

Prospectiva turística para el diseño de estrategias aplicando AHP

I.A. Hernández Huerta¹, D. Martínez Navarrete^{2*}, I. Pérez Hernández², I. I. Mendoza Ruiz², P.L. Bellato Gil²

¹Estudiante de Ingeniería en Desarrollo e Innovación Empresarial

²Departamento de Ingeniería en Desarrollo e Innovación Empresarial, Universidad Tecnológica del Centro de Veracruz. Av. Universidad No. 350, Carretera Federal Cuitláhuac – La Tinaja, C.P. 94910

*daniel.martinez@utcv.edu.mx

Área de participación: Ingeniería Administrativa

Resumen

En México, el Turismo es un importante detonador económico con un 8.7% de aportación al PIB (INEGI, 2016). En ese sentido, para lograr el éxito de las regiones turísticas rurales es fundamental diseñar estrategias que faciliten la interacción de tres actores principales: Gobierno, Sociedad Civil e Iniciativa Privada (Van Niekerk, 2014; Pérez y Gibaja, 2016). Por lo anterior, se realizó este trabajo de investigación integrado por tres etapas. Primero, se realizó un diagnóstico con la finalidad de evaluar el potencial turístico identificando la oferta, demanda, competencia y patrones de tendencia. Segundo, con base en el diagnóstico se elaboró una prospectiva turística para definir seis estrategias como ejes rectores para fortalecer e impulsar el turismo. Finalmente, se aplicó un Proceso Analítico de Jerarquización (AHP) con base en nueve puntos para determinar el orden de importancia de las estrategias propuestas considerando un análisis pareado. Los resultados sugieren que las dos estrategias más importantes son la policía municipal con un 26.32%, mientras que las obras públicas corresponden a un 23.04%.

Palabras clave: Turismo, Prospectiva turística, Estrategias, AHP

Abstract

In Mexico, Tourism is an important economic trigger with an 8.7% contribution to PIB (INEGI, 2016). In this sense, to achieve the success of rural tourism regions it is essential to design strategies that facilitate the interaction of three main actors: Government, Civil Society and Private Initiative (Van Niekerk, 2014, Pérez and Gibaja, 2016). Due to the above, this research work was made up of three stages. First, a diagnosis was made in order to assess the tourism potential by identifying supply, demand, competition and trend patterns. Second, based on the diagnosis, a tourism perspective was drawn up to define six strategies as guiding principles to strengthen and boost tourism. Finally, an Analytical Hierarchy Process (AHP) was applied based on nine points to determine the order of importance of the proposed strategies considering a paired analysis. The results suggest that the two most important strategies are municipal police with 26.32%, while public works correspond to 23.04%.

Key words: Tourism, Prospective tourism, Strategies, AHP

Introducción

Hoy en día, se considera que el turismo es un factor importante para la detonación económica de las diversas regiones existentes en ciertas áreas determinadas geográficamente a partir del desarrollo de éstas; así como el desarrollo de sus alrededores bajo criterios específicos que proponen los diversos programas o proyectos existentes tanto a nivel local, regional, nacional e internacional enfocados al uso sustentable de los atractivos y recursos turísticos (Custódio, Veiga y Águas, 2016). Además, se considera que el desarrollo de turismo se ha generalizado gracias al impulso otorgado por los diversos organismos internacionales involucrados en el tema. También, se resalta que la actividad turística se considera como un factor que ayuda a la sociedad a salir de la pobreza y mejorar la calidad de vida a través de la inversión privada, impulsando entre otras actividades la venta

de artesanía, la pesca y la agricultura así como los servicios primarios y complementarios requeridos para su desarrollo (Ruiz, 2008; Moreno y Coromoto, 2011). Que de acuerdo a Cristina y Lorenzo (2007) y Camisón (2004) el crecimiento turístico debe atraer a los visitantes, para que estos dejen una derrama económica considerable, lo que requiere de la interacción y preocupación de los diferentes actores involucrados que propicien la generación de la ventaja competitiva del área.

En ese sentido, la propuesta de la generación de turismo a partir de un enfoque sustentable se da a partir de la integración de sus elementos fundamentales, que de acuerdo a Ilbery y Saxena (2011) son la económica, los aspectos social, cultural, natural y estructuras humanas de las localidades en las que éste se genera determinando el potencial turístico. A esto, Mikery y Pérez-Vázquez (2014) proponen que para identificar el potencial turístico de un área en particular se debe conocer los atractivos y recursos que existe en el territorio, así como la interacción de los factores biofísicos y las condiciones socioeconómicas imperantes en éste; lo que es considerado como la vocación turística que promueve el desarrollo de las zonas tanto urbanas como rurales a través de la inversión privada, traduciendo en oportunidades de negocio que generan empleo para la población (Ruiz, 2008; Moreno y Coromoto, 2011). Para la determinación de la vocación turística se debe generar, según Idajati (2014) un ejercicio de planeación estratégica que genere un ejercicio de la racionalización de la organización territorial y los diversos vínculos en el orden de resguardar la responsabilidad ambiental; diseñando estrategias para identificar las áreas, mejorar la calidad del ambiente y proveer las mejoras correspondientes en infraestructura, desarrollo económico así como la mejora de la participación comunitaria. Además, Bodosca y Diaconescu (2015) consideran que una buena estrategia para la administración sustentable ofrece un soporte para las acciones que tienen un impacto en las generaciones futuras y la educación del público. El desarrollo de turismo sustentable esta confrontado con varios impedimentos tales como las prioridades de las políticas económicas nacional, la estructura de la administración pública y la interconexión entre diferentes ministros (Bodosca y Diaconescu, 2015).

Derivado de lo anterior, se consdiera que la competitividad turística de acuerdo con Chin et al, (2014) se da en los destinos turísticos donde los recursos naturales y la herencia cultural son los principales indicadores de ésta, resaltando la importancia de la construcciones sustentables, el reconocimiento de los nombres, herencia cultural, recursos y atractivos turísticos; los cuales contribuyen de manera significativamente en el desarrollo de claves de la competitividad bajo la perspectiva de la comunidad. Tal es el caso, de la Isla Hong Kong quien desarrollo un proceso de planeación estratégica siguiendo un sistema de tres niveles: territorial, Subregional y distrital, en donde la estrategia territorial es el nivel más alto para promover un marco general (Penny & Bramwell, 2015).

En consecuencia de lo anterior, en el presente documento se planteó el objetivo de realizar una prospectiva turística en un municipio ubicado en la zona centro del estado de Veracruz, considerando tres elementos básicos a) El inventario turístico así como el inventario de prestadores de servicios; b) un análisis FODA; c) así como el uso del proceso de análisis jerárquico para la elección de las estrategias pertinentes para la generación de turismo rural en el municipio, mismo que se describen a continuación.

Metodología

Mikery y Pérez (2014) consideran que la valoración de los recursos turísticos y el nivel de estructuración de los atractivos propician la identificación del potencial turístico en una región que incluye la información descriptiva de estos, además de su clasificación en atractivos reales y potenciales. En ese sentido, como parte de la metodología que se siguió para la realización del presente proyecto se llevaron a cabo las siguientes actividades descritas para el logro del objetivo planteado. a) Inventario turístico del municipio de Cuitláhuac, Veracruz en donde se realizó una visita de campo a todos los atractivos y recursos turísticos existentes, considerando; además de aquellos que en un futuro pueden ser considerados como un producto turístico natural y/o cultural; también se hizo un levantamiento fotográfico de cada uno de los atractivos y recursos, así como el llenado de la ficha de atractivo correspondiente (Mincetur, 2012). b) Se realizó un análisis FODA que permitió conocer la situación actual para identificar aquellas áreas y/o aspectos a considerar en el tema del turismo; además que permitieron observar los puntos como competencia, tendencias, las posibles opciones de nuevos productos turísticos y las posibles estrategias de difusión de información turística del municipio. c) Se hizo un inventario cualitativo de la oferta y la demanda en las habitaciones de hoteles y servicios, considerando las variables geográficas, demográficas y

socio-económicas; que permitió generar la información necesaria para elaborar el proceso de análisis jerárquico para la toma de decisiones. Lo anterior se muestra en la figura 1 que permite observar las diversas herramientas usadas.

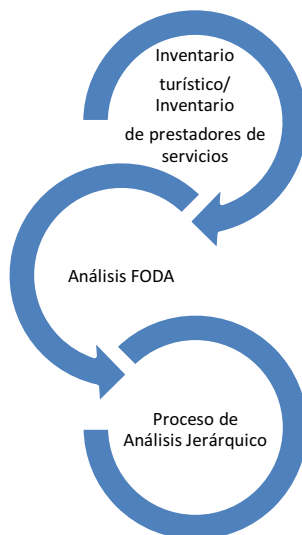


Figura 1. Metodología propuesta para el trabajo de investigación.

Resultados y discusión

De acuerdo a Vázquez y Valente (2017) la generación de un política de impulso recurrente que diversifique las actividades productivas es un elemento fundamental para mejorar el desarrollo comunitario local. En ese sentido, se genera el diagnóstico de la infraestructura con la que cuenta el municipio donde se identificaron los diferentes atractivos turísticos como se observa en la Tabla 1 en el que se plasma la diversidad de oferta disponible, las actividades que se realizan y los periodos de apertura, el cual, en su mayoría se mantiene continuo durante todo el año. En ese sentido, Benavides (2015) considera que el desarrollo la infraestructura estratégica debe ser generado por esfuerzo regional que propicie el mejoramiento de las instalaciones; la realización de inventarios de productos turísticos así como la creación de redes y elaboración de planes para el mantenimiento de las áreas. Paralelamente se identificaron los servicios de hospedaje, alimentación y prestación de servicios como se observa en la Tabla 2. Los servicios complementarios se presentan en la Tabla 3, necesarios para el fortalecimiento del turismo.

Tabla 1. Oferta de visitas por tipo de atractivo turístico.

Nombre del atractivo	Tipo	Actividades a realizar	Periodo
Monumento histórico	Atractivo Cultural	Observación y fotografía	Todo el año
El pozo de las animas	Atractivo Cultural	Observación y fotografía	Todo el año
Parroquia de San Juan Bautista	Atractivo Cultural	Observación y fotografía	Todo el año
Antigua hidroeléctrica Carvajal-Trumbo	Atractivo Cultural	Senderismo, observación y fotografía	Temporadas
Estancia de la punta	Atractivo Cultural	Senderismo, observación y fotografía	Todo el año
La piedra móvil	Atractivo natural	Senderismo, observación y fotografía	Todo el año

Poza y cañón la esplendorosa	Atractivo natural	Senderismo, observación, fotografía, pesca de langostino, descenso a rappel, nado y esnórquel.	Todo el año
Cascada de san juan de la punta	Atractivo natural	Senderismo, observación, fotografía, descenso a rappel, cañonismo y nado.	Todo el año
Gruta sala de agua.	Atractivo natural	Senderismo, fotografía, nado y espeleología.	Todo el año
Gruta sala seca	Atractivo natural	Senderismo, fotografía y espeleología.	Todo el año
Gruta sala de verde	Atractivo natural	Senderismo, fotografía y espeleología.	Todo el año
El Sótano	Atractivo natural	Senderismo, fotografía, observación de flora y fauna, y descenso a rappel.	Todo el año
Ex – marmolera.	Atractivo natural	Senderismo, fotografía y observación de flora y fauna	Todo el año

En total se identificaron 13 atractivos, de los cuales el 38.46% corresponde a la categoría de culturales, mientras que el 61.54% son naturales. Lo anterior, sugiere que el turismo depende en gran medida de la riqueza natural, su ecología y medio ambiente, por lo que es necesario diseñar estrategias generadoras de valor donde se involucren principalmente tres actores: Gobierno, Sociedad y la Inversión privada con la finalidad de capitalizar la ubicación estratégica del municipio y dar mayor difusión a las actividades al aire libre como el senderismo, la fotografía, rappel, cañonismo y la práctica de actividades acuáticas.

Tabla 2. Oferta en el municipio (Prestadores de servicios).

Tipo de Infraestructura	Número	Ubicación	Disposición
Hotel	3	Centro	Todo el Año
Restaurante	7	Centro	Todo el Año
Fonda	1	Centro	Medio día
Comida Rápida	12	Centro	Medio día
Bares	3	Centro	Nocturno
Cafeterías	2	Centro	Medio día
Balnearios	2	Al rededores	Por temporada

Dentro de los ejes importantes para el fortalecimiento del turismo, se encuentra la oferta de servicios básicos para atraer visitantes de otros estados como se observa en la Tabla 2. En total, se identificaron 30 prestadores de servicios, donde el 40% corresponde a establecimientos de comida rápida, lo que significa que se debe trabajar en buscar la identidad cultural que refleje los platillos originarios del municipio, debido a que existe una ligera tendencia a contar con inversión privada sin considerar el patrimonio cultural. De igual forma, los servicios de hotelería y ocio cuentan apenas con el 10% respectivamente, dando pauta a considerar la falta de estas variables como una limitante por parte de los turistas por lo que es necesario considerar el diseño de estrategias para impulsar el desarrollo de obras de infraestructura.

En cuanto a la oferta de servicios complementarios tan solo el 70.6% se encuentra concentrado entre las clínicas y farmacias del municipio, lo que indica que los servicios médicos se encuentran bien posicionados en el municipio. Sin embargo, uno de los puntos críticos a considerar es que apenas el 5.9% está enfocado a aspectos de seguridad dentro del municipio lo que conlleva a diseñar estrategias para impulsar el desarrollo de la policía local y los servicios de protección civil

Tabla 3. Oferta en el municipio (Servicios complementarios).

Tipo de Infraestructura	Número	Ubicación	Disposición
Clínicas	5	Centro	Todo el día
Farmacias	7	Centro	Todo el día.
Bancos/Casas de Cambio	4	Centro	Medio día
Seguridad	1	Centro	Todo el día

Como resultado del diagnóstico turístico considerando la oferta de atractivos, prestadores de servicios y servicios complementarios se proponen las siguientes estrategias: Ecología y Medio Ambiente, Obras Públicas, Policía Municipal, Limpia Pública, Comercio y Protección Civil con la finalidad de fortalecer e impulsar el desarrollo turístico. Es importante mencionar, que las estrategias propuestas tienen un enfoque cualitativo y se fundamentan en los análisis descritos en las tablas 1, 2 y 3

Para determinar el porcentaje de impacto de cada una de las estrategias propuestas, se aplicó un Proceso Analítico de Jerarquización (AHP) considerando un análisis pareado con una escala de nueve puntos, donde (9) corresponde a Extremadamente importante, (7) Muy alta importancia, (5) Fuerte importancia, (3) Importancia moderada, (1) Misma importancia. A continuación, en la Tabla 4, se presenta la matriz compuesta por las estrategias y sus respectivas evaluaciones de acuerdo a la jerarquía propuesta por los investigadores.

Tabla 4. Evaluaciones para las seis estrategias propuestas con la matriz AHP con datos no estandarizados.

Estrategias	Ecología y medio ambiente	Obras públicas	Policía municipal	Limpia pública	Prestadores de servicios	Protección civil
Ecología y medio ambiente	1.00	2.00	0.14	5.00	0.50	2.00
Obras públicas	0.50	1.00	5.00	4.00	2.00	0.50
Policía municipal	7.00	0.20	1.00	3.00	3.00	2.00
Limpia pública	0.20	0.25	0.33	1.00	0.33	0.25
Prestadores de servicios	2.00	0.50	0.33	3.00	1.00	0.33
Protección civil	0.50	2.00	0.50	4.00	3.00	1.00
Sumatoria	21.14	2.08	11.68	34.00	4.74	14.48

Para la asignación de ponderaciones en la Tabla 4, se consideró la integración de un panel de expertos preguntando si el elemento de la fila es más importante que el de la columna. Como se puede observar, la sumatoria por columna no corresponde a una misma escala por lo que es necesario realizar un proceso de estandarización para jerarquizar y obtener los porcentajes correspondientes a cada una de las estrategias.

Una vez estandarizados los valores, la sumatoria por columna corresponde a un valor de 1.00, lo que significa que es posible inferir y calcular los porcentajes inherentes a cada estrategia propuesta. Como se observa en la

Tabla 5, las estrategias de policía municipal (26.32%) y obras públicas (23.04%) cuya suma es el 49.36% respectivamente, indica que son las estrategias prioritarias con el fin de fortalecer el turismo en el área de estudio. El siguiente conjunto de acciones suma un total de 36.55% siendo la protección civil y la ecología - medio ambiente las estrategias secundarias.

Tabla 5. Evaluaciones para las seis estrategias propuestas con la matriz AHP con datos estandarizados para definir su porcentaje de impacto.

Estrategias	Ecología y medio ambiente	Obras públicas	Policía municipal	Limpia pública	Prestadores de servicios	Protección civil	Promedio	Porcentaje de Impacto
Ecología y medio ambiente	0.09	0.34	0.02	0.25	0.05	0.33	0.18	17.91
Obras públicas	0.04	0.17	0.68	0.20	0.20	0.08	0.23	23.04
Policía municipal	0.63	0.03	0.14	0.15	0.31	0.33	0.26	26.32
Limpia pública	0.02	0.04	0.05	0.05	0.03	0.04	0.04	3.84
Prestadores de servicios	0.18	0.08	0.05	0.15	0.10	0.05	0.10	10.24
Protección civil	0.04	0.34	0.07	0.20	0.31	0.16	0.19	18.64
Sumatoria	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	100.00

Diferentes trabajos, han aplicado el proceso analítico de jerarquización para fortalecer el desarrollo turístico, por ejemplo, Lee y Lee (2015) utilizaron el método AHP para priorizar las estrategias en cuestión de políticas públicas en Korea analizando datos de 13 expertos mediante la recolección de información a través de un cuestionario, sin embargo, los autores no realizan la aplicación de un diagnóstico previo a la aplicación de AHP. Para Fabac y Zver (2011) el uso de AHP se encuentra en función de un análisis FODA, por lo que los autores asignan pesos a cada una de las variables mediante una ponderación cualitativa, sin embargo, el estudio no considera la priorización de estrategias o alguna técnica prospectiva.

Trabajo a futuro

Es altamente recomendable que se implementen por los menos las estrategias que aportan el 80% de impacto que se proponen en el presente proyecto de investigación para poder analizar el efecto que tendrán en el tema de desarrollo turístico en el municipio.

A partir de esta prospectiva turística se propone la elaboración de un plan estratégico considerando las seis estrategias básicas con sus respectivos porcentajes de impacto. Se recomienda diseñar e implementar un sistema de control con el desarrollo de indicadores para alinear las estrategias propuestas y medir el progreso de cada una de ellas. También se propone trabajar con el diseño de un desarrollo sustentable que permita la implementación de los requerimientos de Turismo Rural Integrado para el municipio en mención.

Conclusiones

El municipio posee cualidades propias a partir de las cuales se puede concluir que de acuerdo Mikery y Pérez-Vázquez, (2014) es considerado como potencial turístico suficiente para aprovechar al máximo y generar con su uso adecuado el desarrollo de turismo rural sustentable; además se considera que tiene la ventaja de contar con localidades rurales, diversidad natural, y buena ubicación geográfica lo que propicia una venta diferencial para su desarrollo turístico. Los hallazgos muestran la existencia de 8 atractivos naturales y 5 atractivos culturales, de los cuáles resaltan la comparsa de los Judas, evento religioso realizado desde hace 100 años, cada año durante el tiempo de la Semana Santa; así como la existencia de las grutas del Maguey que brindan un espacio natural

único para visitar. Lo anterior muestra la evidencia de la integración de diversas herramientas aplicadas al turismo a partir de herramientas como el diagnóstico turístico y la aplicación de un análisis FODA que facilita el desarrollo de una prospectiva turística, específicamente para el diseño de estrategias adecuadas para el desarrollo de la localidad. Sin embargo, las estrategias requieren tener un porcentaje de impacto con la finalidad de identificar su prioridad, para lo cual se aplicó un proceso analítico de jerarquización (AHP).

Los resultados de la matriz AHP muestran que la estrategia más importante para el desarrollo turístico, se enfoca a garantizar la seguridad de los visitantes a través del fortalecimiento de la policía municipal con un 26.32 %, argumento que, de acuerdo con diversos autores (Fabac y Zver, 2011; Kóvári y Zimányi, 2011; Kordić, Živković, Stanković y Gajić, 2015) mencionan que es una variable fundamental para detonarlo. La industria del turismo no puede evitar los impactos negativos de la inseguridad, por lo tanto, es necesario explorar la relación entre ambas variables para incluso, redefinir el concepto de *seguridad* y *seguridad en el turismo* con la finalidad de impulsar el desarrollo local y global.

La segunda estrategia es el desarrollo de obras públicas con un 23.04% representando apenas una diferencia de 3.28% respecto a la primera, lo que significa que se debe invertir en determinantes que generen desarrollo local (Firoiu y Croitoru, 2014) para ofrecer servicios de calidad a los visitantes. Finalmente, es importante recalcar que el éxito turístico depende de tres factores: Gobierno, Sociedad Civil e Iniciativa Privada (Van Niekerk, 2014; Pérez y Gibaja, 2016) los cuales deben abordarse con un enfoque sistémico y no como elementos periféricos al desarrollo turístico.

Agradecimientos

Los autores agradecen a la Universidad Tecnológica del Centro de Veracruz por el financiamiento otorgado para la presentación y divulgación de este trabajo de investigación dentro del marco del Coloquio Internacional Multidisciplinario 2018.

Referencias

1. Benavides, G. (2015). Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano Colombian receptive tourism policy. *Suma de Negocios*, 6 (13), 66-73. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.005>
2. Benseny, G. (2007). El turismo en México. *Aportes Y Transferencias*, 11(2), 13–34.
3. Cárdenas, G. J. (2012). Crecimiento turístico versus desarrollo económico. Un análisis desde la perspectiva de la generación de divisas y la capacidad de recaudación. *Revista de Economía Mundial*, 73 -102.
4. Cristina, E., & Lorenzo, S. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico, 677–710.
5. Custódio, M., Veiga, C., & Águas, P. (2016). Tourism services: facing the challenge of new tourist profiles. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 8 (6), 654 - 669. <https://doi.org/10.1108/WHATT-09-2016-0048>
6. Fabac, R., & Zver, I. (2011). Applying the modified SWOT - AHP method to the tourism of Gornje Meimurje. *Tourism and Hospitality Management*, 17 (2), 201 – 215.
7. Firoiu, D., & Croitoru, A. (2014). Tourism and Tourism Infrastructure from the perspective of technological changes. *Romanian Economic and Business Review*, 8 (2), 93 - 103.
8. Ilbery, B., & Saxena, G. (2011). Integrated Rural Tourism in the English-Welsh Cross-border Region: An analysis of Estrategic administrative and personal Challenges. *Regional Studies* 5(48), 1139-1155.
9. Kordić, N., Živković, R., Stanković, J., & Gajić, J. (2015). Safety and security as factors of tourism destination competitiveness. *Key Issues on Tourism Destination Competitiveness*, 34 - 40.
10. Kóvári, I., & Zimányi, K. (2011). Safety And Security In The Age Of Global Tourism: The changing role and conception of Safety and Security in Tourism. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 59 – 65. <https://doi.org/10.19041/Abstract/2011/3-4/10>
11. Lai, W.-H., & Quang, N. (2013). An application of AHP approach to investigate tourism promotional effectiveness. *Tourism and Hospitality Management*, 19 (01), 1-22.
12. Lee, J., & Lee, H. (2015). Deriving Strategic Priority of Policies for Creative Tourism Industry in Korea using AHP. *Information Technology and Quantitative Management*, 479-484. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.018>
13. Mazaro, R. M., & Varzin, G. (2008). Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Revista de Administração Contemporânea*, 12(3), 789–809. <https://doi.org/10.1590/S1415->

[65552008000300009](#)

14. Mikery, G. M., & Pérez-Vázquez, A. (2014). Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 1729-1740.
15. Mincetur. (06 de 06 de 2016). Turismo.
16. Moreno, M., & Coromoto, M. (2011). Experiencias y percepciones.
17. OECD. (2017). OCDE Estudios en Turismo. Estudio de la Política Turística de México, 36.
18. Pérez, H. I., & Gibaja, R. D. (2016). Cooperación y Turismo Rural Sustentable. *Memorias del Congreso Internacional Científico ECOTEC*, ISBN: 978-9942-960-07-8
19. Porter, M. (1991). Ventaja Competitiva de las Naciones.
20. Ruiz, O. (2008). Turismo : Factor de Desarrollo y Competitividad en México, 1–33.
21. Saarinen, J., & Leano, M. (2014). Integrating Tourism to rural development and planning in the developing World. *Development Southern Africa*, 268-372.
22. Van Niekerk, M. (2014). Advocating community participation and integrated tourism development planning in local destinations: The case of South Africa. *Journal of Destination Marketing & Management*, (3), 82-84.
23. Vázquez Martínez, G. A., & Vázquez Solís, V. (2017). Evaluación de recursos naturales y culturales para la creación de un corredor turístico en el altiplano de San Luis Potosí, México. *Investigaciones Geográficas*, 0 (94). <http://dx.doi.org/10.14350/rig.56575>
24. Zamora, C. S., Lemus, I. S., Vulnerables, P. P., Alternativos, C., Vinolas, J., Vedder, J., ... Castell, L. (2006). Versión en español de la escala de recuperación por agotamiento causado. *International Journal of Industrial Ergonomics* (Vol. 3). <https://doi.org/10.1016/j.ergon.2008.09.003>