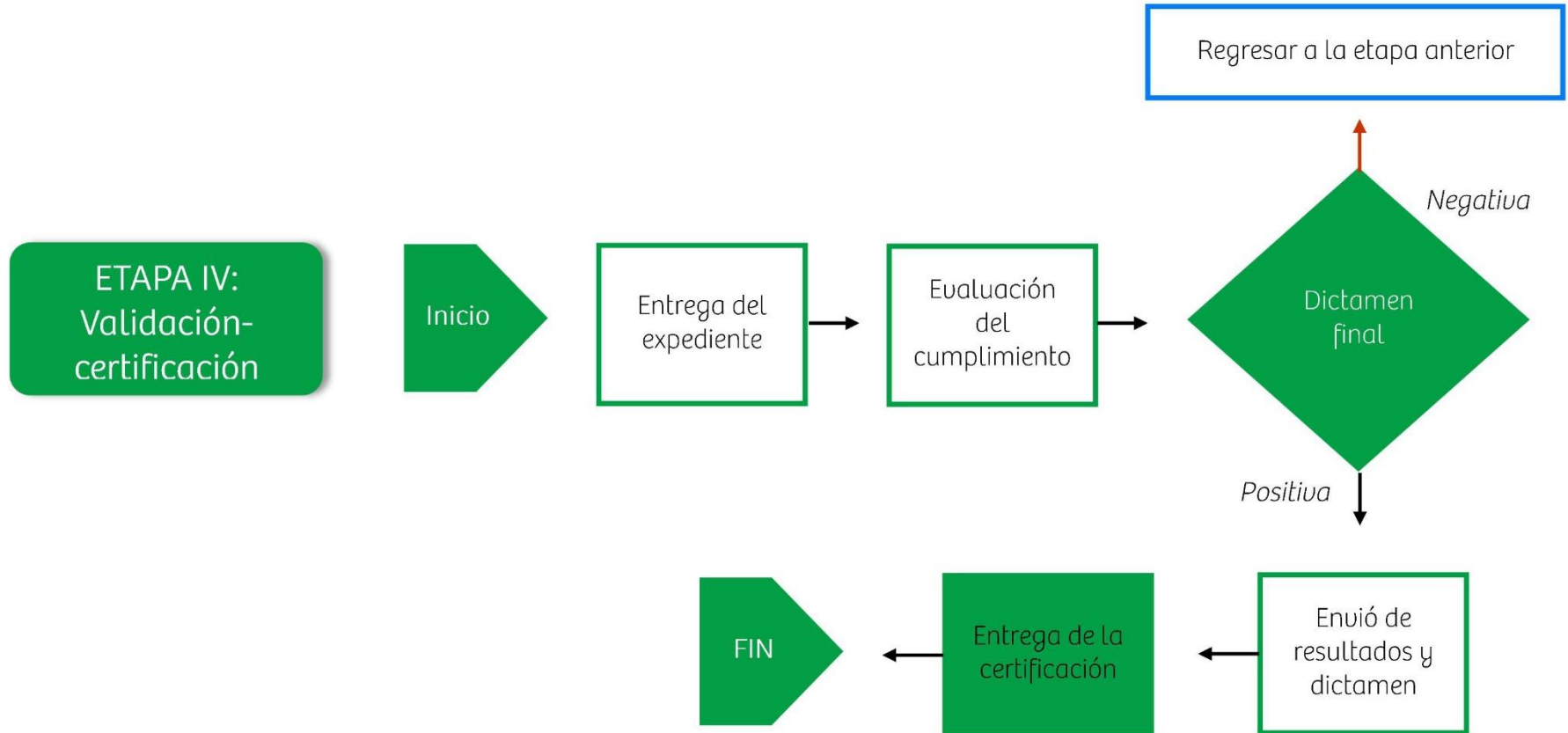
La etapa contempla el último paso de la certificación, consiste en la validación general de todo el proceso y

el dictamen final. Para la organización termina la parte operativa ya que la etapa 4 es de cotejo de documentos, datos y resultados generales que estará a cargo del comité y los asesores externos; el proceso es detallado en el diagrama 17.

a) Expediente final

La organización debe entregar la carpeta de evidencias que ha generado a lo largo del proceso de la certificación para que sea sometido a revisión y análisis por parte de los asesores y comité externo. En las tablas 10, 11, 12, 13.y 14 se describen los productos y evidencias requeridos por la certificación.

Diagrama 17: Proceso de la etapa de validación-certificación



Fuente: Elaboración propia

Tabla 10: Etapa previa. Requisitos y evidencias

Etapa		Contenido	Producto/requisito	Evidencia
Previa	Selección	Carta compromiso	Carta compromiso	<ul style="list-style-type: none"> • Firma de todos los integrantes • Lista de asistencia
		Requisitos legales	Carpeta de evidencias	<ul style="list-style-type: none"> • Acta constitutiva • RFC • Registro Nacional de Turismo • MIA
		Requisitos organizacionales	Carpeta de evidencias	<ul style="list-style-type: none"> • Acta constitutiva (fecha de constitución) • Minuta • Registro de asambleas o reuniones • Lista de asistencia de las asambleas y reuniones • Documento ejecutivo con firma de todos los integrantes del proyecto
		Conformación del comité de certificación	Organigrama	<ul style="list-style-type: none"> • Carta compromiso • Documento oficial (IFE/INE) de los integrantes • Documento ejecutivo con firma de los integrantes del comité • Fotografías

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11: Etapa de diagnóstico. Requisitos y evidencias

Etapa	Contenido	Producto/requisito	Evidencia	• Etapa
Etapa1	Diagnostico	Diagnóstico turístico	Diagnóstico turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Reporte de diagnóstico turístico • Cédulas de diagnóstico • Fotografías • Lista de asistencia • Minuta
		Sistema de organización	Diagnóstico interno de la organización	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la organización • Fotografías • Lista de asistencia • Minuta
		Capital humano	Diagnóstico funcional	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de los recursos humanos • Fotografías • Lista de asistencia • Minuta
		Propuesta de valor	Inventario de recursos Elemento de diferenciación	<ul style="list-style-type: none"> • Fichas de evaluación de recursos • Propuesta de valor territorial • Fotografías • Lista de asistencia • Minuta
		Definición del alcance	Diagrama de la CVT	<ul style="list-style-type: none"> • Propuesta de cadena de valor • Fotografías • Lista de asistencia • Minuta

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12: Etapa de planificación estratégica. Requisitos y evidencias

Etapa		Contenido	Producto/requisito	Evidencia
2	Planificación estratégica	Contexto de la organización	Matriz FODA	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis FODA • Fotografías • Lista de asistencia
		Localización de puntos críticos	Documento ejecutivo	<ul style="list-style-type: none"> • Priorización de áreas de oportunidad • Fotografías • Lista de asistencia
		Propuestas de mejora	Documento ejecutivo	<ul style="list-style-type: none"> • Árbol de problemas y soluciones • Fotografías • Lista de asistencia
		Programa de capacitaciones	Menú de cursos	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de capacitación • Fotografías • Lista de asistencia • Evaluación del curso

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13: Etapa de mejora de la calidad. Requisitos y evidencias

Etapa		Contenido		Producto/requisito	Evidencia
3	Mejora de la calidad	Calidad interna	Capacitaciones	Cursos, talleres y capacitaciones presenciales	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de capacitación • Fotografías • Listas de asistencias • Fichas de registro • Minuta • Evaluación del curso
			Aplicación de las propuestas de mejora	Instrumentos de evaluación del programa de mejora	<ul style="list-style-type: none"> • Documento de verificación del programa de mejora • Fotografías • Lista de asistencia • Minuta
		Calidad externa	Programa de capacitaciones sobre los manuales	Cursos, talleres y capacitaciones presenciales	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías • Lista de asistencia • Minuta • Manuales • Aprobación de auditoria • Ficha de registro de capacitaciones • Evaluación del curso
			Aplicación de los manuales de calidad por área	Manuales por áreas	<ul style="list-style-type: none"> • Manuales • Instrumentos de evaluación de la calidad por manual • Dictamen positivo de auditoria • Fotografías comparativas • Minutas
		Mejora continua	Auditorías internas	Carpeta de evidencias	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha de seguimiento interno • Encuestas de satisfacción • Fotografías comparativas

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14: Etapa de validación-certificación. Requisitos y evidencias

Etapa		Contenido	Producto/requisito	Evidencia
4	Validación-certificación	Expediente final	Carpeta de evidencias	<ul style="list-style-type: none"> • Carta compromiso • Expedientes • Documentos ejecutivos • Diagramas • Fotografías • Lista de asistencia • Minutas • Documentos oficiales • Instrumentos de evaluación

Fuente: Elaboración propia

b) Evaluación del cumplimiento

Comprende la revisión por los expertos, representa el análisis general de la aplicación del programa de la certificación del Sello de Calidad de Turismo Rural, en el que se comprueba y valida la aplicación y aprobación de todas las etapas.

c) Dictamen final

Es el resultado del análisis general realizado, el dictamen positivo hace que la organización sea acreedora a la certificación y se comprometa a continuar la adopción del programa pero sobre todo a mantener la calidad turística alcanzada.

Cuando el dictamen es negativo, la organización tiene una oportunidad para corregir los errores o completar la información en un periodo estipulado por el comité externo, al concluir el plazo se realizará nuevamente la evaluación para seguir el curso del proceso.

IV.III ESTRUCTURA DE NEGOCIO

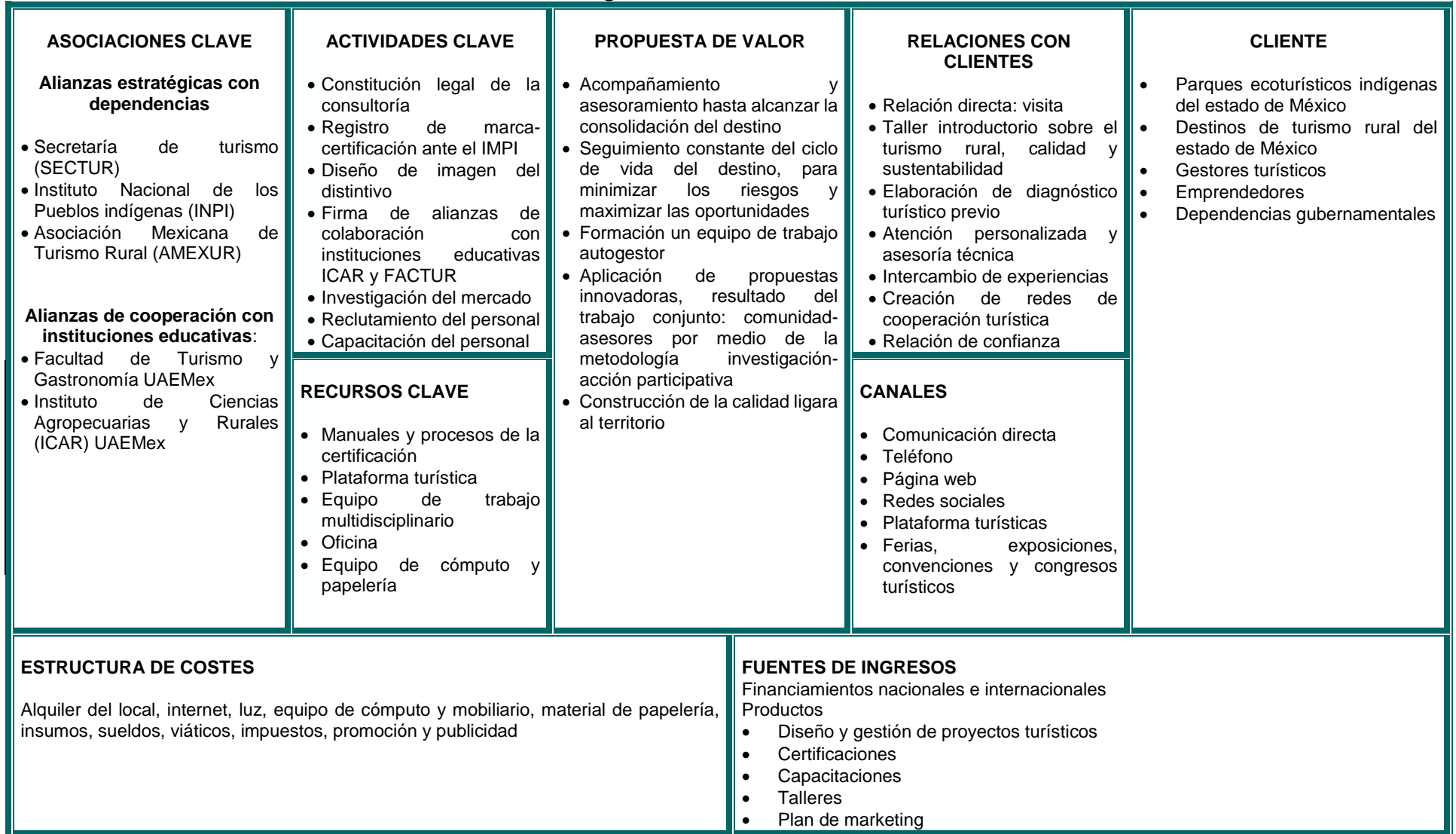
En la propuesta descrita se hizo énfasis a la validación de la aplicación y cumplimiento del proceso de la certificación por medio de agentes externos, que desempeñan la función de auditores encargados de verificar, evaluar y validar los procesos y criterios expuestos en el "Sello de Calidad de Turismo Rural". Lo anterior hace necesario contemplar a un operador externo que desempeñe dicha función para obtener la validación objetiva que reduzca sesgos y parcialidades; pero sobre todo que proporcione certidumbre.

Es así como se plantea la existencia de un agente consultor que ejecute las certificaciones de la manera en que esta fue expuesta y desarrollada anteriormente. Para lograrlo entonces se propone la creación de una consultoría que retome el capital humano especializado de los programas de licenciatura de la Facultad de Turismo y Gastronomía y posgrado del Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales, la razón es que ambas instituciones forman profesionales en turismo rural como estrategia de desarrollo local.

Del mismo modo la consultoría desempeña una función relevante no solo en el campo de aplicación sino también en el laboral al proporcionar fuentes de empleo. Se trata de un emprendimiento con respaldo institucional que da validez a la propuesta y establece redes de cooperación e investigación entre alumnos e investigadores.

Para proyectar la idea general del proyecto de consultoría se recurrió al modelo de negocios CANVAS (Ferreira, 2015) (véase diagrama 18), que como su traducción al español lo indica es un lienzo en el que se expresan nueve componentes clave que guían la idea de negocio. La elaboración de la herramienta retoma diversos elementos descritos a lo largo de la presente investigación teniendo como principal producto la certificación. Es importante mencionar que el modelo CANVAS es una plantilla en constante construcción, es decir que puede ser modificada en cualquier etapa de avance del negocio para definir la orientación real y efectiva.

Diagrama 18: Modelo CANVAS



DISCUSIÓN GENERAL

La revisión de literatura relata las transformaciones del campo hasta llegar a la "adopción", que en algunos casos es imposición del turismo como alternativa de desarrollo, en donde los actores locales se insertan en una nueva dinámica económica, cuyo cambio suele ser drástico pasando generalmente de la actividad primaria a la terciaria con conocimientos en su mayoría nulos sobre la prestación de servicios, que con el paso del tiempo se vuelven empíricos.

Esta situación aunada con la deficiencia de capacitaciones por parte de las instituciones encargadas de diseñar y ejecutar los proyectos generan vacíos en la comprensión del turismo y su operatividad, realidad que se ve reflejada en el deterioro ambiental, en el remplazo de las actividades primarias, en la priorización de generar solo beneficios económicos y la exclusión social.

El trabajo de campo arrojó los datos anteriores que confirman la deficiencia de calidad en los servicios turísticos ofertados en el medio rural, detectando que existen dos vertientes principales, la primera es externa, proviene de los gestores porque la deficiencia ocurre desde el diseño de los proyectos productivos, que carecen de visión territorial, tal es el resultado de la estandarización, y la falta de distinción que permita posicionarlos en el mercado, y como ya se ha mencionado, la falta de capacitaciones que respondan a las necesidades específicas de los involucrados. En este sentido puede dejar de hablarse de capacitaciones para retomar el tema de desarrollo de capacidades.

La segunda vertiente es social o interna, ya que la escases de la calidad también puede ser comprendida desde el aspecto social, partiendo del entendimiento de las personas involucradas en la actividad sobre el turismo, los diferentes eslabones que lo componen (alojamiento, alimentos y bebidas, atractivos y actividades) y la imposición de nuevas formas de hacer lo cotidiano que ha sido cosificado para el visitante.

Respecto al tema de los mecanismos que evalúan y avala la calidad de los servicios, desde la documentación hasta la comprobación del alcance real se evidenció lo planteado en esta investigación, están creados con un enfoque tradicional, y en algunos casos de elite, características que difieren de la realidad de los territorios rurales, las personas y el servicio; aunque también se detectó que las certificaciones se han vuelto requisito para continuar con los financiamientos y que en la mayoría de los casos los involucrados desconocen el contenido de los mismos por dos razones, porque fue implementado con cierto sesgo y por la falta de seguimiento.

La falta de seguimiento es un tema que también está relacionado con la deficiencia o ausencia de calidad porque en el 50% de los casos estudiados en la primera etapa de campo, están detenidos; entonces esta característica envuelve a la actividad turística y a los mecanismos de calidad, tema fundamental para ambos considerando que la transformación es continua y que con ello deben surgir reconfiguraciones.

La propuesta expuesta retoma los elementos positivos y negativos de la actividad turística y los sellos de calidad partiendo de un diagnóstico previo documental y experiencial que considera las características del territorio (visto como un todo) y las necesidades de los involucrados, para realmente obtener beneficios integrales, cualidad que por sí solos el turismo y la calidad plantean.

Sobre los principales requerimientos de calidad detectados están la seguridad, el servicio, limpieza, responsabilidad ambiental, diferenciación, entre los principales de cada eslabón de la cadena de valor turística. Continuando con el tema de indicadores de calidad existe uno poco retomado, el de accesibilidad en términos de oportunidad de disfrute para las personas con capacidades diferentes, indicador al que se respondió de forma positiva pues los turistas lo consideran parte de la calidad.

El tema de seguridad contempla dos elementos que pueden ser clasificados como interno y externo, la razón es que la seguridad interna entendida como las medidas de prevención puede ser controlada por los prestadores de servicios, sin embargo

el aspecto de integridad física de los visitantes al acudir a algún destino catalogado con inseguridad le compete al Estado (externa), situación que difícilmente puede ser controlada por la comunidad local.

Es necesario hacer mención que el instrumento es dinámico, que debe estar constante construcción, porque así lo es la calidad y el turismo desde diferentes perspectivas que involucran a la oferta y a la demanda; existirán elementos que deben ser agregados y otros que se omitan siempre con el objetivo de brindar soluciones efectivas.

CONCLUSIONES

Ciertamente la actividad turística es una alternativa de desarrollo que debe plantearse desde una perspectiva integral, solo así podrán manifestarse los múltiples beneficios que prevé generar, y precisamente sobre este contexto surgió la propuesta dirigida a la adopción de la calidad en los territorios rurales, específicamente para las comunidades indígenas que cuentan con emprendimientos turísticos que resaltan la riqueza natural y cultural.

Y es justamente el medio rural donde aún persiste vasta riqueza natural y cultural que ha sido preservada a lo largo de la historia por sus pobladores con mérito especial de las comunidades indígenas cuya cosmovisión contribuye a mantener el equilibrio social, cultural y ambiental, y por esta razón resulta indispensable vincular la calidad turística con el territorio donde se desarrolla, pues es el contexto lo que debe darle sentido, significado y permanencia. Así el territorio definirá la calidad de la actividad turística y a su vez la calidad define al territorio.

A partir de esta consideración, la calidad turística en el medio rural debe definirse en relación al contexto sociocultural y territorial para brindar servicios innovadores. Entonces será posible afirmar que el turismo rural puede presentarse como una verdadera opción de desarrollo para las localidades a través de la construcción de calidad ligada al territorio, con la condición de que sean los actores locales quienes

definan e implementen todos y cada uno de los elementos que constituyen la calidad desde el enfoque participativo.

Porque cuando el turismo considera a la comunidad como parte de su desarrollo se crean vínculos sobre la actividad recreativa como aspecto propio e interno de desarrollo que pretende mejorar nivel y calidad de vida de los habitantes al generar crecimiento sustentable con uso y aplicación adecuada de recursos al desarrollo del destino turístico.

La propuesta pretende impactar a nivel local generando beneficios integrales más allá de los planteados por el turismo para las comunidades y el entorno. Entre los principales beneficios están los económicos, sociales, culturales y ambientales. Por el lado económico se prevé que gracias a la adopción de calidad se obtenga un incremento en la llegada de turistas, aumenten los ingresos económicos por la prestación de servicios y que por la mayor productividad obtenida se creen nuevos empleos directos e indirectos.

Sobre los beneficios sociales está el empoderamiento de la comunidad que con su participación activa se apropiará del proyecto, además de que a lo largo del proceso de la propuesta se prevé formar grupos autogestores que tomen decisiones en pro de su beneficio y que sean capaces de gestionar sus propios recursos.

Por el ámbito cultural y ambiental surge la necesidad de promover primero la revalorización interna de los recursos naturales y culturales para que posteriormente pueda ser transmitida a los visitantes, y que este elemento sea una característica diferencial para el destino, alcanzando así la preservación o en algunos casos la revitalización. Es en este proceso de valoración de los visitantes a un destino que se provoca el sentimiento de arraigo y pertenencia al territorio por parte de la comunidad, porque al ser parte de la cultura que está produciendo los servicios, los reclama como propios y definatorios de su identidad.

Es así como la propuesta contempla la integridad del turismo y el territorio, considerando dos elementos básicos, el interno que hace referencia a la oferta y el

externo a la demanda para alcanzar la calidad, sin embargo este mecanismo no es limitado, al contrario su diseño implicó siempre una constante construcción que debe continuar en la implementación pues se trata de un instrumento flexible que no pretende imponer y estandarizar elementos ajenos a su concepción, por el contrario consiste en controlar las deficiencias propias, del servicio, adoptar elementos necesarios y que la comunidad construya una calidad turística que los represente.

Un aspecto más a considerar es que la calidad no es estática, sino dinámica, característica también del turismo por lo que resulta fundamental adoptar la filosofía de mejora continua y estar en constante re-construcción para hacer frente a los futuros retos y oportunidades, para alcanzar la tan anhelada sustentabilidad turística.

Es importante mencionar que la propuesta solo llegó al diseño de la misma y que la aplicación necesitará además de la ya disposición de las comunidades, de financiamientos que ayuden a cubrir los costes que representará. Lo anterior implica como tareas futuras constituir un organismo externo que concrete la propuesta en términos de aplicación y gestión de recursos financieros para hacer posible la puesta en marcha del proyecto.

Sin embargo para que los efectos positivos prevalezcan sobre los negativos es necesario coordinar esfuerzos entre la academia, el gobierno, la sociedad civil y las comunidades para construir escenarios favorables y conceptualizar la calidad turística en territorios rurales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación). (2016). UNE 183001:2009. Asociación Española de Normalización y Certificación. Recuperado de: <http://www.aenor.es/aenor/normas/normas/fichanorma.asp?tipo=N&codigo=N0044411#.WhcevvmWbIX>. (12 de octubre de 2017).
- Aguilar-Criado, Encarnación. (2014). Los nuevos escenarios rurales: de la agricultura a la multifuncionalidad. *ÉNDOXA: Series Filosóficas*, no. 33. 73-98. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/286173927_Los_nuevos_escenarios_rurales_de_la_agricultura_a_la_multifuncionalidad. (10 de octubre de 2019).
- ALBISU, L. (2011). Las cadenas agroalimentarias como elementos fundamentales para la competitividad de los productos en los mercados. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 28, 451-452. Recuperado de: Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1411590400>. (22 de abril de 2018).
- Alvarado, J. y Oddone, N. (2017). Fortalecimiento de la cadena de valor de turismo en Pedernales (República Dominicana). En Oddone, N. & Padilla, R. (Eds.), *Fortalecimiento de cadenas de valor rurales*. Santiago: CEPAL.
- Álvarez-García, José., Fraiz-Brea, José Antonio. y del Río-Rama, María de la Cruz. (2013). «Q de calidad turística». Barreras a la implantación y certificación. *Cuadernos de Turismo*, (32). 11-35 Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39827029001>. (02 de septiembre de 2017).
- Ander-Egg, Ezequiel. (2003a). *Repensando la investigación-acción-participativa. Comentarios, críticas y sugerencias*. Lumen Humanitas.
- Ander-Egg, Ezequiel. (2003b). *Métodos y técnicas de investigación social IV. Técnicas para la recogida de datos e información*. Lumen Humanitas.
- ASETUR (Asociación Española de Turismo Rural). (2017). *Clasificaciones de Asetur*. Asociación Española de Turismo Rural. Recuperado de:

<http://www.ecoturismorural.com/index.php?accion=clasificaciones&actopc=3>. (12 de octubre de 2017).

Babilonia Ballesteros, Rosa Inés. (2014). Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria (CEDRSSA). Estudios e investigaciones: nueva ruralidad; enfoques y propuestas para América Latina. Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía, 23(1), 189-193. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.15446/rcdg.v23n1.41093>. (11 de agosto de 2019).

Bigné, J. Enrique., Font, Xavier. y Andreu, Luisa. (2000). Análisis de los destinos turísticos. En Marketing de destinos turísticos: Análisis y estrategias de desarrollo. Madrid: ESIC.

Brunet-Icart, I. & Alarcón-Alarcón, A. (2006). Calidad y autenticidad del turismo rural. Estudios Turísticos. (168), 99-122. Recuperado de: <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-168-2006-pag99-122-97142.pdf>. (2 de julio de 2018).

Canales-Cerón, Manuel (coord.). (2006). Metodologías de la investigación social. Introducción a los oficios. LOM Ediciones.

Carpio Martín, José. (2008). Nuevos enfoques del desarrollo local: La buena gestión del turismo rural. En Cebrián Abellán, Francisco. (coord.). Turismo rural y desarrollo local. (77-90). Cuenca, Sevilla: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Castañeda-García, Alberto., Rodríguez-Molina, Miguel Ángel., Herrera-Camacho, Francisco José. & Sabiote-Ortiz, Carmen Ma. (2013). Análisis de las reacciones del turista ante distintos sellos de calidad para alojamientos rurales. Revista Española de Investigación de Marketing ESIC, 17(1), 105-126. Recuperado de: https://www.esic.edu/documentos/revistas/reim/130320_162458_e.pdf. (13 de julio de 2018).

CCEDOC & SECTUR (Centro de Estudios Superiores en Turismo & Secretaria de Turismo). (2005). Estudio "Hábitos de Consumo del Turista Nacional". Temporada

vacacional de verano 2005. Resumen ejecutivo. Recuperado de: <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/002641Pri0000.pdf>. (25 de septiembre de 2018).

CCMSS (Consejo Civil Mexicano para la Silvicultura Sostenible). (2018). Parque Ecoturístico Corral de Piedra: el ecoturismo como actividad económica sostenible para los ejidos forestales. Recuperado de: <https://www.ccmss.org.mx/parque-ecoturistico-corral-piedra-ecoturismo-actividad-economica-sostenible-los-ejidos-forestales/>. (25 de septiembre de 2018).

CDI (Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas). (2013). Programa Turismo Alternativo en Zonas Indígenas. CDI. Recuperado de: <http://www.cdi.gob.mx/focalizada/ptazi/index.php>. (30 de octubre de 2017).

CDI (Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas) (2015). Paraísos indígenas. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. Recuperado de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/291545/PARAISOS_INDIGENAS.pdf. (21 de marzo de 2019).

Cebrián Abellán, Aurelio. (2008). El turismo rural sostenible. En Cebrián Abellán, Francisco. (Coord.). Turismo rural y desarrollo local. (49-56). Cuenca, Sevilla: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

CEDOC (Centro de Documentación Turística). (1999). Panorama actual del turismo rural en México y su evaluación. Recuperado de: http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AET/TR/AM/02/Perfil_del_Turista.pdf. (20 de septiembre de 2018).

CEDRSSA (Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria). (2006). Nueva Ruralidad Enfoques y Propuestas para América Latina. Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria.

- CST. (Certificación para la Sostenibilidad Turística). (2016). Certificación para la Sostenibilidad. Recuperado de: <http://www.turismo-sostenible.co.cr/index.php>. Turística. (02 de noviembre de 2017).
- De Grammont, Hubert. (2004). La nueva ruralidad en América Latina. Revista Mexicana de Sociología, Vol. 66, Número especial (Oct., 2004). 279-300. Recuperado de: <https://www.jstor.org/stable/3541454>. (08 de octubre de 2019).
- Delgado Campos, Javier. (1999). La nueva ruralidad en México. Investigaciones geográficas, (39), 82-93. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-46111999000200006&lng=es&tlng=es. (05 de septiembre de 2017).
- Deming, E. (1982). Quality, Productivity and Competitive Position. Instituto de Tecnología de Michigan. pp. 107-108.
- DOF (Diario Oficial de la Federación). (2014). Declaratoria de vigencia de la Norma Mexicana NMX-AA-133-SCFI-2013. Diario Oficial de la Federación. Recuperado de: <http://legismex.mty.itesm.mx/normas/aa/nmx-aa-133-scfi-2013.pdf>. (03 de marzo de 2018).
- DOF (Diario Oficial de la Federación). (2017a). Acuerdo por el que se emiten las Reglas de Operación del Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos (PRODERMAGICO), para el ejercicio fiscal 2018. Recuperado de: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5509139&fecha=27/12/2017. (10 de noviembre de 2017).
- DOF (Diario Oficial de la Federación). (2017b). Acuerdo por el que se modifican las Reglas de Operación del Programa para el Mejoramiento de la Producción y Productividad Indígena a cargo de la Coordinación General de Fomento a la Producción y Productividad Indígena de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas para el ejercicio fiscal 2018. Recuperado de: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5509641&fecha=28/12/2017. (10 de octubre de 2017).

- Donoghue, S. (2000). Projective Techniques in consumer research. *Journal of family ecology and consumer sciences*. Vol. 26, pp.47-53
- Ferreira-Herrera, D. C. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo y Desarrollo*, 23(107), xx-xx. Doi: <http://dx.doi.org/10.16925/co.v23i107.1252>.
- Garry, S. & Martínez, R. (2017). Fortalecimiento de la cadena de turismo en el departamento de La Libertad en el Salvador. En Oddone, N. & Padilla, R. (Eds.). *Fortalecimiento de cadenas de valor rurales*. Santiago: CEPAL.
- GESIAP (Grupo Ecológico Sierra Gorda I.A.P.). (2016). Sierra Gorda Ecotours. Grupo Ecológico Sierra Gorda I.A.P. Recuperado de: <http://sierragordaecotours.com/es/quienes-somos/>. (20 de septiembre de 2017).
- Gobierno de Guadalajara. (2017) Vive Guadalajara. Distintivo C. Recuperado de: <http://vive.guadalajara.gob.mx/es/gu%C3%ADa-de-servicios/distintivo-c>. (15 de noviembre de 2017).
- Gobierno de la República. (2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. En *Diario Oficial de la Federación*. Recuperado de: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5299465&fecha=20/05/2013. (22 de septiembre de 2018)
- Gómez-Merino, Fernando Carlos, García-Albarado, J. Cruz, Trejo-Téllez, Libia Iris, Morales-Ramos, Victorino, García-García, Carlos Gilberto, & Pérez Sato, Juan Antonio. (2013). Paisaje y turismo rural en México: fortalezas y desafíos para su potenciación. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 4(5). 1027-1042. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-09342013000900014&lng=es&tlng=es. (13 de septiembre de 2019).
- González-Domínguez, Irais., Thomé-Ortiz, Humberto. & Osorio-González, Rebeca. (2018) Políticas turísticas y etnoturismo: entre la rururbanización y el desarrollo de capacidades. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural PASOS*. 6 (1), 21-36.

Recuperado de: http://www.pasosonline.org/Publicados/16118/PS118_02.pdf. (10 de febrero de 2018).

González-González, Ma. José. (1999). Sistema de calidad para casas rurales. Estudios Turísticos, 199 (139), 87-92. Recuperado de: <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/revistas/ret-139-1999-pag89-110-82024.pdf>. (24 de julio de 2018).

GSTC (Global Sustainable Tourism Council). (2017). Los Criterios Globales de Turismo Sostenible. Global Sustainable Tourism Council. Recuperado de: <https://www.gstcouncil.org/los-criterios-globales/>. (11 de junio de 2018).

Guevara, J. (2012). Fundamentos del etnoturismo y su aporte en la promoción turística sostenible de Costa Rica (Proyecto final de Maestría). Universidad para la Cooperación internacional (UCI). Costa Rica. Recuperado de: <https://docplayer.es/11250669-Fundamentos-del-etnoturismo-y-su-aporte-en-la-promocion-turistica-sostenible-de-costa-rica-jose-eugenio-guevara-brenes.html>. (20 de septiembre de 2018).

Hall, CM. & Lew, A. (2009). *“Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach”*, Londres, Routledge

IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura). (2014). Formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales de América Latina. Experiencias en Panamá, Paraguay y Venezuela. San José Costa Rica. Fondo Concursable para la Cooperación Técnica FonCT). Recuperado de: <http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/3033/1/BVE17068946e.pdf>. (25 de septiembre de 2018).

IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura). (2000). El desarrollo Rural Sostenible en el Marco de la Nueva Lectura de la Ruralidad. “NUEVA RURALIDAD” Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. 1-30.

INAFED (Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal). (2018a). Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México. Estado de México. Villa

del Carbón. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal.
Recuperado de:
<http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM15mexico/municipios/15112a.html>. (25 de septiembre de 2018).

INAFED (Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal). (2018b). Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México. Estado de México. Amanalco. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal.
Recuperado de:
<http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM15mexico/municipios/15007a.html>. (25 de septiembre de 2018).

INPI (Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas). (2019). Programa para el Mejoramiento de la Producción y Productividad Indígena. Recuperado de:
<http://www.cdi.gob.mx/focalizada/2018/proin/index.html>. (06 de julio de 2019).

ISOTools. (2016). El turismo de aventura según la norma ISO 21103 e ISO 21101. Recuperado de: <https://www.isotools.org/2016/03/22/el-turismo-de-aventura-segun-la-norma-iso-21103-e-iso-21101/>. (06 de octubre de 2017).

ISQ (Implantació de Sistemes de Qualitat S. L. N. E.) (2012). Q de Calidad Turística. Implantació de Sistemes de Qualitat S. L. N. E. Recuperado de: <https://www.isq-turistica.com/servicios/q-de-calidad-tur%C3%ADstica/>. (02 de noviembre de 2017).

Juran, J.M., (1980) "International Significance of the QC Circle Movement", ASQC Quality Progress. Pp.18-22.

Lazarte, Maria. & Vivienne (2016). New ISO handbook for adventure tourism safety. Recuperado de: <https://www.iso.org/news/2016/11/Ref2142.html>. (06 de octubre de 2017).

Lima, Susana., García-Gómez, Cecilia S., Gómez-López, Domingo. & Eusébio, Celeste. (2012). El Turismo como una estrategia para el mundo en desarrollo: el Programa

UNWTO. Volunteers. PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 10 (3). 303-314.

López Moreno, Ignacio. (2017). La nueva ruralidad y la nueva gobernanza en México: una propuesta de categorización territorial operativa para los nuevos territorios rurales. Sociológica, 32 (92), 217-239. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-01732017000300217&lng=es&tlng=es. (10 de octubre de 2019).

López Palomeque, Francisco. (2008). Delimitación conceptual y tipologías del turismo rural. En Pulido Fernández, Juan I. (coord.). El turismo rural. (21-49). Vallehermoso, Madrid: Editorial síntesis.

López, G. & Palomino, B. (2008). Políticas públicas y ecoturismo en comunidades indígenas de México. Teoría y Praxis, 4(5), 23-50. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/4561/456145110004.pdf>. (15 de agosto de 2018).

Mendoza-Sierra, M^a Isabel., Orgambídez-Ramos, Alejandro. & Carrasco-González, Ana María. (2010). Orientación a la calidad total, satisfacción laboral, comunicación y compromiso en establecimientos de turismo rural de la Sierra de Huelva. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Volumen 8 (2). 351-361. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88112768008>. (12 de septiembre de 2017).

Morales Vallejo, pedro; Urosa Sanz, Belén y Blanco Blanco, Ángeles. (2003). Construcción de escalas de actitudes tipo Likert. Una guía práctica. Madrid: La Muralla.

Murillo-Torrecilla, Francisco Javier. (2012). Propósitos de la investigación acción. En Investigación Acción. Disponible en: https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Inv_accion_trabajo.pdf. (10 de noviembre de 2017)

Observatorio de Turismo Rural. (2013). Nichos de turismo rural. Observatorio de Turismo Rural. Grupo de investigación sobre viajeros y alojamientos rurales. Recuperado de:

<http://www.escapadarural.com/observatorio/nichos-mercado/>. (25 de septiembre de 2018).

Observatorio de Turismo Rural. (2019). Tendencias del turismo rural 2019. Recuperado de: http://www.escapadarural.com/observatorio/wp-content/uploads/2019/01/InformeTurismoRural2019_FITUR2019.pdf. (20 de septiembre de 2019).

Oddone, N. & Alarcón, P. (2017). Fortalecimiento de la cadena de turismo de La Antigua Guatemala y de los municipios rurales del departamento de Sacatepéquez. En Oddone, N. & Padilla, R. (Eds.). Fortalecimiento de cadenas de valor rurales. CEPAL: Santiago.

OMT (Organización Mundial del Turismo). (2014) Panorama OMT del turismo internacional, edición 2014. Organización Mundial del Turismo. Madrid, España. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416202>. (11 de noviembre de 2017.)

OMT (Organización Mundial del Turismo). (2015). Manual práctico de gestión integral de la calidad de los destinos turísticos. Conceptos implementación y herramientas para autoridades, instituciones y gestores de destinos. Organización Mundial del Turismo. Madrid, España.

OMT (Organización Mundial del Turismo). (2016): La gestión de la calidad, esencial para la competitividad de los destinos turísticos. Organización Mundial del Turismo. Recuperado de: <http://media.unwto.org/es/press-release/2016-07-01/la-gestion-de-la-calidad-esencial-para-la-competitividad-de-los-destinos-tu>. (11 de noviembre de 2017).

OMT (Organización Mundial del Turismo). (2018a). Panorama OMT del Turismo Internacional. Edición 2018. Organización Mundial del Turismo. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>. (13 de agosto de 2018).

- OMT (Organización Mundial del Turismo). (2018b). ¿Por qué el turismo? El turismo: un fenómeno económico y social. Organización Mundial del Turismo. Recuperado de: <https://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>. (16 de marzo de 2019).
- OMT (Organización Mundial del Turismo). (2018c). Turismo y Atenuación de la Pobreza. Organización Mundial del Turismo. Recuperado de: <http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>. (10 de octubre de 2018).
- ONU México (Organización de las Naciones Unidas). (2017). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas México. Recuperado de: <http://www.onu.org.mx/agenda-2030/objetivos-del-desarrollo-sostenible/>. (11 de octubre de 2017).
- Palomino, B., Gasca, J. & López, G. (2016). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El periplo sustentable*, (20), 6-37. Recuperado de: <http://ru.iiec.unam.mx/3137/>. (15 de agosto de 2018).
- Paraísos Indígenas. (2017). Paraísos Indígenas. Recuperado de: <http://paraisos-indigenas.com/>. (02 de octubre de 2017).
- Pérez C., Edelmira. (2001). Hacia una nueva visión de lo rural. En Giarracca, Norma (compiladora). *¿Una nueva ruralidad en América Latina?*. Buenos Aires, Argentina: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Pérez, Samuel (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía Colombiana*, 28(3). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1803/180320698018>. (10 de octubre de 2019).
- Pertusa-Ortega, Eva María., Tarí-Guilló, Juan José., Pereira-Moliner, Jorge., Molina-Azorín, José Francisco. & López-Gamero, M^a Dolores. (2013). Certificación en calidad, resultados empresariales y estructura organizativa en el sector hotelero

español. *Intangible Capital*, 9 (1). 199-224. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54926344010>. (02 de septiembre de 2017).

Ploeg, Van der Jan Douwe. & Terry Marsden (2008). *Unfolding Webs: the Dynamics of Regional Rural Development*. Assen: Van Gorcum.

PROFEPA (Procuraduría Federal de Protección al Ambiente). (2016). Programa nacional de auditoría ambiental. Procuraduría Federal de Protección al Ambiente. Recuperado de: <https://www.gob.mx/profepa/acciones-y-programas/programa-nacional-de-auditoria-ambiental-56432>. (12 de octubre de 2017).

PromPerú. (2008). *Perfil del Turista Rural Comunitario*. PromPerú. Lima. Recuperado de: http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdlic/AET/TR/AM/02/Perfil_del_Turista.pdf. (20 de septiembre de 2018).

Pulido, J. & López, Y. (2016). La cadena de valor del destino como herramienta innovadora para el análisis de la sostenibilidad de las políticas turísticas. El caso de España. *Revista de ciencias administrativas y sociales*, vol. 26 (59), 155-175.

Quintero, J. (2004). Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. *PASOS*, (12). 263-274 <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1180522.pdf>. (12 de diciembre de 2017).

Rainforest Alliance Certified. (2018). ¿Qué significa ser Rainforest Alliance Certified™?. Rainforest Alliance Certified. Recuperado de: <https://www.rainforest-alliance.org/lang/es/about/marks/rainforest-alliance-certified-seal>. (12 de abril de 2018).

Rosas-Baños, Mara. (2013). Nueva ruralidad desde dos visiones de progreso rural y sustentabilidad: Economía ambiental y economía ecológica. *Polis*. 34. Recuperado de: <http://journals.openedition.org/polis/8846>. (10 de octubre de 2019).

Ruiz, A. V.; Vázquez, R. & Díaz, A. M. (1995). La calidad percibida del servicio en establecimientos hoteleros de turismo rural. *Papers de turisme*. No 19, pp 17-33.

- Sáez Cala, Antonia. (2008). El turismo rural como factor de desarrollo local. En Pulido Fernández, Juan I. (coord.). El turismo rural. (51-73). Vallehermoso, Madrid: Editorial síntesis.
- Sampieri-Hernández, Roberto., Fernández-Collado, Carlos. & Baptista-Lucio, Pilar. (2010). Metodología de la investigación. Quinta edición. Mc Graw Hill.
- Sandoval-Moreno, Adriana., Salas-Quinanal, Hernán., Rivermar-Pérez, Ma. Leticia. & Velasco-Santos, Paola. (2013). Nuevas Ruralidades. Expresiones de la transformación social en México. Iconos. Revista de Ciencias Sociales. 47. 160-162.
- Sasu, Andrea. & Epuran, Gheorghe. An overview of the new trends in rural tourism. Economic Sciences. Vol. 9 (58). No. 2. 119-126. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/313824342_An_overview_of_the_new_trends_in_rural_tourism. (06 de octubre de 2019).
- Secretaria de Turismo de Jalisco. (2016). Distintivos y sellos de calidad. Secretaria de Turismo de Jalisco. Recuperado de: <https://secturjal.jalisco.gob.mx/nuestro-estado/distintivos-sellos-calidad>. (05 de abril de 2018).
- Secretaria de Turismo del Estado de México. (2017). Pueblos Mágicos y con Encanto. Gobierno del Estado de México. Recuperado de: http://edomex.gob.mx/pueblos_magicos_con_encanto. (10 de noviembre de 2017)
- Secretaria de Turismo del Estado de México. (2018a). Gobierno del Estado de México. Pueblos con Encanto. Recuperado de: http://turismo.edomex.gob.mx/pueblos_encanto. (16 de marzo de 2018).
- Secretaria de Turismo del Estado de México. (2018b) Amanalco, Pueblo con Encanto. Gobierno del Estado de México. Recuperado de: http://edomex.gob.mx/amanalco_encanto. (25 de septiembre de 2018).
- Secretaria de Turismo del Estado de México. (2018c). Villa del Carbón. Gobierno del Estado de México. Recuperado de: http://turismo.edomex.gob.mx/villa_carbon. (25 de septiembre de 2018).

SECTUR (Secretaria de Trismo). (2005). El mercado del turismo de naturaleza en México. Secretaria de Trismo. Recuperado de: http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AET/TA/AM/01/EI_Mercado.pdf. (25 de septiembre de 2018).

SECTUR (Secretaria de Turismo). (2007). Cómo desarrollar un proyecto de turismo alternativo. Fascículo 2. Serie de turismo alternativo. Secretaria de Turismo Recuperado de: <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/002007.pdf>. (03 de marzo de 2018)

SECTUR (Secretaria de Turismo). (2014a). Normas Oficiales Mexicanas. Secretaria de Turismo. Recuperado de: <http://www.sectur.gob.mx/gobmx/marco-juridico-y-normativo/normas-oficiales-mexicanas/>. (01 de noviembre de 2017).

SECTUR (Secretaria de Turismo). (2014b). Programa manejo higiénico de los alimentos, Distintivo “H”. Secretaria de Turismo. Recuperado de: <http://www.calidad.sectur.gob.mx/distintivoh/2014/10/17/programa-manejo-higienico-de-los-alimentos-distintivo-h/>. (07 de noviembre de 2017).

SECTUR (Secretaria de Turismo). (2015a). Programa Manejo Higiénico de los Alimentos, Distintivo H. Secretaria de Turismo. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-manejo-higienico-de-los-alimentos-distintivo-h>. (07 de noviembre de 2017).

SECTUR (Secretaria de Turismo). (2015b). Programa de Calidad, Distintivo S. Secretaria de Turismo. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-de-calidad-distintivo-s>. (25 de octubre de 2017).

SECTUR (Secretaria de Turismo). (2015c). Sello de Calidad Punto Limpio. Secretaria de Turismo. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/sello-de-calidad-punto-limpio>. (05 de abril de 2018).

SECTUR (Secretaría de Turismo). (2016). Pueblos Mágicos, herencia que impulsan Turismo. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/articulos/pueblos-magicos-herencia-que-impulsan-turismo>. (25 de octubre de 2017).

SECTUR (Secretaría de Turismo). (2017a). Programa de Calidad Moderniza. Secretaría de Turismo. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-de-calidad-moderniza>. (13 de marzo de 2018).

SECTUR (Secretaría de Turismo). (2017b). Distintivo M. Secretaría de Turismo. Recuperado de: http://www.mexicocity.gob.mx/listado_hm.php. (25 de octubre de 2017).

SECTUR (Secretaría de Turismo). (2019a). Estrategia Nacional de Turismo 2019-2024. Gobierno de México. Recuperado de: <http://amdetur.org.mx/wp-content/uploads/2019/02/Presentaci%C3%B3n-Estrategia-Nacional-de-Turismo-21.02.19-FINAL-comprimido.pdf>. (03 de marzo de 2019).

SECTUR (Secretaría de Turismo). (2019b). Estrategia Nacional De Turismo 2019-2024 Tendrá Un Sentido Democrático: Miguel Torruco. Gobierno de México. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/estrategia-nacional-de-turismo-2019-2024-tendra-un-sentido-democratico-miguel-torruco>. (18 de agosto de 2019).

SECTURZ (Secretaría de Turismo de Zacatecas). (2017). Secretaría de Turismo de Zacatecas. Recuperado de: <http://transparencia2.zacatecas.gob.mx/portal/?p=d&inf=100718>. (15 de noviembre de 2017).

SEDESOL (Secretaría de Desarrollo Social). (2013). Catálogo de Localidades. Secretaría de Desarrollo Social. Recuperado de: <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/contenido.aspx?refnac=151120002>. (25 de septiembre de 2018).

SEMARNAT (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales). (2013). Impacto Ambiental y Tipos. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

Recuperado de: <https://www.semarnat.gob.mx/temas/gestion-ambiental/impacto-ambiental-y-tipos/definicion-y-objetivo>. (19 de febrero de 2019).

SEMARNAT (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales). (2017). NMX 133 Ecoturismo sustentable. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
Recuperado de: <https://www.gob.mx/semarnat/acciones-y-programas/nmx-133-ecoturismo>. (03 de marzo de 2018).

Sustainable & Social Tourism Summit (2018). Manifiesto por un turismo sustentable, solidario y socialmente responsable. Sustainable & Social Tourism Summit.
Recuperado de: <http://manifiesto.sstourismsummit.org/>. (16 de agosto de 2018).

Tesoros de México. (2018). Tesoros de México Hoteles y Restaurantes. Recuperado de: <http://www.tesorosdemexico.com.mx/>. (05 de abril de 2018).

Thomé Ortiz, Humberto. (2008). Turismo rural y campesinado, una aproximación social desde la ecología, la cultura y la economía. *Convergencia*, 15(47), 237-261.
Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v15n47/v15n47a9.pdf>. (9 de septiembre de 2019).

Top Rural. (2018). Informe Top Rural. Radiografía del viajero rural. Recuperado de http://www.toprural.com/docs/ficha_resumen.pdf. (20 de septiembre de 2018).

UNID (Universidad Interamericana para el Desarrollo). (2014). Turismo de Aventura. Universidad Interamericana para el Desarrollo. Recuperado de: http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AET/TA/S01/TA01_Lectura.pdf. (25 de septiembre de 2018).

Vera-Campos, Mirko., Albornoz-Candía, Natalia., Rosas-Opazo, Constanza. & Sanhueza-Fernández, Gloria. (2013). La certificación de competencias laborales en la calidad de los servicios: percepción de los trabajadores de las empresas de alojamiento. *Gestión Turística*, (20). 90-111. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223348206006>. (10 de septiembre de 2017).

Wagner, Mariela. (2016). Calidad turística total: En busca de organizaciones más competitivas. Buenos Aires. Ediciones turísticas.

ANEXOS

Anexo 1: Clasificación de palabras por categorías (pregunta 1 y 2)

Categoría	Palabras
Recursos naturales	Ríos
	Suelo
	Agua
	Aire
	Arboles
	Plantas
	Ambiente
	Medio ambiente
	Naturaleza
	Bosque
	Paisaje
	Clima
	Recursos culturales
Arquitectura	
Evento socioculturales	
Historia	
Tradiciones	
Costumbres	
Gastronomía	
Artesanías	
Vestigios	
Gastronomía local	
Turismo	Actividades al aire libre
	Rutas
	Deportes
	Alojamiento
	Alimentos
	Alimentos locales
	Vacaciones
	Destinos
	Ecoturismo
	Viaje
	Pueblo mágico
	Lugar remoto
Lugares turísticos	

	Desplazamiento
	Tiempo
	Infraestructura
	Instalaciones
	Cabañas
	Actividades
	Distancia
	Atractivos
	Hospedaje
	Movilidad
	Oferta cultural
	Producto turístico
	Sitios
	Áreas de interés
Responsabilidad ambiental	Cuidado ambiental
	Protección de la zona
	Preservación ambiental
	Respeto ambiental
	Responsabilidad ambiental
	Impactos ambientales
	Conservación ambiental
	Riqueza natural
	Armonía
Preservación cultural	Valoración cultural
	Memoria
	Conciencia
	Cuidado
	Preservación cultural
	Riqueza cultural
Sustentabilidad	Sustentabilidad
	Desarrollo sustentable
	Equilibrio
Desarrollo	Desarrollo local
	Bien común
	Economía
	Vivienda
	Oportunidad
	Educación
	Comercio
	Desarrollo económico
Necesidades psicológicas	Experiencia
	Convivencia
	Libertad
	Relajación

	Alegría
	Descanso
	Disfrutar
	Distracción
	Diversión
	Tranquilidad
	Aprendizaje
	Aventura
	Paz
	Satisfacción
	Privacidad
Servicio	Transparencia
	Pulcritud
	Acogedor
	Agradable
	Amabilidad
	Atención
	Buen servicio
	Calidad
	Comodidad
	Confortable
	Higiene
	Hospitalidad
	Humanismo
	Limpieza
	Eficiencia
	Empeño
	Calidez
	Excelencia
	Presentación
	Servicio
	Comida
	Orden
	Organización
	Compromiso
	Excelente servicio
	Buen servicio
	Contenido
	Flexibilidad
	Uniformes
	Recomendaciones
	Veracidad
	Servicios básicos
Valoraciones anteriores	

	Confianza
	Información turística
	Mantenimiento
Accesibilidad	Accesibilidad
	Ubicación
	Transporte
	Tiempo
	Acceso
	Reservaciones online
	Comunicación
	Cercanía
	Traslado
	Información turística
Precio	Barato
	Costo
	Económico
	Precio
	Presupuesto
Ruralidad	Antiguo
	Salud
	Comunidades indígenas
	Comunidades
	Territorio
	Orgánico
	Pueblo
	Cultivos
	Campo
	Agricultura
	Granja
	Agropecuario
	Pueblos pintorescos
Comunidad	Integridad
	Participación comunitaria
	Anfitrión
	Inclusión
	Personal
	Equidad
	Personas
	Trabajo
Aspectos negativos	Desaprovechado
	Incongruente
	Inexistente
	Inseguro
	Pobreza

	Sin capacitación
	Improvisado
	Sencillo
	Hambre
Profesionalización	Preparación
	Profesionalismo
	Capacitación
	Conocimiento
	Interpretación
Diferenciación	Recursos humanos
	Autenticidad
	Innovación
	Belleza
	Integral
	Identidad
	Originalidad
	Escenario
	Diversidad
	Creatividad
	Diseño turístico
	Identidad cultural
	Apariencia
	Imagen
	Seguridad
Tranquilidad	
Protección	
Control	
Servicios de emergencia	

Anexo 2: Clasificación de palabras por categorías (pregunta 10)

Categoría	Palabra
Cualidad intrínseca	Buen producto
	Actitud
	Personas preparadas
	Buen servicio
	Bueno
	Trabajo
	Eficiencia
	Comodidad
	Limpieza
	Higiene
	Orden

Cualidad extrínseca	Mejora
	Excelencia
	Estandarización
	Control
	Calidad total
	Homologación
	Profesionalismo
	Normas
	Capacitación
	Sistema
Diferenciación	Autenticidad
	Originalidad
	Maca
	Legítimo
	Identidad cultural
	Certificación
	Distintivo
	Presentación
Reputación	Reconocimiento
	Prestigio
	Posicionamiento
	Poder
	Estatus
	Competitivo
	Recomendable
Garantía Servicio	Respaldo
	Seguridad
	Veracidad
	Garantía
	Confianza
	Cumplimiento
	Satisfacción
	Calidad
	Servicio
Precio	Costo
	Precio justo
Ruralidad	Territorio

Anexo 3: Carta compromiso

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

Lugar _____ Fecha ___/___/___

CARTA COMPROMISO

Nombre del parque ecoturístico _____

Nombre de la organización _____

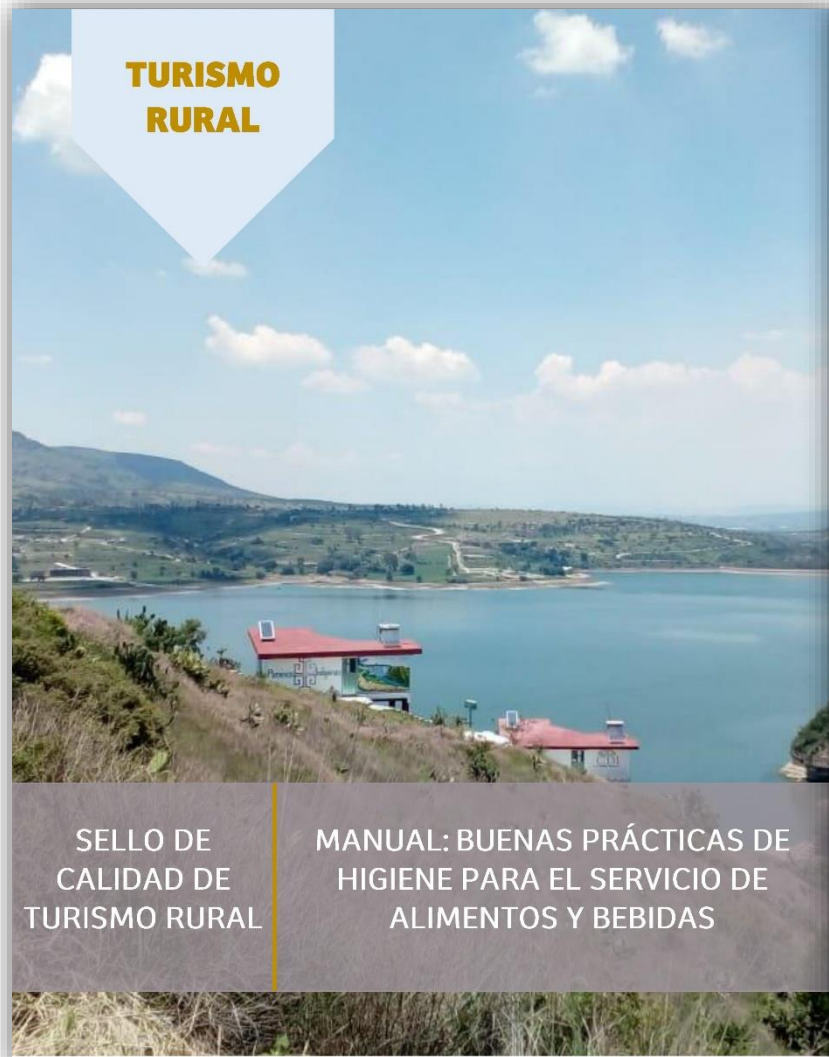
La organización se compromete a cumplir con el proceso de la certificación del Sello de Calidad de Turismo Rural, a mantener los estándares estipulados y a hacer uso correcto de la imagen de la certificación por 18 meses, periodo que comprende la misma, del mismo modo asumimos los derechos y obligaciones adquiridas en este proceso.

Estamos conscientes que el incumplimiento de lo estipulado en la presente carta provocará la suspensión de la certificación y sus beneficios.

Firma de los integrantes de la organización

Nombre y firma del representante legal

Anexo 4: Manual: Buenas prácticas de higiene para el servicio de alimentos y bebidas



Manual: Buenas prácticas de higiene para el servicio de alimentos y bebidas

SELO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

Manual:
Buenas prácticas de higiene para el servicio de alimentos y bebidas

CONTENIDO

1.1	HIGIENE EN EL MEDIO	5
1.2	ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS, INSUMOS E INGREDIENTES.....	5
1.2.1	Proveedores.....	6
1.2.2	Compras.....	6
1.3	MANIPULACIÓN, ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE	7
1.4	LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN.....	7
1.4.1	Limpeza y desinfección en la cocina.....	7
1.4.2	Limpeza del mobiliario y equipo.....	8
1.4.3	Limpeza de trapos.....	8
1.4.4	Lavado de loza y utensilios.....	8
1.4.5	Lavado de frutas y verduras.....	9
1.5	RECEPCIÓN DE ALIMENTOS	9
1.5.1	Proveedores.....	9
1.5.2	Área de recepción de alimentos.....	10
1.6	INSPECCIÓN DE LOS ALIMENTOS	10
1.6.1	Atributos de los alimentos.....	13
1.7	REQUISITOS PARA LA PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS.....	14
1.7.1	Frutas y hortalizas	14
1.7.2	Carne fresca (pescado y carnes).....	14
1.7.3	Otros alimentos de origen animal (lácteos y embutidos).....	14
1.8	REQUISITO PARA LA PREPARACIÓN FINAL DE LOS ALIMENTOS.....	15
1.8.1	Tiempo entre la preparación y consumo de los alimentos	15
1.9	HIGIENE DEL PERSONAL.....	16
1.9.1	Estado de salud.....	16
1.9.2	Presentación personal.....	16

2

SELO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

1.9.3	Lavado de manos.....	16
1.9.4	Comportamiento del personal.....	17
1.10	INSTALACIONES.....	18
1.10.1	Estructuras internas (comedor y cocina).....	18
1.10.2	Cocina.....	18
1.10.3	Comedor.....	20
1.10.4	Instalaciones temporales.....	20
1.11	MAQUINARIA Y EQUIPO.....	21
1.11.1	El equipo, maquinaria y recipientes.....	21
1.11.2	Mobiliario.....	21
1.11.3	Equipo de cocina.....	22
1.11.4	Recipientes para los desechos y las sustancias no comestibles.....	23
1.12	SERVICIOS.....	24
1.12.1	Abastecimiento de agua.....	24
1.12.2	Desagüe y eliminación de desechos.....	24
1.12.3	Limpieza: Instalaciones de lavado y desinfección de alimentos.....	24
1.12.4	Servicios de higiene y lavado de manos para el personal.....	24
1.12.5	Iluminación.....	24
1.13	ALMACENAMIENTO.....	25
1.13.1	Método PEPS (Primeras Entradas Primeras Salidas).....	25
1.13.2	Tipos de almacén.....	26
1.14	Control de la temperatura.....	29
1.14.1	Congelación.....	29
1.14.2	Refrigeración.....	30
1.14.3	Calidad del aire y sistemas de ventilación.....	30
1.15	CONTROL DE RIESGOS ALIMENTARIOS.....	30
1.15.1	Control de tiempo y temperatura.....	30
1.15.2	Procesos específicos.....	31
1.15.3	Control de la higiene.....	32
1.16	AGUA POTABLE.....	32
1.16.1	Agua para beber.....	32
1.16.2	Hielo.....	33
1.17	MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA.....	33

1.17.1	Procedimientos y métodos de limpieza.....	33
1.18	SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.....	33
1.18.1	Alimentos listos para servirse.....	33
1.18.2	Servicio.....	34
1.18.3	Prácticas indebidas en el servicio.....	34
1.19	INFORMACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS Y SENSIBILIZACIÓN PARA LOS CONSUMIDORES.....	35
1.19.1	Información sobre los productos.....	35
1.19.2	Alergénicos.....	35
1.20	CONTROL DE PLAGAS.....	35
1.21	TRATAMIENTO DE LOS DESECHOS.....	37
1.21.1	Orgánicos.....	37
1.21.2	Inorgánicos.....	37
1.21.3	Manejo de basura.....	37
1.22	SANITARIOS.....	38
1.23	MEDIDAS DE SEGURIDAD INTERNA Y PRIMEROS AUXILIOS.....	39
	REFERENCIAS.....	40

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

Manual: Buenas prácticas de higiene para el servicio de alimentos y bebidas

1.1 HIGIENE EN EL MEDIO

Se deben tener en cuenta las posibles fuentes de contaminación del medio ambiente:

- La producción de alimentos no deberá llevarse a cabo en zonas donde existan sustancias peligrosas (como productos químicos, líquidos inflamables entre otros, que al contacto con el cuerpo o exposición representen un riesgo para la salud)
- Las sustancias peligrosas deberán almacenarse en un lugar específico para estos productos y alejado del área de preparación de alimentos
- Deberán contar con un plan de limpieza, darle seguimiento y documentarlo
- Diariamente o después de cada jornada laboral (según sea el caso) se procederá a la limpieza de suelos, utensilios de cocina, equipos empleados y superficies
- Utilizar productos de limpieza biodegradables, amigables con el ambiente evitando el uso de productos con componentes químicos nocivos
- Debe existir un encargado de la supervisión de la limpieza del establecimiento (se recomienda sea el representante del área en el comité de certificación) quien se encargará de realizar la inspección visual del estado de limpieza de las instalaciones y llenar el registro de inspecciones

1.2 ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS, INSUMOS E INGREDIENTES

- Se deberán adquirir insumos e ingrediente en buenas condiciones, frescos, sin presencia de descomposición, mohos o materia extraña ajena al producto
- Los insumos e ingredientes deben estar en buenas condiciones para su almacenamiento, refrigeración o congelación
- Los insumos e ingredientes deben colocarse en estantes, cajas (no de cartón), canastos o recipientes, jamás en el suelo o piso de la instalación

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

5

- Se deben adquirir insumos e ingredientes envasados o enlatados en buenas condiciones, sin abolladuras, raspones, oxidación o algún desperfecto en el empaque
- Los productos envasados deben tener vigente la fecha de caducidad, esta no deberá exceder más de un mes
- Se recomienda adquirir productos locales, con proveedores locales o los más próximos
- Sólo se pueden adquirir insumos e ingredientes cuyas propiedades organolépticas (olor, color, sabor, textura) sean adecuadas o correspondan a las características o naturaleza del producto, no deben presentar alteraciones o adulteración
- Adquirir cantidades acordes a la capacidad de almacenamiento del establecimiento
- Se recomienda adquirir cantidades de productos proporcionales a los utilizados en la preparación de alimentos y de la caducidad de los mismos

1.2.1 Proveedores

- Procurar consumir productos de la región y adquirirlos con productores locales
- En el caso de los productos perecederos se recomienda adquirir solo lo necesario para la preparación del día, aunque si el servicio es frecuente (diario) adquirir alimentos de acuerdo al menú semanal programado para evitar su descomposición y desperdicio
- Crear redes de productores locales que abastezcan los productos necesarios para la preparación de alimentos

1.2.2 Compras

- Las bolsas de transportación de los alimentos deben estar limpias y de materiales resistentes, no de plástico ni desechables
- El acomodo de los productos debe ser: abajo productos con más resistencia y arriba productos delicados o de menor resistencia al traslado (ej. sandía debajo de la bolsa y jitomates arriba).
- Se debe evitar la utilización de bolsas de plástico en la compra de los alimentos, las compras deben hacerse con bolsas reutilizables y en recipientes si es necesario

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

6

1.3 MANIPULACIÓN, ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE

- El vehículo de transporte y las áreas del mismo deben estar limpias, con el espacio suficiente de trasportación para evitar la contaminación y descomposición de los alimentos
- Utilizar recipientes biodegradables con tapa para transportar alimentos
- Los insumos no deberán transportarse junto a sustancias tóxicas o de limpieza como desinfectantes, detergentes y plaguicidas
- La transportación de los productos envasados debe ser cuidadosa evitando con ello el deterioro de los mismos e incluso pérdidas
- Los insumos e ingredientes deben recibirse y conservarse en lugares limpios y protegidos
- Las carnes y productos perecederos deben almacenarse en recipientes con tapa bajo refrigeración o congelación dependiendo del alimento
- Los productos a granel deben almacenarse en recipientes limpios, con tapa y exclusivos para un solo producto
- Mantener etiquetados e identificados los recipientes que contengan alimentos crudos o cocidos
- Los estantes de almacenamiento deberán estar limpios y de materiales no contaminantes

1.4 LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN

Se deben aplicar medidas para evitar la contaminación proveniente del aire, suelo, agua, desinfectantes, fertilizantes, plaguicidas, lixiviados o plagas; de la descomposición de la materia prima para la preparación de alimentos, su almacén, mobiliario y equipo.

1.4.1 Limpieza y desinfección en la cocina

Antes de realizar la limpieza se debe considerar el objeto a limpiar, maquinaria o equipo, el material del objeto (acero inoxidable, aluminio, madera) y tipo de suciedad para aplicar el detergente adecuado

- Todas las superficies en contacto con los alimentos deben lavarse después de su uso o jornada laboral
- Utilizar trapos de colores claros (ver punto 1.12.2.1)

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL



- Lavar los trapos después de su uso o jornada laboral
- Después de lavar superficies deben dejarse secar a temperatura ambiente
- Los botes de basura deben vaciarse diariamente o después de cada jornada laboral o cada vez que estén llenos a tres cuartas partes de su capacidad
- Los botes de basura no deben sobrepasar los tres cuartos de su capacidad
- Los botes de basura no deben estar pegados a la pared
- Se deberá contar con instalaciones y procedimientos apropiados que aseguren que los procesos de limpieza sean eficaces para ello deben emplear diagramas de flujo por proceso de limpieza por área y en el servicio, y bitácoras de limpieza)

1.4.2 Limpieza del mobiliario y equipo

- Mantener limpios los materiales y equipo después de ser usados (licuadoras, baladoras, molcajete, exprimidor, extractor de jugos, etc.)
- Lavar el equipo, material y utensilios después de ser usados
- Escurrir el equipo, material y utensilios, para su posterior acomodo
- El equipo debe estar limpio siempre (horno, microondas, vaporeras, refrigerador...)
- El equipo como la licuadora, extractor y batidoras deben desarmarse para lavarlos

1.4.3 Limpieza de trapos

- Se recomienda usar diferentes trapos para cada área (alimentos crudos y cocidos) superficie o equipo, prioritariamente de diferente color (ver punto código de colores 1.12.2.1)
- Lavar el trapo después de cada jornada laboral
- Los trapos para secar loga y utensilios deben ser de colores claros y exclusivos para esa tarea, y lavarse en cada jornada laboral

1.4.4 Lavado de loga y utensilios

- El primer paso es retirar residuos de comida de la loga y equipo (escamachar plega por plega)
- Iniciar el lavado primero con la loga y utensilios que no contienen grasas (ej., primero los vasos donde se sirvió agua, utensilios para calentar agua, platos de cosas dulces sin grasa...) y terminar con aquellos que contienen grasas y colorantes

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL



- Enjuagar con agua potable
- Escurrir la toja y utensilios o dejar secar al ambiente antes de su acomodo
- Acomodar cuando estén secos, si cuentan aún con residuos de agua secar con el trapo específico para esta tarea
- La toja y utensilios siempre se debe acomodar y almacenar después de lavarlos, o al término de cada jornada laboral

1.4.5 Lavado de frutas y verduras

- La tarja debe ser únicamente para el lavado de alimentos y utensilios utilizados para la preparación y servicio de los platillos
- Las frutas y vegetales se deben lavar con agua potable y detergente preferentemente pieza por pieza
- Las hierbas aromáticas o plantas comestibles deben lavarse en manojos pequeños u hoja por hoja
- Para el lavado de tubérculos es necesario utilizar estropajo, el cual ayuda a eliminar los residuos de tierra
- Verificar y enjuagar muy bien los alimentos después del lavado para retirar residuos de jabón y tierra
- Se sugiere desinfectar los alimentos después del lavado, preferentemente aquellos susceptibles a mayor contaminación (fresas)
- Los subproductos de carne y aves (viseras, patas) deben ser lavados antes de su preparación

1.5 RECEPCIÓN DE ALIMENTOS

1.5.1 Proveedores

- Verificar que los proveedores implementen buenas prácticas de higiene, preferentemente certificados con alguna normatividad vigente
- Se recomienda que los proveedores abastezcan en horas de baja productividad o en el caso de las compras, realizarlas con anticipación evitando inconvenientes en la preparación de los alimentos y el servicio a los comensales
- Procurar evitar el uso de bolsas de plástico, sustituirlas por bolsas de tela, malla o cualquier otro material

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

9

1.5.2 Área de recepción de alimentos

- Es indispensable contar con un área específica para la recepción de alimentos antes de su almacenamiento para realizar su inspección
- Los pisos, paredes y techos deben estar limpios y en buen estado (sin cochambre, polvo o líquidos)
- El área destinada para esta tarea debe contar con buena iluminación para verificar la calidad de los alimentos
- Si la iluminación es eléctrica, los focos y fuentes de luz deben contar con protección y no presentar algún peligro
- Se recomienda que los focos de luz utilizados sean ahorradores de energía

1.6 INSPECCIÓN DE LOS ALIMENTOS

Al recibir o comprar los alimentos se debe realizar una inspección previa verificando la calidad del producto (inspección organoléptica: olor, color, textura) y de la unidad en el que son transportados, se sugiere revisar la tabla de atributos de los alimentos y considerar las siguientes medidas:

- Se debe llevar el control de compras que incluya la fecha de adquisición, nombre del producto y proveedor
- Al recibir o comprar los alimentos deben asegurarse de la limpieza de los productos y/o envases
- No se deben colocar alimentos directamente en el piso
- Se recomienda adquirir alimentos con productores locales, de no existir, abastecer con el mercado próximo (municipal, regional)
- Se deben almacenar los productos después de su adquisición
- No se debe aceptar ninguna materia prima o ingrediente que contenga parásitos, microorganismos indeseables, plaguicidas, fertilizantes, medicamentos veterinarios o sustancias tóxicas
- Antes de la elaboración de los alimentos, la materia prima, especias y carnes deben inspeccionarse y clasificarse
- Las frutas y verduras deben ser frescas
- Se debe verificar la fecha de caducidad, esta no debe ser menor a un mes

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

10

- Los envases deben tener un adecuado estado de conservación y limpieza, sin abolladuras
- Los productos congelados no deben estar en contacto directo con el hielo
- Deben evaluar las características organolépticas: olor, color, sabor y textura

Alimento	Características óptimas	Características alteradas
Frutas y verduras	<ul style="list-style-type: none"> • Buen estado de madurez • Dureza y firmeza al tocarlas • Olores característicos • Superficie íntegra • Sin tierra • Hojas enteras y verdes 	<ul style="list-style-type: none"> • Secas o pegajosas que se deshacen al tacto • Olores desagradables • Producto con huecos • Presencia de mohos, parásitos, insectos y/o mosquitos • Hojas amarillas, con tierra o negras • Hojas secas

- Los alimentos más vulnerables (perecederos) deben permanecer en refrigeración
- Los alimentos congelados no deben tener signos de descongelación ni re congelación
- Los alimentos deben ser frescos, sin mohos, coloración o materia extraña, magulladuras o mal olor
- Las bebidas embotelladas no deben presentar materia extraña en su interior
- La fecha de caducidad de las bebidas no debe ser menor a un mes
- Los granos o alimentos secos deben rechagarse cuando presenten coloraciones ajenas al producto, materia extraña o evidencia de plagas
- Los alimentos de origen animal y vegetal deben estar frescos
- Los productos frescos de origen vegetal no deben contener mohos, coloraciones, materia extraña, malos olores o magulladuras
- Para los productos procesados se deberá verificar la fecha de caducidad, el estado del envase debe ser limpio, íntegro y sin abolladuras
- Las bebidas embotelladas o envasadas no deben contener materia extraña en su interior y tener íntegro el sello de la tapa, para las corcholatas verificar que no exista oxidación
- Las galletas, el pan y las tortillas no deben tener coloración distinta a la habitual, moho, coloraciones ajenas al producto, materia extraña o evidencia de plagas, se

recomienda que la compra de esos productos sea diariamente o solo para su consumo próximo

- Para los productos a granel se deberá verificar la calidad del producto considerando el aspecto, olor, color y textura, así como la limpieza del establecimiento donde se adquiere el producto. Posterior a su adquisición el producto deberá ser almacenado en recipientes con tapa y etiqueta con el nombre y fecha de compra.
- En la compra de hielo se debe verificar que el empaque este sellado y sin escurrimiento de agua, se almacena lo más rápido posible para evitar su descongelamiento
- Los productos como los cereales, harinas, azúcar, sal y similares no deben presentar humedad y deben ser almacenados en recipientes con tapa
- En los productos envasados se deben respetar las condiciones de almacenamiento (en seco, refrigeración o congelación) y fecha de caducidad que indican
- Los envases de los alimentos no deben presentar alteraciones como corrosión, abolladuras o cualquier otro tipo de alteraciones detectables a la vista

1.6.1. Atributos de los alimentos

Producto	Temperatura		Características aceptables			Características inaceptables			
	Refrigerar	Congelar	Color	Apariencia	Textura	Olor	Color	Textura	Olor
Leche			Lejoso, mal olor						
Comestibles	Mín. 4°C	-18°C	Ilipio	Hidratado y fresco	Firme y elástico	Con características	Verdoso o café	Resaca	Resaca
Cereales			Resaca pedregosa	Fresco	Viscosa		Verdoso	Resaca	Resaca
Carnes frescas	Refrigerar 4°C		Vigilante		Con características	Con características	Verdoso	Viscosa	Resaca
Salsas (salsas de tomate, salsas de soja)				Fresco	Firme	Con características	Verdoso, amarillado o coloración	Blanco y pegajoso o graso	Resaca
Aves	Mín. 4°C	-18°C	Con características	Con características	Con características	Con características	Verdoso	Resaca	Resaca
Productos de pesca	4°C	-18°C	Agallas de color rojo brillante	Agallas que se desprenden, transparentes y brillantes	Firme	Con características	Grasoso y olor fuerte	Resaca	Resaca
Molinos			Con características	Fresco	Firme	Con características	Verdoso	Resaca	Resaca
Custodios			Con características		Firme	Con características	Verdoso	Resaca	Resaca
Oleaginosos			Con características		Firme	Con características	Verdoso	Resaca	Resaca
Quesos	Mín. 4°C		Con características	Resaca firme y en pedruzcos	Con características	Con características	Verdoso	Resaca	Resaca
Margarinas	Mín. 4°C		Con características	Fresca firme y en pedruzcos	Con características	Con características	Verdoso	Resaca	Resaca
Lácteos	Mín. 4°C		Con características	Producción firme y en pedruzcos	Firme y homogénea	Firme y homogénea	Verdoso	Resaca	Resaca
Margarinas	Mín. 4°C		Con características	Producción firme y en pedruzcos	Firme y homogénea	Firme y homogénea	Verdoso	Resaca	Resaca
Productos de pesca	Mín. 4°C		Con características	Producción firme y en pedruzcos	Firme y homogénea	Firme y homogénea	Verdoso	Resaca	Resaca

Fuente: elaboración propia con base en: SEGOB, 2011; SEGOB, 2018 y Ávila-Franco, 2015.

13

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

1.7 REQUISITOS PARA LA PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS

1.7.1 Frutas y hortalizas

- Se debe usar frutas y hortalizas frescas y de temporada
- Inspeccionar las frutas y hortalizas antes de usar en la preparación de algún alimento, estas no deben tener partes en mal estado o descomposición, de ser así deben ser rempulgadas o en los casos que aplique casos se debe retirar la parte afectada
- Las frutas y hortalizas se deben lavar de manera adecuada acorde al punto 1.4.5
- De deben conservar las frutas y hortalizas en contenedores con tapa
- Se debe preparar cada tipo de fruta y hortaliza según proceda y conforme al uso al que esté destinada
- Pelar, exprimir y/o cortar, según proceda, las frutas y hortalizas utilizando equipos y utensilios apropiados y limpios

1.7.2 Carne fresca (pescado y carnes)

- Los subproductos de carne y aves (viseras, patas) deben ser lavados
- Se debe evitar deshelar a temperatura ambiente, ver punto 1.15.2.3
- La carne no debe estar expuesta a temperatura ambiente, se recomienda tenerla en contenedores especiales como las hieleras
- Para la manipulación de carne deben existir utensilios específicos como cuchillos y tablas de picar los cuales deben estar debidamente identificados (se sugiere sea por color) para evitar la contaminación cruzada de este y otros alimentos
- Limpiar la carne fresca, cortando las partes objetables, cuando sea necesario

1.7.3 Otros alimentos de origen animal (lácteos y embutidos)

- El queso, chorizos y embutidos deben manipularse higiénicamente: evitando el contacto directo con las manos, si es así el personal deberá lavarse las manos antes y después de la manipulación de estos alimentos
- Se debe evitar la exposición de estos alimentos a temperatura ambiente
- Se recomienda preparar sólo cantidades necesarias para un máximo de cuatro horas

14

- No utilizar huevos crudos en la preparación de alimentos y bebidas destinadas al consumo directo; que no sean cocidos posteriormente
- Los productos como la mayonesa, salsas con huevo, mousse y platos similares, hechos a base de huevo crudo, deben proceder de establecimientos industriales

1.8 REQUISITO PARA LA PREPARACIÓN FINAL DE LOS ALIMENTOS

- La cocción de los alimentos debe ser suficiente, observar los cambios que se producen en su color, aspecto, apariencia y consistencia
- Se deben proteger los alimentos después de su cocción, se recomienda mantenerlos tapados
- Para los alimentos cocidos que posteriormente necesitará de ingredientes frescos y crudos se debe evitar exponerlos en contacto excesivo con estos racionarlos de acuerdo a su demanda

1.8.1 Tiempo entre la preparación y consumo de los alimentos

- Hasta seis horas, cuando el alimento se mantiene a una temperatura superior a 60°C
- Hasta un día, cuando el producto se mantiene a una temperatura máxima de 5°C
- El tiempo de enfriamiento de productos calientes no debe ser superior a tres horas para alcanzar la temperatura de 5°C
- Recalentar por una sola vez el alimento refrigerado por completo hasta alcanzar una temperatura mínima de 70°C, inmediatamente antes del consumo
- Los bocadillos, sándwiches y tortas preparados en los puestos de venta callejera deben prepararse al momento de consumirse
- Las ensaladas frescas preparados deben sagonarse preferentemente a la hora de consumirse
- Los platos de frutas frescas deben prepararse al momento de consumirse
- Otros tipos de ensaladas (con hortalizas, adiciones de condimentos con mayonesa, otras salsas, queso, jamón, etc.) deben mantenerse por debajo de 5°C desde su preparación hasta el consumo final.
- Los alimentos que se cocinen/calienten inmediatamente antes del consumo (tales como pizza) deben mantenerse a una temperatura inferior a 5°C

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

15

- Evitar toda utilización de restos de alimentos, y preparar solo aquello que se pueda vender en un día

1.9 HIGIENE DEL PERSONAL

1.9.1 Estado de salud

- El personal enfermo del estómago, gripe o tos no debe estar en contacto con alimentos, no podrá acceder al área de reparación de alimentos (cocina) ni manipularlos (servicio)
- El personal enfermo puede desempeñar otras tareas que no implique tener contacto con los clientes (limpieza o acomodo de equipo)
- Cualquier persona que este enferma o presente síntomas de alguna enfermedad deberá comunicarlo y acudir al médico para diagnóstico y recibir el tratamiento correspondiente

1.9.2 Presentación personal

- Todo el personal debe asistir a labores con el adecuado aseo personal
- Los cortes y las heridas del personal que sean irrelevantes (cortaduras menores, raspones) deberán cubrirse con vendajes apropiados y poco visibles
- El personal debe estar presentable, con uniforme y ropa limpia, es recomendable sea de colores claros, en caso de usar mandil o filipina, estos deberán estar limpios
- Las mujeres deben tener las uñas limpias, cortas y sin esmalte
- Para los hombres, si tienen bigote deben afeitarlo, a una altura que no obstruya los labios
- Todo el personal debe tener el cabello recogido y utilizar cofia (desechable) para cubrir el cabello
- No deben usar joyería como anillos, aretes, collares, reloj, pulseras o afines
- Usar zapatos cerrados preferentemente antiderrapantes

1.9.3 Lavado de manos

- El personal deberá lavarse siempre las manos: antes de comenzar las actividades en cocina, después de ir al baño, después de manipular un alimento crudo como la carne o algún otro en mala condiciones

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

16

- El lavado de manos no se puede realizar en la misma área donde se estén lavando los alimentos (crudos o cocidos)

El procedimiento del lavado de manos es el siguiente:

1. Mojar las manos con suficiente agua
2. Aplicar y distribuir el jabón en ambas manos y brazos hasta la altura de los codos
3. Tallar con un cepillo que se encuentre en solución desinfectante, iniciando por debajo de las uñas, entre los dedos, palmas y dorsos de las manos hasta la altura de los codos
 - Lavar primero una mano y después seguir con la otra
4. Enjuagar el cepillo, colocarlo nuevamente en solución desinfectante.
5. Enjuagar las manos con suficiente agua corriente hasta eliminar residuos de jabón
6. Secar las manos con toalla de papel, secador de aire, toalla de tela (personal)
 - La toalla de tela, debe ser personal y después de cada jornada laboral debe lavarse, así mismo debe ser exclusivamente para el secado de manos en el área de cocina, lo anterior indica que jamás debe usarse para el baño u alguna otra área ajena.
 - La toalla de papel debe tirarse al bote de basura evitando tener contacto con este mismo
 - En el caso de usar guantes se debe exigir el lavado de manos antes de colocárselos. Estos deben ser desechables y cambiarlos después de cada interrupción
7. Aplicar desinfectante y retirar el excedente con toalla de papel o tela

1.9.4 Comportamiento del personal

- No comer durante la preparación de alimentos principalmente chicles, dulces o botanas
- No fumar en la cocina y comedor
- No pueden comer o beber en las áreas de manejo de alimentos
- El personal no debe estornudar sobre o cerca de alimentos no tapados, es necesario tape su boca con el brazo para evitar la contaminación

17

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

- No deben ir al baño con el mandil, filipina o cofia al sanitario, antes de ir deben quitarse el uniforme y al regresar portarlo nuevamente
- El mandil no debe ser utilizado para secar las manos ni limpiar superficies con el
- Debe lavarse las manos después de ir al sanitario
- Debe lavarse las manos después de tener contacto con alimentos crudos y manipular otros
- Lavarse las manos después de tocar tu cuerpo, cara, ojos, boca, nariz
- El personal que está en contacto directo con los alimentos no debe usar el celular, en caso de emergencia debe lavarse las manos después de usarlo
- Todos deben lavarse las manos antes de iniciar labores y después de manipular cualquier otro objeto que pueda causar contaminación cruzada
- Deben seguir el procedimiento de lavado de manos especificado en el manual
- Cuando se prueben los alimentos para verificar el sazón o cocción se debe hacer con utensilios limpios y usarlos solo una vez, posterior a este procedimiento lavarlos

1.10 INSTALACIONES

1.10.1 Estructuras internas (comedor y cocina)

- Las superficies y los materiales de las instalaciones no deben ser tóxicos, y aquellas que estén en contacto con los alimentos deben ser duraderas y de fácil limpieza
- Las superficies de trabajo en la que se manipulan alimentos deben ser sólidas, de materiales duraderos, lisos, no absorbentes ni tóxicos y de fácil limpieza
- Las coladeras no deben expedir olores, deben estar en buen estado y sin estancamientos
- Las instalaciones de plomería y ductos deben tener buen funcionamiento y limpieza
- En ningún área debe haber presencia de goteras
- La iluminación ya sea natural o eléctrica debe ser adecuada y segura

1.10.2 Cocina

- Las estructura del interior de las instalaciones deben ser sólidas, de material duradero
- Las estructuras interiores deben estar limpias: libres de moho, humedad, todo y/o polvo

18

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

- Se recomienda que las superficies, paredes y suelos sean lisas para su fácil limpieza y que el material que se empleó en su construcción no sea tóxico
- Los suelos deben contar con un adecuado desagüe
- Se recomienda que los techos y repisas estén contruidos y ubicados estratégicamente facilitando el acceso y sobre todo su limpieza
- Las ventanas y puertas deben estar limpias
- Se sugiere que las ventanas tengan malla mosquitera para evitar el acceso de moscas e insectos
- Las ventanas deben estar limpias, si cuentan con cortinas estas también deben estar limpias y presentables
- Se recomienda que las puertas sean lisas para facilitar su limpieza y desinfección
- La limpieza y estado de conservación de las paredes, pisos, puertas y techos deben cumplir con las siguientes características:

Paredes: deben estar libres de manchas de polvo, todo o líquidos, sin grietas, sin presencia de humedad, salitre o mohos y sin descascarar. En caso de ser paredes con loseta, estas no deben estar sucias, con losetas rotas o estropeadas

Pisos: Los pisos deben estar libres de agua estancada, regada o salpicada, sin manchas de residuos líquidos o sólidos de alimentos; no deben tener presencia de grietas o agujeros

Puertas: deben estar libres de polvo, cochambre, líquidos o residuos de comida, deben funcionar correctamente (chapas, manijas), en caso de tener cristal no debe estar estropeado o roto, y debe abrir y cerrar correctamente

- La limpieza de las áreas debe realizarse diariamente o al término de cada jornada laboral distinguiendo entre la limpieza de rutina por día y la que es permanente a lo largo de la jornada
- Debe contar con un sistema de extracción de vapor (campana o tubería)
- En todas las áreas se debe disponer de agua potable acorde al punto (1.7.1) Abastecimiento de agua

- Deben contar con botes de basura orgánica (para realizar composta) e inorgánica limpios, libres de malos olores y lejos de los alimentos

1.10.3 Comedor

- Las mesas de servicio deben limpiarse después de su uso y al término de la jornada laboral
- Los blancos o mantelería deben estar limpios y en buenas condiciones (manteles y servilletas)
- Las sillas, mesas, pisos, paredes, ventanas deben conservarse limpias y en buen estado
- La iluminación ya sea natural o eléctrica debe ser adecuada y segura
- Las ventanas deben estar limpias, si cuentan con cortinas estas también deben estar limpias y presentables
- Se sugiere que las ventanas tengan malla mosquitera para evitar el acceso de moscas e insectos
- El equipo y mobiliario debe estar ordenado y limpio
- La limpieza de las áreas debe realizarse diariamente o al término de cada jornada laboral distinguiendo entre la limpieza de rutina por día y la que es permanente a lo largo de la jornada

1.10.4 Instalaciones temporales

Se consideran instalaciones móviles a los puestos ambulantes, los puestos de venta móviles, los vehículos de venta ambulante e instalaciones temporales como tiendas de lona, puestos de comida dentro y fuera de los restaurantes. Dichas instalaciones deben contemplar:

- La instalación o estructura debe estar limpia
- Las instalaciones y estructuras deberán estar ubicadas lejos de desagües, ríos contaminados, basureros o cualquier otra zona contaminada evitando así la contaminación de los alimentos y las plagas
- Las tiendas, lonas y cualquier tipo de material debe ser liso para facilitar su limpieza, no debe tener agujeros, estar desgarrada ni sucia
- Evitar que los alimentos estén expuestos al aire libre y directo a los rayos del sol

- Proteger los alimentos e insumos en contenedores especiales como recipientes con tapa y hieleras

1.11 MAQUINARIA Y EQUIPO

1.11.1 El equipo, maquinaria y recipientes

- El equipo debe estar ordenado y limpio
- Todo el equipo y maquinaria debe tener buen funcionamiento
- Todo el equipo y maquinaria debe estar limpio y en buen estado
- Los utensilios y loga deben estar limpios y ordenados
- El equipo debe estar instalado de tal manera que permita el mantenimiento y limpieza del mismo y del área donde se ubica para que funcione de manera adecuada
- El equipo y los recipientes que están en contacto con los alimentos deben estar limpios y ser de materiales no tóxicos
- Los recipientes para el traslado de los alimentos (para llevar) deben ser de materiales biodegradables en su defecto ("promoción del uso de recipientes reutilizables")
- Los recipientes de reusó o reciclados usados para almacenar alimentos deben estar totalmente limpios y desinfectados
- La altura de separación del suelo al equipo o maquinaria debe ser de 15 cm mínimo
- Los anaqueles deben conservar la altura sugerida (a 15cm del piso y lecho)
- Se debe contar con un programa de mantenimiento de la maquinaria y equipo que lo requiera
- El equipo desarmable utilizado en la preparación de alimentos deberá lavarse por partes al final de su uso o jornada laboral y almacenarse
- En la limpieza de los refrigeradores o congeladores deben asegurarse que los alimentos que contiene mantengan las mismas temperaturas o estén fuera el menor tiempo posible

1.11.2 Mobiliario

- Las mesas de trabajo deben limpiarse después de su uso y lavarse al término de la jornada laboral

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

- El mobiliario debe estar ordenado, limpio y con adecuado estado de conservación

1.11.3 Equipo de cocina


- Se debe contar con un programa de limpieza general

1.11.3.1 Trapos y jergas

Deben ser exclusivos para:

- Superficies en contacto directo con los alimentos
- La limpieza de mesas en el área de comensales, y
- Para la limpieza de pisos e instalaciones

Código de colores

	Color	Área
	Azul	Zonas generales del restaurante como mesas
	Rojo	Para baños, suelos y servicios
	Amarillo	Para la desinfección de utensilios de cocina
	Verde	Zona de cocina y reparación de alimentos
	Bianco	Para cualquier tipo de limpieza general

1.11.3.2 Tablas para picar

- Las tablas para picar no deben ser de madera, se sugiere otros materiales de superficie lisa, fáciles de lavar y desinfectar como polietileno, resina o poli carbonatadas
- Las tablas deben utilizarse de acuerdo a la naturaleza del alimento (carnes, vegetales, alimentos crudos o cocidos), de no contar con el material suficiente este debe lavarse después de cada uso o cambio de alimento

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

Clasificación de las tablas por color

	Color	Alimento
	Blanca	Pastas, quesos, pan
	Verde	Frutos y verduras
	Amarilla	Carnes blancas (pollo, pavo)
	Azul	Pescados y mariscos
	Roja	Carnes rojas (ternera, cordero, res, cerdo)
	Marrón	Carnes cocidas

1.11.3.3 Cuchillos

- Cuchillos: Se sugiere que el uso de los cuchillos sea por alimentos, para crudos y cocidos, asignando cuchillos para cada alimento, de no contar con los suficientes para dividirlos se puede optar por lavar el cuchillo cada que se cambie de alimento para evitar la contaminación, mezcla de sabores y olores

1.11.4 Recipientes para los desechos y las sustancias no comestibles

- Los recipientes destinados para los desechos y las sustancias no comestibles deberán ser usados solo para este fin, deben ser identificables, y reconocidos por todo el personal involucrado
- Los recipientes designados para las sustancias peligrosas deben estar identificados y bajo resguardo, alejados de las áreas donde se manipulan los alimentos y de los propios alimentos o su almacén
- El recipiente asignado para los desechos orgánicos debe estar limpio antes y después de su uso, debe estar identificado y tapado, y ser de uso exclusivo para la composta

1.12 SERVICIOS

1.12.1 Abastecimiento de agua

- El establecimiento deberá contar con un abastecimiento de agua potable con instalaciones adecuadas para el almacenamiento y distribución del líquido
- El sistema de abastecimiento de agua no potable (ej. de riego) deberá almacenarse de manera independiente así como estar identificado y no conectar con el sistema de agua potable

1.12.2 Desagüe y eliminación de desechos

- La tuberías del drenaje debe estar en adecuadas condiciones, es decir sin fugas o averías

1.12.3 Limpieza: Instalaciones de lavado y desinfección de alimentos

- Deben haber instalaciones adecuadas y exclusivas para el lavado y desinfección de alimentos (tarja)
- La tarja debe disponer de agua potable
- La tarja debe contar con abastecimiento de agua fría y caliente
- La tubería debe ser segura, sin fugas de agua potable ni de aguas residuales

1.12.4 Servicios de higiene y lavado de manos para el personal

- El establecimiento (en el área de preparación de alimentos) debe contar con una estación de lavado de manos
- La estación de lavado debe contar con agua potable, jabón, desinfectante, cepillo para lavarse las manos, toallas de papel, de tela (personal) o secadora de aire

1.12.5 Iluminación

- El establecimiento deberá contar con sistemas de iluminación adecuada, ya sea natural, eléctrica o proveniente de ecotecnias para la preparación de alimentos y servicio
- Iluminación natural: las ventanas deberán estar limpias, en caso de tener cortinas, estas también deberán estar limpias, sin quemaduras, rasgadas o desperfectos y contar con malla mosquitera

- Iluminación eléctrica: instalaciones eléctricas deben estar en correcto estado (sin cables pelados, rotos o colgando) y con buen funcionamiento
- Iluminación por medio de ecotecnias: la intensidad de la iluminación debe ser adecuada para la preparación de los alimentos

1.13 ALMACENAMIENTO

Almacenar los alimentos representa una parte fundamental en la conservación y limpieza de los mismos, para ello es fundamental aplicar el método PEPS: primeras entradas primeras salidas, dicho método permite evitar el regajo de alimentos y utilización de productos caducados

1.13.1 Método PEPS (Primeras Entradas Primeras Salidas)

El método de Primeras Entradas Primeras Salidas facilita el control de los alimentos y productos almacenados, ayuda a reducir los costos, minimizar mermas y a mantener la calidad. Consiste en utilizar del almacén los productos o alimentos que se adquirieron primero dejando en el mismo los productos de reciente adquisición (Hernández, et. al., 2012).

Este método es útil para almacenar alimentos, productos de limpieza, químicos o cualquier otro producto utilizado en el servicio de alimentos y bebidas. Indica reglas básicas para el almacenamiento de los alimentos y productos con el fin de asegurar la frescura y calidad:

- Los productos que entran primero deberán ser también los primeros en salir
- Se deben recorrer los productos más viejos hacia el frente del anaquel
- Los productos nuevo o de reciente adquisición se deben almacenar en la parte posterior (atrás)
- Primero deben almacenarse productos frescos como las frutas, verduras, hortalizas y huevo, este último producto debe ser refrigerado para que su vida útil sea mayor
- Los alimentos y productos cuyo uso es muy común deben almacenarse cerca de la entrada del almacén
- Los alimentos de menor duración deben almacenarse cerca de la entrada del almacén
- Los productos químicos y de limpieza deben estar etiquetados y almacenados en un área distinta a la de alimentos

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

25

1.13.2 Tipos de almacén

Se recomienda disponer de instalaciones adecuadas para el almacenamiento de los alimentos y sus ingredientes, así como también para los productos químicos y de limpieza

Aspectos generales del almacén

1.13.2.1 Almacén de abarrotes

Características generales del almacén

- Aplicar el método PEPS: Rotar los productos almacenados de acuerdo al orden de adquisición de modo que los primeros en entrar sean los primeros en salir. En frutas y verduras realiza la rotación dependiendo de las características del producto, tomando en cuenta las características organolépticas (olor, color, textura)
- El almacén debe estar limpio, ventilado y si existen ventanas se recomienda lencan malla
- El equipo debe estar a una altura considerable del piso (15cm)
- Evitar la entrada de los rayos del sol al almacén
- Los alimentos deben almacenarse en recipientes con tapa, recordar que en la parte de atrás se colocan los productos de recién adquisición o elaboración y al frente los que ya tienen tiempo para darles la primera salida
- No almacenar en cajas de madera o cartón ni en costales de los proveedores, a menos que sea necesario para su almacenamiento
- No almacenar diferentes alimentos en un mismo recipiente
- No se deben guardar alimentos enlatados abiertos, se deberá vaciar el contenido en otros recipientes con tapa para su almacenamiento
- Cuando se identifique alimentos rechazados o deteriorados designados a su devolución se deben separar del resto (del almacén) y colocarlos en otro lugar designado para tal fin

1.13.2.2 Almacén de secos

- Aplicar el método PEPS: Rotar los productos almacenados de acuerdo al orden de adquisición de modo que los primeros en entrar sean los primeros en salir
- Los alimentos deben estar almacenados en pueden usar contenedores reciclados (ej. frascos y botes de plástico)

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

26

- Los contenedores reciclados deben estar lavados y desinfectados, sin etiquetas
- Los contenedores deben tener etiquetas de identificación del producto
- No se debe almacenar en cajas de cartón o costales a menos de ser necesario para la conservación del producto
- No se debe almacenar en huacales de madera
- Los productos enlatados o envasados a almacenar deben estar libres de golpes, de lo contrario el producto debe vaciarse, refrigerarse y utilizar lo más pronto posible
- Los panes, galletas, tortillas, harinas y productos derivados almacenados no deben presentar mohos, materia extraña o evidencia de plagas
- Los granos y productos secos almacenarlos en un recipiente con tapa (se recomienda reciclar frascos de vidrio evitando comprar recipientes), antes de su almacenamiento verificar que estén libres de plagas u hongos
- Los alimentos preparados deben almacenarse en recipientes tapados
- No contar con alimentos caducados
- No contar con alimentos en descomposición, con presencia de moho, mal olor y decoloración

1.13.2.3 Almacén de agua

- Los garrafones o cualquier otro recipiente donde se almacene el agua potable debe estar limpio y lavarse cada que se desocupe y rellene
- Verificar que los contenedores no presenten abolladuras o grietas que permitan la fuga de agua
- No colocar los garrafones o contenedores en el piso, se recomienda tener una base especial que facilite el abasto y utilización de agua
- Mantener los contenedores siempre tapados

1.13.2.4 Almacén de hielo

- El hielo preparado en el establecimiento deberá ser con agua potable
- Los recipientes donde se elabore el hielo deben estar limpios
- El área de almacenamiento debe estar limpia y libre de alimentos

1.13.2.5 Refrigeración

- Aplicar el método PEPS tanto para alimentos crudos como cocidos para dar la rotación indicada
- La temperatura del refrigerador debe ser de 4° C
- El equipo de congelación debe encontrarse en buen estado, limpio y con correcto funcionamiento
- Las unidades de refrigeración deben lavarse periódicamente (llevar registro)
- Los alimentos que se refrigeren deben estar almacenados en recipientes con tapa
- Los alimentos crudos y cocidos o preparados deben almacenarse en recipientes con tapa.
- Separar los alimentos crudos de los cocidos, los crudos deben ir en la parte de abajo y los cocidos en la parte de arriba o cada uno hacia un extremo
- Las frutas y verduras no necesariamente requieren taparse
- Evitar almacenar los alimentos directo en las rejillas, a menos de que contengan empaque
- Las bebidas deben ir siempre tapadas para evitar se impregnen olores y sabores ajenos al estas
- No almacenar alimentos aún calientes, esperar su enfriamiento
- Revisar siempre los alimentos, si se detectan alimentos descompuestos deben ser desechados para evitar la contaminación de los demás
- El huevo debe almacenarse en el refrigerador

1.13.2.6 Congelación

- Aplicar el método PEPS: Rotar los productos almacenados de acuerdo al orden de adquisición de modo que los primeros en entrar sean los primeros en salir
- La temperatura del refrigerador debe ser de 4° C
- El equipo de congelación debe encontrarse en buen estado, limpio y con correcto funcionamiento
- Las unidades de refrigeración deben lavarse periódicamente (llevar registro)
- Los alimentos que se refrigeren deben estar almacenados en recipientes con tapa

- Los alimentos crudos y cocidos o preparados deben almacenarse en recipientes con tapa,
- Separar los alimentos crudos de los cocidos, los crudos deben ir en la parte de abajo y los cocidos en la parte de arriba o cada uno hacia un extremo
- Evitar almacenar los alimentos directamente en las rejillas, a menos de que contengan empaque
- No almacenar diferentes alimentos en un mismo recipiente
- Las bebidas deben ir siempre tapadas para evitar se impregnen olores y sabores ajenos a estas
- No almacenar alimentos aún calientes, esperar su enfriamiento
- Revisar siempre los alimentos, si se detectan alimentos en proceso de descomposición deben ser desechados para evitar la contaminación de los demás

1.13.2.7 Almacén de productos químicos y de limpieza

- Aplicar el método PEPS: Rotar los productos almacenados de acuerdo al orden de adquisición de modo que los primeros en entrar sean los primeros en salir
- Los productos de limpieza como jabón, desinfectantes, plaguicidas y otras sustancias similares deben estar almacenadas en un área específica, separada del almacén y preparación de alimentos
- Los productos deben estar tapados o cerrados
- Deben estar en recipientes con tapa, debidamente etiquetados con nombre y advertencia de uso
- Los productos químicos deben estar almacenados en un área específica y exclusiva
- Los productos químicos deben estar en recipientes tapados, con etiqueta de identificación y uso
- Los recipientes de productos químicos jamás deben ser usados para manejar y almacenar alimentos

1.14 Control de la temperatura

1.14.1 Congelación

- Los alimentos deben mantenerse a -18° C y utilizarse antes de la fecha de vencimiento

29

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

- Se debe evitar la re-congelación ya que facilita la multiplicación de bacterias

1.14.2 Refrigeración

- Los alimentos de alto riesgo deben estar a temperaturas < 5° C
- Los alimentos que serán utilizados primero se almacenan en el refrigerador

1.14.3 Calidad del aire y sistemas de ventilación

- El establecimiento deberá disponer de los medios adecuados de ventilación natural o mecánica
- Los sistemas de ventilación deberán estar en buenas condiciones, con el correcto funcionamiento y limpios
- Ventilación natural: las ventanas deberán estar limpias y tener malla mosquitera
- Ventilación mecánica: el equipo usado deberá estar en buenas condiciones y con el correcto funcionamiento de la maquinaria
- Ventilación en cocina: en el establecimiento debe haber un sistema de ventilación como tubería o campana

1.15 CONTROL DE RIESGOS ALIMENTARIOS

1.15.1 Control de tiempo y temperatura

- Se deben considerar las siguientes temperaturas y tiempos mínimos de cocción a la plancha:

Alimento	Temperatura	Tiempo
Ave y carnes	Mínima 74° C	15 segundos
Pescados y demás alimentos	Mínima 63° C	15 segundos
Cerdo y molida de res	69° C	15 segundos

- Se debe observar la coloración de la carne para verificar la cocción
- Se tienen que establecer tiempos de cocción y verificarlos
- Deben verificar la cocción de la carne antes de servir

30

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

1.15.2 Procesos específicos

1.15.2.1 Enfriamiento de alimentos preparados con anterioridad

- Los alimentos se deben enfriar a temperatura ambiente sin exceder dos horas en recipientes extendidos
- Se recomienda porcionar los alimentos para reducir el volumen y colocarlos en recipientes poco profundos o de menor capacidad, los recipientes se deben sumergir en agua con hielo sin que cubra más de $\frac{3}{4}$ partes del recipiente
- Los alimentos se deben refrigerar en recipientes con tapa

1.15.2.2 Recalentamiento

- El alimento preparado que se va a recalentar debió estar en refrigeración
- Se debe verificar la calidad del alimento (características organolépticas)
- Solo se admite recalentar alimentos que se han preparado un día antes, no más
- El recalentamiento de alimentos debe realizarse en el menor tiempo posible después de haber sido sacado de refrigeración

1.15.2.3 Descongelación de alimentos

- Las técnicas para descongelar alimentos son:
- Pasar de la congelación a la refrigeración, asegurándose de descongelar sólo la cantidad a utilizar
- Descongelamiento inmediato: en el horno de microondas, en este proceso la cocción debe realizarse de inmediato
- Descongelamiento-cocción: en este proceso la descongelación de frutas y verduras precocidas o carne (ej. carne para hamburguesas) es directa en la cocción, la cual puede ser en el horno, estufa o parrilla
- Nota: No se podrán re-congelar las porciones de alimento que se descongelaron, esta situación afecta la calidad microbiológica y fisicoquímica de los alimentos

1.15.2.4 Refrigeración de alimentos

- Los alimentos que han sido preparados pero no se consumirán inmediatamente deben enfriarse antes de almacenarse

31

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

- El alimento sobrante debe inspeccionarse (características organolépticas) antes de refrigerar y asignar para la venta del día siguiente
- Si el menú contempla el servicio de alimentos crudos como pescados y mariscos debe especificarse en la carta que el platillo se sirve bajo consideración del comensal y el riesgo que implica

1.15.3 Control de la higiene

- En la manipulación de los alimentos solo se utilizará agua potable
- Los alimentos utilizados para la elaboración de los platillos deben ser frescos o en su caso estar en perfectas condiciones

1.16 AGUA POTABLE

- El agua potable debe estar disponible en el establecimiento de alimentos y bebidas
- Debe usarse siempre agua potable en la preparación, lavado y cocción de los alimentos

1.16.1 Agua para beber

El agua potable es indispensable; tiene diferentes usos como son la preparación de alimentos, para consumo humano, para la limpieza del establecimiento y lavado de alimentos y utensilios

- El agua que se usa dentro de la cocina debe ser potable (incluye el uso de agua para cocinar, preparar agua, lavar trastes, frutas y verduras)

Cuando no se pueda comprobar la potabilidad del agua o la seguridad de su procedencia deben aplicarse alternativas para garantizar su potabilidad:

Heruir el agua: es el método más conocido y práctico

Cloración del agua: es un método sencillo y eficaz para purificar el agua y desinfectarla, se utilizan 0,2 mg/L de cloro por litro de agua; la duración desde que se añaden las gotas de cloro hasta el consumo o utilización debe ser de 30 minutos.

Filtro purificador: se debe colocar un filtro purificador en el dispensador de agua

- Verificar que el sistema de agua potable cubra la capacidad demandada en el establecimiento

32

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

- El agua para consumo humano debe ser purificada u obtener por medio de un filtro
- Se recomienda obtener el agua purificada en purificadoras locales, asegurándose primero de la calidad de esta
- Antes de rellenar un garrafón se debe lavar

Almacenamiento del agua

- Las cisternas y tinacos deben estar tapados, limpios y deben tener mantenimiento

1.16.2 Hielo

- El hielo preparado debe elaborarse con agua potable o purificada
- El hielo utilizado para enfriar alimentos o bebidas no debe utilizarse para consumo humano
- El hielo debe servirse con pingas o con algún cubierto, jamás con las manos
- Los recipientes para almacenar, servir agua y preparar hielo deben estar limpios

1.17 MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA

1.17.1 Procedimientos y métodos de limpieza

- La limpieza del establecimiento, equipo, mobiliario y utensilios deberá realizarse después de cada jornada laboral o en el caso que aplique después de su uso
- Deberán contar con programas de limpieza general o mantenimiento en el establecimiento debidamente documentados. Estos programas de limpieza deben contar con un manual interno que describa la actividad detallada, periodicidad y responsables

1.18 SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

1.18.1 Alimentos listos para servirse

- Los alimentos calientes, siempre deben servirse calientes (excepto los que se sirven o su preparación es en frío)
- Las frutas y verduras deben servirse frescas
- Los alimentos fríos (frutas, lácteos, aderezos, carnes frías, salsas etc.) deben ser frescos

1.18.2 Servicio

- Las manos nunca deben tocar las superficies que van a tener contacto con el alimento o la boca del comensal
- Los cubiertos se toman y colocan por los mangos, jamás por las partes que estarán en contacto con el alimento
- No se debe tocar la parte superior de los vasos, tazas, platos, palillos, etc. que estarán en contacto con el alimento y la boca del cliente
- Para los alimentos exhibidos para venta procurar tenerlos tapados, a una temperatura favorable
- Los productos untables como, aderezos, mermeladas, jaleas, mantequilla, miel, entre otros y las salsas deberán servirse en porciones pequeñas y rellenar si así lo solicita el comensal, para evitar desperdiciar alimentos
- No deben reutilizar los sobrantes de productos untables y salsas para comensales distintos
- Para los productos como azúcar y sal se recomienda utilizar recipientes de vertido evitando el contacto directo del cubierto con el contenedor
- El alimento sobrante en cocina debe inspeccionarse (características organolépticas) antes de refrigerar y asignar para la venta del día siguiente
- Se recomienda utilizar envases reciclados previamente lavados para los alimentos sobrantes
- Los alimentos sobrantes que soliciten para llevar deben servirse en envases biodegradables
- Para servir el hielo es necesario manipularlo con pingas o algún cubierto, jamás directo de las manos
- Si se usan servilletas de tela deben ser cambiadas por cada comensal
- La estación o recipiente de servilletas debe estar siempre abastecida
- En el caso de la servilletas de papel deben ser biodegradables

1.18.3 Prácticas indebidamente en el servicio

Evita:

- Probar comida con los dedos

- Probar la comida con la misma cuchara para cocinar
- Dejar alimentos descubiertos
- Usar joyas u accesorios
- Manipular alimentos cuando esté enfermo
- Comer dulces en la preparación de alimentos y en el servicio

1.19 INFORMACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS Y SENSIBILIZACIÓN PARA LOS CONSUMIDORES

Los consumidores deben tener la información necesario sobre los ingredientes, tipo e importancia cultural del platillo para que realice una selección apropiada acorde a sus necesidades gustos y preferencias

1.19.1 Información sobre los productos

Escrita:

- El menú o la carta deberán contener los platillos disponibles, ingredientes, y tiempo de elaboración del platillo y bebidas
- En el menú o carta debe colocarse una leyenda que especifique que los alimentos crudos serán consumidos bajo responsabilidad del comensal

Verbal:

- Se deben indicar los platillos disponibles, ingredientes, y tiempo de elaboración del platillo y bebidas
- Para los alimentos crudos deberá informarse que el consumo de estos es responsabilidad del comensal

1.19.2 Alergénicos

- Debe informarse a los comensales ya sea escrita (menú o carta) o verbalmente sobre los ingredientes que contienen los platillos, ingredientes que puedan causar alergia o asfixia a los consumidores

1.20 CONTROL DE PLAGAS

Para prevenir las plagas y redores es necesario considerar las siguientes recomendaciones:

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

35

- Deberán examinarse constantemente las instalaciones con el fin de detectar y descartar la presencia de plagas
- Mantener limpias todas las áreas (cocina, almacén, comedor, baños)
- Cuando se reciba mercancía se debe inspeccionar y de ser posible eliminar los envases y embalajes (que es en donde pueden encontrarse), lavar y colocar la mercancía en los contenedores internos
- Al término de cada jornada laboral se deben lavar las superficies y áreas que se utilizaron para preparar alimentos, incluido todo el piso de cocina evitando dejar algún residuo que pueda atraer una plaga
- Revisar y reparar grietas y cuarteaduras que sirvan como criaderos, mantener un registro y control de este aspecto
- Mantener todos los alimentos cubiertos antes, durante y después de la preparación de alimentos y servicio
- Al término de una jornada laboral deben resguardarse adecuadamente (en el almacén, alacena o refrigerador) los alimentos sobrantes o materia prima
- No colocar alimentos en el piso, ni en almacenes o anaqueles que no contemplen la distancia de 15 cm del piso al equipo
- Evitar la acumulación de basura, vaciar constantemente y mantener cerrados los botes de basura internos cuando no se usen, los externos siempre deben estar tapados
- Se recomienda que las puertas y ventanas tengan mosquiteras, de lo contrario controlar que la ventilación sea la necesaria evitando abrir todo, y asegurarse de cerrarlas al término de la jornada
- Cerrar puertas y ventanas siempre al término de cada jornada laboral
- Conservar el buen mantenimiento de las tuberías y coladeras
- Evitar usar plaguicidas (porque contaminan los alimentos), de lo contrario deben considerarse
- La opinión y recomendación de un profesional
- Licencia vigente del profesional o empresa
- Contar con un programa de control de plagas y las fichas técnicas

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

36

- En caso de contar con animales de seguridad o sean propiedad de algún trabajador, deben prohibir su acceso a cualquier área del establecimiento
- No deben tener ningún tipo de trampas para roedores, ni colocar veneno para su exterminación

1.21 TRATAMIENTO DE LOS DESECHOS

1.21.1 Orgánicos

- Los desechos orgánicos se recolectan para realizar composta y utilizarla en los jardines y huertos
- La recolección de los desechos orgánicos deberá ser diariamente o por jornada laboral, deben vaciarse al recipiente de la composta y darle seguimiento correcto a esta ecotecnía

1.21.1.1 Composta

- Debe ubicarse en un área específica para el almacenamiento de desechos orgánicos
- No debe contener mosquitos o insectos ajenos al proceso de descomposición de la composta (ej. cucarachas, hormigas)
- El contenedor debe estar limpio, sin presencia de líquidos (lixiviados) ni olores
- El contenedor debe estar tapado siempre

1.21.2 Inorgánicos

- Los desechos inorgánicos como el papel, cartón, vidrio, metal, plásticos y pet deben ser separados y almacenados para su venta
- Durante el periodo de recolección estos desechos orgánicos deben ser almacenados en un lugar específico y limpio para evitar plagas, posterior a su recolección deben llevarse a los centros de acopio donde se venderán.
- Los residuos inorgánicos como envolturas, plásticos y textiles que no son reutilizables o susceptibles de venta deben ser separados y destinar al basurero oficial

1.21.3 Manejo de basura

- Evitar llenar los botes de basura
- Los botes deben tener cubierta (ej. bolsas) para facilitar el manejo de la misma

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

37

- Se sugiere que sea abierto o con pedal con la finalidad de evitar el contacto con este artefacto y prevenir la contaminación de las áreas y los alimentos
- Se deben vaciar constantemente los botes de basura en contenedores externos, se recomienda se recicle al término de cada jornada laboral
- Mantener los botes de basura (internos, ej. en cocina) tapados cuando no se estén usando
- No se debe dejar acumular la basura, si es por causas ajenas al personal (periodicidad de recolección) se deben asegurar de retirar del interior del restaurante y cerrar las bolsas o recipientes donde se coloca para evitar atraer mosquitos o roedores (focos de infección)
- Los contenedores externos deben mantenerse tapados hasta su recolección final
- Se debe lavar constantemente el área donde se encuentran los contenedores externos para evitar malos olores, roedores, mosquitos u algún otro foco de infección

1.22 SANITARIOS

- Las instalaciones deben estar limpias
- Contar con bote de basura dentro de los sanitarios y en el área de lavado de manos
- Revisar y abastecer siempre papel de baño y vaciar los botes de basura después de cada jornada laboral o cada que se requiera
- Debe existir una bitácora de limpieza de los sanitarios, a la vista del personal, esta debe contemplar el nombre de quien está a cargo de la limpieza, tareas específicas, supervisor, fecha y firma.

Ejemplo:

The image shows a checklist titled 'CHECK LIST' for 'CHEPUERCO'. The date is '24/07'. The checklist includes the following items:

- 1- LOS ESCUADROS LIMPIOS
- 2- LOS MANOSTERCIOS LIMPIOS
- 3- EL PISO LIMPIO
- 4- LOS PAÑUELOS, PUELTAS Y FOMOS LIMPIOS
- 5- LOS DISPENSADORES DE JABÓN Y PAPEL BIEN CUBIERTOS Y LIMPIOS
- 6- QUE EL CESTO DE PAPELES ESTE LIMPIO Y EN SU SITIO

There are columns for 'REALIZADO' (Completed) and 'SUPERVISOR' (Supervisor). The name 'Chalimajer' is written in the 'SUPERVISOR' column. A cartoon pig character is at the bottom right.

SELLO DE CALIDAD DE TURISMO RURAL

38

- Esta área debe estar limpia, sin goteras o fugas
- Los botes de basura se deben vaciar después de cada jornada laboral o cada que sea necesario
- Debe contar siempre con agua, jabón y toallas desechables o secadora de aire
- Las toallas desechables deben ser biodegradables
- Deben contar con rótulos que hagan hincapié en el lavado de manos después de usar el sanitario
- El material de limpieza debe almacenarse en un lugar especial, nunca en los almacenes de cocina, si es posible designar un área específica y exclusiva para este fin

1.23 MEDIDAS DE SEGURIDAD INTERNA Y PRIMEROS AUXILIOS

- Las instalaciones deben contar con señalética que delimite la rutas de evacuación, punto de reunión, sitio del extintor y botiquín
- Deben delimitar un punto seguro y accesible para colocar el botiquín, este deberá incluir insumos en buen estado y no caducos
- Se deberá asignar un punto seguro y accesible para colocar el extintor de incendios
- El extintor deberá contar con la certificación del fabricante y el contenido vigente dentro del lapso de caducidad
- Los números de emergencia y hospitales cercanos deberán estar a la vista
- El personal deberá recibir capacitación en primeros auxilios vigente
- Se sugiere colocar a la vista de los comensales un cartel informativo acerca del procedimiento seguro en caso de asfixia por alimentos

REFERENCIAS

FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación, y la Cultura). & OMS (Organización Mundial de la Salud). (2011). Principios generales de higiene de los alimentos. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación, y la Cultura y Organización Mundial de la Salud. Recuperado de: http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/es/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252Fstandards%252FCAC%2BRCP%2B1-1969%252FCXP_001s.pdf. (15 de abril de 2019).

FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación, y la Cultura). & OMS (Organización Mundial de la Salud). (s/f). Codex alimentarius. Higiene de los alimentos. Textos básicos. Código internacional recomendado de prácticas - principios generales de higiene de los alimentos. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación, y la Cultura y Organización Mundial de la Salud. Recuperado de: <http://www.fao.org/3/y1579s/y1579s02.htm#bm2.2.1>. (15 de abril de 2019).

FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación, y la Cultura). & OMS (Organización Mundial de la Salud). (2001). Código de prácticas de higiene para los alimentos precocinados y cocinados utilizados en los servicios de comidas para colectividades. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación, y la Cultura y Organización Mundial de la Salud. Recuperado de: http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/es/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252Fstandards%252FCAC%2BRCP%2B39-1993%252FCXP_039s.pdf. (15 de abril de 2019).

FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación, y la Cultura). & OMS (Organización Mundial de la Salud). (2001). Código regional de prácticas de higiene para la elaboración y venta de alimentos en las calles (América Latina y el Caribe). Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación, y la Cultura y Organización Mundial de la Salud. Recuperado de: http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/es/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252Fstandards%252FCAC%2BRCP%2B43R-1995%252FCXP_043Rs.pdf. (15 de abril de 2019).

Hernández-García, David H., Torres-Cantero, M. I. José, e Pérez-Olguín, Luán J. (2012). "Desarrollo e Implementación de Procedimientos para el "Área de Almacén". Tesis de Grado en Ingeniería en Procesos y Operaciones Industriales. Universidad Tecnológica de Ciudad Juárez, México. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Luan_Perez_Olquin/publication/286890721_Desarrollo_e_Implementacion_de_Procedimientos_para_el_Area_de_Almacen/links/566eede308ae4d4dc8f802ba/Desarrollo-e-Implementacion-de-Procedimientos-para-el-Area-de-Almacen.pdf. (20 de abril de 2019).

Ávila-Franco, Adrián. (2015). Distintivo H. Manual de manejo higiénico de los alimentos. Secretaría de la Función Pública. Recuperado de: <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/data/file/7501/manual-de-manejo-higienico-de-alimentos.pdf>. (22 de mayo de 2019).

SEGOB (Secretaría de Gobernación). (2016). Norma Oficial Mexicana NMX-F-605-NORMEX-2015. Alimentos y manejo higiénico en el servicio de alimentos preparados para la obtención del distintivo "H" (Cancela a la NMX-F-605-NORMEX-2004). Diario Oficial de la Federación. Recuperado de: https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5441034&fecha=13/06/2016. (11 de abril de 2019).

SEGOB (Secretaría de Gobernación). (2011). Norma Oficial Mexicana NOM-251-SSA1-2009, Prácticas de Higiene para el proceso de Alimentos, Bebidas o Suplementos Alimenticios. Diario Oficial de la Federación. Recuperado de: http://cof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5177531&fecha=10/02/2011. (11 de abril de 2019).

SEGOB (Secretaría de Gobernación). (2018). PROY-NMX-F-605-NORMEX-2018 Alimentos-manejo higiénico en el servicio de alimentos preparados para la obtención del distintivo "H". (Cancelará a la NMX-F-605-NORMEX-2015). Diario Oficial de la Federación. Recuperado de: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5534421&fecha=10/08/2018. (11 de abril de 2019).

Anexo 5: Ficha de evaluación del manual

Sello de calidad de turismo rural

ETAPA III
Mejora de la calidad

Criterios de evaluación:
Manual de buenas
prácticas de higiene para el
servicio de alimentos y
bebidas

Página
1 de 20

Datos del destino		
Nombre del parque ecoturístico	Fecha	Hora
Dirección	Municipio	C.P.
Tel de contacto	Responsable a cargo	Asesor externo

CRITERIOS DE VERIFICACIÓN: BUENAS PRÁCTICAS DE HIGIENE PARA EL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Higiene en el medio ambiente						
Área	Aspecto	Indicador	Red	Am	NA	Observaciones
Establecimiento de AYB	Higiene en el establecimiento	Los alimentos se elaboran en un área específica, lejos de sustancias peligrosas				
		Cuentan con un plan de limpieza, el cual está documentado y mantienen registros				
		Diariamente o después de cada jornada laboral (según sea el caso) realizan la limpieza de suelos, utensilios de cocina, equipos empleados y superficies				
		Se usan productos de limpieza biodegradables en todas las áreas y procesos				
		Se llevan registros de la supervisión de limpieza por parte del representante de esta área				

Adquisición de insumos e ingredientes					
Área	Aspecto	Indicador		NA	Observaciones
Cocina	Adquisición (compra) de productos, insumos e ingredientes	Se adquieren productos, insumos e ingredientes de calidad (en buenas condiciones, frescos, sin presencia de descomposición, mohos o materia extraña ajena al producto)			
		Los productos, insumos e ingredientes están en buenas condiciones cuando se almacenan, refrigeran o congelan			
		Los productos, insumos e ingredientes se colocan en recipientes (no cajas de cartón), estantes o canastas, jamás se colocan en el suelo			
		Los productos entatados o envasados están en buenas condiciones (no presentan abolladuras, raspones, oxidación o algún desperfecto en el empaque)			
		Los productos envasados tienen vigente la fecha de caducidad, es mínimo de un mes próximo a caducar			
		La cantidad de productos, insumos e ingredientes adquiridos es proporcional a su utilización en la preparación de alimentos para evitar desechos			
	Proveedores	Se adquieren productos de la localidad o región			
		Los proveedores son locales o de la región más próxima			
		Los productos perecederos se adquieren por uso o día dependiendo de su preparación y demanda			
	Proceso de compra	Las bolsas para transportar los alimentos son de material resistente (no de plástico desechables) y están limpias			
		Utilizan recipientes para comprar alimentos			

Manipulación, almacenamiento y transporte de los alimentos					
Área	Aspecto	Indicador		NA	Observaciones
Cocina	Transporte	El vehículo de transporte y el área donde se transportan los alimentos están limpios y permite la conservación de los alimentos			
		Los recipientes utilizados son biodegradables o reutilizables			

Cocina	Transporte	Los alimentos no se transportan junto a sustancias tóxicas o químicas	■	■	■	
	Almacenamiento	Los alimentos que así lo requieren, como la carne y lácteos, son almacenados en recipientes y transportados bajo refrigeración o congelación	■	■	■	
		Los productos a granel se colocan en recipientes con tapa, un recipiente por producto	■	■	■	
		Los recipientes que contienen alimentos crudos se encuentran etiquetados	■	■	■	
		Los estantes de almacenamiento se encuentran limpios	■	■	■	

Limpieza y desinfección						
Área	Aspecto	Indicador	■	■	■	NA
Cocina	Limpieza y desinfección	Las superficies que se encuentran en contacto con los alimentos están siempre limpias	■	■	■	
		Utilizan trapos exclusivos para la limpieza de las mesas, superficies de trabajo e instalaciones (código de colores de trapos de acuerdo al manual)	■	■	■	
		Los botes de basura están alejados de la pared, no emiten olores ni rebasan su capacidad de almacenamiento (3/4 de capacidad)	■	■	■	
	Limpieza del mobiliario y equipo	El equipo como la licuadora, extractor y batidoras se desarman para lavarlos después de su uso o jornada laboral	■	■	■	
		El equipo como la estufa, el horno, la plancha, el comal, la parrilla, vaporeras, etc., están limpias al igual que todas sus partes, sin cochambre y en buen estado	■	■	■	
		El mobiliario y equipo está ordenado y limpio, no obstruye ni dificulta la circulación del personal de trabajo	■	■	■	
		El mobiliario se encuentra en buen estado y limpio	■	■	■	
	Limpieza de trapos	Los trapos utilizados para la limpieza y desinfección se encuentran limpios y en buen estado (sin roturas o manchas)	■	■	■	
		Lavan los trapos después de cada uso o jornada laboral	■	■	■	
		Los trapos para el secado de la toza y utensilios son de color claro y exclusivos para ese fin	■	■	■	

Cocina	Lavado de logs y utensilios	El lavado de logs y utensilios es con agua potable y se realiza de acuerdo al manual (punto 1.4.4)	■	■	■	
	Lavado de frutas y verduras	La tarja de cocina es exclusiva para lavar las frutas y verduras, utensilios y logs	■	■	■	
		Las hierbas aromáticas, frutas y verduras son lavadas con agua potable y detergente biodegradable sin aromas añadidos	■	■	■	
		Los tubérculos son lavados con estropajo, jabón y agua potable	■	■	■	
		Los alimentos susceptibles a mayor contaminación son desinfectados antes de comenzar la preparación de los alimentos (ej. fresas)	■	■	■	

Recepción de alimentos							
Área	Aspecto	Indicador	■	■	■	NA	Observaciones
Cocina	Proveedores	Los proveedores mantienen buenas prácticas de higiene	■	■	■		
		Se abastece en horas de baja productividad para facilitar los procesos e inspeccionar correctamente los alimentos	■	■	■		
		Los proveedores hacen uso de embalajes de bajo impacto ambiental	■	■	■		
	Área de recepción	Existe un área específica para la recepción de alimentos	■	■	■		
		Los pisos, paredes y techos se encuentran limpios y en buen estado	■	■	■		
		La iluminación del lugar es la adecuada para verificar la calidad de los alimentos	■	■	■		
		Los focos y fuentes de luz cuentan con protección y no presentan algún peligro	■	■	■		
		Los focos utilizados son ahorradores de energía	■	■	■		

Inspección de alimentos						
Área	Aspecto	Indicador			NA	Observaciones
Almacenes de cocina (almacén, refrigerador, congelador)	Inspección de los alimentos	Se tiene un programa de recepción de alimentos con día y horario establecido				
		Se reciben únicamente alimentos limpios, con empaques íntegros, sin abolladuras, roturas o magulladuras				
		Los productos se encuentran almacenados				
		El almacén de alimentos está ordenado y en él se clasifican los alimentos según su tipo (perecedero, no perecedero, frutas, verduras, cárnicos, granos, cereales, pan...)				
		La caducidad de los alimentos y bebidas es mayor a un mes				
		Se contemplan y verifican las características organolépticas de los productos antes de recibirlos (olor, color, textura, sabor)				
		Se toma en cuenta la tabla de los atributos de los alimentos antes de recibirlos o comprarlos (punto 1.6.1 del manual)				
		Los alimentos recibidos son colocados en un lugar específico, lejos del piso				
		El medio y área donde se transportan los alimentos están limpios				
		Los alimentos congelados están en adecuado estado, sin presencia de descongelación, ni están en contacto directo con el hielo				
		Los alimentos frescos, pre cocidos, a granel (granos y cereales) y cárnicos están almacenados en recipientes con tapa y tienen una etiqueta informativa (nombre del producto, fecha de adquisición y final de consumo)				
		Los envasos de alimentos se encuentran en buenas condiciones (sin abolladuras o corrosión)				

Requisitos para la preparación de alimentos						
Área	Aspecto	Indicador			NA	Observaciones
Cocina	Aspectos generales (manipulación)	El personal de cocina se lava las manos antes y después de la manipulación de alimentos				
		El área de trabajo siempre se encuentra limpia y desinfectada				
	Frutas y hortalizas	Las frutas y hortalizas usadas en la preparación de alimentos son frescas				
		El lavado de las frutas y hortalizas se realiza de acuerdo al punto 14.5 del manual				
		Se encuentran almacenados en contenedores con tapa y etiqueta informativa				
	Carne fresca; pescado, carnes blancas y rojas	Los subproductos de la carne y aves (viseras, patas) son lavados				
		La manipulación de la carne fresca se realiza con los utensilios adecuados (tablas de picar, cuchillos)				
		Los utensilios utilizados están debidamente desinfectados				
	Otros alimentos de origen animal (lácteos y embutidos)	No se usan alimentos crudos en la preparación de alimentos (ej. huevo) y bebidas				
		Los lácteos y embutidos son frescos				
		Solo se utilizan las porciones necesarias para la preparación de alimentos				

Requisitos para la preparación final de alimentos					
Área	Aspecto	Indicador		NA	Observaciones
Cocina	Cocción de los alimentos	La consistencia de los alimentos es adecuada, refleja la cocción adecuada			
		Los platillos de recién preparación se encuentran cubiertos (en recipiente con tapa)			
		Los platillos combinados son preparados al momento (ej. enchiladas)			
	Tiempo entre la preparación, cocción y consumo de los alimentos	Los platillos son frescos, del día			
		Las ensaladas se preparan al momento			
		Los platillos preparados con anticipación se refrigeran y son para consumo próximo (para el día siguiente)			

Higiene del personal					
Área	Aspecto	Indicador		NA	Observaciones
Cocina y comedor	Estado de salud	Todos los trabajadores gozan de buena salud			
	Presentación personal	Todo el personal porta uniforme o ropa común limpia y presentable			
		El personal tiene las uñas cortas, limpias y sin esmalte			
		Los hombres con barba y bigote arreglan su aspecto físico			
		La filipina o mandil del personal está limpia y en buenas condiciones (sin manchas, quemaduras o rasgadas)			
		Todo el personal tiene el cabello recogido y usa cofia para cubrir el cabello			
		El personal está libre de anillos y joyería			

Cocina y comedor	Presentación personal	El personal utiliza zapatos cerrados, preferentemente antiderrapantes				
	Lavado de manos	El personal se lava las manos, antes y después de manipular o alimentos, ir al baño o salir de la cocina para desempeñar otras funciones ajenas a la preparación y manipulación de alimentos				
		El personal sigue el procedimiento del manual sobre el lavado de manos (punto 1.9.3)				
	Comportamiento del personal	El personal no fuma, bebe, ni mastica chicle en las diversas áreas del restaurante mientras se encuentra laborando				
		El personal se retira el mandil o filipina, la cofia para ir al sanitario				
		El personal evita utilizar su celular cuando está manipulando alimentos				

Instalaciones						
Área	Aspecto	Indicador			NA	Observaciones
Comedor y cocina	Instalaciones	Los materiales de las instalaciones son duraderos, lisos y de fácil limpieza				
		Las coladeras no expiden olores				
		Las instalaciones de plomería y desagüe se encuentran limpias y funcionan correctamente				
		No hay presencia de goteras				
		La instalación eléctrica es segura y adecuada				
Cocina	Infraestructura	Los pisos y paredes de la cocina son lisos y se encuentran limpios				
		El piso cuenta con desagüe				
		El techo se encuentra en buenas condiciones y limpio				
		Las ventanas y puertas son lisas, tienen malla mosquitera y se encuentran limpias				

Cocina	Infraestructura	Las cortinas de las ventanas se encuentran limpias y en buen estado (sin rasgaduras, quemaduras o manchas)				
	Equipamiento	La cocina cuenta con un sistema de extracción de vapor (campana o tubería)				
		Existen botes de basura orgánica e inorgánica, en buenas condiciones, limpios y sin olores, cuya ubicación está separada de los alimentos				
Comedor	Mobiliario e instalaciones	Las mesas de servicio siempre están limpias				
		La mantelería está en buenas condiciones y limpia				
		Las mesas y sillas se encuentran limpias y en buen estado				
		Los pisos y paredes están limpios				
		Las ventanas se encuentran limpias y en buenas condiciones				
		El equipo y mobiliario está ordenado y limpio siempre				
Instalaciones temporales	Puestos ambulantes o puntos de venta	La instalación o estructura debe estar limpia				
		La ubicación de las instalaciones está lejos del desagüe, de ríos contaminados, basureros o de cualquier otro contaminante				
		Las tiendas, puestos o lonas son lisas, están limpias y en buen estado				

Maquinaria y equipo						
Área	Aspecto	Indicador			NA	Observaciones
Cocina	Equipo, maquinaria y recipientes	El equipo está ordenado y limpio				
		Todo el equipo y mobiliario se encuentra en buen estado y funciona correctamente				
		La maquinaria de cocina está limpia y en buen estado				

Cocina	Equipo, maquinaria y recipientes	Los utensilios y loga están limpios y ordenados	■	■	■	
		El orden del equipo permite su limpieza y mantenimiento	■	■	■	
		El equipo y los recipientes utilizados en la preparación de alimentos se lavan después de su uso	■	■	■	
		Existe una altura de separación mínima de 15cm entre el suelo y el equipo o maquinaria de cocina	■	■	■	
		Los anaqueles tienen una separación del suelo y techo de 15cm mínimo	■	■	■	
	Mobilierio	Las mesas de trabajo se limpian después de su uso y al término de la jornada laboral	■	■	■	
		El mobiliario esta ordenado y limpio	■	■	■	
	Equipo de cocina	Cuentan con trapos destinados para la limpieza de superficies que están en contacto con los alimentos	■	■	■	
		Existen trapos y jergas exclusivos para la limpieza de las mesas de los comensales	■	■	■	
		Se aplica el código de colores de los trapos	■	■	■	
	Tablas para picar	Las tablas de picar son de plástico o de cualquier otro material liso y de fácil limpieza	■	■	■	
		Respetan la clasificación de colores de las tablas para picar los diversos alimentos	■	■	■	
	Cuchillos	Se utilizan cuchillos especiales para cada alimento	■	■	■	
	Recipientes para desechos y sustancias no comestibles	Los recipientes utilizados para los desechos o sustancias no comestibles son solo utilizados para ese fin	■	■	■	
		Los recipientes que contienen sustancias peligrosas están etiquetados y bajo resguardo lejos de los alimentos	■	■	■	
		Los recipientes designados para los desechos orgánicos están siempre limpios, libres de olores y plagas	■	■	■	

Servicios					
Área	Aspecto	Indicador		NA	Observaciones
Cocina	Abastecimiento de agua	El establecimiento cuenta con abastecimiento de agua potable.			
		El sistema de abastecimiento de agua potable está en buenas condiciones			
	Desagüe y eliminación de desechos	Las tuberías de drenaje están en adecuadas condiciones			
	Instalación de lavado y desinfección de alimentos	Existe mínimo una instalación (tarja) para lavar y desinfectar los alimentos			
		La tarja cuenta con agua potable			
		La tarja cuenta con agua fría y caliente			
	Servicio de higiene para el lavado de manos del personal	La cocina cuenta con un lavabo o tarja exclusiva para que el personal se lave las manos			
		La estación de lavado tiene jabón, desinfectante, cepillo, toallas de papel, tela o secadora de aire			
	Iluminación	Las instalaciones cuentan con un sistema de iluminación adecuado			
		La instalación eléctrica es segura y funciona correctamente			
		La iluminación por ecotecnias funciona adecuadamente y brinda la iluminación necesaria			

Almacenamiento					
Área	Aspecto	Indicador		NA	Observaciones
Cocina	Aspectos generales del almacén	Se aplica el método Primeras Entradas, Primeras Salidas (PEPS) en el almacén de los alimentos			
		El almacén está limpio y ventilado			
		El mobiliario y equipo del almacén está a una altura del piso mínima de 15cm			
		No hay presencia de rayos del sol en el almacén			
		Los alimentos que así lo requieren se almacenan en recipientes con tapa			
		En el almacén no hay cajas de madera o de cartón ni costales de los proveedores			
		Los alimentos se almacenan individualmente			
	Almacén de secos	Aplicación del método PEPS			
		Los alimentos se almacenan en recipientes limpios con etiqueta de identificación			
		Los productos enlatados están en buenas condiciones			
		Los alimentos almacenados conservan su frescura y están libres de mohos, plagas o materia extraña			
	Almacén de agua	Los alimentos almacenados cuentan con al menos con un mes de vigencia de caducidad			
		Aplicación del método PEPS			
		Los recipientes en los que se almacena el agua están limpios y en buenas condiciones			
		Los recipientes de almacén de agua como los garrafones se encuentran separados del piso a una altura mínima de 15cm			
		Los contenedores de agua siempre están tapados			

Cocina	Almacén de hielo	Aplicación del método PEPS	■	■	■	
		El hielo preparado o consumido es de agua potable	■	■	■	
		Los recipientes donde se coloca el hielo están limpios	■	■	■	
		El área de almacén de hielo está limpia	■	■	■	
		El área de almacén de hielo (ej. la hielera) está libre de alimentos	■	■	■	
	Refrigeración	Aplicación del método PEPS	■	■	■	
		La temperatura de refrigeración es de 4° centígrados	■	■	■	
		El equipo o maquinaria de congelación está limpio, en buen estado y funciona correctamente	■	■	■	
		Se lava periódicamente el equipo de refrigeración	■	■	■	
		Los alimentos que se encuentren refrigerados se almacenan en recipientes con tapa	■	■	■	
		Existe la separación de alimentos crudos y cocidos	■	■	■	
		Las bebidas en refrigeración están tapadas	■	■	■	
	Congelación	Aplicación del método PEPS	■	■	■	
		La temperatura del refrigerador es de 4° centígrados	■	■	■	
		El equipo de congelación está limpio, en buenas condiciones y funciona correctamente	■	■	■	
		Los alimentos almacenados están colocados en recipientes con tapa	■	■	■	
		Los alimentos se encuentran crudos y cocidos están ordenados y separados	■	■	■	
		Las bebidas están tapadas	■	■	■	

		Los alimentos puestos en congelación se encuentran en buenas condiciones, no existen malos olores ni fluidos				
Almacén	Productos químicos y de limpieza	Aplicación del método PEPS				
		Los productos de limpieza se almacenan en un área específica alejada del contacto con los alimentos				
		Los productos de limpieza siempre están tapados o cerrados				
		Los recipientes que contienen productos de limpieza están etiquetados con nombre y advertencia de uso				
		Los productos químicos están almacenados en un área específica y exclusiva				
		Los productos químicos están etiquetados con nombre y advertencia de uso				

Control de la temperatura						
Área	Aspecto	Indicador			NA	Observaciones
Cocina	Congelación	Los alimentos se mantienen a una temperatura de -18° C				
	Refrigeración	Los alimentos de alto riesgo tienen una temperatura de < 5° C				

Calidad del aire y sistemas de ventilación						
Área	Aspecto	Indicador			NA	Observaciones
Cocina y comedor	Sistemas de ventilación	El establecimiento cuenta con un sistema de ventilación (natural o mecánica)				
		El sistema de ventilación funciona correctamente, está en buenas condiciones y limpio				
		Las ventanas (ventilación natural) cuenta con malla mosquitera				

Control de riesgos alimentarios					
Área	Aspecto	Indicador		NA	Observaciones
Cocina	Control de tiempo y temperatura	Existen parámetros de cocción de los alimentos internos			
	Enfriamiento de alimentos preparados con anterioridad	Los alimentos preparados que requieren refrigeración se enfrían primero			
		Los alimentos se refrigeran en recipientes con tapa			
	Recalentamiento	El alimento a recalentar estuvo previamente en refrigeración			
		Los alimentos recalentados solo son del día anterior			
	Descongelación de alimentos	Descongelan solo la porción del alimento a utilizar			
		No re-congelan el alimento descongelado			
	Refrigeración de alimentos	Antes de refrigerar un alimento primero es enfriado a temperatura ambiente			
	Control de la higiene	Para el lavado y manipulación de los alimentos solo utilizan agua potable			
		Los alimentos utilizados en la elaboración de platillos siempre son frescos			

Agua potable					
Área	Aspecto	Indicador		NA	Observaciones
Cocina	Agua para beber	El agua para beber es potable, proviene de fuentes confiables como agua embotellada, hervida o filtrada			
		Los garrafones donde se almacena el agua potable están limpios			

Cocina	Almacenamiento	Las cisternas, y tinacos están tapados y limpios	Red	Ambar	Verde		
		La infraestructura para almacenar el agua está en adecuado estado de mantenimiento	Red	Ambar	Verde		
	Hielo	El hielo que se prepara en el establecimiento se elabora con agua potable o purificada	Red	Ambar	Verde		
		El hielo utilizado para enfriar alimentos solo se destina para ese fin	Red	Ambar	Verde		
		El hielo destinada al consumo humano solo se utiliza para ese fin	Red	Ambar	Verde		
		La manipulación del hielo es con pinzas o cubiertos	Red	Ambar	Verde		

Mantenimiento y limpieza							
Área	Aspecto	Indicador	Red	Ambar	Verde	NA	Observaciones
Cocina y comedor	Procedimientos y métodos de limpieza	La limpieza del equipo, mobiliario y utensilios se realiza también al final de la jornada laboral	Red	Ambar	Verde		
		Existen programas de limpieza general y mantenimiento	Red	Ambar	Verde		
		Existen manuales internos de limpieza y mantenimiento	Red	Ambar	Verde		

Servicio de alimentos y bebidas							
Área	Aspecto	Indicador	Red	Ambar	Verde	NA	Observaciones
Comedor	Alimentos listos para servirse	Los alimentos calientes se sirven a una temperatura estándar, no fríos	Red	Ambar	Verde		
		Las frutas, verduras y ensaladas son frescas	Red	Ambar	Verde		
		Los alimentos fríos son y se sirven frescos	Red	Ambar	Verde		

Comedor	Servicio	Las manos y dedos no tocan los alimentos del plato durante el traslado del platillo de la cocina al comensal	Red	Yellow	Green	
		Los cubiertos son tomados por los mangos	Red	Yellow	Green	
		El traslado y manipulación de los vasos, tazas, copas etc. es por la parte intermedia hacia abajo del mismo	Red	Yellow	Green	
		Los productos untables se sirven en pequeñas porciones y rellenan si así es solicitado por el comensal	Red	Yellow	Green	
		Los sobrantes de los productos untables van directo a la composta o a los cesechos orgánicos	Red	Yellow	Green	
		Los recipientes en los que se coloca el azúcar y la sal son de vertido	Red	Yellow	Green	
		Los alimentos sobrantes que soliciten para llevar deben servirse en recipientes biodegradables	Red	Yellow	Green	
		La estación de servilletas siempre está abastecida	Red	Yellow	Green	

Información sobre los productos y sensibilización para los consumidores

Servicio de alimentos y bebidas

Área	Aspecto	Indicador	Red	Yellow	Green	NA	Observaciones
Comedor	información sobre los productos	Existe un menú o carta de alimentos y bebidas ofertadas y disponibles	Red	Yellow	Green		
		Se exhiben los precios en el menú o carta	Red	Yellow	Green		
		Existe una leyenda de información sobre platillos con preparados con ingredientes crudos	Red	Yellow	Green		
	Información verbal	Se indica al comensal el tiempo elaboración del platillo y los ingredientes	Red	Yellow	Green		
		Se informa verbalmente que el consumo de platillos con alimentos crudos es bajo su propia responsabilidad	Red	Yellow	Green		
	Alergénicos	En la carta, menú o verbalmente se expresa al consumidor los ingredientes que pueden contener los platillos que probablemente causen alérgicos o asfixia	Red	Yellow	Green		

Control de plagas					
Área	Aspecto	Indicador		NA	Observaciones
Cocina y comedor	Fumigaciones	El establecimiento cuenta con el certificado de control de plagas vigente			
		Se encuentran limpias todas las áreas del restaurante para evitar la presencia o propagación de plagas			
		La mercancía recibida se inspecciona para prevenir plagas			
		Existe un adecuado mantenimiento (reparación) de las grietas, cuarteaduras, tuberías y coladeras presentes en las instalaciones			
		Al término de la jornada laboral todos los alimentos son almacenados, refrigerados o congelados, según sea el caso			
		Los botes de basura se encuentran limpios, sin malos olores y máximo a ¾ de su capacidad			

Tratamiento de los desechos					
Área	Aspecto	Indicador		NA	Observaciones
Almacén de desechos	Desechos orgánicos	Existe un recipiente para verter los desechos orgánicos			
		La recolección de los desechos orgánicos es diaria o por jornada laboral			
	Composta	La composta está ubicada en un lugar estratégico, alejada de la cocina y comedor			
		La composta no expide olores, mosquitos ni lixiviados			
		El contenedor de la composta siempre está tapado			
	Desechos inorgánicos	Existe una adecuada separación de los desechos inorgánicos			

Almacén de desechos	Desechos inorgánicos	Existen diferentes contenedores para verter los diversos desechos inorgánicos	■	■	■	
		Los desechos inorgánicos son almacenados en un área estratégica	■	■	■	
	Manejo de basura	Los distintos contenedores de desechos no exceden de los ¾ de su capacidad	■	■	■	
		El contenido de los botes es vaciado periódicamente en los contenedores externos	■	■	■	
		Los botes de basura siempre están tapados	■	■	■	
		Existen contenedores externos donde se vierten los desechos antes de su acopio externo	■	■	■	
		Los contenedores externos siempre están tapados	■	■	■	
		El área donde se ubican los contenedores externos está limpia, libre de olores, moscos, roedores y lixiviados	■	■	■	

Sanitarios							
Área	Aspecto	Indicador	■	■	■	NA	Observaciones
Sanitarios	Servicio sanitario	Los sanitarios siempre están limpios	■	■	■		
		Todos los sanitarios cuentan con botes de basura	■	■	■		
		Los botes de basura no exceden la capacidad de ¾	■	■	■		
		Se abastece constantemente el papel de baño	■	■	■		
		La estación de lavado contiene los productos básicos y se abastece constantemente	■	■	■		
		Cuentan con una bitácora de limpieza de baños	■	■	■		
		Los sanitarios no presentan fugas o goteras	■	■	■		

Sanitarios	Servicio sanitario	Siempre hay agua disponible en los sanitarios y lavabos				
		Existen rótulos que diferencian los sanitarios masculinos y femeninos				

Medidas de seguridad interna y primeros auxilios							
Área	Aspecto	Indicador				NA	Observaciones
Cocina y comedor	Medidas de seguridad interna	Las instalaciones cuentan con señalética sobre rutas de evacuación, extinguidores y contingencias					
		En el comedor y en la cocina tienen botiquín de primeros auxilios y su ubicación es visible					
		Los medicamentos que contiene el botiquín son urgentes					
		En la cocina y el comedor hay extinguidores y su ubicación es visible					
		Los extinguidores están certificados y su contenido es urgente					
		El personal tiene y conoce los contactos de emergencia y hospitales					
Personal	Primeros auxilios	Al menos el 50% del personal ha tomado cursos de primeros auxilios					
		Al menos el 50% del personal conoce la maniobra de Heimlich (compresión abdominal) para auxiliar en casos de asfixia por alimentos					

