



Cita bibliográfica: Lechuga-Nevárez, M.R. (2025). El turismo rural como alternativa de emprendimiento en las comunidades rurales del Estado de Durango (México). *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 9 (1), pp. 342-364. <https://doi.org/10.21071/riturem.v9i1.16515>.

El turismo rural como alternativa de emprendimiento en las comunidades rurales del Estado de Durango (México)

Rural tourism an alternative for rural entrepreneurship in the rural communities of the State of Durango (Mexico)

Mayela del Rayo Lechuga-Nevárez ^{1*}

Resumen

En un contexto social y económico tan como el actual en muchas áreas desfavorecidas, el turismo rural surge como una actividad socioeconómica que puede propiciar el desarrollo del emprendimiento en las comunidades rurales. El objetivo del estudio es analizar el turismo rural como alternativa de emprendimiento en las comunidades rurales del estado de Durango (México) a través de una investigación de cohorte cuantitativo, descriptivo, explicativo, no explicativo y correlacional, así como de alcance transversal. Para la recopilación de la información se usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. La muestra se conformó de la siguiente forma: para el turismo rural se consideraron turistas mayores de 18 años que visitaron las comunidades rurales de la sierra Madre Occidental en el estado de Durango (México), quedando integrada por 261 turistas, para la variable de emprendimiento rural, quedó conformada por 52 emprendimientos ubicados en las comunidades rurales de la Sierra Madre Occidental en el estado de Durango. Los resultados muestran que el turismo rural es una alternativa de emprendimiento rural que impacta positivamente en el desarrollo local y regional en el estado. Se sugieren futuras líneas de investigación, estudios comparativos de turismo rural con perspectiva de género; la economía social y solidaria y el turismo rural en las comunidades rurales y el turismo rural como estrategia de desarrollo regional

Palabras clave: Turismo rural; emprendimiento rural; comunidades rurales; visitantes; México.

Abstract

In a complex social and economic context, rural tourism emerges as a socioeconomic activity, promoting the development of entrepreneurship in rural communities. The objective of the study is to analyze rural tourism, an alternative for rural entrepreneurship in rural communities in the state of Durango. Quantitative, descriptive, explanatory, non-explanatory and correlational cohort research; Transversal

¹ Instituto Tecnológico Nacional de Durango (México). Email: mlechuga@itdurango.edu.mx. Id Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3221-0742>. * Autor para la correspondencia

Recepción: 09/10/2024

Aceptación: 28/02/2025

Publicación: 30/06/2025



Este trabajo se publica bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional

scope. For the collection of information, the survey technique was used and the questionnaire as an instrument. The sample was formed as follows: for rural tourism, tourists over 18 years of age who visited the rural communities of the Sierra Madre Occidental in the state of Durango were considered, being integrated by 261 tourists, for the variable of rural entrepreneurship, it was made up of 52 enterprises located in the rural communities of the Sierra Madre Occidental in the state of Durango. The results show that rural tourism is an alternative to rural entrepreneurship, which impacts local and regional development in the state. Future lines of research are suggested, comparative studies of rural tourism with a gender perspective; the social and solidarity economy and rural tourism in rural communities; rural tourism regional development strategy.

Keywords: Rural tourism; rural entrepreneurship; rural communities; visitors; Mexico.

1. Introducción

1.1. Turismo rural

El turismo es uno de los sectores socioeconómicos con mayor crecimiento y resiliencia de nuestra época, representa el 7% del comercio mundial y, durante el último decenio, ha adelantado al crecimiento económico (Amador, Flores, George y Peñuelas, 2022). Es además un gran empleador, que genera millones de puestos de trabajo directa e indirectamente (OMT, 2020) y a lo largo de la historia ha demostrado su capacidad para adaptarse a las coyunturas y tendencias, las cuales, por lo general, son acordes a las características del entorno, las necesidades y/o motivaciones de los viajeros (Saavedra, García, Martínez y Mora, 2021).

El turismo es una actividad económica con gran complejidad, por la gran diversidad de elementos que la conforman y los diferentes sectores económicos que están involucrados y hacen posible su desarrollo. En este sentido, el turismo se ha considerado generalmente como una exportación de una región o nación hacia el lugar de destino, país receptor, lugar de acogida, en el que se genera renta, se favorece la creación de empleo, se aportan divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial (Nevado y Cruz, 2017). Así, la actividad turística cobra una gran importancia en la economía debido a su elevada aportación a la generación de Valor Añadido Bruto (VAB) en la región receptora (Sancho, 1994).

Asimismo, la actividad turística ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo (OMT, 2020). En este sentido, las nuevas formas y tipologías de turismo alternativo buscan proporcionar experiencias nuevas al turista con un grado de conciencia mayor por cuidar todo aquello que se encuentra dentro de un lugar (Cucalón y Melissa, 2023; Rivera, 2013 y 2015).

“El turismo alternativo o no convencional se refiere a aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales” (Wearing y Neil, 2009); dentro de la clasificación del turismo alternativo o no convencional está el turismo rural.

La Organización Mundial de Turismo (2020) considera al turismo rural como la actividad turística en la que el huésped tiene diferentes experiencias en entornos tradicionales rurales y agrarios de su interés (Mero y Rivera, 2023). Sus inicios datan del siglo XIX en Europa, desde donde las experiencias de los turistas se han esparcido por todo el mundo (Llugsha, 2021). El autor señaló pequeñas poblaciones de Alemania, donde las familias

ciudadinas viajaban al interior, hospedándose en haciendas agrícolas para abastecerse de productos naturales que escaseaban en grandes ciudades (Mero y Rivera, 2023).

En los años 1930 surgió el turismo masivo en Francia como un beneficio social de las vacaciones (Baltazar y Zavala, 2015). Actualmente, Holanda basa su turismo agro-rural en los agro *campings*, donde los huéspedes preparan sus servicios de alimentación, así como en Bélgica, Dinamarca o Portugal (Martínez, et al, 2020).

Lunardi y Souza (2011) señalan que el turismo rural se presenta de manera diferente en algunas regiones y es una fuente importante de generación de ingresos, ocupación y reorganización social, pero en otros lugares el turismo rural tiene poca expresión económica, pero fuerte atractivo social, donde se considera estacional y hay actividades propias del turismo, donde el trabajo de jóvenes y mujeres es valorado y necesario.

El turismo rural es, asimismo, genuino y producto de la naturaleza como grandes productos como el cereal, la carne o la leche. Se produce con los mismos insumos: paisaje, mano de obra rural, animales y equipos de trabajo, además del hogar de una familia de campo (Barrera, 2006). “Es una actividad que se desarrolla en espacios abiertos y en contacto con la naturaleza (Moral et al. 2019, p.2), existiendo una estrecha interrelación con los habitantes de la zona dentro de un ambiente tradicional”. Esta actividad es considerada con el mismo orden de importancia de las actividades agrícolas. El turismo rural, que tiene a mujeres y jóvenes como grandes protagonistas, puede realizar una contribución significativa al desarrollo agropecuario y rural (Barrera, 2006). Así mismo, es un medio para aminorar el impacto provocado en la población rural el desarrollo tecnológico.

En definitiva, el turismo rural es:

- Una estrategia de desarrollo rural,
- Una estrategia de agregación de valor a la producción,
- Una estrategia de diversificación del turismo,
- Una estrategia de inserción laboral de la mujer rural,
- Una estrategia de inserción laboral de los jóvenes rurales,
- Una estrategia de valorización de la cultura rural (Agro empresario, 2019).

El turismo rural abarca muchas modalidades turísticas: Agroturismo, Turismo de Estancias, Ecoturismo, Granjas Educativas, Agroindustrias Rurales, Caza, Pesca, Artesanías Rurales, Fiestas Rurales, Turismo indígena, Turismo en Pueblos, Rutas Alimentarias, Turismo Salud, Turismo de los Inmigrantes, Turismo Religioso y muchas más (Diéguez-Castrillón, Gueimonde-Canto y Sinde-Cantorna. 2009). De esta forma, en varias comunidades rurales pese a que existen recursos naturales y culturales con potencial turístico, la organización colectiva es un factor limitante, puesto que la mayoría de los actores locales se dedican a actividades primarias como agricultura o ganadería y carecen de los conocimientos necesarios para la gestión del turismo rural (Domínguez, Alfonso, Cruz y Ortiz, 2022). Por ello, resulta necesario desarrollar esquemas de gestión comunitaria de proyectos turísticos y de creación de capacidades (López Pardo y Palomino, 2013; Pérez-Serrano, Sánchez, Valverde y Arnaiz, 2009; Serrano-Barquín, 2008) que, en conjunto, permitan el aprovechamiento turístico de los recursos endógenos.

Por otra parte, el flujo turístico entre zonas de litoral y zonas rurales cercanas favorece la integración del turismo rural, produciendo un impacto positivo en aspectos laborales y turísticos de las zonas rurales (Sánchez-Sánchez y Sánchez-Sánchez, 2022). Es necesario conseguir la integración de los espacios protegidos en el entorno rural, para que se produzca un reequilibrio del territorio y para que el turismo funcione como elemento de desarrollo y mejora social y territorial, sin descuidar la conservación de los recursos naturales (Sánchez y Sánchez, 2021).

El turismo rural ha sido por muchas décadas agente de inclusión, igualdad de oportunidades y visibilización de las familias rurales y sus producciones (Gallo y Peralta, 2018). En este contexto, la salida de la pandemia COVID 19 se plantea como una doble oportunidad para el sector: captar a los turistas que buscan estas experiencias y darse a conocer con mayor fuerza ante la oferta interna (Gallo y Galmarini, 2021).

A nivel global se identifica el crecimiento del turismo rural, las características de este fenómeno han sido estudiadas desde la década de los 80, a lo largo de este tiempo se ha generalizado la aceptación de esta práctica como promotora de la conservación ambiental y el desarrollo local (Mtapuri et al., 2021), donde la población residente se vuelve el principal actor del proyecto turístico, considerando una distribución equitativa de obligaciones y beneficios que se generen (García Aguilar et al., 2022).

En este contexto, las comunidades rurales de la Sierra Madre Occidental en el estado de Durango, el turismo rural en los últimos cuatro años se ha fortalecido, a raíz de las necesidades y demandas presentadas por la población de las localidades urbanas.

1.2. Emprendimiento rural

El emprendimiento es actualmente considerado como una herramienta para que las comunidades rurales puedan impulsar el desarrollo tanto económico, social, productivo e incluso el cultural dentro de los municipios, sin embargo, pese a las bondades de esta tendencia existen aún desafíos considerables para que los aportes obtenidos sean realmente sostenibles e impactantes (Paz, 2022).

El emprendimiento es la capacidad humana de poner en marcha sus propias iniciativas, liderarlas y hacer de ellas, el escenario ideal para beneficiar no solo al individuo sino a la sociedad en general (Acosta, David, Dorado, Guevara y Jurado, 2019). La diversificación de actividades económicas en las comunidades rurales permitió que la mayoría de los emprendimientos puedan permanecer en el tiempo (López, Llugsha y Muñoz, 2022). De esta forma, el emprendimiento rural nace como una actividad económica que los pobladores de las zonas rurales realizan en la búsqueda de un bienestar social y económico.

El Emprendimiento Rural es una estrategia económica, que consiste en la creación de negocios haciendo uso de recursos naturales, que van desde el cultivar la tierra y producir productos y/o brindar un servicio, que luego son comercializados por los emprendedores rurales (Lechuga-Nevárez, 2022).

El emprendimiento rural ya no debe ser visto solo como vinculado a la función agrícola, sino al territorio, lo que da espacio para que se establezcan otros tipos de empresas no agrícolas en la ruralidad y sean considerados como emprendimiento rural (Arias-Vargas, Ribes-Giner y Garcés-Giraldo, 2022). Asimismo, el emprendimiento rural es la oportunidad para que las comunidades rurales logren un crecimiento sostenido en la economía regional, la seguridad

alimentaria, el desarrollo (Sáchica, Velandia, Mora y Gómez, 2022). y la reactivación de los municipios (Espinoza, 2021).

Los emprendimientos que prestan servicios y actividades bajo esta modalidad, con una correcta gestión pueden ser claves esenciales y puntos de referencia para que (Mero y Rivera, 2023) se fortalezca el turístico rural en las comunidades rurales en la Sierra Madre Occidental en el estado de Durango.

1.3. Turismo rural como estrategia de emprendimiento rural

El emprendimiento ha tomado más fuerza dentro de la sociedad, cada vez se pueden ver más personas que desarrollan ideas de negocio innovadoras como alternativa de desarrollo económico y social (Prieto y Gómez, 2023). Las actividades de emprendimiento pueden entenderse como proyectos para la vida puesto que en ellas se dispone principalmente de liderazgo, innovación y dedicación y en segundo plano el factor económico, teniendo en cuenta que en la mayoría de los casos el emprendimiento surge de una idea novedosa pero también de una necesidad y ese es justamente el punto de partida para desarrollar una propuesta (Prieto y Gómez, 2023).

En las últimas décadas, el turismo rural ha crecido en su oferta y demanda, mostrándose como una alternativa sostenible frente al turismo de masas o convencional, especialmente para destinos emergentes. Este proceso se ve potenciado por la implementación de políticas sustentadas en el concepto de multifuncionalidad de los espacios rurales, donde el turismo rural se posiciona como una oportunidad para el desarrollo local (Guevara y Luconi, 2023).

Mencionar, que el turismo rural ha sido uno de los promotores importantes en el desarrollo de emprendimientos puesto que la afluencia de personas de un sitio a otro permite el crecimiento comercial (Prieto y Gómez, 2023). El turismo rural puede contribuir a resignificar el sentido de viajar, orientándose a prácticas sostenibles y mejorando las condiciones de vida de las comunidades rurales (Thomé-Ortiz, Gomez, Mendivil, Villani, Roque y Cobello, 2023).

Méndez (2016), subraya la importancia de considerar tres aspectos fundamentales en la reconversión turística de las comunidades rurales:

- 1) La percepción local del atractivo turístico,
- 2) La disposición e interés de participar y
- 3) El nivel organizativo de la comunidad. A su vez, diversos autores (Bermúdez, 2004; Méndez, 2016; Querol, 2010; Rivera y Pavez, 2012), consideran como elementos de la gestión del turismo rural: i) la planeación, ii) la organización, iii) la dirección, iv) la operación y v) la evaluación. Aspectos que suelen estar ausentes en las comunidades rurales que intentan incursionar en la actividad turística (Domínguez, Alfonso, Cruz y Ortiz, 2022).

En este contexto, nace esta investigación cuyo objetivo es analizar el turismo rural una alternativa de emprendimiento rural en las comunidades rurales de la Sierra Madre Occidental del estado de Durango. Las hipótesis planteadas:

Ho: El turismo rural es una alternativa de emprendimiento rural en las comunidades rurales de la Sierra Madre Occidental del Estado de Durango.

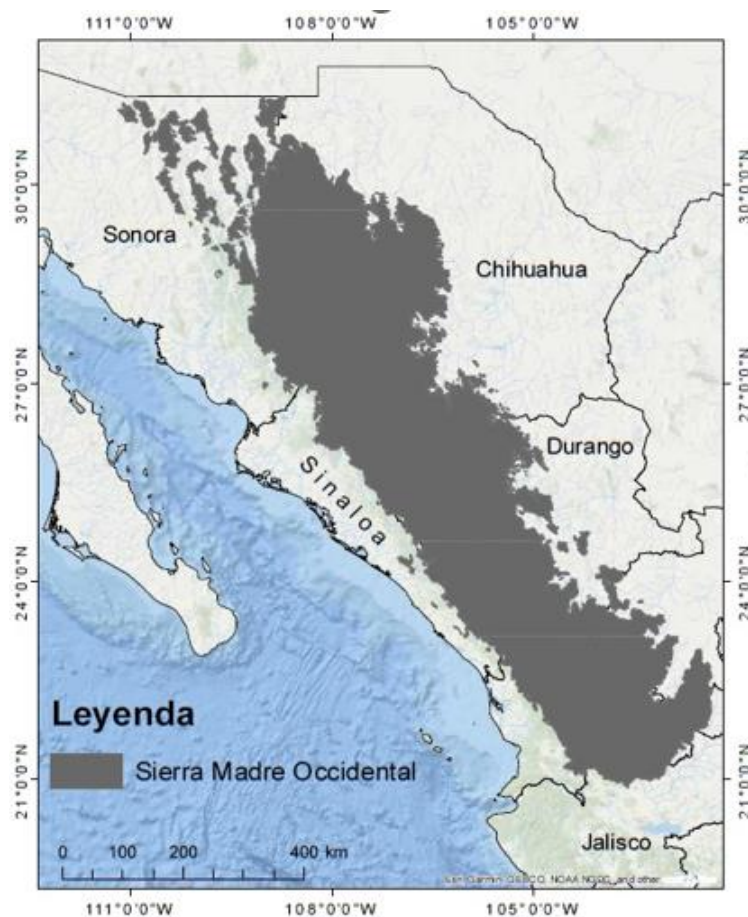
H1: El turismo rural no es una alternativa de emprendimiento rural en las comunidades rurales de la Sierra Madre Occidental del Estado de Durango.

2. Metodología

La investigación se realizó en las comunidades rurales ubicadas en la Sierra Madre Occidental, en el estado de Durango, es una cadena montañosa que abarca todo el oeste mexicano y el extremo suroccidental de los Estados Unidos (Worldwildlife.com, 2008). Transita Arizona, así como Chihuahua, Sonora, Sinaloa, Durango, Nayarit, Zacatecas, Aguascalientes, Jalisco lugar donde se une al Eje Volcánico Transversal de México, en sus 1500 km de longitud.. La sierra tiene una extensión de 289 000 km² (Worldwildlife.com, 2008) y ocupa la sexta parte del territorio mexicano. Su anchura en promedio es de 150 km, con alturas de hasta 3000 metros sobre el nivel del mar (Elbalero.gob.mx., 2008) Transversalmente, estas sierras son atravesadas por el Ferrocarril de Chihuahua al Pacífico, un Tren Turístico también llamado Chepe.

La Sierra Madre Occidental se caracteriza por grandes bosques mixtos de pino-encino, de pinos, encinas y oyamel, así como numerosas especies endémicas y una gran variedad de flora y fauna, es considerada el pulmón natural en la zona norte de México.

Figura 1. Sierra Madre Occidental México y sus límites



Fuente: González-Elizondo et al. (2012).

La investigación inició con la revisión de literatura, lo cual permitió contextualizar y la construcción del marco teórico del tema de estudio el turismo rural una alternativa de emprendimiento rural en las comunidades rurales de la Sierra Madre Occidental del Estado de Durango.

El enfoque de este estudio es cuantitativo, el cual permitió analizar a partir de los datos y resultados obtenidos del turismo rural una alternativa de emprendimiento rural.

El diseño de la investigación, considerando la finalidad del estudio, es descriptivo, ya que permitió describir el fenómeno de estudio. Explicativo al buscar especificar propiedades, características y rasgos importantes del fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación que se analiza, no experimental, ya que no se realiza manipulación de las variables (Hernández et al., 2017). El alcance o su desarrollo en el tiempo es transversal, pues los datos se recolectaron en un solo periodo de tiempo; las variables se miden al mismo tiempo y no siempre puede establecerse una secuencia temporal entre las variables.

La técnica usada para la compilación de la información fue la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los instrumentos se diseñaron a partir de la revisión de la literatura y la operacionalización de las variables del tema de estudio (ver tabla 1).

Tabla 1. Conceptualización de las variables y factores del tema de estudio

Variable	Factores	Concepto
Turismo Rural	Infraestructura_Turística	Conjunto de bienes y servicios que los visitantes turísticos están dispuestos a adquirir durante su estancia en las localidades rurales.
	Experiencias_Turísticas	Conjunto de actividades proporcionadas por los destinos turísticos a los visitantes, como senderismo, pescar, lunadas entre otros.
	Servicio_Turístico	Nivel del servicio recibido y/o ofrecido que satisfaga las necesidades demandas por los turistas en relación a sus expectativas.
	Costos_Turismo_Rural	Es el valor de los servicios y/o productos que el turista tienen que desembolsar para recibirlos durante el trayecto y estancia de su viaje turístico.
	Recuerdos_Turísticos	Evocaciones y remembranzas creadas a partir de los vivido durante el viaje turístico.
	Gusto_y_recomendaciones	Satisfacción y agrados por los servicios y/o productos adquiridos durante el viaje turístico en las comunidades rurales
Emprendimiento rural	Conocimientos	Saberes de los emprendedores rurales que les permitieron crear, desarrollar y consolidar sus negocios.
	Planeación	Es el planteamiento anticipado de las actividades, procesos a realizar así como los recursos a utilizar para su optimización sin perder la calidad ofrecida.
	Organización	Etapas del proceso administrativo en el que se administra ordenadamente para lograr las metas y objetivos planeados y la gestión dentro de las organizaciones.

	Supervisión_Control	Proceso en donde se da la interacción directa de las personas involucradas en la actividad turística rural, para lograr los objetivos y metas eficaz y eficiente.
	Administración	Actividad realizada por los emprendedores rurales, para organizar y dirigir el trabajo dentro de sus emprendimientos eficiente y eficaz.
	Mercadotecnia	Conjunto de estrategias de publicidad para comercializar los servicios y/o productos ofrecidos.

Fuente: elaboración propia

El cuestionario que se utilizó para analizar el turismo rural consta de 30 preguntas y 5 preguntas para cada factor. El cuestionario para analizar el emprendimiento rural quedó conformado por 35 preguntas, 7 preguntas para el factor de conocimiento, 5 para planeación, 5 para organización, 5 para supervisión y control, 5 para administración y 5 para el factor de mercadotecnia, para ambos instrumentos, se usó la escala de Likert, con los siguientes valores según el caso, 0 totalmente en desacuerdo, 1 En desacuerdo, 2 Me es indiferente, 3 De acuerdo y 4 Totalmente de acuerdo.

Para evaluar la validez de los cuestionarios se aplicó la técnica de juicio de expertos en donde su retroalimentación permitió fortalecer los instrumentos. Posteriormente se realizó una prueba piloto y se hizo el análisis de fiabilidad del instrumento para lo cual se usó el coeficiente Alpha de Cronbach, obteniéndose un valor de .854, para el cuestionario de turismo rural y un coeficiente Alpha de Cronbach para el cuestionario de emprendimiento rural de .829, estos valores consideran una confiabilidad fuerte.

La muestra se determinó a partir de la población con un nivel de confianza del 95% y un error del 5%. Se usó un muestreo no probabilístico por conveniencia, considerando las características de la muestra. La muestra se determinó siguiendo el criterio de inclusión. Para el turismo rural, se consideraron turistas mayores de 18 años que visitaron las comunidades rurales de la sierra Madre Occidental en el estado de Durango, quedando integrada por 261 turistas.

Los emprendimientos que forman parte del turismo rural ubicados en las comunidades rurales de la Sierra Madre Occidental en el estado de Durango fueron un total de 52 (ver Tabla 2).

Tabla 2. Emprendimientos estudiados de las comunidades rurales de la Sierra Madre Occidental

No.	Empresas
18	Alojamientos
6	Misceláneas
4	Farmacias
7	Comedores y/o restaurantes
2	Talleres mecánicos

6	Empresas que ofrecen experiencias turísticas
3	Tienda de blancos
1	Tienda de electrodomésticos
2	Servicio de plomería
2	Desponchadoras
1	Servicio médico

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta aplicada

La recopilación de la información se realizó haciendo una solicitud formal a los sujetos de estudio. Una vez que se aplicó la encuesta se procedió a la creación de la base de datos en Excel, luego se importó a SPSS ver. 25 para el procesamiento y análisis e interpretación de los datos. Se realizaron las pruebas de normalidad a los datos para conocer el comportamiento de los datos, para ambos cuestionarios por el tamaño de la muestra en donde $n \geq 50$ se aplicó la prueba de *Kolmogorov-Smirnov* obteniéndose un nivel de significancia mayor a $p > .05$, lo que significa que los datos tienen una distribución normal, lo que indica que es una muestra paramétrica y se aplicaron pruebas paramétricas. Para conocer el nivel de relación de los factores usados para analizar el turismo y emprendimiento rurales se usó el coeficiente de correlación de Pearson.

3. Resultados

En esta investigación se estudiaron dos sujetos de estudio, por un lado, al turista rural, quien a partir de su opinión y comentarios permitió conocer el servicio recibido dentro de su actividad turística, y por otro el emprendedor rural que ofreció su producto y/o servicio a los turistas que visitaron las comunidades de estudio, esto a su vez permitió hacer un mejor análisis del tema de estudio.

3.1. Características de los turistas rurales estudiados

La edad promedio de los visitantes fue de 39.4 años, en relación al género de los turistas el 47% fueron mujeres y el 53% hombres; el estado civil de los visitantes encuestados el 59% son casados y el 41% solteros; con respecto a la preparación académica de los visitantes, los datos más relevantes son que el 44% tienen preparatoria y un 33% nivel licenciatura; la ocupación de los visitantes, el 33% estudiantes, 31% empleados, 18% amas de casa y 11% jubilados; otro dato significativo es el lugar de residencia de los turistas, el 50% de Durango, 21% de Sinaloa, 13% de Nuevo León y un 4% de otros países como Estados Unidos, el estado socioeconómico, el 78% tienen un nivel socioeconómico medio (ver tabla 3).

Tabla 3. Características socioeconómicas de los turista rurales encuestados

N	261	
Indicador	Características	Valor
Género	Mujer	47% (123)

	Hombre	53% (138)
Estado civil	Solteros	41% (107)
	Casados	59% (154)
Grado de estudio	Primaria	10% (25)
	Secundaria	10%(26)
	Preparatoria	44%(116)
	Licenciatura	33%(87)
	Posgrado	3% (7)
Ocupación	Estudiantes	33% (85)
	Empleados	31%(80)
	Empresarios	7%(20)
	Jubilados	11%(30)
	Amas de casa	18% (46)
Lugar de residencia	Durango	50%(130)
	Sinaloa	21%(55)
	Zacatecas	8%(20)
	Nuevo León	13%(35)
	Chihuahua	4%(10)
	Otro país	4%(11)
Nivel Socioeconómico	Bajo	6% (16)
	Medio	78% (203)
	Alto	16% (42)

Fuente: elaboración propia

3.2. Características de los emprendedores estudiados

La edad promedio de los emprendedores es de 33.6 años. En relación a las variables socioeconómicas, el género indica que el 52% de los emprendedores son hombres mientras que el 48% mujeres, esto es muy interesante considerando que la cultura en las localidades rurales es tradicional, se observa que hay una reducción en la brecha de género; el estado civil, expone que el 75% de los emprendedores están casados y un 25% solteros, lo cual indica que ante la necesidad de cubrir las sostener a sus familias y aprovechando la oportunidad presentada el turismo, emprendieron. La preparación académica también muestra datos muy interesantes, el 29% solo tienen primaria, un 25% secundaria, 23% preparatoria 19% tienen una licenciatura o una ingeniería y un 4% tienen un posgrado, estos datos son relevantes para la actividad emprendedora, aun cuando de cierta forma se tiene una preparación académica base, los saberes

y la experiencia de los emprendedores rurales ha sido elemental en la creación, desarrollo y consolidación de sus emprendimientos ante la demanda de necesidades presentada por los turistas y el turismo rural; por último el nivel socioeconómico un 67% es medio, estos datos se muestran en la tabla 4.

Tabla 4. Características socioeconómicas de los emprendedores encuestados

N		52
Indicador	Características	Valor
Género	Mujer	48% (25)
	Hombre	52% (27)
Estado civil	Solteros	25% (13)
	Casados	75% (39)
Grado de estudio	Primaria	29% (15)
	Secundaria	25% (13)
	Preparatoria	23% (12)
	Licenciatura	19% (10)
	Posgrado	4% (2)
Nivel	Bajo	23% (12)
Socioeconómico	Medio	67% (35)
	Alto	10% (5)

Fuente: elaboración propia

3.3. Caracterización de los emprendimientos estudiados

Los emprendimientos estudiados en relación con el tamaño de las empresas un 83% son Micros, es decir tienen de 1 a 10 colaboradores, mientras que el 17% son pequeñas empresas 10 a 50 empleados. Los negocios el 54% son emprendimientos nuevos y el 46 % son empresas consolidadas es decir tienen más de 3 años de conformadas. En relación al giro de los negocios, 42 % son de consumo y el 58% de servicios; en cuanto al número de colaboradores que tienen los negocios, el 48% tienen de 1 a 5 colaboradores, 35% de los emprendimientos de 6 a 10 colaboradores, el 13% de 11 a 15 colaboradores y un 4% más de 15 colaboradores; en relación a la forma de financiamiento utilizada para la creación, desarrollo y consolidación de sus negocios, el 83% con ingresos propios, mostrando que sus emprendimientos los crearon con ingresos propios y en algunos casos con apoyo económico de la familia por otra parte el 17% con apoyo de diferentes programas del gobierno; finalmente el 69% de los emprendimientos se crearon a partir de una necesidad y el 31% por oportunidad (ver tabla 4), estos resultados muestran como el turismo rural surgido y propiciado por los pobladores en las localidades

rurales ha fomentado el emprendimiento rural y con ello un beneficio social y económico en las comunidades rurales (ver tabla 5).

Tabla 5. Características de las empresas encuestadas

Indicador	Concepto	Valor
Tamaño de la empresa	Micro	83%(43)
	Pequeña	17%(9)
Etapas de emprendimiento	Nuevo	54% (28)
	Consolidado	46% (24)
	Abandonado	0% (0)
Giro	Servicios	58% (30)
	Consumo	42% (22)
Número de Empleados	1 a 5	48% (25)
	6 a 10	35% (18)
	11 a 15	13% (7)
	Más de 15	4% (2)
Fuentes de financiamiento	Ingresos propios	83% (43)
	Programas de gobierno	17% (9)
Tipo de emprendimiento	Por necesidad	69% (36)
	Por oportunidad	31% (16)

Fuente: elaboración propia

3.4. Análisis descriptivo de las variables turismo y emprendimiento rural

Para la unidad de estudio turismo rural y los factores usados para su análisis, se encuestaron a 261 turistas, los cuales expresaron su opinión en donde el factor *Gusto_y_recomendación* tuvo el nivel de significancia más alto con una media de 4.79, esto indica que los visitantes disfrutaron de su estancia, ya que se caracterizan por ser entornos únicos y especiales, llenos de historia y saberes de sus pobladores en un ambiente natural lleno de atractivos naturales que recomiendan estas localidades; el siguiente factor en orden de importancia es el de *Recuerdos_Turísticos* con una media de 4.64, esto expone que los turistas tienen emociones a partir de las vivencias experimentadas en su viaje; enseguida el factor de *Experiencias_Turísticas* con una media de 4.53, esto muestra que los visitantes reunieron un conjunto de emociones, impresiones, espirituales e intelectuales durante su viaje; luego el factor de *Servicio_Turístico* con una media de 4.26, esto explica la importancia de la calidad del servicio recibido durante su estancia en las localidades rurales; los *Costos_Turismo_Rural*, es

otro de los factores que en este orden de importancia con una media de 3.44, indica que los costos son acordes a lo ofrecido sin perder de vista el compromiso y la calidad ofrecida por los pobladores quienes brindan los servicios turísticos, y finalmente Infraestructura_Turística, con una media de 2.30, este factor indica solamente las condiciones físicas de los alojamientos en donde los visitantes se hospedaron, ya que las condiciones en algunos casos son rudimentarias por las propias condiciones que ofrece el entorno natural de estas localidades, estos resultados se muestran en la tabla 6.

Tabla 6. Medias de los factores de la variable turismo rural

Factores	Media	Desv. Desviación
Infraestructura_Turística	2.30	.509
Experiencias_Turísticas	4.53	.484
Servicio_Turístico	4.26	1.410
Costos_Turismo_Rural	3.44	1.201
Recuerdos_Turísticos	4.64	.616
Gusto_y_recomendación	4.79	.450

Fuente: elaboración propia

En esta misma línea para la unidad de análisis de emprendimiento rural, se encuestaron a 52 emprendimientos rurales que en conjunto hacen posible el turismo rural a través de sus productos y/o servicios, para ello el factor más significativo fue el de Conocimientos con una media de 3.66, lo cual indica la importancia de los conocimientos y saberes de los emprendedores rurales para ofrecer servicios y/o productos de calidad a los visitantes; en este orden de importancia, el siguiente factor fue el de Organización con una media de 2.73, esto muestra que los emprendedores tienen un método para realizar su actividad emprendedora, orden en la realización de su trabajo y esto les permite realizar cambios si son necesarios para eficientar sus actividades laborales; luego el factor de Administración con una media de 2.51, es decir, estos negocios estudiados, buscan optimizar el capital humano, los recursos materiales, tecnológicos, económicos, haciendo uso de la organización, planificación, dirección y control, en ocasiones de forma empírica. Los factores de Supervisión y control con una media de 2.43 y el factor de Planeación con una media de 2.35, son elementos de la administración que cada emprendimiento lleva a cabo en la búsqueda optimizar sus productos y/o servicios y finalmente el factor de Mercadotecnia con una media de 2.28, esto indica que hace falta publicidad en las comunidades rurales para atraer más visitantes y con ello fomentar el emprendimiento (ver tabla 7).

Tabla 7. Medias de los factores de emprendimiento rural

Factores	Media	Desv. Desviación
Conocimientos	3.66	.915

Planeacion	2.35	.596
Organizacion	2.73	.787
Supervicion_Control	2.43	.475
Administracion	2.51	.517
Mercadotecnia	2.28	.470

Fuente: elaboración propia

Para conocer la relación de existente entre la variable de estudio Turismo_rural y los factores para su análisis, se usó el coeficiente de Pearson, en donde el factor que más asociación tiene es Servicio_Turistico con un valor de .564, lo cual explica que el servicio que recibieron por parte de los emprendedores rurales fue muy bueno y para los visitantes ha sido muy satisfactorio, el siguiente factor en orden con nivel de asociación es Costos_Turismo_Rural con un valor de .545, esto muestra que para los turistas el costo que tuvieron que pagar por el servicio ofrecido fue considerable pero adecuado, por la oportunidad de disfrutar y convivir con las comunidades rurales, de aprender y conocer otras formas de vida en contextos de la cotidianidad, en contacto con la naturaleza, la cultura, la productividad, la sensibilidad y la identidad de los pobladores rurales. El siguiente factor con un nivel de asociación fue Recuerdos_Turísticos con un valor de .491, esto representa que los visitantes vivieron momentos inolvidables que ofrece el turismo rural en el periodo vacacional, esto asociado al siguiente factor en orden de asociación Experiencias_Turísticas con un valor de .464, las experiencias turísticas son todas las emociones, sensaciones que los visitantes experimentaron a partir de lo que vivieron durante su estancia vacacional en las comunidades rurales, como hacer senderismo, paseo en bicicleta, paseo en todo terreno, en motonetas, en reacer; disfrutar de parajes naturales como jardines de piedra, contacto directo con flora y fauna de estos lugares mágicos y de su cultura. El siguiente factor es el Gusto_y_recomendación con un valor de .368, este elemento es consecuencia de los anteriores, los visitantes rurales son los responsables de recomendar a estos lugares para que sean visitados y ellos mismos regresar en fechas posteriores, estas son acciones que fortalece al turismo rural. Finalmente, la Infraestructura_Turística con un valor de .309, este factor tiene un nivel de asociación menor, pero es el elemento más importante para esta unidad de estudio, ya que el éxito de esta actividad está fundamentada en las características propias de estos lugares en donde predomina lo natural y cultural (ver tabla 8).

Tabla 8. Relación de la variable turismo_rural y sus factores de análisis

Variable/Factores	Costos_						Gusto
	Infraestructura_	Experiencias_	Servicio	Turismo_	Recuerdos		y
Turismo_rural	Turística	Turísticas	_Turistico	Rural	Turísticos		recomendación
Turismo_rural	.309**	.464**	.564**	.545**	.491**		.368**
Infraestructura_Turística	.309**	.007	-.084	.135*	-.001		-.030
Experiencias_Turísticas	.464**	.007	.283**	.091	.298**		.448**
Servicio_Turistico	.564**	-.084	.283**	.020	.217**		.106
Costos_Turismo_Rural	.545**	.135*	.091	.020	.193**		.043
Recuerdos_Turísticos	.491**	-.001	.298**	.217**	.193**		.442**

Gusto_y_recomendación	.368**	-.030	.448**	.106	.043	.442**
-----------------------	--------	-------	--------	------	------	--------

Fuente: elaboración propia

Para la variable de emprendimiento rural el factor con mayor nivel de asociación fue Administración con un valor de .878, esto expone que esta disciplina dentro del emprendimiento es la gestión adecuada de los elementos esenciales para alcanzar la satisfacción de visitantes y alcanzar los objetivos de la organización emprendedora. El siguiente factor con un valor de asociación de .871 fue Organización, este elemento en el emprendimiento rural es quien se encarga de ordenar y formalizar el funcionamiento de diferentes negocios que fortalecen el turismo rural. Enseguida el factor en orden de asociación es Planeación con un valor de .750, esto ayuda a los negocios a organizar mejor las diferentes actividades y tareas que se realizan para fortalecer el turismo rural como parte de los diferentes agentes que lo hacen posible. En este orden de asociación el factor de Supervisión_Control con un valor de .481, este elemento en el emprendimiento rural propicia mejor toma de decisiones y detectar errores posibles a futuros de forma oportuna. Los factores de Conocimientos con un valor de .308 y Mercadotecnia con un valor de asociación de .137, estos dos elementos están relacionados, ya que los conocimientos en emprendimiento facilitan la creación y promoción de los negocios y esto a su vez la promoción del turismo rural, estos resultados se muestran en la tabla 9.

Tabla 9. Relación de la variable emprendimiento rural y los factores usados para su análisis

Variables/Factores	Empredimiento_			Supervisión_			
	Rural	Conocimientos	Planeación	Organización	Control	Administración	Mercadotecnia
Empredimiento_ Rural		.308*	.750**	.871**	.481**	.878**	.137
Conocimientos	.308*		-.146	-.114	-.057	-.132	.046
Planeación	.750**	-.146		.760**	.280*	.856**	-.033
Organizacion	.871**	-.114	.760**		.442**	.936**	.112
Supervicion Control	.481**	-.057	.280*	.442**		.638**	-.486**
Administración	.878**	-.132	.856**	.936**	.638**		-.105
Mercadotecnia	.137	.046	-.033	.112	-.486**	-.105	

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: elaboración propia

La relación existente entre las dos variables es significativa con un valor de .870, esto muestra que cualquier cambio que experimente la variable de Turismo_rural impactará de forma directa en el Emprendimiento_Rural, y viceversa, esto explica que el logro del objetivo general de esta investigación. Es decir, el turismo rural, ofrece nuevos productos y/o servicios turísticos, creados o generados por emprendedores del medio rural, lo cual permite que los turistas tengan la oportunidad de acceder a ellos y fomentar la actividad emprendedora además

de convivir con los pobladores rurales y el contexto natural y cultural que ofrecen estas comunidades rurales.

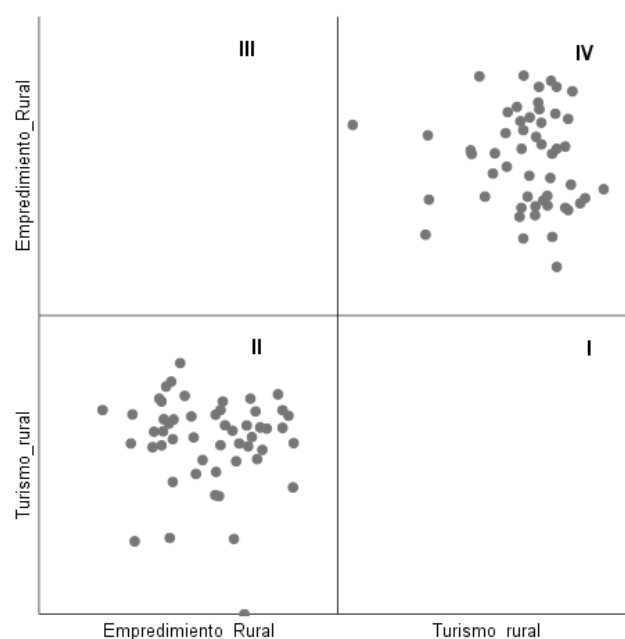
Tabla 10. Correlación entre las variables turismo y emprendimiento rural

		Turismo_rural	Emprendimiento_Rural
Turismo_rural	Correlación de Pearson	1	.870
	Sig. (bilateral)		.001
	N	52	52
Emprendimiento_Rural	Correlación de Pearson	.870	1
	Sig. (bilateral)	.001	
	N	52	52

Fuente: elaboración propia

En el gráfico 1, se observa la relación existente de estas dos variable, se muestra específicamente en los cuadrantes II y IV los valores de los diferentes factores usados para analizar las dos variables y el comportamiento de los mismo, lo cual expone la relación existente entre ellos, esto a su vez comprueba la hipótesis Ho: El turismo rural es una alternativa de emprendimiento rural en las comunidades rurales de la Sierra Madre Occidental del Estado de Durango.

Gráfico 1. Matriz de dispersión del turismo_rural y emprendimiento_rural



Fuente: elaboración propia

5. Conclusiones

El desarrollo de este estudio a partir de los resultados obtenidos muestra que el objetivo planteado en la investigación, analizar el turismo rural como una alternativa de emprendimiento rural en las comunidades rurales de la Sierra Madre Occidental del Estado de Durango, se cumplió. Tras haber realizado el trabajo de campo a los visitantes y a los emprendedores rurales de este estudio, se presentan algunos hallazgos significativos y que han impactado en el desarrollo del turismo y el emprendimiento rural.

La edad promedio de los visitantes estudiados es de 39.4 años, el género de los turistas el 47% fueron mujeres y el 53% hombres; el estado civil de los visitantes encuestados el 59% son casados y el 41% solteros; con respecto a la preparación académica de los visitantes, los datos más relevantes son que el 44% tienen preparatoria y un 33% nivel licenciatura; la ocupación de los visitantes, el 33% estudiantes, 31% empleados, 18% amas de casa y 11% jubilados, observándose que el contexto sociodemográfico ha permitido que ellos muestren interés en practicar el turismo rural.

Por otra parte, los emprendedores estudiados tienen una edad promedio de 33.6 años. En relación a las variables socioeconómicas, el género indica que el 52% de los emprendedores son hombres mientras que el 48% mujeres, esto es muy interesante considerando que la cultura en las localidades rurales es tradicional, se observa que hay una reducción en la brecha de género; el estado civil, expone que el 75% de los emprendedores están casados y un 25% solteros, lo cual indica que ante la necesidad de sostener a sus familias y aprovechando la oportunidad presentada el turismo, emprendieron. La preparación académica también muestra datos muy interesantes, el 29% solo tienen primaria, un 25% secundaria, 23% preparatoria 19% tienen una licenciatura o una ingeniería y un 4% tienen un posgrado, estos datos son relevantes para la actividad emprendedora, aun cuando de cierta forma se tiene una preparación académica base, los saberes y la experiencia de los emprendedores rurales ha sido elemental en la creación, desarrollo y consolidación de sus emprendimientos ante la demanda de necesidades presentada por los turistas y el turismo rural; por último el nivel socioeconómico un 67% es medio.

Los emprendimientos estudiados en relación con el tamaño de las empresas un 83% son micros, es decir, tienen de 1 a 10 colaboradores, mientras que el 17% son pequeñas empresas 10 a 50 empleados. Los negocios el 54% son emprendimientos nuevos y el 46 % son empresas consolidadas es decir tienen más de 3 años de conformadas. En relación al giro de los negocios, 42 % son de consumo y el 58% de servicios; en cuanto al número de colaboradores que tienen los negocios, el 48% tienen de 1 a 5 colaboradores, 35% de los emprendimientos de 6 a 10 colaboradores, el 13% de 11 a 15 colaboradores y un 4% más de 15 colaboradores; en relación a la forma de financiamiento utilizada para la creación, desarrollo y consolidación de sus negocios, el 83% con ingresos propios, mostrando que sus emprendimientos los crearon con ingresos propios y en algunos casos con apoyo económico de la familia por otra parte el 17% con apoyo de diferentes programas del gobierno; finalmente el 69% de los emprendimientos se crearon a partir de una necesidad y el 31% por oportunidad, estos resultados muestran como el turismo rural surgido y propiciado por los pobladores en las localidades rurales ha fomentado el emprendimiento rural y con ello un beneficio social y económico en las comunidades rurales.

En relación a las variables de estudio y los factores usados para el análisis de cada una de ellas en conjunto están asociadas y relacionadas lo cual expone que para el turismo rural el servicio turístico ofrecido por los pobladores rurales es significativo para los turistas por la

calidad ofrecida en las diferentes actividades practicadas así como la infraestructura a partir de los alojamientos en donde se hospedaron; el precio también fue representativo pero congruente con el servicio recibido; la experiencia turística rural experimentada propició el gusto y recomendación de los lugares rurales visitados así como también creación de recuerdos que impactan en las vivencias y bienestar de los turistas rurales .

Para la variable emprendimiento rural, la administración, la organización y la planeación, supervisión y control, los conocimientos y el *marketing* son elementales en la creación, desarrollo y consolidación de los emprendimientos. En relación a las habilidades, competencias y conocimiento de los pobladores rurales, los saberes son fundamentales en la actividad emprendedora

El turismo rural es una actividad económica que propicia y fortalece el emprendimiento rural y esto conlleva al crecimiento y desarrollo económico de las comunidades rurales y estatal. Con esto se acepta la hipótesis nula: El turismo rural es una alternativa de emprendimiento rural en las comunidades rurales de la Sierra Madre Occidental del Estado de Durango.

Por esto, el turismo rural es promovido en las comunidades rurales, y esto a su vez crea mejora condiciones de vida en los sectores más frágiles, a través de las diversas actividades generadas por el turismo que se han convertido un ingreso extra para los pobladores rurales, propiciando condiciones de vida mejores impactando en el bienestar de las familias rurales, y esto a su vez contribuye en el desarrollo económico de la región de la Sierra Madre Occidental del estado de Durango.

El turismo rural ofrece numerosas oportunidades de emprendimiento para la población de las localidades rurales estudiadas, donde han emprendido negocios ligados al servicio y los cuidados, como es la actividad alojativa y restauradora, aunado a lo anterior, el gran flujo turístico entre la región de litoral y la zona serrana favorece el turismo rural en las comunidades rurales de estudio impactando social y económicamente en el desarrollo regional del estado de Durango.

6. Referencias

- Acosta, J., David, H., Dorado, J., Guevara, J. & Jurado, I. (2019): Herramientas para asesorar en emprendimiento. Pasto: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo-AECD.
- Agro Empresario (domingo 29 de diciembre de 2019). Política agropecuaria: multifuncionalidad y turismo rural van de la mano. Disponible en <https://agroempresario.com/publicacion/29228/politica-agropecuaria-multifuncionalidad-y-turismo-rural-van-de-la-mano/>
- Amador, C. F., Flores, O. V., George, J. S., & Peñuelas, I. J. S. (2022): Configuración y emprendimiento a través del turismo rural comunitario en la comunidad La Florida, Estado de Hidalgo, México. *Boletín Científico INVESTIGIUM de la Escuela Superior de Tizayuca*, 8(15), 6-14.
- Arias-Vargas, F. J., Ribes-Giner, G., & Garcés-Giraldo, L. F. (2022). Emprendimiento rural: una aproximación histórica. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(23), 45-66. <https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.03>

- Baltazar, B., O., & Zavala, R., J. (2015): El turismo rural como experiencia significativa y su estudio desde la fenomenología existencial. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 6(6), 1387-1401. Disponible en <https://www.scielo.org.mx/pdf/remexca/v6n6/v6n6a19.pdf>
- Barrera, E. (2006): Turismo rural. *Facultad de Agronomía, Buenos Aires*.
https://argentinambiental.com/wp-content/uploads/pdf/AA49-28-Turismo_Rural_Politica_Agropecuaria_Multifuncionalidad_Y_Turismo_Rural_Van_De_La_Mano.pdf
- Bermúdez, A., Arbeloa, J.V.M. & Giralt, A. (2004): Intervención en el patrimonio cultural: creación y gestión de proyectos. Madrid, Síntesis.
- Cucalón, G., & Melissa, J. (2023): *Turismo alternativo: Un enfoque desde la potencialidad de la comuna Palmar* (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2023.). Disponible en <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9052>
- Diéguez-Castrillón, M., Gueimonde-Canto, A., & Sinde-Cantorna, A. I. (2009): Turismo rural como estrategia de diversificación: factores determinantes y resultados en Galicia. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274320565002>
- Domínguez, I. G., Alfonso, M. J. P., Cruz, A. D., & Ortiz, H. T. (2022): Gestión del turismo rural comunitario en el centro de México: Una mirada desde la teoría del empoderamiento. *Cuadernos de Turismo*, (50), 71-96.
- Elbalero.gob.mx. [«Atlas de México»](#) (en inglés). Archivado desde [el original](#) el 15 de septiembre de 2008
- Espinoza, L., O. R., Lluglla, L., L. A. & Padilla, B., A. (2021): Emprendimiento rural post-Covid-19: consideraciones para una recuperación económica sostenible. *University and Society Journal* 443-451. Disponible en <https://cutt.ly/ibLuhLc>
- Gallo, G., & Peralta, J. (2018): Turismo Rural Comunitario: Valoración de saberes e identidad local. Buenos Aires: Editorial Académica Española (EAE).
- Gallo, G., & Galmarini, M. R. (2021). Reactivación del turismo rural post cuarentena 2020: TIC y adaptaciones aplicadas por emprendedores. <https://doi.org/10.33571/revinterseccion.v2n4a6>
- García, A., G., G., Serrano-Barquín, R. Del C., Palmas-Castrejón, Y. D., & Ramírez-Hernández, O. I. (2022). Turismo comunitario y patrimonio cultural desde la percepción de los residentes: Zacualpan de Amilpas, Morelos. *Región y sociedad*, 34. Disponible en <https://doi.org/10.22198/rys2022/34/1554>
- González-Elizondo, M. S., González-Elizondo, M., Tena- Flores, J. A., Ruacho-González, L. & López-Enríquez, I. L. (2012). Vegetación de la Sierra Madre Occidental, México: una síntesis. *Acta Botanica Mexicana*, 100, 351-403.

- Guevara, M. X., & Luconi, M. P. (2023). El turismo rural: una oportunidad de desarrollo sostenible. In *I Jornada Turismo, Comunidades y Ruralidad (La Plata, 5 al 7 de mayo de 2021)*.
- Hernández, S., R., Méndez, V., S., Mendoza, T., Ch. & Cuevas, R., A. (2017): Fundamentos de investigación (1era. ed.). México: McGraw Hill.
- Lechuga-Nevárez, MDR. (2023). Economía circular: ventaja competitiva de innovación y sostenibilidad en el emprendimiento rural. Editorial Universitat Politècnica de València. 309-323. <https://doi.org/10.4995/INN2022.2022.15755>
- López, P., G. & P., B. (2013): «Las empresas comunitarias de turismo de naturaleza: factores de éxito y fracaso», ponencia presentada en Congreso de Investigación Turística Aplicada. Campeche.
- López, P., Llugsha, V., & Muñoz, V. (2022): Los efectos del covid-19 en emprendimientos de turismo rural comunitario en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo: Effects of covid-19 on rural community-based tourism entrepreneurship in the Chimborazo Fauna Production Reserve. *Kalpana- Revista De Investigación*, (23), 43–58. Recuperado a partir de <https://publicaciones.udet.edu.ec/index.php/kalpana/article/view/146>
- Llugsha, Ch., J. E. (2021). *Saberes y expresiones culturales ancestrales de la Comuna Chilibulo Marcopamba la Raya* (Bachelor's thesis, Quito: UCE). Disponible en <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/22978>
- Lunardi, R. & Souza, M. (2011). *Os atores do desenvolvimento rural. Perspectivas teórica e práticas sociais*. UFRGS. Disponible en <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/232557/000783587.pdf?sequence=1>
- Martinez-Nunez, C., Rey, P. J., Manzaneda, A. J., Tarifa, R., Salido, T., Isla, J., & Molina, J. L. (2020). Direct and indirect effects of agricultural practices, landscape complexity and climate on insectivorous birds, pest abundance and damage in olive groves. *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 304, 107145. Disponible en <https://doi.org/10.1016/j.agee.2020.107145>
- Méndez, A. (2016): «Determinantes sociales de la viabilidad del turismo alternativo en Atlautla, una comunidad rural del Centro de México», Investigaciones Geográficas. Boletín del Instituto de Geografía, nº 90, pp. 119-134
- Mero, M., N. A., & Rivera, C., G. E. (2023). *Implementación de una finca agroturística como emprendimiento de turismo rural en la comunidad Sarampion* (Bachelor's thesis, Calcuta: ESPAM MFL).
- Moral, M., Fernández, M. & Sánchez, M. (2019) Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales. *Espacios*, 40(1) 1-14. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=54036>

- Mtapuri, O., Giampiccoli, A., & Jugmohan, S. (2021). Impact of COVID-19 on small community-based tourism businesses: Diversification of opportunities and threats in modern Africa. *Economic Annals-XXI*, 192(7-8), 177-187. Scopus. Disponible en <https://doi.org/10.21003/ea.V192-15>
- Nevado, B., J. V., & Cruz, B., K. T. (2017). Factores que influyen en el comportamiento de los turistas 25 a 35 años de Lima Metropolitana que realizan turismo interno. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)., Lim, Perú. <https://doi.org/10.19083/tesis/624808>
- OMT - Organización Mundial del Turismo (2020): Recomendaciones de la OMT sobre turismo y desarrollo rural. Una guía para convertir el turismo en una herramienta de desarrollo rural efectiva. Pp. 1-25. Disponible en <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422210>
- Pérez-Serrano, A.M., Sánchez, J.P.J., Valverde, B.R. & Arnaiz, F.C. (2009): «Desarrollo de capacidades como medio para fortalecer el capital humano de empresas turísticas en el medio rural: caso red de turismo alternativo Totaltikpak, AC», *Campo-Territorio: Revista de Geografía Agraria*, vol. 4 (7), pp. 63-85.
- Prieto, C., C. X., & Gómez, G., S. (2023): Sistema de costos para ecosistemas de emprendimiento rural del sector turístico en Chía, Cundinamarca.
- Querol, M.A. (2010): *Manual de gestión del patrimonio cultural*. Madrid, Ediciones Akal.
- Paz, I. M. J. (2022). Emprendimiento rural como estrategia de desarrollo territorial: una revisión documental. *ECONÓMICAS CUC*, 43(1), 257-280. Disponible en <https://doi.org/10.17981/econcuc.43.1.2022.Org>.
- Rivera, F., & Pavez, C. (2012). Planificación y gestión del ecoturismo comunitario con comunidades indígenas. *Valdivia, Chile: WWF*. Disponible en <https://to.ly/1z2E3>.
- Rivera Mateos, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. En: *Relaciones interculturales en la diversidad* / coord. por Luis Rodríguez García, Antonio Rafael Roldán Tapia (pp. 199-217). Córdoba: Cátedra Intercultural de la Universidad de Córdoba.
- Rivera Mateos, M. (2015). Turismo experiencial y gestión estratégica de recursos patrimoniales: un estudio exploratorio de percepción de productos turísticos en las Sierras Subbéticas cordobesas. *Scripta Nova: Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, 19, 500-526.
- Saavedra, C., J., García, R., M. R., Martínez, M., O., & Mora, F., J. (2021). Análisis del turismo rural comunitario en Colombia y España: Estudio de casos. Disponible en <https://udimundus.udima.es/bitstream/handle/20.500.12226/896/Ana%C3%AClisis%20del%20turismo%20rural%20comunitario%20versi%C3%B3n%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Sánchez-Sánchez, F. J., & Sánchez-Sánchez, A.M. (2022): The value of the Andalusian Network of Protected Natural Areas for the tourism sector: a challenge for rural territorial development? *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (94). Disponible en <https://doi.org/10.21138/bage.3298>
- Sánchez, F. J. S., & Sánchez, A. M. S. (2021): Factores determinantes del turismo rural en espacios protegidos como impulso para el desarrollo rural en España. *Ager: Revista de estudios sobre despoblación y desarrollo rural*= *Journal of depopulation and rural development studies*, (31), 139-176.
- Sancho, A. (1994). Introducción al turismo. <http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1178>
- Sáchica, L. A. R., Velandia, A. Y. C., Mora, L. M. R., & Gómez, H. A. A. (2022). Elementos para dinamizar ecosistemas de emprendimiento en el sector del turismo en Chía. *Pensamiento udecino*, 6(2).
- Serrano-Barquín, R.D.C. (2008): «Hacia un modelo teórico-metodológico para el análisis del desarrollo, la sostenibilidad y el turismo», *Economía, Sociedad y Territorio*, vol. 8 (26), pp. 313-355.
- Thomé-Ortiz, H., Gomez, K. B., Mendivil, R. C., Villani, M. A., Roque, A., & Cobello, S. M. (2023): Turismo rural y COVID-19: Una revisión de literatura (2020-2021) y su contrastación con la evidencia empírica latinoamericana. *Siembra*, 10(1), e4396-e4396. Disponible en <https://doi.org/10.29166/siembra.v10i1.4396>
- Wearing, & Neil. (2009). *Turismo alternativo*. México: Secretaría de turismo.
- Worldwildlife.com. [«Sierra Madre Occidental pine-oak forests»](#) (en inglés).