



# Interacción espacial de la dinámica turística de los Pueblos Mágicos de Zacatlán y Chignahuapan, Puebla

Spatial interaction of the tourist dynamics of the Magical Towns of Zacatlán and Chignahuapan, Puebla

## Historial del Artículo

### Recibido:

15 de agosto de 2022

### Revisado:

4 de noviembre de 2022

### Aceptado:

24 de noviembre de 2022

Alicia Mariana Penélope Castro Pérez<sup>a</sup>, Gino Jafet Quintero Venegas<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM, México. Correo electrónico: hajiroi@comunidad.unam.mx.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5460-0413>

<sup>b</sup> Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM, México. Correo electrónico: jafet@sociales.unam.mx

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6472-3433>

## Palabras clave

Chignahuapan, complementariedad espacial del turismo, interacción espacial, pueblos mágicos, Zacatlán

## RESUMEN

Zacatlán y Chignahuapan son dos Pueblos Mágicos cuyos flujos turísticos anuales dependen de los dos núcleos urbanos más cercanos a ellos: la Ciudad de México y Puebla. Ambas localidades, ubicadas en Puebla, mantienen una interacción espacial soportada en la complementariedad por encima de la competencia, resultado de los recursos turísticos puestos en valor, el tipo de servicios ofertados y la proximidad geográfica entre ellas, que actúa como ventaja comparativa. En este texto, elaborado a partir de metodologías mixtas, se evidencia cómo se ha construido la complementariedad espacial a partir de la presencia de visitantes comunes, del desarrollo de infraestructura turística, y de los comportamientos estacionales de los flujos turísticos hacia las dos localidades, donde dicha relación espacial genera una complementariedad en la que los dos núcleos operan como una sola entidad espacial.

**Keywords** Chignahuapan, Magical Towns, spatial complementarity of tourism, spatial interaction, Zacatlán

## ABSTRACT

Zacatlán and Chignahuapan are two *Magical Towns* that depend on the tourist fluxes from the two closest urban centers: Mexico City and Puebla. Both localities, located in Puebla, maintain a spatial interaction supported by complementarity above the competition, as a result of the valued tourist resources, the type of services offered and the geographical proximity between them, which is a comparative advantage. In this text, elaborated from mixed methodologies, it is evident how spatial complementarity has been built from the presence of common visitors, the development of tourist infrastructure, and the seasonal behavior of tourist flows towards the two locations, where the spatial interaction generates a complementarity in which the two places function as one spatial entity.

## Introducción

El presente trabajo se basa en el análisis de la dinámica turística de los poblados de Zacatlán y Chignahuapan, Puebla. La investigación contribuye a entender la dinámica turística en el centro del país, una región de creciente importancia nacional por los flujos que genera y, además, aborda el problema desde el concepto de complementariedad espacial, un concepto que surge en la biogeografía (Colwell & Coddington, 1994; Vane-Wright et al., 1991) y que se ha trasladado, recientemente, hacia los estudios espaciales sobre el sector terciario (Conley & Dupor, 2003; Merkel, 2017). El objetivo principal es comprender las interacciones espaciales que se han creado entre Zacatlán y Chignahuapan, lo que ha dado origen a un corredor turístico que genera desplazamientos intra, extra e interregionales (López, 2002). La idea es que este estudio facilite la comprensión de la dinámica turística entre los dos núcleos cuya proximidad geográfica y la diversidad de los recursos puestos en valor operan, no como un mecanismo de competencia, sino como un elemento que fortalece la actividad turística de forma conjunta, como si se tratase de una sola entidad territorial.

Este texto se realizó a partir de metodologías mixtas que, trianguladas, permiten interpretar más complejamente el fenómeno de la interacción espacial (Benavides & Gómez-Restrepo, 2005). En una primera instancia se recurrió a la revisión documental sobre la teoría de la interacción espacial y sobre el concepto de complementariedad en el turismo para identificar textos y autores que hayan abordado el fenómeno en dos localidades rurales o semirurales que se ofertan como una sola entidad espacial. Así, después con base en la hermenéutica que se plantea en la Nueva Geografía Económica (Benneworth & Henry, 2004), la discusión teórica y conceptual sobre el espacio turístico permitió demostrar que el concepto clásico de complementariedad, tal cual se plantea en los modelos de interacción espacial, necesita ser reformulado para explicar la realidad de la dinámica turística en los Pueblos Mágicos de Zacatlán y Chignahuapan.

## Metodología

El análisis sobre la complementariedad de la dinámica turística de las dos localidades se trabajó a partir del análisis de contenido digital, un método que permite realizar estudios de opinión, de comportamiento y de mercados a través de la información vertidas en los espacios digitales (Rogers, 2015). El método seleccionado fue el *Scraping*, una vertiente de la Minería de Datos que se basa en la captura de datos de las redes sociales, en un proceso de

‘extracción y destilación’ (Rodríguez, 2022). Además de la facilidad y la accesibilidad económica que conlleva el *Scraping*, la elección de este método radicó en que los turistas tienden a verter sus opiniones y sus vivencias en las plataformas virtuales sin sesgos, con tal de compartir sus experiencias con otros viajeros.

La plataforma seleccionada para la recolección de datos fue TripAdvisor, porque permite obtener información sobre la procedencia geográfica de los visitantes, los espacios visitados dentro de las localidades de interés, la fecha del registro asociado al desplazamiento y la percepción turística sobre los recursos consumidos. Así, se analizaron las 218 entradas sobre Chignahuapan y Zacatlán que aparecieron en la red social hasta mayo de 2022. Con base en la información extraída, se seleccionaron los puntos que cubrieran estas tres características básicas: 1) que contaran con entradas específicas en la plataforma para el registro de comentarios de los visitantes, 2) que fueran centrales en la dinámica turística de la localidad, es decir, espacios correspondientes con los recursos turísticos promocionados por los mayores canales de difusión turística (Quintero, 2021; Quintero & Castro, 2022; Quintero & López, 2018) y 3) que fueran referidas como actividades “imperdibles” por los propios turistas. Esto sirvió para comparar los patrones territoriales y temporales generados por Zacatlán y los detonados por Chignahuapan, para establecer relaciones de complementariedad entre ambos núcleos turísticos, y para construir la base de datos utilizada para la elaboración de cartografía inédita sobre la dinámica del turismo en los espacios seleccionados. Finalmente, en noviembre de 2020, por las restricciones de viaje derivadas de la pandemia por la COVID-19, se hizo trabajo de campo solo en Zacatlán para aplicar una encuesta *in situ* a los visitantes en esta localidad; la finalidad fue corroborar cuáles son los espacios que consumen, contabilizar los recursos que se visitan e identificar la dinámica de los visitantes comunes en ambas urbes.

## Los Pueblos Mágicos y el sistema turístico global

En 2019, el año en el que todavía los flujos turísticos globales iban al alza, la Organización Mundial del Turismo (OMT) de la ONU reportó que se movilizaron 1.400 millones de turistas internacionales alrededor del mundo, y la tasa de crecimiento proyectada para los años venideros era de entre 3 % y 4 % (Gössling et al., 2020). Como resultado del proceso de desglobalización que se vivió con la pandemia, esos números fueron inalcanzables. De hecho, a finales de 2021, las llegadas de turistas internacionales se redujeron a 72 % en comparación con las cifras prepandémicas, con un descenso de mil millones de turistas (Quintero, 2022).

En función de los datos estadísticos que la OMT arroja anualmente sobre las llegadas de turistas internacionales, Dehoorne (2003) regionalizó al mundo, a inicios del siglo XXI, para ubicar a los destinos turísticos globales con base en la teoría geopolítica de Wallerstein que divide al mundo en centro y periferia. Los objetivos de su modelo son tres: entender la organización del espacio turístico mundial por medio de la distinción de los lugares de emisión de turistas —nacionales e internacionales—, y los lugares receptores del turismo; medir los flujos turísticos de los primeros contra los segundos; y poner en evidencia la importancia de la variedad de los lugares de emisión y la *turistividad* (*touristicity*), es decir, los parámetros para determinar qué lugares son más turísticos, de los lugares de recepción (Jaakson, 2004).

De hecho, asevera que los flujos turísticos internacionales se efectúan, principalmente, de las regiones urbanas del norte a las márgenes meridionales (Dehoorne, 2003). Propone que hay tres cuencas turísticas hegemónicas que llevan a cabo la actividad a nivel mundial: la norteamericana, que incluye solo a Estados Unidos y Canadá; la europea, donde se ubican los países de la Unión Europea y el Reino Unido; y la cuenca del Pacífico y Asia Oriental, que origina flujos desde Japón, China y Australia (Figura 1).

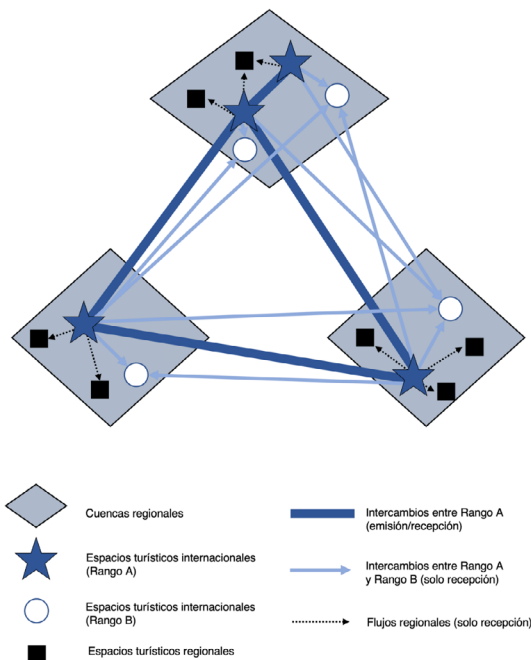


Figura 1. Regiones turísticas de Dehoorne. Fuente: Dehoorne (2003).

En cada cuenca hay, por lo menos, un destino turístico global internacional de primer orden que funciona como espacio emisor y receptor al mismo tiempo —como las ciudades de Nueva York, Londres, y Tokio—. Los espacios turísticos internacionales de segundo rango son únicamente receptores que se han promovido como destinos turísticos a nivel internacional —como Hawaii, Cancún, las islas Baleares y las islas Fiji—. Finalmente, la periferia está compuesta por los territorios turísticos regionales de tercer rango, de recepción modesta de flujos internacionales y que cobijan, en su mayoría, flujos a escala nacional y regional —los Pueblos Mágicos mexicanos, el Cayo Ambergris en Belice y Mamaia en Rumania son ejemplos de este tipo de espacios— (Quintero, 2012).

Los Pueblos Mágicos mexicanos, al ser territorios turísticos regionales de tercer rango, están condenados a estancarse y competir entre sí porque el programa se instituyó para generar espacios receptores en localidades rurales o semirurales, patrimonializar sus bienes culturales, es decir, activarlos como referentes simbólicos de la sociedad, dignos de conservación, y ofrecer productos turísticos diferenciados y diversificados, basados en la utilización y optimización de la oferta turística existente (Quintero & Castro, 2022). Así, esta condición los ha vuelto tremendamente dependientes del exterior, y altamente vulnerables frente a una situación de crisis como la pandemia por COVID-19.

No obstante, la realidad de los flujos turísticos y la *turistividad* de los lugares son más complejos que lo que planeta este modelo. En primer lugar, hay regiones que son bifuncionales porque al mismo tiempo son espacios emisores y receptores. Estos ocupan una posición primordial en el sistema y son las potencias que organizan el espacio turístico mundial, pues desde allí se originan los flujos intercontinentales (Cohen, 2012). También existen regiones monofuncionales que son solo receptoras de turistas, están supeditadas a las demandas de los flujos internacionales, y el intercambio intercontinental desde ellas es prácticamente inexistente. Y, hay también espacios en cuya interacción espacial se visibilizan elementos de complementariedad para que, en vez de que compitan entre ellos, se potencien los recursos turísticos que tienen en común (Weidenfeld et al., 2011).

### La interacción e interdependencia económica y la complementariedad espacial

Todas las actividades económicas generan patrones espaciales específicos que responden a factores culturales, políticos, sociales, tecnológicos y ambientales (Willett, 2020);

es decir, no existe la aleatoriedad o arbitrariedad en su surgimiento y práctica, sino que se rigen con base en la localización y las dinámicas sociales entre los centros de producción y de consumo (Kostrowicki, 1975). Los núcleos económicos interactúan con su territorio circundante y con otros nodos de producción y consumo geográficamente distantes (Beuf, 2020). Esos flujos revelan desplazamientos de bienes, personas, capital e información que impactan a los centros de actividad y a los espacios de tránsito y que, además, generan interdependencias económicas que influyen en el tipo de relaciones que se gestan con otros nodos (Weidenfeld et al., 2011).

Las interdependencias comerciales negociadas –las transacciones mercantiles entre actores locales, por ejemplo– están vinculadas a las interdependencias no negociadas (Newlands, 2003). Todas forman parte de las características centrales de los clústeres y su forma más común de existencia son las alianzas estratégicas para lograr un beneficio común (Erkus-Öztürk, 2009). De hecho, la proximidad espacial entre núcleos y clústeres se relaciona con su nivel de interdependencias y colaboraciones mutuas (Fyall et al., 2001).

Las interdependencias negociadas implican una serie de transacciones: la compra de insumos, la contratación y el despido de personal, la venta de productos y la financiación de inversiones, todo lo cual implica costos de transacción para las organizaciones interesadas, e incluyen a diferentes grupos de compra, a colectivos minoristas y a instituciones oficiales en las que el comercio es la forma más común de colaboración (Fyall et al., 2001). Las interdependencias no comerciales, por otro lado, se caracterizan por el cabildeo del gobierno regional y local, el intercambio de información y la formación de agendas compartidas y objetivos comunes (Newlands, 2003). Las interdependencias no negociadas consisten en prácticas, reglas, rutinas, acuerdos y redes que se vinculan con los flujos de información, el funcionamiento de los mercados de trabajo, los convenios y las normas regionales (Shaw & Williams, 2004; Storper, 2000).

El contacto frecuente entre nodos y clústeres favorece las transacciones repetidas, facilita la circulación de información y reduce eficazmente los costos de intercambio comercial. También, facilita a las empresas la identificación de posibles proveedores, la verificación de la calidad de los bienes y servicios, y la elaboración de contratos que generen beneficios mutuos que soporten la interdependencia comercial (Santagata, 2002). Además, la tecnología se vuelve un motor de cambio fundamental para el éxito comercial a escalas local, regional e internacional (Storper, 2000).

Las alianzas ofrecen marcos cooperativos para las interdependencias negociadas y no negociadas. Las alianzas estratégicas son acuerdos institucionalizados que las empresas desarrollan entre sí para acceder a recursos complementarios y habilidades que residen en otras empresas (Camargo, 2011). Proporcionan los medios para que una empresa comparta cualquiera de sus recursos de información, producción o distribución con una o más empresas sobre una base rentable, siempre que no conduzca a una colusión en el comportamiento de mercado de las empresas aliadas (Michael, 2007).

En el turismo, pueden surgir alianzas estratégicas entre competidores individuales o entre grupos de estos, y pueden basarse en diversos objetivos como mejorar el acceso a los mercados, el desarrollo del mercado, reducir la competencia, compartir los costos de investigación y desarrollo, y los costos de producción, distribución y comercialización (Jetter & Chen, 2012). De hecho, se ha estudiado cómo los proveedores del turismo han colaborado para contar con los recursos financieros necesarios para echar a andar la actividad, presionar a las agencias gubernamentales locales y regionales, y coordinar los esfuerzos de *marketing* y publicidad (Hjalager, 2000; Jackson & Murphy, 2002). Algunas localidades turísticas pequeñas y a poca distancia entre sí han formado interdependencias comerciales y han aumentado su poder de negociación con las juntas de turismo locales, regionales y nacionales, los operadores turísticos, tal como ocurre con las comunidades rurales de Alicante, Valencia y Castellón, en España, que han establecido cooperativas agrarias que, además de comerciar sus productos, ofrecen recursos asociados al turismo rural y alojamiento. Lo anterior como parte de un plan de desarrollo regional basado en la introducción de actividades del sector terciario para complementar los ingresos locales (Fernández & Puig, 2002). Además, la forma más común de colaboración se ve a través del *marketing*, con la publicidad colectiva, la promoción conjunta y la difusión de folletos promocionales compartidos.

Lo anterior es un ejemplo de cómo los fenómenos que ocurren en dos o más sitios separados por una determinada distancia geográfica –generalmente a unos cuantos kilómetros entre sí– pueden mantener relaciones de interacción y de beneficio económico mutuo. Desde la geografía económica se han desarrollado diversas aproximaciones cognitivas que explican estas dinámicas espaciales, como la Teoría de la Interacción Espacial (TIE) (Fotheringham & O’Kelly, 1989; Garrocho, 2003); y las concepciones de complementariedad espacial (Baños & Rico, 2016; Shea, 2002). La primera busca explicar el comportamiento espacial de la oferta y la demanda a

partir de razonamientos microeconómicos basados en la utilidad de los consumidores, luego de la consideración de los costos del transporte y la atractividad de las unidades comerciales (Garrocho, 2003), mientras que la segunda plantea una interacción espacial simbiótica entre dos o más centros de actividad económica, que generan una dinámica de unidad y se relacionan con los nodos de oferta de forma conjunta, como una sola entidad espacial.

La TIE se entiende a partir de tres factores (Propin, 2003): 1) el movimiento de fenómenos de un lugar a otro, 2) las interacciones humanas que desde un lugar influyen en otros distantes, 3) los flujos de bienes, personas, capital e información. La teoría considera que el espacio es heterotrópico, es decir, que no es igual ni posee las mismas características en todos los sitios y direcciones. Esto supone que el efecto de la separación existente entre dos fenómenos es negativo y contribuye a aumentar la fricción de la distancia (Quintero & Sánchez, 2018), entendida como la energía, el tiempo, dinero o esfuerzo que debe invertirse en superar la distancia geográfica que separa los sitios de oferta y demanda, por lo que el aumento de dicha fricción impide la adecuada interacción de los nodos (Valdivia et al., 2010). Así, preferir el consumo de un determinado bien o servicio implica invertir en capital, en tiempo y en energía para superar el trayecto de la distancia, y si la inversión se encarece lo hace también la interacción (Garrocho, 2003; Valdivia et al., 2010).

Además, hay tres conceptos que explican la interacción espacial que existe entre dos centros de actividad humana: complementariedad, oportunidad de intervención y transferibilidad (Figura 2). La complementariedad refiere a la necesidad de una relación de oferta-demanda para detonar la interacción entre dos centros de actividad humana, es decir, para que un sitio juegue el papel de demandante, debe existir otro que intervenga como oferente. La oportunidad de intervención es la posibilidad de integración de otros elementos en la dinámica de oferta-demanda originalmente establecida por dos centros de actividad humana; así, uno o varios elementos pueden intervenir en dicha interacción de forma complementaria a la misma –conformando una red con el resto de los nodos– o en sustitución de los sitios de oferta o demanda. Finalmente, la transferibilidad que asocia a los costos y el esfuerzo que se invierten en superar la distancia que separa los puntos de oferta y demanda; si el costo es elevado, se pueden interrumpir las relaciones de interacción (Propin, 2003).

En el turismo, la interacción espacial ocurre entre los núcleos de oferta turística y las localidades de residencia de los turistas, desde donde se desplazan para consumir

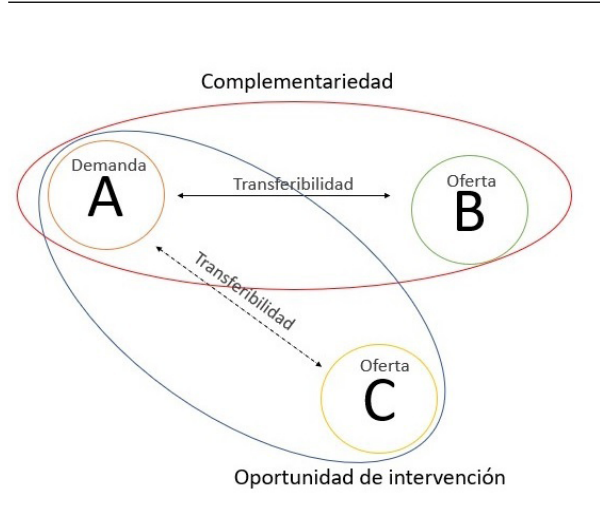


Figura 2. La Teoría de la Interacción Espacial Fuente: elaboración propia con base en Propin (2003).

las experiencias de los sitios de interés. La circulación de personas, capitales, mercancías y experiencias se sustenta en los canales espaciales que articulan a los dos centros de actividad y que actúan como soporte constante de los flujos turísticos.

Por otro lado, la complementariedad espacial se refiere a dos nodos ecosistémicos o regionales que se complementan a partir de las características bióticas y/o económicas que contienen (Ladle & Whittaker, 2011). El concepto surgió en las ciencias biológicas con el trabajo de Vane-Wright et al. (1991), quienes propusieron técnicas para seleccionar las mejores áreas de conservación en función de la diversidad de algunas especies faunísticas. En continuidad, Colwell & Coddington (1994) desarrollaron el índice de complementariedad espacial, que evalúa la viabilidad de conservación de pares de nodos ecosistémicos, a partir de la cuantificación de la variedad de especies presente en los mismos.

Para inicios del siglo XXI, el concepto de complementariedad espacial se trasladó al análisis de fenómenos económicos para examinar los vínculos entre industrias localizadas en Estados Unidos durante el periodo de la posguerra, y determinar que los movimientos entre dos industrias se rigen por los vínculos complementarios de oferta y demanda (Shea, 2002). El concepto también se ha utilizado para examinar la complementariedad entre sectores de producción industrial cuando hay proximidad tecnológica –producción similar en términos cuantitativos– y demanda común (Conley & Dupor, 2003).

En la segunda década del siglo XXI, el concepto de complementariedad espacial empezó a utilizarse en investigaciones académicas para referir al fenómeno en el sector terciario. Merkel (2017), por ejemplo, explica la complementariedad de las relaciones económicas entre diversas regiones portuarias europeas, y asevera que se opone a la competencia y surge con la codependencia de la demanda portuaria. Baños & Rico (2016) examinaron cómo se complementan dos espacios litorales portuarios a partir de sus recursos puestos en valor y su promoción turística, y cómo se construye una relación de sinergia en términos económicos. No obstante, Cordeiro & Valério (2016) fueron los primeros en desarrollar la teoría y aplicarla plenamente al fenómeno turístico, a partir de observar ciertas relaciones espaciales en la dinámica enoturística en el Valle del Duero, Portugal y la redefinición de las áreas rurales en nodos turísticos preferenciales.

Para que exista complementariedad espacial en el turismo, deben existir dos núcleos con cierta proximidad geográfica, con conexiones físicas existentes y que concentren una oferta basada en recursos turísticos diferentes entre sí, pero dirigidos a una demanda potencial común (Dobrinskaya & Vershinina, 2018). Los recursos que ponen en valor deben ser similares, pero no iguales, pertenecer al mismo campo semántico, consumirse en conjunto durante el período de estancia y localizarse en cierto rango de proximidad, con adecuada accesibilidad para garantizar el tránsito de los turistas de un punto a otro (Navarro, 2015). Así, ambos núcleos serán complementarios espacialmente y podrán operar en conjunto como una sola entidad espacial.

La complementariedad en el turismo también se centra en la relación de oferta y demanda de dos espacios (A y B) separados por determinada distancia (Figura 2). La incorporación de otro (u otros) núcleo(s), bajo el principio de oportunidad de intervención, implicaría la puesta en valor de recursos turísticos similares a los ofertados por el sitio (B), y orientado a la misma demanda potencial (originaria de A), lo que gestaría un escenario de competencia entre los dos puntos oferentes (B y C). Sin embargo, se debe replantear la noción de complementariedad porque puede gestarse también entre dos espacios orientados a la oferta y cambiar su sentido.

La interacción y la complementariedad espacial entre dos núcleos turísticos se manifiesta a través del flujo constante de los visitantes entre ambos puntos, quienes eligen a ambos destinos en conjunto porque hay imágenes que promocionan a ambas localidades como una sola unidad. Además, se requiere de infraestructura que permita movilidad eficiente entre ambos espacios –que reduzca

la fricción de la distancia–, que estén presentes algunos recursos turísticos propios del uno en el otro, y que haya un comportamiento socioeconómico similar entre ambos centros una vez que fueron incorporados a la dinámica turística. Lo anterior se manifestará en procesos de terciarización económica local, con el incremento del porcentaje de la PEA ocupada en el sector terciario, en actividades vinculadas directa y tangencialmente con el turismo, y en el aumento del número de oferentes de experiencias recreativo-turísticas (Quintero, 2021)

### **Zacatlán y Chignahuapan en el contexto del programa federal Pueblos Mágicos**

En 2001, el Gobierno Federal mexicano puso en marcha el programa Pueblos Mágicos para incentivar el crecimiento económico de treinta y dos localidades rurales con recursos naturales y culturales mercantilizables que sean de interés para captar turistas. Para 2020, eran 132 localidades situadas en la periferia de los grandes sistemas urbanos, en las que se había mercantilizado el imaginario de lo rural y la mexicanidad a partir del argumento de que estas no estaban tan inmersas en la globalización y que mantenían sus prácticas culturales tradicionales (Méndez & Rodríguez, 2013). Este es el caso de Chignahuapan y Zacatlán, en Puebla, dos localidades que detonan flujos turísticos por encima de los 300 mil visitantes anuales, 80% de los cuales, aproximadamente, son de origen nacional (Rosales et al., 2019).

Zacatlán ingresó al programa en 2011 y los dos elementos locales que se mercantizaron y promocionaron masivamente son la Barranca de los Jilgueros y los productos elaborados a partir de las manzanas (Quintero & Castro, 2022). La Barranca de los Jilgueros forma parte de la Sierra Norte de Puebla y allí se ubica la cascada Tres Marías formada con las aguas del río Ajajalpan, así como monolitos y petrograbados de la época prehispánica (García, 2022). La manzana, por otro lado, ha sido cultivada en Zacatlán desde el siglo XVI y hoy es uno de sus principales elementos identitarios (Ortiz, 2018; Quintero & Castro, 2022).

La historia del turismo en Zacatlán sitúa a los primeros desplazamientos registrados en la primera mitad del siglo XX, cuando los habitantes de diversos poblados de la Sierra Norte acudían a la Feria de Manzana, una actividad comercial que está dedicada a la siembra, la cosecha y el procesamiento de este fruto, y que surgió en 1941 (Figuroa, 2015; Hernández & Salamanca, 2020). A pesar de que estos flujos turísticos han sido constantes, con el nombramiento de Pueblo Mágico en 2011, la llegada de

turistas ha aumentado de forma exponencial: en 2019 la localidad atrajo a 310,806 visitantes, 73 % de los cuales son de origen nacional (SECTUR, 2019).

Hoy, los bienes culturales de Zacatlán están pasando por un proceso de patrimonialización con miras a la turistización. Esto es, que se reconoce el valor que tienen para las comunidades, pero que se promocionan como parte de la identidad local colectiva, se estilizan y se mercantilizan para que sean los visitantes quienes los consumen y no la población local. Así, por ejemplo, las casas sidreras del siglo XX son, actualmente, una parte fundamental de la experiencia turística en la localidad y, de hecho, son percibidas en el imaginario colectivo como un recurso turístico preferencial (Ortiz, 2018).

Zacatlán está rodeado de localidades que también están inscritas en el programa Pueblos Mágicos, y que han sido exitosas cuando se miden la magnitud, la frecuencia y la procedencia de sus flujos turísticos. Tal es el caso de Chignahuapan que registró una afluencia turística prepandemia de 307.566 visitantes (SECTUR, 2019). Declarado Pueblo Mágico en 2012, sus ejes rectores de la actividad son el turismo termal, y la venta de árboles y esferas de navidad (Quintero, 2021).

El turismo termal allí data de 1897, con la visita a los manantiales desde Tuxpan, Tulancingo y Coyutla. En 1934 comenzó la construcción de infraestructura para acondicionar turísticamente a los manantiales y, a partir de 1980, se advirtió un aumento gradual y considerable de turistas (Kuri, 2003). Con el nombramiento de Pueblo Mágico, la actividad termal se elitizó, dando pie a la creación de albercas VIP –espacios de natación recreativa exclusivos de alto costo– y de sitios de spa que han transformado el tipo de viajeros que se desplazan a la localidad (Quintero, 2021).

La elaboración de las esferas se originó en 1968 con el establecimiento del primer taller artesanal en la localidad (Montaño & Ríos, 2018). La actividad se expandió y los locales de esferas se multiplicaron hasta que, en 2014, se registraron 500 talleres y 3 fábricas que operan desde principios de febrero hasta el 12 de diciembre (Montaño & Ríos, 2018). Además, como complemento a la fabricación de esferas, desde 1996 se incentivó la agricultura y el comercio de pinos para completar la idea de un pueblo navideño, cuya identidad se refuerza con la Feria del Árbol y la Esfera que se celebra anualmente en el mes de noviembre (De la Rosa, 2021).

## Interacción espacial de Zacatlán y Chignahuapan

Actualmente, la actividad turística en Zacatlán y Chignahuapan se asocia con importantes flujos turísticos provenientes de los núcleos urbanos cercanos, tal y como lo establece el Programa Pueblos Mágicos (Quintero & Castro, 2022). No obstante, la dinámica turística en Zacatlán, como espacio receptor, se complementa con el turismo practicado en Chignahuapan. Esto se evidencia con la demanda efectiva de ambas localidades, los recursos ofertados, la estacionalidad y la magnitud de los flujos turísticos, los patrones territoriales, la presencia de infraestructura en puntos estratégicos y los cambios ocupacionales ocurridos en ambas localidades.

Zacatlán y Chignahuapan han orientado su actividad turística a una misma demanda potencial y es notorio que, para ambos núcleos, la mayoría de los desplazamientos provienen del centro del país, especialmente de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México y la Zona Metropolitana de Puebla (Figura 3). De acuerdo con la información recabada en campo, los visitantes efectúan desplazamientos de corta duración –estancias de 2 a 3 días hechas, generalmente, en fines de semana–. En ese tiempo, los viajeros tratan de consumir los recursos que en su imaginario han construido como deseables o atractivos, así como vivir experiencias que les permitan salir de su cotidianidad urbana.

En ese sentido, ambos núcleos turísticos ponen en valor un abanico de elementos del medio geográfico –físico y natural– que permiten la vivencia de experiencias extraordinarias: caminar por un mirador para observar la Barranca de los Jilgueros en Zacatlán, visitar las aguas termales de Chignahuapan que, además del paisaje en donde se ubican, tienen la fama de ser curativas; deleitarse de la arquitectura vernácula en ambas localidades, atestiguar la elaboración artesanal de esferas de navidad de Chignahuapan, y degustar los productos de manzana en Zacatlán, entre otros.

Generalmente, las localidades que le apuestan al modelo de turismo como el de los Pueblos Mágicos compiten entre sí por la mayor captación de visitantes (Oliver & Jenkins, 2005). Sin embargo, entre Zacatlán y Chignahuapan solo hay 17 km de distancia entre ellos, y esta peculiaridad espacial ha actuado como ventaja comparativa que permite que los turistas consuman el espacio de ambos núcleos en el mismo viaje. Esto explica por qué se detonan, hacia cada localidad, flujos turísticos de alta densidad que superan los 300 mil visitantes anuales (Rosales et al., 2019).



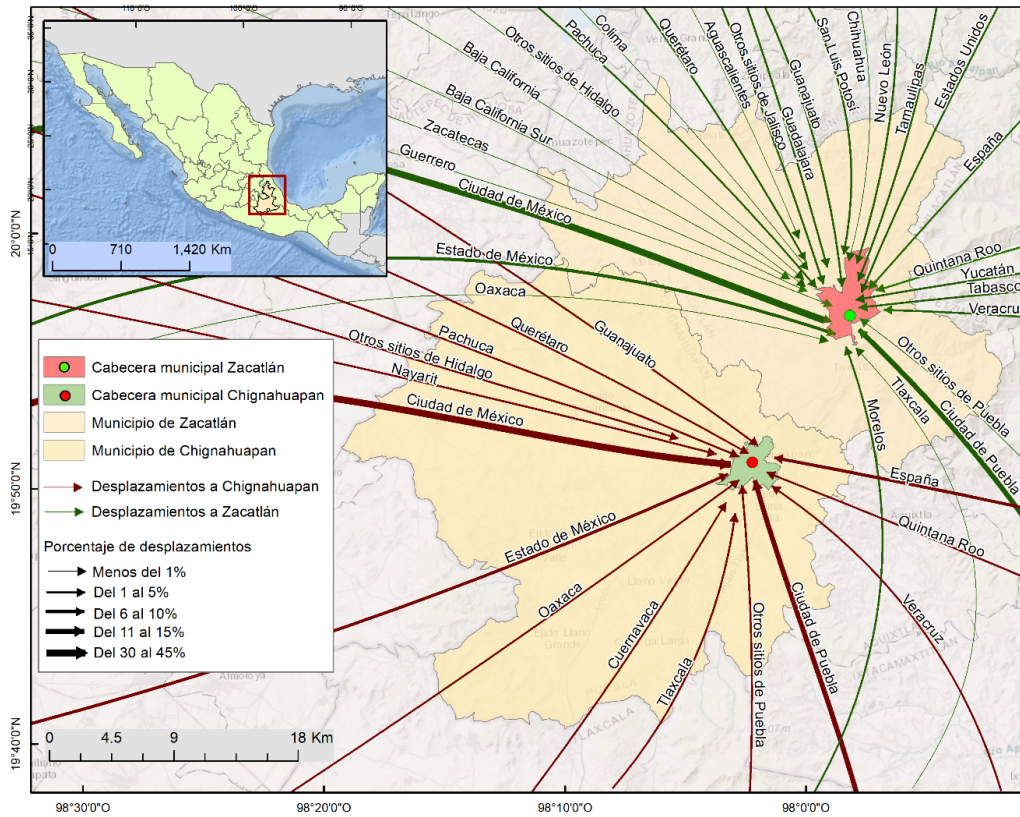


Figura 3. Desplazamientos a Chignahuapan y Zacatlán 2015-2021 registrados en TripAdvisor. Fuente: elaboración propia con base en TripAdvisor (2022).

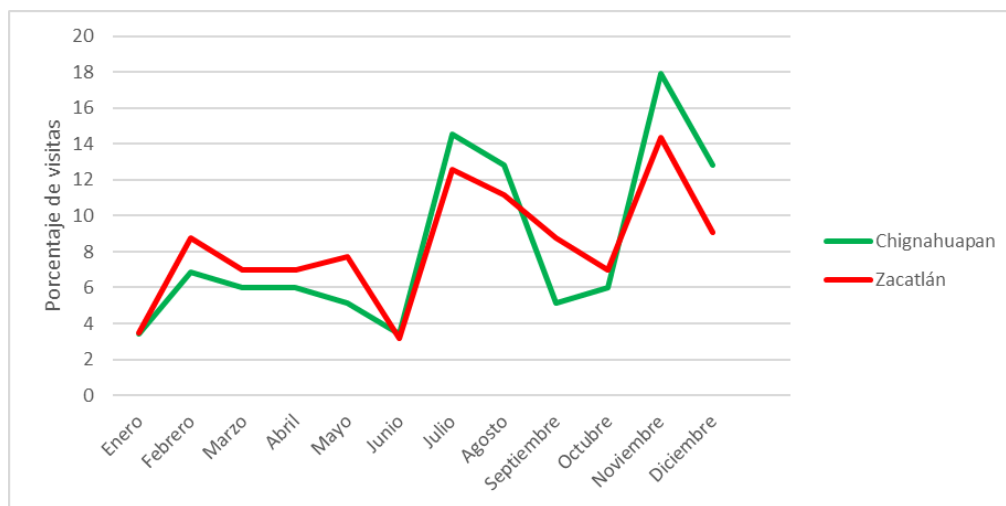


Figura 4. Estacionalidad de los flujos turísticos en Zacatlán y Chignahuapan, 2015-2018. Fuente: elaboración propia con base en TripAdvisor (2022).



A pesar de que Chignahuapan y Zacatlán le han apostado al turismo como un motor de crecimiento económico, no han logrado consolidarse como núcleos que reciban flujos constantes a lo largo del año. De hecho, la fuerte dependencia que tienen hacia la Ciudad de México y la Ciudad de Puebla han ocasionado que el turismo se dé por temporadas que concuerdan con los periodos vacacionales en el centro de México (Figura 4). Y, como era de esperarse, es durante la segunda mitad del año –julio y temporadas navideñas– que hay una tendencia al alza en la llegada de turistas en ambas localidades.

La estacionalidad de los flujos turísticos también puede revelar cuáles son los recursos preferenciales en ambas localidades, es decir, aquellos que son más consumidos y visitados por los turistas. De acuerdo con los registros en TripAdvisor (2022), en Zacatlán hay tres puntos de mayor atracción turística: el mirador hacia la Barranca de los Jilgueros, los murales paralelos al mirador y el Museo del Vino y la Sidra; mientras que en Chignahuapan son la Parroquia de Santiago Apóstol, el Museo del Axolote (MUMAX) y el complejo turístico de las aguas termales. Como era de esperarse, la afluencia hacia estos espacios corresponde con la temporalidad anual de los flujos turísticos (Figuras 5 y 6).

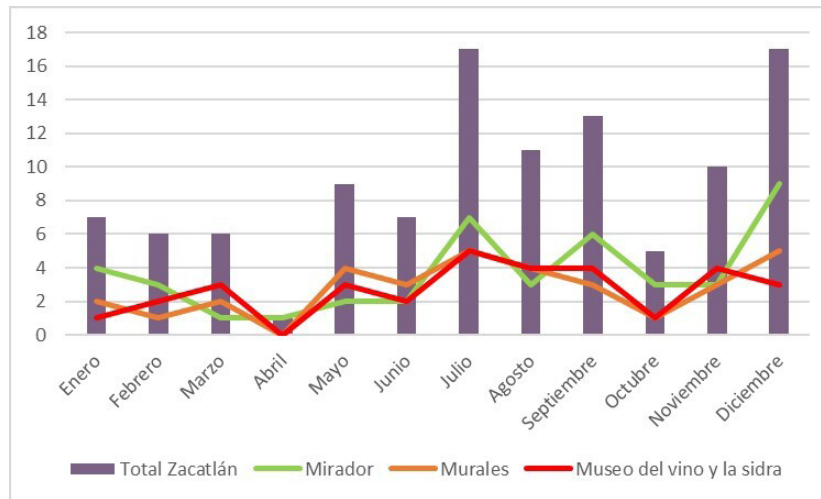


Figura 5. Estacionalidad de los flujos turísticos de los recursos preferenciales en Zacatlán. Fuente: elaboración propia con base en TripAdvisor (2022).

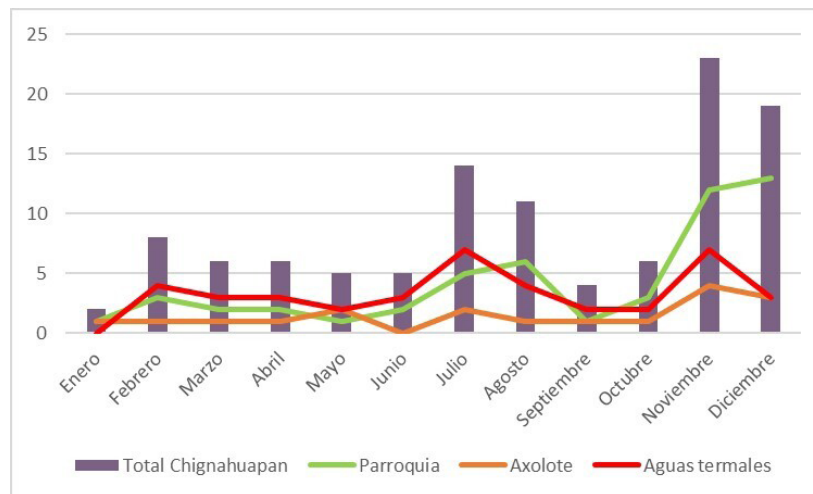


Figura 6. Estacionalidad de los flujos turísticos de los recursos preferenciales en Chignahuapan. Fuente: elaboración propia con base en TripAdvisor (2022).

A partir de la estacionalidad se pueden concluir principalmente tres realidades del turismo en Chignahuapan y Zacatlán. 1. Ambos Pueblos Mágicos dependen de las principales temporadas de vacaciones oficiales de las ciudades próximas a ellas, por lo que se detonan los flujos de turistas en julio y diciembre. A partir de esto, las dos localidades le han apostado a la venta de productos artesanales que potencie las visitas a la localidad en fechas navideñas, como vinos, sidras y esferas. 2. Chignahuapan y Zacatlán ofrecen recursos locales que los distinga del resto de los Pueblos Mágicos, que los vuelva competitivos dentro del sistema turístico mexicano y que les permita tener su propia etiqueta mercadotécnica. Chignahuapan es conocido como el “Pueblo de la Eterna Navidad” y Zacatlán como el “Pueblo de las manzanas”. 3. De forma directa o indirecta, los dos núcleos han organizado algunos elementos de su actividad turística de tal manera en que operen de forma conjunta, y que se complementen en vez de competir entre sí, como ocurre con las fechas en que se celebran las dos ferias de producción orientadas al turismo. Se podría aseverar que la actividad turística ha servido como un factor de integración regional entre ambas localidades y que, incluso, se ha valido de la creación de ferias para generar una derrama económica colectiva.

La Feria del Árbol y la Esfera se celebra en Chignahuapan entre la última semana de noviembre y la primera de diciembre, y ocurre inmediatamente después de la Feria de la Sidra en Zacatlán, que se celebra entre la segunda y la tercera semana de noviembre (De la Rosa, 2021; Monroy, 2022). Esta calendarización muestra que las dos celebraciones turísticas, pese a que se realizan en fechas muy próximas entre sí, no se empalman y, por lo tanto, no compiten. Ambas festividades, sin embargo, se celebran en las fechas de alta demanda turística de cada localidad; de hecho, se puede hablar de una demanda turística mutua, de demanda sostenida para ambos sitios, que funciona como un complemento recreativo una de la otra. Las dos son recursos que se asocian con el mismo campo semántico de oferta (ferias y/o fiestas decembrinas), y que evidencian la complementariedad de la dinámica de los dos centros de actividad (Navarro, 2015).

Adicionalmente, la presencia de visitantes comunes en las dos localidades demuestra que existe un importante y constante flujo de personas, bienes, capital e información entre Zacatlán y Chignahuapan todo el año, que aumenta significativa entre los meses de julio a diciembre. En una muestra de 80 registros de visitantes –40 por cada localidad–, se registraron a 30 individuos que transitaron por ambos espacios durante un solo momento de viaje. Esto significa que el 37.5 % de los viajeros consumen

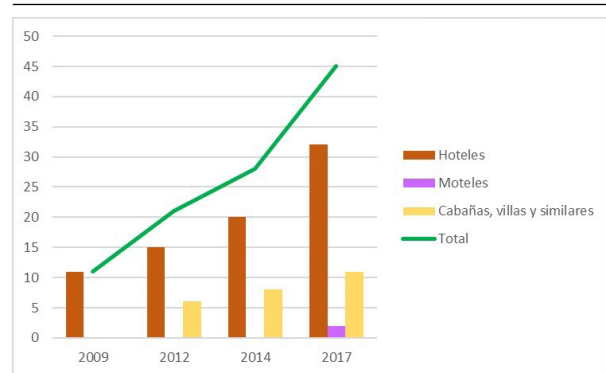


Figura 7. Incremento de establecimientos de hospedaje en Chignahuapan, 2009 - 2017. Fuente: elaboración propia con base en INEGI (2010), INEGI (2013), INEGI (2015) e INEGI (2017).

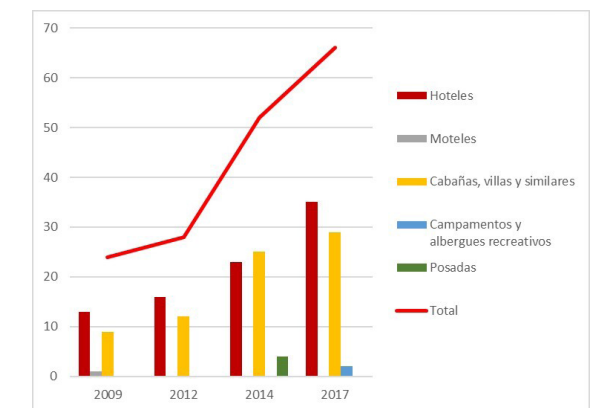


Figura 8. Incremento de establecimientos de hospedaje en Zacatlán, 2009 - 2017. Fuente: elaboración propia con base en INEGI (2010), INEGI (2013), INEGI (2015) e INEGI (2017).

a los dos Pueblos Mágicos como si se trataran de una sola unidad territorial. La muestra seleccionada para esta comparación corresponde con el 30 % del total, lo que implica que los resultados pueden ser considerados representativos, con un porcentaje de error menor al 10 %. Además, esto se complementa *in situ* y *ex situ* con la presencia de varias agencias de viaje y *touroperadoras* que organizan recorridos por las dos localidades en conjunto, ya sea desde el interior de ellas o desde los núcleos urbanos más próximos.

La presencia de infraestructura de hospedaje es otro indicador que revela la situación actual de complementariedad espacial entre las dos localidades. En los últimos años, los flujos turísticos han aumentado significativamente y con ello se advierte un incremento considerable en los establecimientos de pernocta, tanto en Chignahuapan como en Zacatlán (Figuras 7 y 8), así como en el área de tránsito,

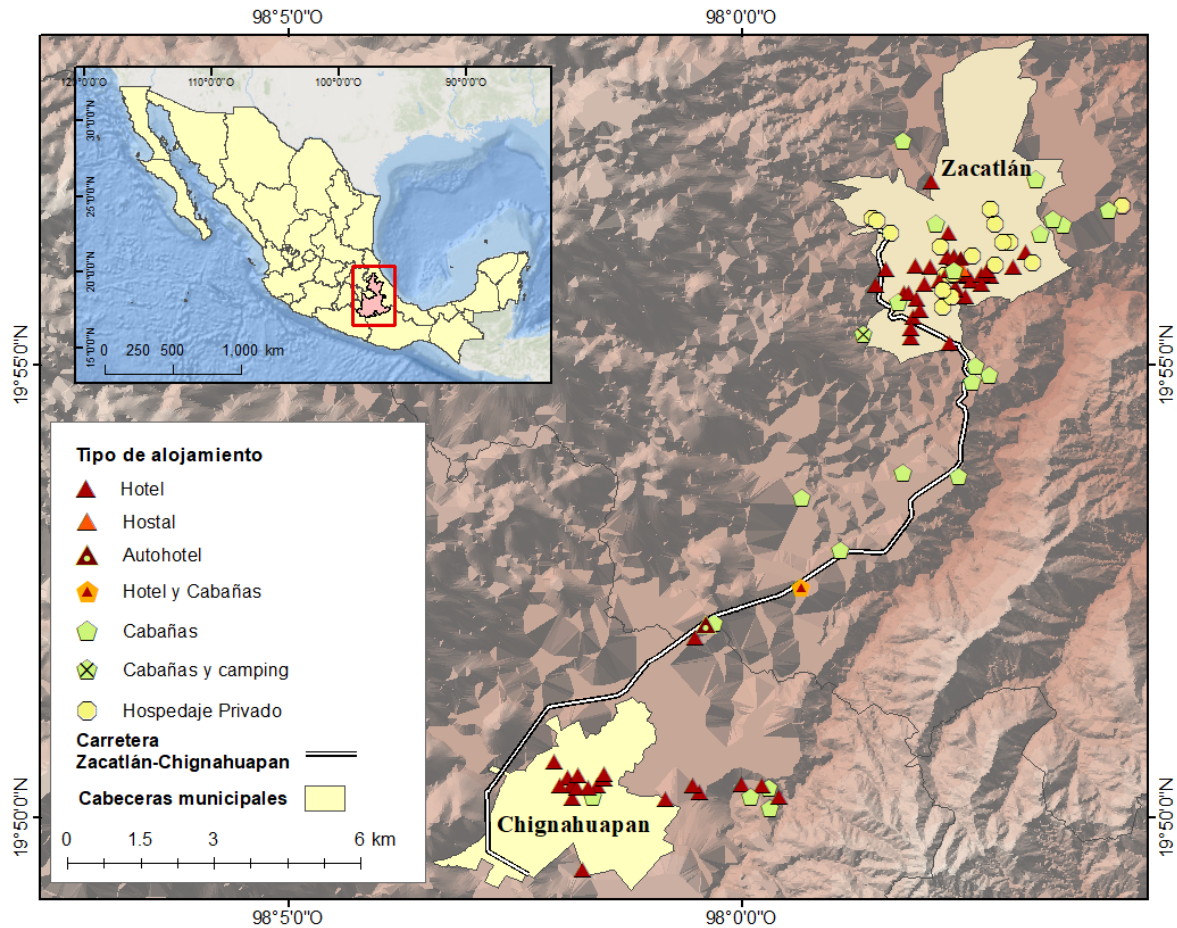


Figura 9. Presencia de infraestructura turística de hospedaje en las localidades de Zacatlán y Chignahuapan, y la carretera federal 119. Fuente: elaboración propia con base en Booking.com (2022).

a lo largo de la carretera federal 199, que conecta los dos núcleos urbanos (Figura 9) y que evidencia el constante flujo de bienes, personas, capital e información que ocurre entre estos. Vale la pena resaltar que, a partir del nombramiento como Pueblos Mágicos, el número de visitantes en ambas localidades ha aumentado considerablemente y los establecimientos para pernoctar han crecido a la par; es decir, que la actividad turística de Chignahuapan no se ha mermado por Zacatlán, ni viceversa.

Además, es de notar el incremento acelerado de establecimientos de hospedaje en las dos localidades tras su nombramiento como Pueblos Mágicos. Zacatlán fue nombrado Pueblo Mágico primero, en 2011, y esa situación detonó allí los flujos turísticos más importantes de entrada. Chignahuapan consigue el galardón un año después, en 2012, momento en que logró robustecer su

oferta, su infraestructura y consolidarse como un núcleo turístico de la misma jerarquía que Chignahuapan. Antes de que esto ocurriera, se mantuvo como una localidad satélite adyacente y dependiente, en gran medida, del turismo en Zacatlán.

Hoy en día, Zacatlán y Chignahuapan están viviendo simultáneamente un proceso de terciarización económica que ocasiona que la agricultura se abandone para darle cabida a la prestación de servicios turísticos (De Souza et al., 2016; Quintero & Castro, 2022). De hecho, la PEA local ocupada es cada vez menor en el sector primario a pesar de que, durante muchos años, ese fue el soporte vital de ambas localidades (Tabla 1). Ante esto, surge una pregunta. ¿Ha sido el turismo un verdadero impulsor del desarrollo local *in situ* en la región?

**Tabla 1**  
PEA ocupada por sector en Chignahuapan y Zacatlán

Sector	Zacatlán			Chignahuapan		
	1990	2010	2015	1990	2010	2015
Primario	69,5	42	22,9	72,1	40	27,4
Secundario	10,8	26,1	20,8	12,25	27,9	32,8
Terciario	19,7	31,9	55,6	15,65	32,1	38,8

Fuente: elaboración propia con base en INEGI (1990), INEGI (2016), Quintero (2021) y Quintero & Castro (2022).

Al parecer, el turismo se ha vuelto una actividad central que ha conllevado al abandono de otros sectores. De hecho, Chignahuapan y Zacatlán son dos espacios que son ejemplos fehacientes de cómo el Gobierno Federal, a partir del programa Pueblos Mágicos, lejos de promover apoyos al sector primario, estimula y fomenta la inversión pública y privada para mercantilizar turísticamente a las localidades galardonadas por el programa (Oehmichen-Bazán, 2020; Velázquez, 2013). Así, se han deconstruido las antiguas fronteras entre lo urbano y lo rural, entre lo tradicional y lo moderno, entre los tres sectores económicos y se ha replanteado el sentido de las relaciones y complementariedades espaciales allí con miras, exclusivamente, a la inserción en la vorágine del sistema turístico global y la creciente llegada de turistas ante una demanda compartida.

## Conclusiones

Hay varias relaciones de complementariedad espacial en la dinámica turística entre Zacatlán y Chignahuapan cimentadas en la puesta en valor de recursos turísticos diferentes enfocados a una demanda potencial común, su proximidad geográfica y la articulación física entre ambas localidades. Generalmente, estas relaciones se gestan entre espacios con vocaciones económicas de oferta-demanda; sin embargo, bajo ciertas circunstancias, dos oferentes pueden establecer dinámicas complementarias orientadas a una demanda compartida y actuar como una sola entidad espacial, como es el caso de las dos localidades poblanas estudiadas.

Para que eso suceda, la complementariedad espacial entre dos núcleos turísticos oferentes debe sentar sus bases en la interacción espacial. Esto, porque a partir de esta teoría se entiende que hay flujos claros de personas, capital, bienes y/o información entre los centros que establecen una relación no jerárquica entre ellos y que, al mismo tiempo, garantizan el crecimiento de la actividad independiente

pero que se benefician mutuamente. Además, la proximidad geográfica entre los núcleos actúa como una ventaja comparativa, como en el caso de la interacción espacial existente entre Zacatlán y Chignahuapan.

Las dos localidades referidas desarrollaron sus propias dinámicas de manera independiente, orientadas a una demanda potencial común. A partir del nombramiento de ambas como Pueblo Mágico, el mutualismo se potenció, y se ofertan como dos sitios que actúan como una sola entidad territorial. Las relaciones de complementariedad entre Zacatlán y Chignahuapan se evidencian así: 1) con la presencia de visitantes comunes que corresponden con, al menos, un tercio de la demanda efectiva de ambos núcleos de actividad, 2) con la oferta de recorridos por las dos localidades por parte de los operadores turísticos, 3) con las semejanzas en el comportamiento estacional de la demanda turística en ambos espacios, y 4) con los impactos similares en términos de terciarización económica y otros procesos asociados, como el incremento en la infraestructura turística, tanto en las localidades de interés como en los espacios de tránsito.

El éxito de este binomio se basa en cinco factores: 1) la relación turística entre ellas no es jerárquica, 2) los recursos turísticos son diferentes en cada una de ellas, a pesar de orientarse a una demanda potencial común 3) los elementos del medio geográfico local mantienen relaciones semánticas entre sí, por lo que su consumo en un solo viaje resulta lo más lógico para los viajeros 4) la proximidad geográfica entre las dos localidades y la creación de un corredor turístico y 5) la adecuada accesibilidad existente por la presencia de infraestructura de transporte que los conecta, reduce la fricción de la distancia y permite el tránsito libre de los turistas entre un punto y otro.

Finalmente, la complementariedad espacial de Zacatlán y Chignahuapan supone una ventaja para el desarrollo de la actividad turística, pero se acompaña de una serie de impactos relevantes en cada una de las localidades, como la terciarización de la economía y la consecuente descampesinización local, el incremento en la inseguridad, la contaminación y la saturación de ambos centros de actividad, entre otros. Así, es necesario ser críticos sobre implementación del turismo en comunidades como los Pueblos Mágicos y la generación de procesos de desarraigamiento, patrimonialización y gentrificación que van a afectar la vida cotidiana de la población local; por otro, el turismo es percibido por los locales como una fuente alternativa de ingreso económico en el mundo global.

## Referencias

- Baños, C., & Rico, E. (2016). La complementariedad litoral-interior en el marco de la renovación de destinos turísticos consolidados: el excursionismo organizado como elemento de relación. *Cuadernos de turismo*, (38), 87-114. <https://doi.org/10.6018/turismo.38.271361>
- Benavides, M., & Gómez-Restrepo, C. (2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(1), 118-124. <https://www.redalyc.org/pdf/806/80628403009.pdf>
- Benneworth, P., & Henry, N. (2004). Where is the value added in the cluster approach? Hermeneutic theorising, economic geography and clusters as a multiperspectival approach. *Urban Studies*, 41(5-6), 1011-1023. <https://doi.org/10.1080/00420980410001675869>
- Beuf, A. (2020). Centralidad y policentralidad urbanas: Interpretaciones, teorías, experiencias. *Espiral*, 1(2), 131-155. <https://doi.org/10.15381/espiral.v1i2.17135>
- Booking.com. (2022). Hoteles en Zacatlán/Hoteles en Chignahuapan. <https://booking.com/>
- Camargo, F. (2011). Factores de éxito de las alianzas estratégicas: el caso de las empresas integradoras mexicanas. *Estudios gerenciales*, 27(120), 105-126. [https://doi.org/10.1016/s0123-5923\(11\)70171-1](https://doi.org/10.1016/s0123-5923(11)70171-1)
- Cohen, E. (2012). Globalization, global crises and tourism. *Tourism recreation research*, 37(2), 103-111. <https://doi.org/10.1080/02508281.2012.11081695>
- Colwell, R. & Coddington, J. (1994). Estimating Terrestrial Biodiversity through Extrapolation. *Philosophical transactions of the Royal Society. B. Biological Sciences*, 345(1311), 101-118. <https://doi.org/10.1098/rstb.1994.0091>
- Conley, T. & Dupor, B. (2003). A Spatial Analysis of Sectoral Complementarity. *Journal of Political Economy*, 111(2), 311-352. <https://doi.org/10.1086/367681>
- Cordeiro, E. & Valério, A. (2016). Complementarity and Interaction of Tourist Services in an Excellent Wine Tourism Destination: Thoe Douro Valley (Portugal). En M. Peris-Ortiz, M. de la Cruz del Río Rama & C. Rueda-Armengot (Eds.), *Wine and Tourism* (pp. 123-132). [https://doi.org/10.1007/978-3-319-18857-7\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-319-18857-7_9)
- Dehoorne, O. (2003). Le Monde du Tourisme. En M. Stock (Coord.), *Le tourisme. Acteurs, lieux et enjeux* (pp. 117-169). Belin.
- De la Rosa, A. (2021). Feria del árbol y la esfera, Chignahuapan y Barcelona. *El Economista*. <https://www.economista.com.mx/turismo/Feria-del-arbol-y-la-esfera-Chignahuapan-y-Barcelona-20211120-0004.html>
- De Souza, K., De Andrade, S., & Perobelli, F. (2016). Multiple trends of tertiarization: A comparative input-output analysis of the service sector expansion between Brazil and United States. *Economía*, 17(2), 141-158. <https://doi.org/10.1016/j.econ.2015.10.002>
- Dobrinskaya, D., & Verzhinina, I. A. (2018). New “connectography”: networks of cities in the global world. *Espacios*, 39(16), 7. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n16/a18v39n16p07.pdf>
- Erkus-Öztürk, H. (2009). The role of cluster types and firm size in designing the level of network relations: The experience of the Antalya tourism region. *Tourism Management*, 30(4), 589-597. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.10.008>
- Fernández, M., & Puig, A. (2002). El papel del cooperativismo en el turismo rural de la Comunidad Valenciana. CIRIEC-España, *Revista de economía pública, social y cooperativa*, (41), 183-212. <https://www.redalyc.org/pdf/174/17404109.pdf>
- Figueroa, M. (2015). Zacatlán de las Manzanas, Puebla. Configurando el modelo de pueblo mágico. En L. López, C. Valverde & M. Figueroa (Coords), *Pueblos Mágicos. Una visión interdisciplinaria*, Vol. 2 (pp. 299-321). Universidad Autónoma Metropolitana, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Fotheringham, A. S. & M. O’Kelly (1989). *Spatial interaction models*. Kluwer Academic Publishers.
- Fyall, A., Leask, A. & Garrod, B. (2001). Scottish visitor attraction: A collaborative future. *International Journal of Tourism Research*, 3(3), 211-228. <https://doi.org/10.1002/jtr.313>
- García, E. (6 de enero de 2022). Barranca de los Jilgueros, un imperdible en Zacatlán. *Descubre México*. <https://descubreenmexico.com/barranca-de-los-jilgueros-un-imperdible-en-zacatlan/>



- Garrocho, C. (2003). La teoría de interacción espacial como síntesis de las teorías de localización de actividades comerciales y de servicios. *Economía, sociedad y territorio*, 4(14), 203-251. <https://doi.org/10.22136/est002003426>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of sustainable tourism*, 29(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hernández, E., & Salamanca, J. (2020). Zacatlán entre el patrimonio y el turismo culturales. *Topofilia. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Territorios*, (21), 256-282. <http://69.164.202.149/topofilia/index.php/topofilia/article/view/112>
- Hjalager, A. (2000). Tourism destinations and the concept of industrial districts. *Tourism and Hospitality Research*, 2(3), 199-213. <https://doi.org/10.1177/146735840000200302>
- INEGI. (2010). *Anuario estadístico y geográfico del estado de Puebla*. <http://ceigep.puebla.gob.mx/#>
- INEGI. (2013). *Anuario estadístico y geográfico del estado de Puebla*. <http://ceigep.puebla.gob.mx/#>
- INEGI. (2015). *Anuario estadístico y geográfico del estado de Puebla*. <http://ceigep.puebla.gob.mx/#>
- INEGI. (2017). *Anuario estadístico y geográfico del estado de Puebla*. <http://ceigep.puebla.gob.mx/#>
- Kostrowicki, J. (1975). A key concept: spatial organization. *International Social Science Journal*, 27(2), 328-345. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000014966>
- Kuri, R. (2003). *Chignahuapan: voces y miradas de su historia*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Jaakson, R. (2004). Globalisation and neocolonialist tourism. En M. Hall & H. Tucker, *Tourism and Postcolonialism. Contested discourses, identities and representations* (p. 193). Routledge.
- Jackson, J. & Murphy, P. (2002). Tourism destinations as clusters: Analytical experiences from the New World. *Tourism and Hospitality Research*, 4(1), 36-52. <https://doi.org/10.1177/146735840200400104>
- Jetter, L. G., & Chen, R. J. (2012). An exploratory investigation of knowledge sharing and cooperative marketing in tourism alliances. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 13(2), 131-144. [https://www.researchgate.net/publication/239803334\\_An\\_Exploratory\\_Investigation\\_of\\_Knowledge\\_Sharing\\_and\\_Cooperative\\_Marketing\\_in\\_Tourism\\_Alliances](https://www.researchgate.net/publication/239803334_An_Exploratory_Investigation_of_Knowledge_Sharing_and_Cooperative_Marketing_in_Tourism_Alliances)
- Ladle, R., & Whittaker, R. J. (Eds.). (2011). *Conservation biogeography*. John Wiley & Sons.
- López, Á. (2002). Análisis de los flujos turísticos en el corredor Los Cabos, Baja California Sur. *Investigaciones geográficas*, (47), 131-149. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-46112002000100009](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-46112002000100009)
- Méndez, E. & Rodríguez, S. (2013). Definiendo “lo mexicano”. Una clave: persistencias del modelo urbano colonial en los “pueblos mágicos”. *Diálogos Latinoamericanos*, (21), 46-67. <https://www.redalyc.org/pdf/162/16229723004.pdf>
- Merkel, A. (2017). Spatial competition and complementarity in European port regions. *Journal of Transport Geography*, 61, 40-47. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2017.04.008>
- Michael, E. J. (2007). Development and cluster theory. En E.J. Michael (Ed.), *Micro clusters and networks, the growth of tourism* (pp. 21-32). Elsevier.
- Monroy, J. O. (2022). Feria de la Sidra en Zacatlán ¡La más famosa de todo México! *El Souvenir*. <https://elsouvenir.com/feria-sidra-zacatlan-puebla/>
- Montaño, C. & Ríos, S. (2018). La producción de esfera y el desarrollo local en Chignahuapan, Puebla. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (241), 1-22. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/desarrollo-local-mexico.html>
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de turismo*, (35), 335-357. <https://doi.org/10.6018/turismo.35.221641>
- Newlands, D. (2003). Competition and cooperation in industrial clusters: The implications for public policy. *European Planning Studies*, 11(5), 521-532. <https://doi.org/10.1080/09654310303649>



- Oehmichen-Bazán, C. (2020). La valoración de las culturas indígenas en el mercado turístico: ¿apropiación, despojo o resignificación? *Anales de antropología*, 54(1), 149-158. <https://doi.org/10.22201/iaa.24486221e.0.1.67366>
- Oliver, T., & Jenkins, T. (2005). Integrated tourism in Europe's rural destinations: Competition or cooperation. *Tourism SMEs, Service Quality and destination competitiveness* (pp. 25-39). CABI Publishing. <https://doi.org/10.1079/9780851990118.0025>
- Ortíz, D. (2018). *La élite local y su apropiación del proyecto de desarrollo: el caso del programa Pueblos Mágicos en Zacatlán de las Manzanas, Puebla* [Tesis de Maestría en Antropología Social. CIESAS. Ciudad de México, México].
- Propin, E. (2003). *Teorías y métodos en Geografía Económica*. Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Quintero, G. J. (2012). *Organización territorial del turismo en Belize* [Tesis de Maestría en Geografía. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional Autónoma de México, México].
- Quintero, G. J. (2021). El turismo termal y la fabricación de esferas navideñas en Chignahuapan, Puebla como mecanismo de descampesinización local. *Desarrollo, economía y sociedad*, 10(1), 26-43. <https://doi.org/10.38017/23228040.737>
- Quintero, G. J. (15 de junio de 2022). Una pequeña reflexión (bio)ética del turismo postpandemia. *El Plumaje. Animal Político*. <https://www.animalpolitico.com/una-vida-examinada-reflexiones-bioeticas/una-pequena-reflexion-bioetica-del-turismo-postpandemia/>
- Quintero, G. J. & Castro, A. M. P. (2022). La creación del branding turístico y de la sinécdoque turística de Zacatlán a partir de la descampesinización local y el comercio de los productos de manzana *Ayana*. *Revista de investigación en turismo*, 2(2), 1-17. <https://doi.org/10.24215/27186717e020>
- Quintero, G. J. & López, A. (2018). Cambios en la imagen urbana de Chignahuapan, México, a partir de la apropiación del ajolote como elemento turístico-patrimonial. En I. Alvarado-Sizzo & A. López (Eds.), *Turismo, patrimonio y representaciones espaciales* (pp. 205-231). ColecciónPASOS, N° 22.
- Quintero, G. J. & Sánchez, A. (2018). Fricción del espacio y externalidades territoriales de la movilidad turística terrestre en América Central. PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(4), 1023-1036. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.071>
- Rodríguez, C. (2022). *Hipermétodos: Repertorios de la investigación social en entornos digitales* (p. 357). Universidad Autónoma México.
- Rogers, R. (2015). Digital methods for web research. En R. Scott y S. Kosslyn (Eds.), *Emerging trends in the social and behavioral sciences: An interdisciplinary, searchable, and linkable resource* (pp.1-22). John Wiley & Sons.
- Rosales, J., Salas, J. & Palacios, M. (2019). Tendencias del turismo en cuatro pueblos mágicos de Puebla, México. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 2(1), 235-259. <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/546421>
- Santagata, W. (2002). Cultural districts, property rights and sustainable economic growth. *International Journal of Urban and Regional Research*, 26(1), 9-23. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.00360>
- SECTUR. (2019). *Compendio estadístico del turismo en México*. Datatur. Análisis Integral del turismo. [www.datatur.sectur.gob.mx](http://www.datatur.sectur.gob.mx)
- Shaw, G. & Williams, A. (2004). *Tourism and tourism spaces*. Sage.
- Shea, J. (2002). Complementarities and Comovements. *Journal of Money, Credit and Banking*, 34(2), 412-433. <https://doi.org/10.3386/w5305>
- Storper, M. (2000). Globalization, localisation, and trade. En G.L. Clark, M.P. Feldman y M. S. Gertler (Eds.), *Oxford handbook of economic geography* (pp.146-165). Oxford University Press.
- TripAdvisor. (2022). Zacatlán/Chignahuapan. <https://www.tripadvisor.com/>
- Vane-Wright, R., Humphries, C. J., & Williams, P. H. (1991). What to protect? Systematics and the agony of choice. *Biological conservation*, 55(3), 235-254. [https://doi.org/10.1016/0006-3207\(91\)90030-d](https://doi.org/10.1016/0006-3207(91)90030-d)

- Valdivia, M., Ávila, H., & Galindo, C. (2010). Fricción de la distancia, autocorrelación espacial de la productividad e impacto de la longitud por carretera en la dinámica de convergencia de la región centro de México (1993-2003). *Investigaciones geográficas*, (71), 72-87. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-46112010000100007](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-46112010000100007)
- Vane-Wright, R., Humphries, C. & Williams, P. (1991). What to protect? - Systematics and the Agony of Choice. *Biological Conservation*, 55(3), 235 - 254. [https://doi.org/10.1016/0006-3207\(91\)90030-d](https://doi.org/10.1016/0006-3207(91)90030-d)
- Velázquez, M. (2013). La formulación de las políticas públicas de turismo en México. El caso del programa federal “Pueblos Mágicos” 2001-2012. *Diálogos Latinoamericanos*, (21), 89-110. <https://www.redalyc.org/pdf/162/16229723006.pdf>
- Weidenfeld, A., Butler, R., & Williams, A. W. (2011). The role of clustering, cooperation and complementarities in the visitor attraction sector. *Current Issues in Tourism*, 14(7), 595-629. <https://doi.org/10.1080/13683500.2010.517312>
- Willett, J. (2020). Challenging peripheralising discourses: Using evolutionary economic geography and, complex systems theory to connect new regional knowledges within the periphery. *Journal of Rural Studies*, 73, 87-96. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.11.016>