

IMPACTOS SOCIOECONÓMICOS Y AMBIENTALES DEL TURISMO DE REUNIONES: CASO FERIA NACIONAL DE LA BIRRIA EN CIUDAD GUZMÁN, JALISCO DEL AÑO 2014 AL 2018

Dr. Carlos Hernández Vega¹, Dr. Pedro Pablo Villafania Góngora²,
Mtro. Gonzalo Hernández García³ Katherine Patricia Quiroga González⁴

Resumen— Esta investigación parte del abordaje teórico que sustenta a las ferias como parte del turismo de reuniones, por lo que la medición de impactos de la Feria Nacional de la Birria (FNB) en Ciudad Guzmán es el resultado del cruce de las investigaciones de los 5 años consecutivos en los aspectos: económico, social y ecológico.

Por lo cual, el objetivo es conocer y analizar los impactos socioeconómicos y ambientales de la FNB del año 2014 al 2018 desde la perspectiva de la población local y los turistas, con el fin de proponer acciones de mejora en los siguientes eventos con principios de sustentabilidad.

Así mismo, los resultados han permitido mitigar algunas de las deficiencias de la organización, las cuales han sido solventadas en cada edición, en consecuencia, de manera general, se puede decir que el evento ha sido socioeconómicamente benéfico para la ciudad.

Palabras clave— Turismo de Reuniones, Feria Nacional de la Birria, Impactos Socioeconómicos y Ambientales.

Introducción

Se presentan resultados de los cruces de cinco investigaciones (una cada año desde el 2014 al 2018), sobre los impactos Socioeconómicos y Ambientales que ha generado la Feria Nacional de la Birria en Ciudad Guzmán, Jalisco. Para este efecto se parte del abordaje teórico que sustenta a las ferias como parte del turismo de reuniones.

El turismo de reuniones es una estrategia comercial orientada a fortalecer diferentes aspectos; por un lado, la parte económica en función del alto gasto que se genera en pocos días, permite además reducir la estacionalidad porque se puede llevar a cabo en cualquier época del año y no solo en temporada alta, de igual manera coadyuva al fortalecimiento de la identidad sociocultural.

El segmento de reuniones para efectos del turismo, es amplio y abarca desde las convenciones y reuniones corporativas o de negocios hasta las ferias y exposiciones comerciales, estas últimas se catalogan como eventos comerciales o culturales que reúnen a integrantes de diversos sectores empresariales, profesionales o sociales con un interés común, organizado con el fin de dar a conocer productos o servicios realizando labores de relaciones públicas o de comercialización al mismo tiempo.

En este apartado se considera a la Feria Nacional de la Birria, la cual es un evento gastronómico organizado mediante la estrategia Triple Hélice, la cual se constituye en: sector educativo (Instituto Tecnológico Regional de Ciudad Guzmán y el Centro Universitario del Sur de la Universidad de Guadalajara), sector empresarial (Cámara Nacional de Comercio de Ciudad Guzmán, Jalisco) y sector gubernamental (H. Ayuntamiento Constitucional del municipio de Zapotlán el Grande).

Esta forma de vinculación, está orientada a fortalecer diversas actividades locales y regionales, en específico mediante la Feria de la Birria, se pretende contribuir a posicionar a la Región Sur de Jalisco como un Corredor Turístico Gastronómico a través del platillo típico de la Birria con el fin propiciar la generación de mayor derrama económica y fortalecimiento de la identidad cultural tradicional.

El hecho de elegir la Birria como elemento principal de la Feria, es puramente táctica para propiciar la vista local, regional, estatal y nacional hacia el Sur de Jalisco con sus respectivos beneficios que trae consigo el turismo, además de que la creación de eventos turísticos de reuniones es una recomendación de visitantes y población local para atraer movimiento turístico en el municipio de Zapotlán el Grande, Jalisco.

¹ Dr. Carlos Hernández Vega; Profesor Docente de tiempo completo del Centro Universitario del Sur de la Universidad de Guadalajara. carlos.hernandezv@cusur.udg.mx (autor corresponsal).

² Dr. Pedro Pablo Villafania Góngora; Profesor Docente de tiempo completo del Centro Universitario del Sur de la Universidad de Guadalajara. pedro.villafania@cusur.udg.mx

³ Mtro. Gonzalo Hernández García, Profesor Docente de tiempo completo del Centro Universitario del Sur de la Universidad de Guadalajara. gonzaloh@cusur.udg.mx

⁴ Katherine Patricia Quiroga González, Estudiante de la Licenciatura en Desarrollo Turístico Sustentable en el Centro Universitario del Sur de la Universidad de Guadalajara. kathy.quiroga24@gmail.com

Durante los cuatro años de la organización de la Feria, siempre se ha ubicado en la Plaza las Fuentes del Centro Histórico de la Ciudad, el número de expositores varía en cada evento manteniendo en promedio 35 expositores; 25 birrieros y 10 áreas complementarias, entre las que destacan las artesanías locales y bebidas típicas de la región.

En todas las ocasiones se ha realizado el evento entre la segunda y tercera semana del mes de septiembre. En primera instancia se eligió esta fecha en función de agregarse a los festejos patrios bajo el temor de no ser del interés de los visitantes como evento único y de primera vez, posteriormente se le sumaron otros justificantes como el hecho de que en los meses de enero a marzo no es recomendable por los gastos navideños que se tiene en la población de preferencia religiosa-católica en un 90%.

De igual manera no se creyeron idóneos los meses de abril-mayo, tanto por el movimiento natural de las semanas, santa y pascua que provocan visita cotidiana, así como el riesgo de daño a la comida por el calor propio del mes de mayo en la Ciudad.

Los meses de junio a agosto, quedaron descartados por las constantes y fuertes lluvias que suelen presentarse en la región. El mes de octubre es para el municipio y para la región, el mes más importante porque en ese lapso se lleva a cabo desde hace más de 200 años las fiestas patronales o religiosas, las cuales por sí mismas generan el mayor movimiento turístico de la ciudad en el año, quedando en segundo lugar las fiestas decembrinas.

En ese sentido, la mejor fecha para la realización de la Feria Nacional de la Birria, de acuerdo al razonamiento de la Triple Hélice, es el mes de septiembre.

Esta decisión de fecha y lugar de la Feria Nacional de la Birria, ha generado diversos impactos que se centran en lo social, lo económico y lo ambiental. Los efectos se han medido año con año, sus resultados han pretendido servir de recomendación para los organizadores mismos que han sido escuchados y en gran parte aplicados en los eventos sucesivos, ya no solo de la Feria Nacional de la Birria, sino de otras denominadas, Feria de la Tostada, Feria de la Miel y Festival del Pulque.

Descripción del Método

Objetivo general

Conocer y analizar los impactos socioeconómicos y ambientales de la Feria Nacional de la Birria desde el año 2014 al 2018, que generan en la población local y los turistas, con el fin de proponer acciones de mejora en los siguientes eventos con principios de sustentabilidad.

Metodología

La metodología utilizada es mixta de carácter transversal-descriptivo, misma que se ha realizado durante cinco años consecutivos, es decir del 2014 al 2018, en dónde ha tenido lugar la Feria Nacional de la Birria, además de contar con un tipo de estudio longitudinal, tanto en el pasado como para el futuro en la espera de que se siga midiendo; asimismo es mixta debido a que se cuantificó la cantidad de visitantes y la de habitantes que asistieron al evento, el gasto promedio por familia, los medios publicitarios por los cuales se enteraron de la Feria, los lugares de procedencia, las distintas formas de viaje, el tipo de hospedaje, la estancia promedio; en la parte cualitativa se investigó la percepción del evento en general, de la organización, del lugar donde se realiza, de los eventos artísticos, los motivos de la visita, entre otros aspectos.

El estudio es de carácter transversal debido a que se realizó el estudio en un punto específico durante varios años y descriptiva porque se describe los resultados que se obtuvieron a partir de la aplicación de los instrumentos. Referente a ser un estudio longitudinal, la razón es que conlleva un tiempo entre cada estudio y se puede establecer una secuencia temporal.

Se utilizó la técnica de la encuesta diseñando un instrumento de habitantes y otro de visitantes para la recolección de los datos. Por cada medición se diseñaron dos encuestas; una para habitantes y otra para visitantes.

Calculo de la muestra

Para definir la cantidad de personas a encuestar se utilizó la fórmula para población infinita en razón que no se conoce o no está definida en número de la población.

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

Z= 1.96 (nivel de confianza)

p =50% (variabilidad negativa)

q =50% (variabilidad positiva)

e = 7% (error)

El resultado de la sustitución de los valores en la fórmula arrojó que se tenían que aplicar 196, pero se consideró encuestar a 200 personas por cada instrumento, la cual se aplicó dentro del recinto ferial y durante los eventos. Los datos obtenidos se vaciaron el software estadístico SPSS 20, para posteriormente hacer la interpretación correspondiente a cada ítem.

Marco teórico

Sustentabilidad

Partiendo de la concepción del Desarrollo Sustentable, según el informe Brundtland (1987), es lograr la satisfacción de “las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Asamblea General de las Naciones Unidas, 1987), y de ahí se deriva la sustentabilidad como un hecho que para lograrlo pretende juntar 3 aspectos de suma importancia: ecología, economía y sociedad, manteniendo entre ellos un balance continuo.

Esta feria, ambiciona convertirse en un modelo funcional con principios de sustentabilidad que pueda duplicarse en otros municipios, aunque con otros elementos, no necesariamente birria, y adaptándose a las tradiciones y costumbres de cada lugar; es por ello que la investigación se ha mantenido constantemente en contacto con los organizadores para que tomen los elementos clave contribuyendo con el progreso y la mejora continua, igualmente, buscando focos de innovación y creatividad para mantenerla atractiva y que no caiga en la rutina y se apague, es decir el inicio de un ecosistema de innovación.

Turismo

Otro elemento teórico propio de este tema de análisis es el turismo, el cual, para efectos de esta investigación, es considerado como:

Una actividad que facilita el desarrollo regional porque reactiva la economía local de los destinos visitados por los turistas. A su vez puede ser un factor para que las poblaciones anfitrionas mantengan sus procesos ecológicos básicos contribuyendo a la conservación del medio ambiente o puede ser que la visita masiva de turistas se convierta en un elemento negativo, de deterioro ambiental. Asimismo, el turismo es un escenario para que se den las relaciones interculturales de diversas personas de la propia región, estado o país y del extranjero, generando con ello una nueva riqueza cultural o, en su caso, una pérdida de la cultura original de las comunidades anfitrionas que abarcan desde su folclor tradicional hasta su estilo de vida actual. Ante esta situación, de las ventajas y los conflictos que representa el hecho de que una población se dedique al turismo, los estudiosos del tema y los organismos públicos y privados a nivel nacional e internacional han propuesto las pautas que se deben seguir para el desarrollo del turismo en el mundo, buscando la mayoría de la ventaja que esta actividad ofrece y evitando al máximo sus efectos negativos (Hernández, 2017).

Desde otra perspectiva, si bien es cierto que el origen del turismo es el tiempo libre (ocio por el ocio), y muchos estudios se centran en las necesidades del ser humano ante el homeostasis, también existen otras posturas que estudian el turismo enfocándose hacia una tendencia sistémica que integra tanto las posturas de la necesidad de viajar, junto con los enfoques que orientan hacia los efectos que este modelo está generando en su práctica.

El enfoque real del turismo implica que sea visto y analizado desde la postura de una necesidad social, “Proceso societario de viajar” (Hiernaux, 2000), con considerables repercusiones en las diversas disciplinas con las que se relaciona. Y aunque todavía existen resistencias por entender el turismo desde esta visión integral, ya en estos días es más factible encontrar estudios con bases de la teoría sistémica.

Turismo de Reuniones

Del tema de turismo en general, surge el concepto o segmento mercadológico de Turismo de Reuniones, el cual es una estrategia comercial orientada a fortalecer diferentes aspectos; por un lado, la parte económica en función del alto gasto que se genera en pocos días, permite, además, reducir la estacionalidad porque se puede llevar a cabo en cualquier época del año y no sólo en temporada alta, de igual manera, coadyuva al fortalecimiento de la identidad sociocultural. De esta manera, según la revista Entorno Turístico (2018), afirma que la OMT (Organización Mundial del Turismo), define al Turismo de Reuniones como aquella actividad de viaje que se realiza fuera del entorno habitual de una persona, por al menos 24 horas y que cumple con los requisitos de lo que es una reunión.

Para entender el concepto de Turismo de Reuniones, según la OMT (2014), se debe de partir del significado de “reunión”: la cual es una agrupación de 10 o más participantes por un mínimo de 4 horas, en una sede contratada, con el propósito común de llevar a cabo una actividad concreta que puede o no ser con propósitos económicos, además de que la celebración de ferias, festivales, exposiciones, congresos, etcétera, forman parte de la industria de

reuniones, cuando se refiere a la categoría de viajes por motivos de negocios y profesionales, la cual podría dividirse en “asistencia a reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales y exposiciones” y en “otros negocios y motivos profesionales”.

En ese contexto, de acuerdo al Consejo de Promoción Turística (2014), las ferias son todos aquellos eventos dedicados a la muestra o exhibición pública que organizan de manera profesional las empresas, las asociaciones o los individuos. De igual forma para algunas personas el uso de los calificativos festival y feria suele hacerse sin distinción, y en algunos países de Latinoamérica se usa la palabra festival como una celebración periódica con diversas modalidades para dar a conocer los valores y la ideología de la población.

El segmento de reuniones para efectos del turismo, es amplio y abarca desde las convenciones y reuniones corporativas o de negocios hasta las ferias y exposiciones comerciales, estas últimas se catalogan como eventos comerciales o culturales que reúnen a integrantes de diversos sectores empresariales, profesionales o sociales con un interés común, organizado con el fin de dar a conocer productos o servicios realizando labores de relaciones públicas o de comercialización al mismo tiempo. Desde el punto de vista mercadológico las ferias como estrategia comercial, emanan inicialmente de los principios básicos de la administración y de la mercadotecnia, así para Kotler (2006), es una herramienta de comunicación en la que existen numerosas plataformas que van desde catálogos, muestras, rebajas, embalaje, y ferias entre otras.

En ese sentido la Feria Nacional de la Birria, en virtud de ser un evento turístico masivo, forma parte del turismo de reuniones.

Comentarios Finales

Resumen de resultados

Con la finalidad de hacer más clara esta sección, se presentan los resultados en los 3 sectores principales que se consideraron para la investigación: económico, social y ecológico, que en conjunto constituyen las bases de la sustentabilidad.

1) Impactos económicos

En virtud de ser un evento masivo y de venta de productos gastronómicos preparados en su mayoría por los habitantes locales y regionales, desde la primera Feria hasta la última en el año 2018, ha generado derrama económica y ha contribuido al efecto multiplicador en la cadena de valor de los insumos necesarios para la preparación de la Birria. No obstante, se han presentado variaciones entre cada uno de los años.

En ese sentido es notoria una baja de visitantes en relación con cada edición obteniendo una reducción de 40,000 visitantes en su primera edición (2014) a 27,000 visitantes del 2016, generando una disminución en el consumo de birria aproximada del 30% en relación con su primera jornada hacia la última, motivo por el cual también se vio afectada la derrama económica con el paso de los años. Cabe mencionar que la primer Feria (2014) tuvo mayor impacto, sin embargo, fue la única con duración de cuatro días, mientras que los años consecutivos se realizó en tres, sin embargo, en el año 2018 se calcula una visitación de más de 35,000 personas, reanudando su éxito como un evento gastronómico programado.

Por otro lado, el gasto por día por persona en asistentes locales se redujo en relación a aquellos que gastan más de 100 pesos, siendo el máximo en el 2014 (11%) y un 5% menos al 2016, sin embargo, el año 2017 tuvo un aumento exagerado, en el cual más de la mitad (59%) de las personas locales afirma haber gastado más de \$100.00 en ese año; tendencia que se mantuvo constante incluso en su edición en el año 2018 en el cual el 50% de los encuestados gastaron de \$100.00 a \$200.00 pesos por persona y un 20% adicional gastó más de \$200.00 por lo que en total, 70% de los habitantes que asistieron y fueron encuestados gastaron más de \$100.00 por persona, superando a todas las ediciones anteriores. Por otro lado, en el mismo año, 2017 el 92% manifestó que si beneficia a la población local y el 40% es debido a la derrama económica y un 5% adicional se debe a la generación de empleo, por lo cual casi la mitad opina que aporta al ámbito económico, además el 22% opina que los principios de sustentabilidad repercuten directamente en el área económica; pero la percepción positiva en relación a este evento no termina y se mantiene en alto, lo cual se confirma con el 87% de aceptación positiva por parte de la comunidad en su última y más reciente edición registrada en esta investigación, ya que la razón principal por la cual se considera benéfica es su aportación a la economía por la derrama generada durante estos días, que en este mismo año (2018) fue el aspecto que los habitantes consideraron que más se veía reflejado en su ciudad, representando 1/3 de las encuestas, asimismo, el 33% de los visitantes asistentes a la feria, fueron turistas, lo que significa que pernoctaron en Ciudad Guzmán al menos una noche, sin embargo, el 44% de ellos se hospedaron más de 2 noches y un 35% adicional fue por un plazo mayor.

2) Impactos sociales

El municipio de Zapotlán el Grande, cuya cabecera es Ciudad Guzmán, forma parte de la Región Sur de Jalisco, la cual es una zona territorial apegada a las tradiciones que se han conservado con el paso de los años, los modos de vida de los habitantes no han sido afectados notablemente por los procesos de culturización que se ha dado en el centro del Estado, por esta razón los impactos sociales que se han dado como resultado de la Feria Nacional de la Birria, repercuten de forma positiva al contribuir en la preservación y promoción de platillo típico, que si bien es típico de los estados aledaños a Jalisco, en esta zona es un alimento que fue tomando presencia en la celebración de eventos sociales, (bautizos, XV años, bodas, graduaciones, etc.), pero a la vez estaba dejando de ser un platillo común de encontrar en los centros de consumo gastronómico (fondas, restaurantes, puestos ambulantes).

A partir de la Feria Nacional de la Birria, se retomó la venta de este platillo en diversos lugares donde ya no se acostumbraba y tuvieron apertura otros cuantos al grado de que en la ciudad se puede contar ahora con lugares de venta de Birria por la mañana, al mediodía y por la noche.

Entre los gustos y preferencias de los acontecimientos de la Feria Nacional de la Birria destaca su variedad gastronómica, es decir la diversidad de sabores que se presentan con los distintos insumos, como es el caso de las de chivo, res, puerco, borrego y vegetariana (con hongos de la región). Además de las bebidas típicas regionales que se venden en el centro ferial, como es el caso de las Palanquetas de Nuez, el Ponche de Granada, el Pulque y los Panecillos de diferentes sabores.

En el tema de la organización cabe resaltar que muchas personas observaron y mencionaron una buena logística en los dos primeros años (2014 y 2015), caso que no se vio presente en el año 2016, regresando el año 2017 con el 15% de preferencias en este aspecto.

El gusto por la Feria entre los habitantes y visitantes que no consumen la birria, es debido a la variedad de eventos gratuitos con carácter recreativo y de entretenimiento. Un alto porcentaje de los habitantes manifiestan que les es agradable ver el centro histórico lleno de personas que no pueden saludar de manera cotidiana porque algunos de ellos ya no viven en la ciudad y que además regresan a su población acompañados de personas externas, lo cual los hace sentirse orgullosos de su territorio.

En otro contexto, para un muy bajo porcentaje de habitantes, la Feria también genera una serie de problemáticas ocasionadas por la presencia de los turistas en la saturación del Centro Histórico, quitándole espacio a la población local en su lugar de recreación habitual dominical, no obstante, la mayoría de los habitantes asistentes están de acuerdo con que se realicen este tipo de eventos, debido a que son del gusto general.

Por otro lado, en la edición del 2018, se hicieron notorios dentro los aspectos más gustados de la Feria Nacional de la Birria, tres características que impactan directamente en el área social y que en conjunto representan el 63% de dichas opiniones que son: la difusión cultural, identidad regional y convivencia familiar, cada aspecto con un aproximado de 20% cada uno, por lo cual, se deduce que la feria ya es un evento que ha sido apropiado y aceptado por la comunidad local (Ciudad Guzmán) y que es del disfrute, deleite y motivo de orgullo regional.

3) Impactos ecológicos

En este apartado la mayoría de los encuestados consideran que faltan elementos que ayuden a la preservación y conservación de la ecología sobre todo durante los eventos, en el cual el impacto se da mayormente por los habitantes y no tanto por los visitantes o turistas, los cuales sólo en un 29%, según la opinión de las personas locales (2014), contaminan. Esta opinión respecto a que la presencia de turistas no contamina en gran medida, se ha mantenido en las ferias de 2015, 2016 y 2017 entre el 70 y el 85% de los encuestados, agregando incluso que quienes contaminan las calles son los propios pobladores. En ese contexto se sugiere la instalación de más botes de basura y difusión de cultura ambiental entre los habitantes, ya que el 39% de los entrevistados en el año 2018, consideran que la generación de basura es uno de los aspectos de mayor impacto negativo de la feria, así como el tráfico vial (31%) por lo que el 70% de la huella nociva de este evento recae directamente en el ámbito ecológico, y al ser estos los datos de la última edición de la feria (registrados en esta investigación) se deduce que no ha podido ser corregido.

El mayor impacto negativo dentro de la feria del año 2014, se dio por el uso de recipientes de unicel, justificando que es lo más práctico debido a la lejanía de los lavaderos de trastes, aspectos que se corrigieron hasta el año 2016 y 2017 en virtud de que no se tiene conciencia de su uso ni por parte de los birrieros ni de los consumidores. También es notoria la insuficiencia de botes de basura, que genera que no depositen la basura en su lugar. Positivamente se encontró que se tiene educación ambiental, el Ayuntamiento lo tiene controlado, y durante el evento, en algunos puestos se usaron platos de barro.

Asimismo, en el año 2018 se consultó la perspectiva que se tenía en algunos tópicos relacionados a los impactos ecológicos y el 62% de los habitantes no notó que se llevara a cabo alguna acción para minimizar la huella ecológica, por otro lado, los elementos que más personas pudieron observar en este ámbito fueron el uso de productos naturales y materiales reciclados o no contaminantes.

Conclusiones

La Feria Nacional de la Birria que se ha organizado desde el año 2014 a la fecha mediante la estrategia de la Triple Hélice, ha permitido vincular al sector educativo de la ciudad con el sector productivo y la parte gubernamental a nivel municipal.

Los resultados de las mediciones de los impactos de manera longitudinal han permitido mitigar algunas de las áreas de oportunidad propias de la organización de eventos en el turismo de reuniones.

Cada año, al final de la Feria, se presentan los resultados a los organizadores de la Feria Nacional de la Birria esperando mejoras para siguiente evento. Algunas recomendaciones han sido tomadas en cuenta, como el caso de: no usar materiales desechables en unícel ni consumir bebidas alcohólicas fuera de los stands para mantener su carácter familiar, el fortalecimiento de estrategias de difusión para captar más turistas, la diversificación de los tipos de Birria, elección de la fecha, estrategias de protección civil, innovación en el programa, mejora de la imagen al quitar los toldos con la marca del patrocinador, la venta de bebidas artesanales, fortalecer el carácter de Nacional con la presencia de birreros de otros estados y extender la duración de la Feria y horario de venta de Birria, entre otros. Sin embargo, otros aspectos no se han considerado en virtud de que algunos están fuera del alcance de los organizadores.

De manera general, el evento ha sido benéfico a la población y a los turistas, los dos primeros años fueron de buena aceptación por todos los asistentes, pero se ha notado una baja en visitantes, en venta y variedad de eventos, por lo que se recomienda, innovar para el siguiente año, sobre todo en evitar repetir los eventos artístico-culturales de cada año y fortalecer el nombre de nacional trayendo birreros de otros estados, sobre todo otorgar un distintivo a un estado diferente cada edición.

Recomendaciones

En cuanto al objetivo que se ha planteado el Comité Organizador de la Feria Nacional de la Birria, orientado a contribuir a posicionar al Sur de Jalisco como un destino turístico gastronómico, se han dado pasos firmes que sitúan a pensar en un logro a mediano plazo en virtud de que ya diversos birreros, que solo abrían sus puertas los fines de semana, lo hacen a diario, otros más ya no solo venden en eventos sino que cuentan con un local, que si bien no son espacios grandes, son sus logros y cuentan con la aceptación de los consumidores locales y visitantes.

Se pretende continuar con la medición de impactos, pero ahora con variantes más profundas con tres propuestas firmes:

1. Social: recuperación de historias de vida de birreros, recetas de birria del Sur de Jalisco y de la gastronomía del Sur de Jalisco ligada a la birria.
2. Económico: medición de impactos económicos a los negocios ajenos a la birria, pero cercanos al centro ferial y de la cadena de valor con los ingredientes de la birria.
3. Ecológico: medición de capacidad de carga de centro histórico, de cantidad de basura generada en la feria y su destino y finalmente, análisis del estado nutricional de las carnes utilizadas en la feria.

Por otro lado, con los resultados de la presente investigación se está generando el ecosistema de innovación que permita generar empleos eventuales en la feria y fijos el resto del año, investigación sobre su comportamiento y conservación de la identidad regional.

Referencias

- Asamblea General de las Naciones Unidas (1987). Informe Brundtland: Nuestro Futuro Común.
- Consejo de Promoción Turística (10 de octubre de 2014). Consejo de Promoción Turística. Recuperado el 30 de agosto de 2018, de <http://www.cptm.com.mx/work/models/CPTM/Resource/8022/9/ReglamentoFeriasInternacionales2014.pdf>
- Entorno turístico (15 de septiembre de 2018). Revista Entorno Turístico. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-de-reuniones-y-como-se-clasifica/>
- Hernández, C. (2017). La Costalegre de Jalisco: Lectura para principiantes en turismo y sustentabilidad (Vol. Único). Guadalajara, Jalisco, México: Porrúa-Por la Libre.
- Hiernaux, D. (2000). La Fuerza de lo efímero, apuntes sobre la construcción de la vida cotidiana en el turismo. En D. Hiernaux, La vida cotidiana en el turismo. México, D.F.: UNAM-ANTHROPOS.
- Kotler, P. (2006). Dirección de marketing. Madrid: Prentice Hall.
- OMT (marzo de 2014). Organización Mundial de Turismo. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/press-release/2014-03-31/la-omt-presenta-el-informe-global-sobre-la-industria-de-reuniones>