



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

Flujos turísticos y geografía económica en destinos rurales post-pandemia: Fuerzas centrípetas y centrífugas en Tapalpa, Jalisco

Pilar Morales-Valdez¹

*Tania Elena González-Alvarado**

Pablo Cabanelas-Lorenzo²

Resumen

El objetivo de este trabajo es analizar las nuevas dinámicas económicas de los establecimientos turísticos en destinos rurales a través del estudio de los factores que influyen las fuerzas centrífugas y centrípetas que los moldean, con especial énfasis en los impactos generados a partir de la pandemia por COVID-19. Para tal fin se estudió el caso del destino turístico de Tapalpa, Jalisco con un enfoque mixto en el que en primera instancia se recopilaron datos de fuentes oficiales, estudios académicos sobre turismo y resiliencia postpandemia, y mediante entrevistas a actores clave locales y observación estructurada, para en segunda instancia obtener datos que permitieron identificar los nuevos patrones de flujo y dispersión turística con respecto a los establecimientos turísticos. La investigación encuentra que la perturbación por COVID-19 actuó como una fuerza centrífuga al realizar profundos cambios en las preferencias y patrones de consumo turístico entre otros factores que se exploran en los resultados.

Palabras Clave: Geografía económica, Fuerzas centrípetas y centrífugas, Turismo rural.

Abstract

This study aims to analyze the new economic dynamics of tourism establishments in rural destinations by examining the factors influencing the centrifugal and centripetal forces that shape them, with particular emphasis on the impacts generated by the COVID-19 pandemic. For this purpose, the case of the tourist destination of Tapalpa, Jalisco, was studied using a mixed-methods approach. Initially, data was collected from official sources, academic studies on tourism and post-pandemic resilience, and through interviews with key local actors and structured observation. This data was then used to identify new patterns of tourist flow and dispersion in relation to tourism establishments. The research finds that the disruption caused by COVID-19 acted as a centrifugal force, profoundly altering tourist preferences and consumption patterns, among other factors explored in the results.

Keywords: Economic geography, Centripetal and centrifugal forces, Rural tourism.

¹*Universidad de Guadalajara, México

² Universidad de Vigo, España

Introducción

Las transformaciones globales en la industria turística durante las últimas décadas han sido profundas y complejas, el contexto socioeconómico y cultural del turismo ha experimentado una notable evolución, caracterizada por la globalización de los flujos turísticos y la adaptación del modelo turístico a las nuevas demandas y preferencias de los visitantes (García, 2017). Estos cambios han dado lugar a dinámicas características de sistemas complejos adaptativos, con patrones de interacción e interdependencia entre diferentes actores, elementos de competitividad y cooperación, y procesos de innovación y aprendizaje continuo (Alonso, 2019; Berné et al., 2012).

Adicionalmente, la pandemia de COVID-19 tuvo un impacto sin precedentes en el sector, con caídas drásticas en el gasto y la actividad turística (Vayá et al., 2023). Este escenario plantea importantes desafíos y oportunidades para el desarrollo del turismo rural, una modalidad que se vio afectada por la crisis (Aronica et al., 2021) y no obstante mostró una mayor capacidad de adaptación y resiliencia en comparación con el turismo de masas, al poder ajustarse con mayor facilidad a las restricciones y cambios de comportamiento de los visitantes generados por la pandemia (Aldao et al., 2022; Brune et al., 2023; Kürüm et al., 2022; Méndez, 2022).

En este contexto de transformaciones y nuevas tendencias en la demanda turística, es necesario el análisis no solo de las dinámicas intangibles si no de los cambios a nivel espacial y territorial, la teoría de la nueva geografía económica y los conceptos de factores centrípetos y centrífugos pueden aportar perspectivas relevantes para comprender las transformaciones recientes del turismo rural y sus implicaciones (Piriou, 2019).

En este contexto, el presente trabajo propone un enfoque mixto para el análisis de los flujos turísticos y la geografía económica de un destino rural, con un énfasis en los factores centrípetos y centrífugos y el impacto del COVID-19. En primera instancia se realiza una revisión de la literatura y estadísticas que aportan al entendimiento del fenómeno y se analiza como estudio de caso de la dinámica del turismo en Tapalpa, Jalisco.

Comprender este juego de fuerzas es crucial para el análisis y diseño de estrategias de desarrollo turístico inclusivo y sostenible, ya que la configuración de los destinos se debe principalmente al territorio de donde surge.

Marco teórico

La Nueva Geografía Económica

La Nueva Geografía Económica (NGE) de Paul Krugman (1991) postula que la ubicación geográfica juega un papel crucial en el crecimiento económico, el comercio y la distribución del ingreso. Según este enfoque, la distribución espacial de la actividad económica es el resultado de un tira y afloja

constante entre fuerzas que promueven la concentración (centrípetas) y fuerzas que promueven la dispersión (centrífugas) (Ottaviano y Puga, 1998).

Las fuerzas centrípetas, como los efectos de aglomeración, de escala y de encadenamiento, tienden a generar patrones espaciales concentrados (Aranburu et al., 2020), mientras que las fuerzas centrífugas, como los costos de transporte, la congestión y las diferencias salariales, tienden a propiciar la dispersión geográfica de la actividad (Krugman, 2010).

Este enfoque resulta útil para entender la dinámica de concentración y dispersión de las actividades turísticas en un destino, donde las fuerzas centrípetas promueven la aglomeración de servicios e infraestructura en ciertos lugares, mientras que las fuerzas centrífugas pueden generar una mayor dispersión de las actividades (Krugman, 1992).

Según Krugman, el estudio de la economía regional puede mejorar la comprensión de la economía internacional, ya que las regiones dentro de un país tienden a estar más especializadas y a comerciar más intensamente entre sí que los países (Krugman, 2022). Esto refleja tanto fuerzas centrípetas, que promueven la especialización y el comercio dentro de regiones, como fuerzas centrífugas, que pueden fomentar la diversificación y el comercio entre diferentes regiones.

El desarrollo de cada región o localidad depende de las tendencias de crecimiento y desarrollo en otras regiones o localidades por lo tanto las regiones y localidades deben analizarse en el contexto del sistema global, así como en referencia a sus componentes y a otros subsistemas (Vélez, 2009). Las fuerzas centrípetas y centrífugas actúan en diferentes escalas y contextos, influyendo en la concentración y dispersión de la actividad económica.

Estas ideas resultan especialmente relevantes para analizar la evolución del turismo rural, donde se manifiestan dinámicas de concentración y dispersión de los flujos turísticos, así como interdependencias entre diferentes escalas y subsistemas que deben analizarse de forma integrada.

Fuerzas centrífugas y centrípetas en la geografía económica

Los conceptos clave para el análisis de la distribución geográfica de la actividad económica, según la NGE, es la interacción dinámica entre fuerzas centrípetas, que promueven la concentración, y fuerzas centrífugas, que incentivan la dispersión.

Entre las fuerzas centrípetas se encuentran:

- Los efectos de aglomeración, que permiten que las empresas y trabajadores se beneficien de estar cerca unos de otros al generar externalidades positivas como el acceso a un mayor mercado de trabajo especializado, proveedores, servicios de apoyo, así como la difusión del conocimiento (Aranburu et al., 2020; Pérez, 2021).

- Los efectos de escala, que hacen rentable la provisión de infraestructura, servicios y bienes públicos, favoreciendo la concentración en ciertos lugares (Aguirre y Marmolejo, 2011).
- Los efectos de encadenamiento, que incentivan que empresas proveedoras y clientes se localicen cerca y se beneficien de economías de escala y reducción de costes de transporte.

Por otra parte, entre las fuerzas centrífugas se encuentran:

- Los factores que pueden incentivar a las empresas a dispersarse para reducir los costes de transporte y logística, como la búsqueda de ubicaciones con mejor acceso a mercados, materias primas o mano de obra.
- Los efectos de la congestión y el aumento de los precios del suelo que pueden generar deseconomías de aglomeración en los centros urbanos más densos, empujando a las empresas a ubicarse en la periferia o en otras localidades. (Gallo et al., 2010; NILSSON, 2013)
- Las diferencias salariales y de precios entre regiones, que pueden incentivar la descentralización de la actividad económica (Miró y Yegorov, 2004).

Los rendimientos crecientes a escala son fundamentales en la NGE, actuando como una fuerza centrípeta clave. Las economías de escala promueven la concentración, ya que las empresas obtienen beneficios adicionales al ubicarse cerca de otras, lo que les permite reducir costos y aumentar su eficiencia (Redding, 2023).

Sin embargo, estas fuerzas centrípetas son contrarrestadas por las fuerzas centrífugas, que son las fuerzas que dispersan la actividad económica. Estas incluyen como ya se mencionaba altos costos de congestión, precios elevados del suelo y una competencia intensa en áreas densamente pobladas.

Las externalidades, o los efectos indirectos que una actividad o empresa tiene sobre otras en su entorno, también juegan un papel esencial. Estas externalidades, que pueden ser positivas (como beneficios compartidos por proximidad) o negativas (como la congestión), están estrechamente relacionadas con la proximidad espacial. Las externalidades positivas actúan como fuerzas centrípetas, favoreciendo la aglomeración de actividades innovadoras, mientras que las externalidades negativas pueden actuar como fuerzas centrífugas, incentivando la dispersión de las actividades.

Turismo Rural y la NGE

El turismo rural constituye un caso interesante para analizar la interacción entre fuerzas centrípetas y centrífugas. Por un lado, los pueblos y áreas rurales pueden atraer a los turistas por sus características paisajísticas, gastronómicas y culturales, generando efectos de aglomeración y encadenamiento en ciertos puntos (Diéguez et al., 2009). Sin embargo, la dispersión geográfica inherente a estos espacios y la búsqueda de experiencias más "auténticas" y alejadas de los centros urbanos también pueden incentivar la descentralización y la generación de nuevos polos de atracción turística (Pérez, 2019).

Diversas investigaciones han analizado los factores que determinan el desarrollo del turismo rural y su relación con la geografía económica de estos espacios (Diéguez et al., 2009; Nieto y Ríos, 2020). Estos estudios evidencian la importancia de variables como la conectividad, la dotación de infraestructuras, la presencia de atractivos naturales y culturales, y el tejido empresarial local, entre otros, que condicionan la capacidad de atracción y el crecimiento de los destinos rurales.

Asimismo, se han identificado diversos patrones y estrategias de desarrollo del turismo rural que reflejan la interacción entre fuerzas centrípetas y centrífugas. Algunos destinos rurales han experimentado procesos de especialización y concentración turística, constituyéndose como "polos" o "centros" de atracción. Mientras que otros han optado por promover una diversificación de actividades y una distribución más equilibrada de los flujos turísticos a escala territorial (Pérez, 2019). Adicionalmente, Diéguez et al. (2009) a través de su estudio en un destino rural identificaron algunas dinámicas de fuerzas centrípetas y centrífugas que configuran la evolución de este sistema. Entre los factores centrípetos que contribuyen a la cohesión y concentración del turismo rural se encuentran:

- La orientación social de los emprendedores, que buscan mejorar su entorno y ofrecer una experiencia turística más cercana y personalizada a los visitantes.
- Las subvenciones y políticas públicas de apoyo al desarrollo del turismo en áreas rurales, que estimulan la diversificación de las actividades económicas y la creación de nuevas empresas.

Por otro lado, entre los factores centrífugos que actúan como fuerzas de dispersión y desintegración se destacan:

- La naturaleza fragmentada y geográficamente dispersa de los emprendimientos turísticos rurales, que dificulta la coordinación y genera asimetrías de información y poder.
- Las limitaciones de infraestructura y conectividad que enfrentan muchos destinos rurales, restringiendo su accesibilidad y visibilidad (Diéguez et al., 2009).

Estos factores configuran un sistema complejo, en el que coexisten elementos de cooperación y competencia, innovación e inercia, lo que plantea desafíos y oportunidades para el desarrollo del turismo rural en el período posterior a la pandemia.

No obstante, el análisis de los flujos turísticos y las transformaciones del turismo rural también requiere considerar, más allá de las teorías sobre la organización y distribución espacial de la actividad económica, los cambios en los patrones de movilidad y consumo de los visitantes.

La visión del turismo como un sistema abierto y dinámico, donde interactúan múltiples actores y factores (sociales, económicos, culturales, ambientales), ha llevado a plantear el concepto de "giro cultural" en los estudios del turismo (Hiernaux, 2008). Esta perspectiva se ha alejado de los enfoques tradicionales de la geografía del turismo, centrados en modelos a gran escala y variables macroeconómicas, para poner el foco en las prácticas, representaciones y experiencias de los turistas. De este modo, el análisis de los flujos turísticos debe considerar no solo las lógicas económicas, sino también las dimensiones sociales y culturales que configuran las pautas de movilidad y consumo de los visitantes, reflejando las transformaciones en sus motivaciones, preferencias y comportamientos. Estos cambios han sido particularmente evidentes en el contexto de la pandemia de COVID-19, que ha acelerado tendencias como la mayor demanda de turismo rural y experiencias más personalizadas y cercanas a la naturaleza (Méndez, 2022; Perogil, 2018).

En este sentido, el estudio de los flujos turísticos y la geografía económica del turismo rural debe incorporar una mirada integral que considere tanto los factores tangibles como intangibles que configuran la dinámica de este sistema.

Metodología

Para el análisis de interacción entre fuerzas centrípetas y centrífugas en el sistema de turismo rural se utilizó un enfoque metodológico mixto, que combina técnicas cuantitativas y cualitativas.

La teoría recopilada se aplicó en el estudio de caso del destino turístico de Tapalpa, Jalisco, un pueblo mágico enclavado en la Sierra Madre Occidental de México. Reconocido por su belleza natural, arquitectura tradicional y riqueza cultural, Tapalpa se enfrenta al reto de equilibrar su desarrollo económico y social con la preservación de su patrimonio, especialmente tras la perturbación causada por la pandemia del COVID-19.

Se recopiló información de fuentes como:

- Estadísticas oficiales: INEGI, datos de turismo de la Secretaría de Turismo de Jalisco, datos de Pymes proporcionados por la administración gubernamental del municipio de Tapalpa, reportes sobre el impacto del COVID-19.

- Estudios previos: Revisión exhaustiva de literatura especializada, investigaciones académicas sobre desarrollo rural, turismo, migración y resiliencia postpandemia.
- Recopilación de información local: Noticias en medios locales, entrevistas a actores clave (residentes, empresarios, autoridades locales) y observación estructurada.

Los resultados obtenidos permitieron identificar la nueva dinámica geográfica y principales factores que inciden en la configuración del sistema de Turismo Rural, así como las tendencias emergentes que plantean desafíos y oportunidades para su desarrollo.

Resultados

Tapalpa es un municipio localizado en el estado de Jalisco, México, a 140 km de uno de los centros urbanos más importantes del país y el más importante de Jalisco, la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG), y es reconocido como uno de los destinos de turismo rural más importantes de jalisco, es por eso que en 2002 fue nombrado como Pueblo Mágico, distinción que reciben aquellos poblados que, a pesar del paso del tiempo, conservan su riqueza cultural e histórica, así como sus bellezas naturales, lo que los convierte en lugares especiales y de gran atractivo turístico.

Tapalpa cuenta con una extensión territorial de 582 km² y 36.5 en densidad de habitantes por cada km². Dentro de su territorio Tapalpa alberga diversas localidades rurales, siendo la cabecera municipal la más poblada y el núcleo de la actividad turística. La temperatura media anual es de 16.7°C esto se debe en gran medida a su ubicación en la Sierra Madre Occidental de a 1,970 msnm y su extensión de bosque de 17,735 hectáreas, donde predominan especies de pino, roble, encino, fresno, oyamel, madroño, sauce, huizache y granjeno, lo que explica que la mayor parte del suelo es de uso forestal.

La población total en el municipio alcanzó 21,245 habitantes en 2020, con una distribución equilibrada de 50.3% mujeres y 49.7% hombres. Los grupos etarios que concentraron la mayor parte de la población fueron los de 5 a 9 años, 0 a 4 años y 10 a 14 años, sumando en conjunto el 32.1% de la población total (Data México, 2024).

En contraste con su riqueza natural y cultural, el Índice de Desarrollo Humano de la muestra una puntuación de 0.73, lo que lo ubica en la categoría de "desarrollo humano medio" a nivel nacional, pero en comparación con los otros Pueblos Mágicos del estado de Jalisco resulta ser uno de los más bajos (Ruiz, 2019), los índices de marginación muestran un nivel medio con un 21.81 siendo el segundo más bajo del estado en relación con los otros Pueblos Mágicos (Ruiz, 2019).

Con respecto a los sectores productivos de Tapalpa en 2016, de los 6,384 habitantes del municipio registrados como participantes laborales, el 21.19% pertenece al sector agricultura y ganadería, el 29.33% al sector industrial, el 12.01% al sector comercio y el 36.41% al sector servicio. (INEGI,

2016). Cabe destacar que la actividad industrial en Tapalpa se compone principalmente del trabajo en los aserraderos de madera y de fabricación de muebles. Mientras que el sector servicio es al que pertenecen las actividades turísticas (Ruiz, 2019).

Según el Inventario de atractivos y Catálogo de productos y servicios turísticos de Tapalpa realizado por la Secretaría de Turismo (SECTURJAL, 2013), existen 24 recursos turísticos en Tapalpa, de los cuales seis son de carácter natural, seis de ocio y diversión, y doce de índole cultural.

Para entender la distribución geográfica de los establecimientos turísticos es importante primero, clasificar los atractivos turísticos centrales, que funcionan como "núcleos" de atracción y generan efectos de aglomeración y encadenamiento. Diversos estudios han utilizado técnicas de seguimiento de visitantes y análisis de redes para determinar los puntos de mayor centralidad e intensidad de flujos en destinos turísticos (Aranburu et al., 2020; Hiernaux, 2008).

Estos análisis muestran cómo ciertos hitos, monumentos, museos o espacios públicos concentran la mayor parte de la actividad y los flujos de visitantes, lo que tiene implicaciones en términos de planificación, gestión y desarrollo turístico.

Es por eso que para los fines de esta investigación los atractivos se clasificaron de acuerdo a las jerarquías de atracciones turísticas establecida por la Centro Interamericano de Capacitación Turística de la Organización de Estados Americanos (CICATUR-OEA) en el año 1974 (Boullón, 1978), elegida ya que con esta propuesta los recursos turísticos son valorados a partir de una única variable: su singularidad en términos geográficos (Navarro-Drazich, 2015).

Tabla 1

Jerarquía de atractivos turísticos de Tapalpa, Jalisco

Jerarquía	Nombre de atractivo	Descripción según la CICATUR-OEA
V	No hay	Atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), cuantificada como un porcentaje del total de la demanda del país, o de algún mercado específico». Equivalente a recurso único en el mundo.
IV	No hay	Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes del mercado interno o externo, pero en menor porcentaje

		que los de jerarquía 5, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.
III	Pueblo de Tapalpa	Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas; o de motivar corrientes turísticas locales (actuales y potenciales).
II	Las piedrotas	Atractivos con méritos suficientes como para ser considerados importantes para el mercado interno, pero sin condiciones para el turismo receptivo y que forman parte del patrimonio turístico.
I	Templos (4), Fábrica de papel “La constancia”, Ex hospital de indios, Ex fundidora “La herrería”, Cascada “El molino”, Presa del Nogal, Cascada “El salto del Nogal”, Mirador “El cielo”, La piedra del Fraile, Fiestas patronales, Hacienda de la media luna, Pilas de agua (4).	Atractivos sin méritos suficientes como para considerarlos en las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

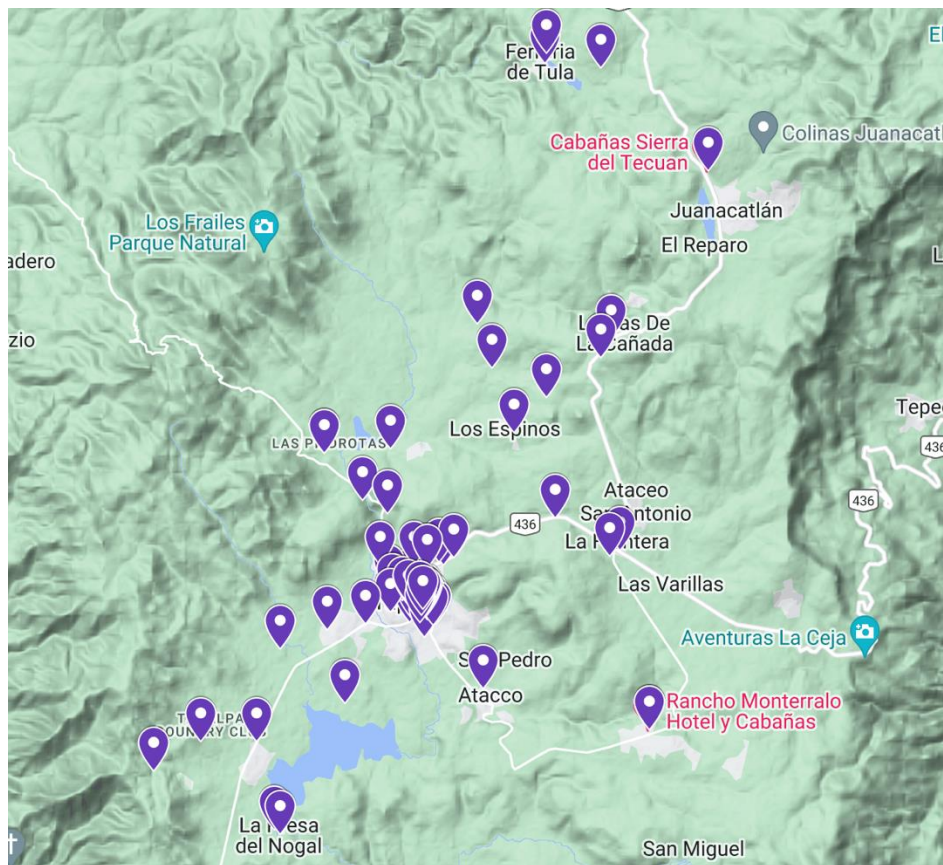
Fuente: Elaboración propia con información obtenida de (SECTURJAL, 2013) utilizando las definiciones propuestas por (Cárdenas, 1996)

Bajo esta clasificación se encontró que los atractivos naturales y culturales de Tapalpa son considerados de jerarquía III a lo máximo (Ver tabla 1), si bien los atractivos de Tapalpa no se consideran de los principales a nivel nacional o internacional, sí representan elementos complementarios de gran interés para los visitantes. El principal atractivo de Tapalpa es su fisonomía urbana, que lo identifica como un pueblo típico representativo no sólo de Jalisco, sino también de México. Tapalpa se distingue por su atractivo paisaje y sus casas con fachadas blancas y rojas que preservan el estilo regional tradicional, como techos a dos aguas, puertas de madera y algunos muros de adobe. Su centro turístico se considera el núcleo principal, a partir del cual se distribuyen los flujos de visitantes.

Para identificar la distribución geográfica utilizó la base de los 122 establecimientos pertenecientes al sector turismo y que fueron obtenidas de fuentes oficiales (Pymes e información proporcionada por el gobierno del municipio de Tapalpa). Lo que este análisis mostró fue que la distribución geográfica de los establecimientos turísticos en el territorio presenta una alta dispersión en relación con el núcleo previamente identificado (Ver Imagen 1), concentrándose en torno al centro histórico pero también desarrollándose en forma lineal a lo largo de la carretera y caminos que conducen a otros atractivos del municipio, esto se explica hasta cierto punto ya que al ser una zona boscosa y de gran atractivo paisajístico, muchos de los negocios (cabañas, sobre todo) están fuera del pueblo como parte de la experiencia.

Imagen 1

Mapeo de establecimientos turísticos de Tapalpa.



Fuente: Elaboración propia.

La jerarquización de los atractivos en suma con la ubicación geográfica de los establecimientos permite establecer en un primer plano, las dinámicas de distribución espacial en el territorio, mostrando la existencia de un núcleo o centro principal de atracción turística, con alta concentración

de servicios, rodeado de una periferia con menor densidad. El destino turístico de Tapalpa se caracteriza por una estructura donde los flujos y actividades se concentran principalmente en torno a los atractivos centrales del centro histórico. No obstante, estos flujos también se expanden hacia otros atractivos de la periferia, los cuales no son lo suficientemente fuertes para generar lógicas turísticas autónomas por sí mismos.

Así, el análisis de la distribución geográfica de los establecimientos turísticos en Tapalpa permite identificar la existencia de un modelo de desarrollo turístico que presenta un centro consolidado y una periferia dispersa, que se presume depende totalmente del núcleo central de atractivos, identificado como el centro histórico del pueblo. Este modelo de desarrollo turístico concéntrico no es exclusivo de Tapalpa, sino que ha sido ampliamente discutido en diversos estudios sobre destinos rurales (Foronda et al., 2022).

Para entender los cambios en las dinámicas turísticas de Tapalpa durante y después de la pandemia, se identificaron los establecimientos que permanecieron activos, es decir, los que siguieron operando a pesar de la situación. Esto permitió determinar su distribución geográfica, así como los factores centrípetos y centrífugos que los afectaron.

A través de un cuestionario de exploración para determinar el estatus de las empresas turísticas durante la pandemia, se encontró que, de 122 casos, 23 cerraron definitivamente, de 49 de ellas no se obtuvo respuesta y 50 confirmaron que seguían en operación. Este cuestionario también permitió determinar (entre las 50 empresas activas) el estatus en que se consideraban de acuerdo con su nivel de adaptación, de los cuales; 11 críticos (adaptación percibida exitosa), 9 atípicos (adaptación percibida insatisfactoria), 30 mixtos (adaptación percibida regular). Los casos estudiados a continuación son aquellos que, con una adaptación percibida regular, es decir que a pesar de la pandemia no se vieron impactados extraordinariamente de manera positiva o negativa, y que representan a la mayoría de los establecimientos turísticos.

Tabla 2

Ubicación geográfica de los casos mixtos de establecimientos turísticos.

Ubicación geográfica	Establecimiento turístico
Fuera	ETT009, ETT020, ETT040, ETT041, ETT045, ETT049, ETT051, ETT068, ETT080, ETT092, ETT115, ETT117, ETT078, ETT093, ETT118, ETT061, ETT035
Periferia	ETT010, ETT017, ETT018, ETT032, ETT056, ETT024

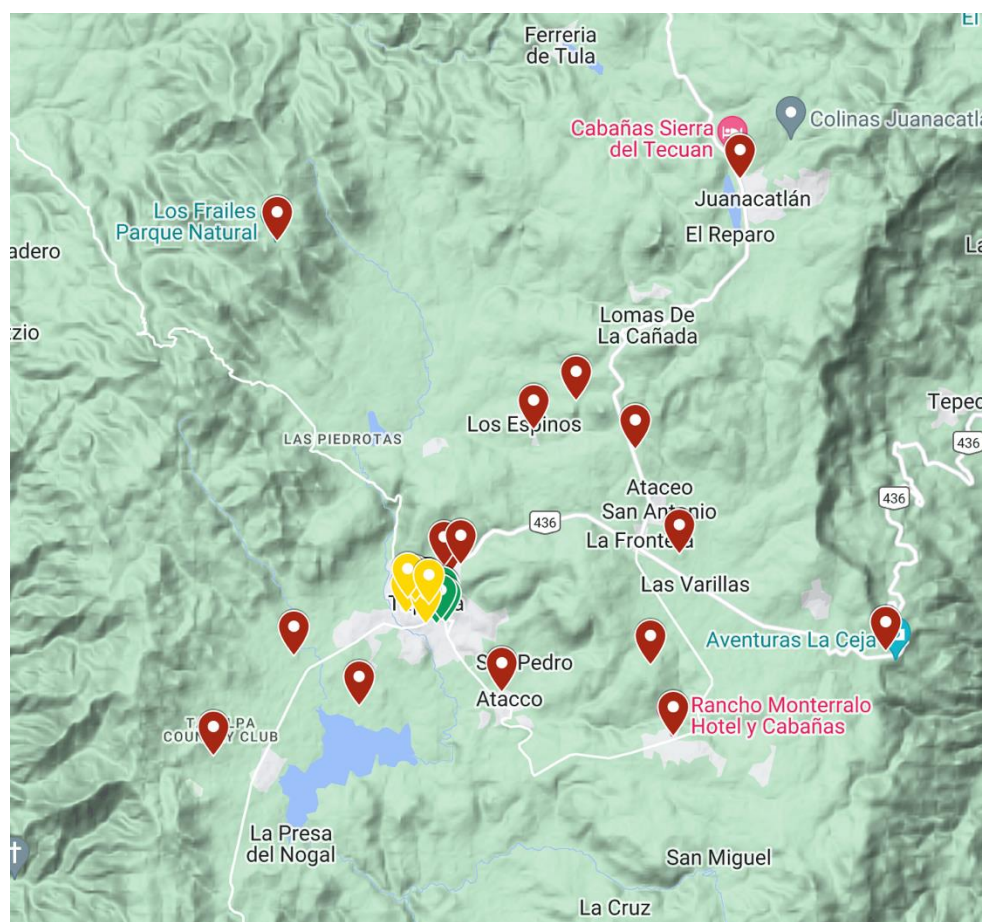
Núcleo	ETT021, ETT022, ETT030, ETT095, ETT113, ETT119, ETT122
--------	--

Fuente: Elaboración propia

La tabla 2 muestra la ubicación en relación con el núcleo del flujo turístico, en este caso 16 establecimientos se ubican fuera del pueblo, 6 establecimientos en los bordes de la mancha urbana y solo 7 establecimientos se ubicaron en el núcleo.

Imagen 2

Distribucion de establecimientos turisticos en Tapalpa: Casos Mixtos.



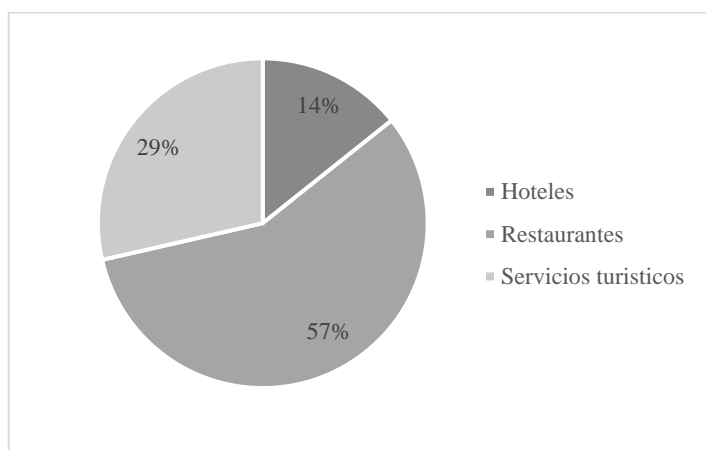
Fuente: Elaboración propia.

Al contrario de lo que se observa normalmente en destinos turísticos consolidados, donde los establecimientos más próximos al centro histórico y monumentos suelen ser los más favorecidos, se muestra que 22 de los 30 casos se ubican alejados del centro de Tapalpa (Ver imagen 2), lo que evidencia que la pandemia ha actuado como una fuerza centrífuga, desplazando los flujos turísticos

hacia la periferia y la dispersión de los establecimientos, beneficiando en mayor medida a los ubicados en la zona rural y dispersa del municipio, mientras que los ubicados en el núcleo han sido los más afectados. Sobre esto último, los establecimientos ubicados en el núcleo, se encontró lo siguiente:

Grafica 1

Giro de establecimientos turísticos ubicados en el núcleo



Fuente: Elaboración propia

De los ocho establecimientos ubicados en el núcleo, 4 son restaurantes, 2 son prestadores de servicios turísticos y 2 son hoteles. Si bien los restaurantes se clasifican como servicios turísticos, atienden no solo a los visitantes, sino también a la población local que desea alimentarse. Por su parte, los prestadores de servicios turísticos tienen sus oficinas en el centro del pueblo, pero desarrollan sus actividades fuera de este núcleo, por lo que pueden ser encontrados sin necesidad de acudir a sus instalaciones. De lo anterior se concluye que la nueva configuración observada se debe al impacto de la pandemia de COVID-19 como fuerza centrífuga, ya que creó profundos cambios en las preferencias y patrones de consumo turístico, con una creciente demanda de destinos rurales, naturales y de baja densidad de visitantes (Liu et al., 2023), lo que ayudó a los establecimientos fuera del núcleo turístico. Este fenómeno está relacionado con la necesidad de los turistas de evitar aglomeraciones y entornos urbanos percibidos como de mayor riesgo de contagio, así como una mayor valoración de experiencias de ocio en contacto con la naturaleza (Liu et al., 2023).

Por otra parte, la pandemia también ha actuado como fuerza centrípeta en ciertos contextos. Por ejemplo, la reducción de los desplazamientos internacionales ha favorecido el desarrollo del turismo de proximidad, es decir, viajes a destinos cercanos al lugar de residencia. La creciente demanda de turismo al aire libre y de actividades en entornos naturales ha generado una mayor concentración de la oferta y la inversión en determinados enclaves rurales y de montaña, con atractivos paisajísticos y ambientales (Puig-Cabrera & Robles, 2021).

Además, las políticas públicas y los programas de apoyo al turismo rural han funcionado como fuerzas centrípetas, al promover la especialización y la aglomeración de servicios e infraestructura turística en ciertas áreas. Esto ha contribuido a la consolidación de destinos rurales emergentes y ha favorecido la configuración de nuevos "centros" de actividad turística en el ámbito rural.

Conclusiones

Los principales hallazgos indican que, en el contexto post-pandémico, se han fortalecido fuerzas centrífugas que promueven una mayor dispersión y descentralización de los flujos turísticos, con una creciente demanda de destinos rurales y experiencias más personalizadas y cercanas a la naturaleza.

Sin embargo, persisten también fuerzas centrípetas que favorecen la concentración de la oferta y la infraestructura en ciertos destinos consolidados, lo que genera nuevos contrastes y desequilibrios territoriales.

Los retos derivados de la pandemia de COVID-19 a los que se enfrentan los destinos rurales son el robustecer sus fuerzas centrípetas y minimizar los efectos negativos que puedan tener las fuerzas centrífugas, para consolidar su posición competitiva y aprovechar las nuevas tendencias de la demanda turística (Alonso, 2019; Diéguez et al., 2009; Liu et al., 2023).

En este sentido, el análisis las dinámicas territoriales del destino de turismo rural resulta clave para comprender sus transformaciones recientes y plantear estrategias de desarrollo no solo, económico o social, sino geográfico que sean más equilibradas y sostenibles.

A través de esta investigación también se pudo observar que los destinos turísticos rurales muestran una configuración más fragmentada y heterogénea, donde coexisten áreas más y menos dinámicas, con diferentes grados de competitividad y capacidad turística (Cruz et al., 2021). Y que los establecimientos turísticos ubicados fuera de los núcleos urbanos han mostrado una mayor resiliencia a la crisis generada por la pandemia, gracias a su vinculación con las tendencias de la nueva demanda orientada hacia experiencias en entornos naturales y de menor densidad.

El análisis de los flujos turísticos y la geografía económica en el sistema de Turismo Rural post-pandemia revela la emergencia de fuerzas centrífugas que generan una mayor dispersión y descentralización, junto con la persistencia de fuerzas centrípetas que mantienen o refuerzan concentraciones turísticas en algunos destinos, lo que plantea retos específicos a la gestión y planificación turística en clave territorial (Méndez, 2022), el reto consiste en fortalecer los vínculos y la coordinación entre los diferentes actores del sistema, potenciando las sinergias y la innovación, al tiempo que se abordan las restricciones estructurales que limitan la competitividad y la resiliencia del Turismo Rural.

Referencias

- Aguirre, C., y Marmolejo, C. (2011). *El impacto del policentrismo sobre la distribución espacial de los valores inmobiliarios: un análisis para la Región Metropolitana de Barcelona*. Pontifical Catholic University of Chile, 10(1), 78-90. <https://doi.org/10.4067/s0718-915x2011000100008>
- Aldao, C., Blasco, D., y Poch, M. (2022). *Lessons from COVID-19 for the future: destination crisis management, tourist behaviour and tourism industry trends*. Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/jtf-02-2022-0059>
- Alonso, A M. (2019). Robots, inteligencia artificial y realidad virtual: Una aproximación en el sector del turismo.. *Cuadernos de Turismo*, 44.
- Aranburu, I., Plaza, B., y Galarza, M E. (2020). *Identificación de atracciones urbanas centrales mediante seguimiento GPS y análisis de redes*. Asociación Española de Geografía. <https://doi.org/10.21138/bage.2840>
- Aronica, M., Pizzuto, P., y Sciortino, C. (2021). COVID-19 and tourism: What can we learn from the past? *Wiley*, 45(2), 430-444. <https://doi.org/10.1111/twec.13157>
- Berné, M C., García-González, M., García-Uceda, E., y Mugica, J M. (2012). Modelización de los cambios en el sistema de distribución del sector turístico debidos a la incorporación de las tecnologías. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 15(3), 117-129. <https://doi.org/10.1016/j.cede.2011.07.002>
- Boullón, R. (1978). *Metodología de inventario turístico*. CICATUR-OEA.

- Brune, S., Knollenberg, W., y Vilá, O. (2023). *Agritourism resilience during the COVID-19 crisis*. Elsevier BV, 99, 103538-103538. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103538>
- Cárdenas, F. (1996). *Proyectos turísticos. Localización e inversión*. Trillas
- Cruz, A K., Cruz-Pérez, J P., y Zavala, A O. (2021). Turismo y pobreza: un análisis de la envolvente de datos para municipios en México. *Pedagogical and Technological University of Colombia*, 21(2), 85-95. <https://doi.org/10.19053/01211048.12334>
- Diéguez, M I., Gueimonde, A I., y Sinde, A I. (2009). Turismo rural como estrategia de diversificación: factores determinantes y resultados en Galicia. *Cuadernos de Gestión*, 9(2), 31-54. https://addi.ehu.es/bitstream/10810/7640/1/CdG_922.pdf
- Foronda, C F., García, A G., y Navarro, I N. (2022). The redistribution of the Tourism Flow in Destination (TFD) from spatial-temporal concentration. Seville is flowing. *Investigaciones Turísticas*, 1-1. <https://doi.org/10.14198/inturi2022.23.1>
- Gallo, M T., Garrido, R., y Vivar, M. (2010). Cambios territoriales en la Comunidad de Madrid: policentrismo y dispersión. *EURE*, 36(107). <https://doi.org/10.4067/s0250-71612010000100001>
- García, P F. (2017). *Tres décadas de cambios en el turismo mundial: el impacto de la globalización en los flujos turísticos*. Asociación Española de Geografía. <https://doi.org/10.21138/bage.2495>
- Hiernaux, D. (2008). El giro cultural y las nuevas interpretaciones geográficas del turismo . *GEOUSP Espaço e Tempo*, 12(2), 177-177. <https://doi.org/10.11606/issn.2179-0892.geousp.2008.74088>
- INEGI. (2016). *Instituto Nacional de Estadísticas, Geografía e Informática*. <https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=14086#collapse-Indicadores>
- Krugman, P. (1991). Increasing Returns and Economic Geography. *University of Chicago Press*, 99(3), 483-499. <https://doi.org/10.1086/261763>
- Krugman, P. (1992). *A Dynamic Spatial Model*. National Bureau of Economic Research, working paper series, 60. <https://doi.org/10.3386/w4219>
- Krugman, P. (2010). The New Economic Geography, Now Middle-aged. *Routledge*, 45(1), 1-7. <https://doi.org/10.1080/00343404.2011.537127>
- Krugman, P. (2022). *Increasing Returns and Economic Geography* on JSTOR. <https://www.jstor.org/stable/2937739>
- Kürüm, F., Çelik, F., Río-Rama, M D., y Álvarez-García, J. (2022). Reassessment of sustainable rural tourism strategies after COVID-19. *Frontiers Media*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.944412>
- Liu, Y., Chiang, J., y Ko, P. (2023). The benefits of tourism for rural community development. *Palgrave Macmillan*, 10(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01610-4>

- Méndez, R. (2022). Turismo, pandemia y nuevos contrastes territoriales en España. *IKARA Revista de geografías Iberoamericanas*. <https://doi.org/10.18239/ikara.3006>
- México, D. (2024, June 12). *Tapalpa municipio de Jalisco 2020*. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/tapalpa#population-and-housing>
- Miró, O M., y Yegorov, Y. (2004). *Centrifugal forces and functional urban areas*. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3133083.pdf>
- Navarro-Drazich, D. (2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*. University of Murcia, 335-335. <https://doi.org/10.6018/turismo.35.221641>
- Nieto, A., y Ríos, N. (2020). Rural Tourism as a Development Strategy in Low-Density Areas: Case Study in Northern Extremadura (Spain). *Sustainability*, 13(1), 239-239. <https://doi.org/10.3390/su13010239>
- NILSSON, P Å. (2013). *Centripetal and Centrifugal Forces. A Case Study of Regional Push and Pull Factors for Back-Movers in Northern Iceland, the Faroe Islands and Northern Norway*
- Ottaviano, G I., y Puga, D. (1998). Agglomeration in the Global Economy: A Survey of the ‘New Economic Geography’. *Wiley*, 21(6), 707-731
- Pérez, C. (2019). La diversificación y promoción turística en tiempos de “nuevas ruralidades”: de la costa atlántica al campo pampeano. *ROTUR Revista de Ocio y Turismo*, 13(2), 68-85. <https://doi.org/10.17979/rotur.2019.13.2.5267>
- Pérez, E. (2021). *Localización de empresas de Servicios Intensivos en Conocimiento en la Zona Metropolitana del Valle de México*. National Autonomous University of Mexico. <https://doi.org/10.14350/rig.60255>
- Perogil, J. (2018). Turismo solidario y turismo responsable, aproximación a su marco teórico y conexiones con la inteligencia turística. *Revista Iberoamericana de Economía Solidaria e Innovación Socioecológica: RIESISE*, 1. <https://doi.org/10.33776/riesise.v1i0.3582>
- Piriou, J. (2019). *Geographical Approaches of the Tourist Region.*, 41-61. <https://doi.org/10.1002/9781119618300.ch3>
- Puig-Cabrera, M., y Robles, C F. (2021). *Especialización turística en destinos emergentes latinoamericanos: Explorando el algoritmo para un longevo e inclusivo desarrollo socioeconómico*. Pontifical Catholic University of Chile, 299-321. <https://doi.org/10.4067/s0718-34022021000100299>
- Redding, S J. (2023). *The Economics of Cities: From Theory to Data*. <https://doi.org/10.3386/w30875>
- Ruiz, C. (2019). Análisis sociodemográfico, económico y turístico de los “Pueblos Mágicos” de Jalisco, México. *El Periplo Sustentable*, 34-34. <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i36.9108>

- SECTURJAL. (2013). *Diagnóstico de competitividad y sustentabilidad de los Pueblos Mágicos de Jalisco, Estudio de Tapalpa*. SECTURJAL, 192
- Vayá, E., García, J R., Suriñach, J., y Pons, E. (2023). Effects of the COVID-19 tourism crisis on the Spanish economy. *SAGE Publishing*, 30(4). <https://doi.org/10.1177/13548166231185899>
- Vélez, V. (2009). *Los procesos de aglomeración en Colombia a la luz de la nueva geografía económica*. *CIG Media Group*, 106-139. <https://doi.org/10.32468/espe.5803>