



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

ANÁLISIS DEL POTENCIAL AGROECOTURÍSTICO DE SANTIAGO MATATLÁN, VALLE DE TLACOLULA, OAXACA, MÉXICO

ANALYSIS OF THE AGRO-ECOTOURISM POTENTIAL OF SANTIAGO MATATLÁN, VALLE DE TLACOLULA, OAXACA, MÉXICO

Santiago-Romero, H.¹

¹Universidad del Mar, Instituto de Ecología. Campus Puerto Escondido. Puerto Escondido, Oaxaca México.

RESUMEN

Se evaluó el potencial agroecoturístico de Santiago Matatlán, Oaxaca, México, basándose en el modelo FAS (Factores, Atractores y Sistemas de Soporte), herramienta de análisis turístico propuesta por la Organización Mundial de Turismo. Se evaluaron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; la evaluación de los atractores fue de acuerdo a la metodología CICATUR-OEA; y el estudio de sistemas de soporte se realizó con un estudio de mercado. Los resultados mostraron que existen fortalezas y oportunidades para desarrollar el turismo rural; y que el entorno turístico de la región en estudio es favorable, ya que se identificaron hasta 11 atractivos turísticos; de los cuales cuatro son considerados de alta jerarquía dentro de la metodología utilizada. El estudio de mercado permitió reconocer el mercado meta, al cual se podría ofertar los servicios y productos agroecoturísticos relacionados con mezcal, cultivo de maguey y ecosistemas de clima seco.

Palabras clave: turismo-rural, mezcal, maguey

ABSTRACT

The agro-ecotourism potential of Santiago Matatlán, Oaxaca, México, was evaluated based on the FAS model (Factors, Attractors, and Support Systems), which is a tool used for tourism analysis proposed by the World Tourism Organization. The strengths, opportunities, weaknesses and threats were evaluated; the evaluation of the attractors was according to the CICATUR-OEA methodology, and the study of the support systems was carried out with a market assessment. The results showed that there are strengths and opportunities to develop rural tourism, and that the tourism environment of the study region is favorable, since up to 11 tourism attractions were identified, of which four are considered of high hierarchy within the methodology used. The market assessment allowed recognizing the meta market, to which the agro-ecotourism services and products related to mezcal could be offered, and to maguey cultivation and dry climate ecosystems.

Keywords: rural tourism, mezcal, maguey.

INTRODUCCIÓN

En la región de los Valles Centrales del estado de Oaxaca, México, el turismo es la principal actividad económica. Santiago Matatlán, pueblo zapoteco considerado como "capital mundial del mezcal", se encuentra asentada en la microrregión conocida como Valle de Tlacolula, que tiene la particularidad de contar con varios atractivos turísticos con reconocimiento internacional. Desde tiempos prehispánicos, la principal actividad económica de los habitantes de Santiago Matatlán es el aprovechamiento de maguey (*Agave spp.*) y otras plantas xerofitas (Feinman et al., 2007), siendo el mezcal su principal *Producto de Identidad Territorial* (PIT). El mezcal de Santiago Matatlán es una bebida destilada del mosto que se obtiene de las piñas cocidas del maguey (*Agave angustifolia* Haw.); caracterizada por su sabor ligeramente quemante, debido a su elevado contenido en alcohol. La Norma Mexicana NOM-070-SCFI-1994, especifica que el porcentaje en volumen de alcohol, a 20 °C de temperatura ambiente debe estar entre 36% y 55%. En las fábricas, embotelladoras y expendios de mezcal de Santiago Matatlán, existe prosperidad y bienestar; pero, dicha apariencia se acaba en las casas de los campesinos, quienes viven modestamente (Pérez Barroso, 2009) a pesar de que son ellos quienes inician en el campo el proceso de la obtención del mezcal. El objetivo de este trabajo fue analizar el potencial agroecoturístico de Santiago Matatlán, en el contexto de su localización en la micro-región del Valle de Tlacolula como fuente de diversificación económica.

MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio del potencial agroecoturístico de la comunidad de Santiago Matatlán, se desarrolló durante el verano y otoño del año 2010, como parte de los requisitos académicos del curso: "Agroecoturismo, Elementos Básicos para implementar un proyecto de turismo innovador"; impartido por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) en coordinación con la Organización de los Estados Americanos (OEA). Dicho estudio se realizó, basándose en el modelo FAS (Factores, Atractores y Sistemas de soporte), herramienta de análisis turístico propuesta por la Organización Mundial de Turismo (OMT); dentro de ese modelo, la evaluación del componente *factores* se realizó mediante un análisis FODA; la valorización del com-

ponente *atractores* (atractivos turísticos) fue de acuerdo a la metodología CICATUR-OEA (OEA-IICA, 2008), y el estudio del *sistemas de soporte*, se realizó con un estudio de mercado.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Mediante un análisis FODA, se identificaron y se analizaron las fortalezas y debilidades (factores internos) de la población de Santiago Matatlán en relación al agroecoturismo; e identificaron y analizaron las oportunidades y amenazas presentes en la microrregión Valle de Tlacolula (factores externos o del entorno de Santiago Matatlán; Cuadro 1).

Con base en el análisis FODA, se definieron estrategias para explotar las fortalezas de Santiago Matatlán en relación al agroecoturismo buscando aprovechar las oportunidades turísticas presentes. Asimismo, se identificaron estrategias de cómo superar las debilidades de Santiago Matatlán en relación al agroecoturismo para así neutralizar las amenazas. En total, se definieron 16 estrategias (Cuadro 2) donde las estrategias I;II,III,IV,V, VI y VII se consideraron como urgentes; es decir, deben ser puestas en marcha en corto plazo (menor de un año); las estrategias VIII; IX,X,XI,XII y XIII como prioritarias o que pueden ser atendidas en mediano plazo (menor de tres años); y las estrategias XIV, XV y XVI como importantes; pero, que pueden ser atendidas en largo plazo (mayor de tres años, pero menor a cinco años).

Valorización del componente atractores (atractivos turísticos)

De acuerdo a la metodología CICATUR/OEA (OEA-IICA, 2008), los atractivos turísticos presentes en la comunidad de Santiago Matatlán y en la microrregión Valle de Tlacolula son 11 (Cuadro 3). Donde, uno alcanza la máxima jerarquía (nivel 5) por el hecho de ser parte del Patrimonio Mundial de la Humanidad, ya que representa y alberga testimonios excepcionales de la evolución del hombre mesoamericano; de una sociedad caza-recolecta hacia una sociedad agrícola (Comité du Patrimoine Mondial, 2010). Dos son de jerarquía 4; porque la popularidad y conocimientos de estos atractivos sobrepasan los límites nacionales y en ciertas temporadas del año crean corrientes de afluencia turísticas tanto nacionales como internacionales. Un atractivo es de jerarquía 3 porque es conocido a nivel nacional y porque es capaz de motivar por sí mismo



Cuadro 1. Análisis de factores internos y externos de Santiago Matatlán, Oaxaca, México, en relación al turismo rural.

FACTORES INTERNOS	
Fortalezas (F)	Debilidades (D)
<ol style="list-style-type: none"> 1. El pueblo está asentado en uno de los ecosistemas semiáridos más al sur de la república mexicana. 2. Condiciones agroecológicas idóneas para el cultivo del maguey. 3. La elaboración del mezcal y el cultivo del maguey es un saber agroindustrial local, reconocido y premiado a nivel regional y nacional. 4. Posee hombres y mujeres con tradición y experiencia como empresarios rurales; y dispone de jóvenes en búsqueda de nuevas oportunidades de empleo y autodesarrollo. 5. Para diversificar la fuente de sus ingresos; algunos pequeños empresarios ligados a la venta del PIT, están dispuestos a invertir y crear empresas de servicios turísticos y hoteles, restaurantes, transporte, etc. 6. Posee paisajes de gran belleza natural, casco urbano pintoresco, patrimonio arqueológico, gastronomía, historia, tradiciones y misticismo. 7. Estratégica localización: A 50 km de la capital del estado, centro de llegada y distribución del turista, y principal centro turístico del sur de la república mexicana. 8. Cuenta con un Instituto de Capacitación y Productividad para el Trabajo del estado de Oaxaca. 9. Actualmente, algunos turistas realizan paradas y recorridos turísticos por sus calles y campos 10. Presencia de iniciativas privadas de inversión en el desarrollo de la promoción turística: editores de revistas y periódicos de circulación estatal y nacional. 11. A nivel nacional e internacional, existe un incipiente posicionamiento de la imagen de Santiago Matatlán como destino turístico. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Heterogénea calidad, mala presentación y deficiente comercialización del PIT. 2. Informalidad de las visitas turísticas, tanto en las fábricas de mezcal como en los terrenos agrícolas y con vegetación natural. 3. Los servicios netamente turísticos son casi inexistentes: La comunidad sólo cuenta con un hotel con 25 habitaciones y no existen restaurantes gastronómicos. 4. Limitada protección y asociatividad del saber hacer local asociado al mezcal. 5. Paulatinamente, la juventud está perdiendo la memoria sobre la técnica, historia y cultura del saber hacer local. 6. Lo típico del PIT no es aprovechado con todo su valor añadido para potenciar el turismo rural como una alternativa complementaria del desarrollo local. 7. Progresiva pérdida y despojo de recursos naturales, culturales e históricos. 8. Inexistentes rutas y circuitos de servicios turísticos que articulen la venta del mezcal con la vida cotidiana y cultural del pueblo; ni con el quehacer en las plantaciones de maguey o ecosistemas naturales. 9. Las familias campesinas, poseen un bajo conocimiento y experiencia para la planificación y gestión de productos y servicios agroecoturísticos en comparación con la iniciativa privada. 10. Los caminos rurales están en mal estado y carecen de interconectividad. 11. Bajo nivel de planificación, inversión pública y coordinación de las secretarías federales y estatales para la valorización económica de los atributos agroecológicos. 12. Incipiente manejo de la imagen del territorio, del ordenamiento urbano, agrícola y ecológico.
FACTORES EXTERNOS	
Oportunidades (O)	Amenazas (A)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Desde hace varias décadas, el Valle de Tlacolula es considerado como destino principal turístico de la región Valles Centrales de Oaxaca. 2. Crecimiento de la demanda de turismo alternativo: vivencia con flora y fauna silvestre, búsqueda de productos de producción orgánica, de fabricación artesanal o con características de apelación de origen. 3. Mayor conciencia de la protección del medio ambiente por parte de autoridades locales y sociedad civil. 4. Inexistente competencia en servicios de turismo rural con énfasis hacia el cultivo del maguey, ni en la vegetación de matorral xerofito. 5. Por su clima seco, en el valle Tlacolula llueve sólo durante el verano, situación que favorece las actividades al aire libre durante gran parte del año. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presencia del mezcal adulterado y clonación de marcas, situación que afecta negativamente la imagen del territorio. 2. Presencia de medianas y grandes empresas externas al territorio, que se apropian del saber hacer asociado al mezcal y desarrollan su propia marca y negocios. 3. Las cíclicas crisis sindicales y políticas de ciertos sectores de la sociedad oaxaqueña, comienza a afectar la afluencia del turismo de masa que tradicionalmente se practica en los Valles Centrales de Oaxaca. 4. Por los usos y costumbres que rigen la vida comunitaria de Santiago Matatlán, el marco legal y tributario nacional son insuficiente para la formalización de la actividad agroecoturística. 5. Durante el paso de ciclones, ya sea en el océano Pacífico o el Golfo de México, se presentan contingencias climáticas que impactan sobre la producción agrícola, la vegetación natural, los atractivos turísticos, las vías de acceso, la infraestructura básica y los hogares rurales.

Cuadro 2. Estrategias para turismo rural en Santiago Matatlán, Oaxaca, México.

Estrategias	Explotar F	Aprovechar O	Superar D	Neutralizar A
I. Organizar y capacitar a los cultivadores de maguey y a los pequeños productores de mezcal, para que ellos sean promotores y participes de los beneficios económicos del auge del mezcal y turismo, al emprender empresas agroecoturísticas.	1, 2, 3, 4, 6, 8 y 11	1, 2, 3, 4 y 5	1, 2, 3, 4, 5, 8, 9	1, 2, 4, 5
II. Posicionar y promover el cultivo de maguey, y elaboración del mezcal como atractivos agroturístico de Santiago Matatlán.	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 y 11	1, 3, 4 y 5	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 12,	1, 2 y 4
III. Posicionar y promover la fauna y flora de los parches ecológicos de matorral xerofito del Valle de Tlacolula como atractivos ecoturísticos.	1, 6, 7, 8, 9 y 11	1, 3, 4, 5	2, 3, 7, 8, 9, 10 y 12	4 y 5
IV. Diseñar tours agroecoturísticos que combinen actividades agroturísticas, ecoturísticas y otras experiencias de vida y costumbres Santiago Matatlán.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 y 11	1, 2, 3, 4, 5	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 y 12	1, 2, 3, 4, 5 y 6
V. Procurar la contribución de instituciones de educación superior, cámaras de comercio, programas especiales del gobierno federal, cooperación internacional y asociatividad hotelera y gastronómica tanto en investigación, como en capacitación y financiamiento de proyectos agroecoturísticos.	4, 5, 6 y 7	1 y 2	1, 2, 6, 7, 9, 10, 11, 12	2
VI. Promover el valor, consumo y comercialización del PIT en cada una de los tours.	3, 6, 9 y 11	2	2, 5, 6, 8, 11 y 12	1
VII. Articular y presentar las estrategias II, III, IV y V en un solo paquete turístico bajo la nominación: "La ruta del mezcal".	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 y 11	1, 2, 3, 4, 5	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 y 12	1, 2, 3, 4, 5 y 6
VIII. Desarrollar capacidades asociativas y empresariales de los actores vinculados al PIT y otros atractivos del territorio, para planificación y gestión de productos y servicios agroecoturísticos.	3, 4, 5, 6, 8, 10 y 11	2, 4 y 5	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, y 12	1, 2, 3, 4 y 5
IX. Atraer e involucrar servicios públicos de las secretarías de turismo, comunicaciones y transporte, agricultura, educación y protección del medio ambiente en el desarrollo del Agroecoturismo.	1, 2, 3, 6, 7, 10 y 11	1, 2, 3, 4 y 5	2, 3, 8, 9, 10, 11 y 12	3, 4 y 5
X. Identificar y propiciar intercambio y aprovechamiento de experiencias exitosas.	4, 5 y 8	1 y 2	1, 3, 4, 6, 8, 9 y 12	2, 4 y 5
XI. Difundir los productos y servicios agroecoturístico de Santiago Matatlán por medios de comunicación más modernos y efectivos.	3, 6, 7, 9, 10 y 11	1, 2, 4 y 5	6, 11 y 12	3
XII. Recuperar, sistematizar y divulgar la memoria histórica, geográfica y cultural que revaloriza a los PIT junto a los otros atractivos del territorio.	3, 4, 5, 6 y 11	1, 2, 4, 5	5, 6, 7, 11 y 12	1
XIII. Fomentar la inversión público-privada para el fomento a emprendimientos, la conservación y protección de los atractivos, el desarrollo de infraestructura y manejo de la imagen de los PIT y del territorio.	4, 5, 7, 10 y 11	1, 2 y 3	3, 8, 10 y 11	1
XIV. Establecer alianzas a nivel nacional e internacional con sectores público, privado, académico y sociedad civil vinculada al agroecoturismo.	3, 4 y 11	1 y 2	6 y 9	3 y 4
XV. Mejorar la calidad de productos elaborados a base del maguey como productos diferenciados; considerando calidad en sus procesos de producción, transformación y comercialización, la complementariedad entre ellos y reconocimiento y protección del saber hacer asociado a su origen.	3, 5 y 8	2 y 3	1, 4, 5, 6, 8 y 12	1 y 2
XVI. Elaborar productos comestibles o artesanales a base de derivados del maguey como productos complementarios.	5, 8 y 10	1 y 4	6, 8, 11 y 12	2

Cuadro 3. Inventario de atractivos turísticos del Valle de Tlacolula y población de Santiago Matatlán, Oaxaca, México.

Atractivo	Categoría	Característica	Clasificación	Jerarquía	Análisis
Cuevas de Guilá Naquitz	Natural	Serie de cuevas prehistóricas encastradas en los contrafuertes de una meseta natural que se localiza entre las ruinas arqueológicas de Yagul y Mitla.	Central	5	Conjunto de cuevas y abrigos rocosos prehistóricos reconocidos como Patrimonio Mundial de la Humanidad, por la UNESCO. En la cueva Guilá Naquitz, se han encontrado granos de maíz, frijol y calabaza de la más antigua de América (10000 a 8000 según tipo de grano) (Smith 2001). En la cueva Blanca y Gheo Shis, se han encontrado restos de animales y herramientas en piedra que datan del Pleistoceno. El entorno está cubierta con vegetación xerofita bien conservada. Algunos paredones y cuevas están adornados con pinturas rupestres. Se encuentran ubicado a 8 km al noroeste de Santiago Matatlán.
Palacios zapotecos de Yagul	Artificial	Ruinas arqueológicas prehispánicas	Central	4	Ruinas zapotecas típicas del periodo postclásico (Harry, 2010). Se encuentra localizado en una meseta contigua a las cuevas prehistóricas de Yagul-Mitla. Centro cívico y religiosa prehispánico compuesto por una serie de edificios y una cancha de juego de pelota. Se encuentran ubicado a 8 km al noroeste de Santiago Matatlán.
Palacios y tumbas zapotecas de Mitla	Artificial	Ruinas arqueológicas prehispánicas	Central	4	Palacios y tumbas zapotecas del periodo postclásico, dedicados a la muerte. Son conocidos a nivel nacional e internacional por los finos mosaicos geométricos que adornan sus muros. Se encuentran ubicado a 6 km al norte de Santiago Matatlán
Hierve el Agua	Natural	Serie de cascadas petrificadas	Complementario	3	Principal atractivo natural de fama nacional del estado de Oaxaca. Series de cascadas petrificadas con caídas que van entre 30 a 60m Cuenta con manantiales y pozas para nadar. Este atractivo se encuentra localizado a 30 km al noreste de Santiago Matatlán.
Vegetación xerofita y plantaciones de maguey	Natural/artificial	Plantas silvestres y cultivos agrícola que sólo prosperan en climas semiáridos	Central	2	Los turistas extranjeros procedentes de regiones templadas del mundo consideran los paisajes con vegetación xerofita: exóticos y muy atractivos. Muchos turistas nacionales e internacionales consideran que los agroecopaisajes de Santiago Matatlán como la imagen más representativa de México.
Fabricas tradicionales de mezcal	Artificial	Principal agroindustria del Santiago Matatlán y Valle de Tlacolula	Central	2	El mezcal es considerado como el Producto de Identidad Territorial de Santiago Matatlán, Los turistas nacionales e internacionales muestran gran interés por conocer el proceso de la elaboración del mezcal Los turistas nacionales buscan degustar y comprar mezcal directamente en las fábricas tradicionales. En Santiago Matatlán, casi todas las familias poseen una fábrica de producción artesanal de mezcal.

Cuadro 3. Continuación.

Atractivo	Categoría	Característica	Clasificación	Jerarquía	Análisis
Tianguis dominical de Tlacolula	Artificial	Principal tianguis comercial del Valle de Tlacolula	Complementario	2	Tianguis comercial más antiguo y tradicional del Valle de Tlacolula. Es muy apreciado por los turistas extranjero por su autenticidad. Además, el pueblo de Tlacolula cuenta con una iglesia Dominicana del siglo XVI.
Terrazas en cumbre de colina	Artificial	Zona arqueológica y parche de vegetación xerofita.	Complementario	1	Vestigios arqueológicos compuesto por más de mil pequeñas terrazas zapoteca del periodo preclásico. Feinman and Nicholas (2004), asumen que cada terraza correspondía a una casa residencial. Está situada en un parche de vegetación xerofita bien conservado. Se han reportado evidencias del aprovechamiento temprano de la flora xerofita como alimento y fibra: nopal, yuca y maguey (Haller <i>et al.</i> ,2006) Este atractivo se encuentra a sólo 3 km al noreste del casco urbano de Santiago Matatlán.
Nueve Puntas	Natural	Pequeña cordillera de montañas	Complementario	1	Pequeña cordillera de nueve pico de montañas con altitudes entre 2300 a 2500 msnm. Están ubicadas a solo 5 km al este de Santiago Matatlán y marcan el límite fisiográfico del Valle de Tlacolula. La cordillera está cubierta por vegetación de pino encino y delimita ecológicamente los ecosistemas de vegetación xerofita del Valle de Tlacolula. Desde la cima de estos picos se puede observar todo el Valle de Tlacolula y las cascadas petrificadas de Hierve el Agua. Se puede recorrer y ascender hasta las cimas en 1 día de caminata.
Casco urbano de Santiago Matatlán	Artificial	Pueblo atípico	Complementario	1	La iglesia católica cuenta con pinturas del siglo XVI Cuenta con varias calles con caserones hechos con muros de adobes En la plaza principal se expenden flores, artesanías y otros productos locales.
Museo comunitario de Santiago Matatlán	Artificial	Museo donde se exhibe piezas arqueológicas zapotecas	Complementario	1	En este museo se exhiben las piezas arqueológicas encontradas en la zona del Palmillo-Matatlán Parte del museo también se utiliza para exhibir pinturas y esculturas de los artistas locales y regionales.

corrientes de afluencia de turistas nacionales. Tres atractivos fueron clasificados con jerarquía 2; porque sí bien, su radio de influencia es importante a nivel nacional, no son suficientes para motivar por si solos viajes turísticos, generalmente sus visitas son consideradas como una actividad turística complementaria o de paso. Finalmente, cuatro atractivos fueron de jerarquía 1; estos son atractivos cuyos atributos

sólo son conocidos a nivel regional, sin embargo pueden presentar gran interés turístico si se complementan con otros atractivos de jerarquías superiores.

Estudio del componente sistema de soporte

Al valorar la forma dé como los campesinos cultivadores de maguey se involucren y obtengan beneficios económicos entorno a la

industria del mezcal y turismo; con la participación de un grupo de jóvenes campesinos se plantearon los siguientes servicios a ofrecer, a través de un emprendimiento agroecoturístico de tipo comunitario: i) tour agroturístico, al recorrer con un guía las plantaciones de maguey y visitar alguna fabrica artesanal de mezcal; ii) tour ecoturístico, al practicar el senderismo en los parches de vegetación de matorral xerofito

o en la pequeña cordillera de Nueve Puntas; iii) tour cultural, al visitar los principales atractivos arqueológico, arquitectónico y religiosos de la población de Santiago Matatlán y/o Valle de Tlacolula y, iv) tour gastronómico y cata de mezcal, en restaurant gastronómico que se ubicará en un agroecopaisaje representativo de Santiago Matatlán, además, se planificó rodearlo de un jardín con flora nativa xerofitas de la comarca de Santiago Matatlán.

Para definir el mercado meta de los servicios y productos que se ofertarían en el futuro emprendimiento agroecoturístico; se realizó un estudio de mercado con la finalidad de que revelará datos concretos sobre el perfil del turista dispuesto a practicar el agroecoturismo. Para tal efecto se aplicó una encuesta mediante un muestreo simple a los turistas que estaban presentes en los atractivos turísticos de jerarquía 4 y 5 señalados en el Cuadro 3. Se consideró la segmentación como la técnica para definir el mercado meta. La población de la muestra fue de 22 turistas y mediante 13 cuestionamientos se cubrió la información de los siguientes segmentos: geográfico, demográfico, socioeconómico, psicográfico y exploratorio. Los resultados de la **segmentación geográfica**, mostró que 77% de los turistas fueron nacionales y 23% internacionales. El análisis de los cuestionamientos de la **segmentación demográfica** mostró que 27% de los turistas entrevistados tenían edad entre 31.5 a 36.5 años; seguido por el intervalos de 36.5 a 41.5 años con 23%. La frecuencia acumulada mostró que 82% de los turistas tenían una edad que va entre 21.5 a 46.5 años. La segunda información demográfica que se obtuvo, fue que 64% de los entrevistados son del género masculino y sólo 36% femenino. Los resultados de la **segmentación socioeconómica**, mostro que 91% de los turistas poseen estudios universitarios y 9% nivel bachillerato. La segunda información de este segmento es sobre los gastos realizados durante la estancia vacacional y; resultó que 64% realizaron un gasto promedio por día y por familia de \$2,014.00 MX, y 36% restante no respondió la pregunta. El gasto más elevado por día/familia fue de \$7,000.00 MX y el más bajo registrado fue de \$714.00 MX. Sobre, la razón por la cual los turistas visitaron el estado de Oaxaca (cuestionamiento de la segmentación psicográfica), resultó que 55% lo hicieron por sus playas, 28% por sus paisajes naturales, 9% por sus pueblos y ciudades, 4% por su patrimonio arqueológico, y 4% restante por otras razones. Respecto a la actividades que le gustaría realizar durante su estancia en el estado de Oaxaca fueron: actividades relacionadas con mar y playas 41%, actividades relacionadas con naturaleza y campo

23%, actividades relacionadas con vida nocturna 23%, y 9% para realizar actividades relacionadas con la cultura, historia y sitios arqueológicos y actividades relacionadas con la gastronomía el 4% restante. En este segmento también se analizó con quien realizaban el viaje: 59 % lo hacían con la familia, 27% con la pareja; 7% en grupo organizado por agencias de viajes, 5% en solitario y 2% con amigos. La **segmentación exploratoria**, fue enfocada al conocimiento e interés de los turistas sobre el turismo rural. Para la pregunta, si el turista conoce el agroecoturismo, el 64 % manifestó no conocerlo y 36% restante respondió que sí. El segundo análisis fue con base a la siguiente pregunta, ¿Le gustaría conocer el agroecoturismo a través del cultivo del maguey y la elaboración del mezcal?, el 95% contestaron que sí, y 5% respondieron negativamente.

CONCLUSIONES

El análisis FODA, demostró que la comunidad de Santiago Matatlán basándose de su PIT, presenta suficientes condiciones internas y externas favorables para desarrollar el turismo rural en su modalidad de agroecoturismo; así mismo, demuestra que todos los factores internos y externos desfavorables pueden ser neutralizados y/o superados. La valorización y análisis de atractores, ilustra que Santiago Matatlán se sitúa en el seno de una zona turística ya consolidada, puesto que el Valle de Tlacolula presenta cuatro atractivos turísticos de las más altas jerarquías. Asimismo, demostró que los otros siete atractivos de menor jerarquía podrían aprovecharse para complementar y diversificar los servicios y productos de la actividad turística en Valle de Tlacolula. El estudio de mercado permitió conocer el perfil de turista y el mercado meta de los servicios y productos agroecoturísticos a desarrollar. Finalmente, con este trabajo, el potencial agroecoturístico de Santiago Matatlán ha quedado sustentado, y en todo caso, el agroecoturismo basado en el cultivo de maguey, elaboración del mezcal y vegetación xerofita se entrevé como actividad productiva factible, que no sólo podría impulsar el desarrollo de Santiago Matatlán sino que podría desencadenar el desarrollo rural de todo el Valle de Tlacolula.

LITERATURA CITADA

Comité du Patrimoine Mondial. 2010. Décision adoptées par le comité du Patrimoine Mondial a sa 34e session (Brasilia, 2010). Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture. Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel. Brasilia, Brésil, 25 juillet-3 aout 2010. pp. 246-247.

- Feinman G.M., Nicholas L.M. 2004. Hill top Terrace Sites of Oaxaca Mexico. Intensive Surface Survey at Guirún, El Palmillo and the Mitla Fortress. Anthropology. New Series N° 37. Publication 1530. Published by Field Museum Natural History. Chicago Illinois. U.S.A. pp. 89-115.
- Feiman G.M., Nicholas L.M., Haines H.R. 2007. Classic period agricultural intensification and domestic life at El Palmillo, Valley of Oaxaca, Mexico. *In: Seeking a Richer Harvest: The archaeology of subsistence intensification, innovation and change.* Ed by Fischer, C. and T. Thurston, pp. 23-62. Studies in Human Ecology and Adaptation. Volume 3. Springer, New York. U.S.A.
- Haller M.J, Feinman G.M., Nicholas L.M. 2006. Socioeconomic inequality and differential access to faunal resources at El Palmillo, Oaxaca, Mexico. *Ancient Mesoamerica*, 17(2006): 39-56.
- Harry B. 2010. La céramique de Yagul, Oaxaca, Mexique, relecture d'un site "postclassique". Thèse : Doctorat Anthropologie, Ethnologie, Préhistoire Archéologie d'Amériques UMR 8096. Université Paris I ; Panthéon-Sorbonne. Soutenue le 8 novembre 2010. pp. 32.
- OEA-IICA. 2008. Módulo 2: Proyecto: de la Idea al Análisis Previo. Agroecoturismo: Elementos básicos para implementar un proyecto de turismo innovador. Rev. 03/11/10.01. OEA-IICA. 14p.
- Pérez Barroso R. 2009. Plan municipal para el desarrollo rural sustentable de Santiago Matatlán. Consejo Municipal de Desarrollo Rural Sustentable de Santiago Matatlán, Tlacolula, Oax.-SAGARPA, Santiago Matatlán, Oaxaca. Febrero 2009. 115p.
- Smith B.D. 2001. Documenting plant domestication: The consilience of biological and archaeological approaches. *PNAS*. February 13, 2001. Vol.98. N°4: 1324-1326.

