

ENFOQUES DE ANÁLISIS EN PUEBLOS MÁGICOS:

¿EFICACIA o EFICIENCIA?

*Herminia Landeros Villalva*¹

*Martha Gomora Serrano*²

*Tirzo Castañeda Martínez*³

RESUMEN

El presente ensayo de divulgación contrasta cinco enfoques de análisis sobre Pueblos Mágicos en México, la pertinencia de su instrumentación como programa y los principales resultados que obtuvo cada caso de estudio. En este entendido, el objetivo del trabajo consistió en determinar la eficacia del Programa Pueblos Mágicos, es decir, la capacidad operativa *versus* la eficiencia, entendida como los efectos socio-culturales, económicos, políticos o ambientales que han trascendido con el programa. Se destaca la premisa de referencia de cada caso de estudio, la metodología empleada, los resultados obtenidos y las principales conclusiones. Independiente de la problemática de cada localidad analizada, los resultados mostraron la atención que se ha otorgado a los destinos turísticos en torno a la infraestructura, obra pública y mejoría de la imagen urbana; la satisfacción del 50.0% de los residentes con la actividad turística; la participación de los actores en la gestión del turismo en los Pueblos Mágicos; la diversificación y desempeño de la actividad turística, aunque la gran mayoría de los destinos turísticos fueron catalogados con grado medio de desarrollo; el necesario fortalecimiento de los Comités Pueblos Mágicos. Se concluye que la práctica turística difícilmente puede ser cuantificada en estas

¹ Licenciada en Turismo. Centro Universitario UAEMéx Tenancingo de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx). Ex Hacienda de Santa Ana, domicilio conocido, carretera Tenancingo-Villa Guerrero, Km 1.5. C.P. 52400, gatito_hermy@hotmail.com

² Maestra en Agroindustria Rural, Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario. Centro Universitario UAEMéx Tenancingo de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx). Ex Hacienda de Santa Ana, domicilio conocido, carretera Tenancingo-Villa Guerrero, Km 1.5. C.P. 52400, mar_gomora@hotmail.com

³ Doctor en Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales. Profesor del Centro Universitario UAEMéx Tenancingo de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx). Ex Hacienda de Santa Ana, domicilio conocido, carretera Tenancingo-Villa Guerrero Km 1.5 C.P. 52400. Líneas de Investigación: Desarrollo Territorial, Turismo y Floricultura. tcastanedam@uaemex.mx

localidades, más allá de ciertos indicadores sobre satisfacción de las personas, que al final de cuentas constituye una percepción. Las acciones de los diversos actores sociales han redundado en ciertas obras públicas, infraestructura, accesibilidad y mejora de la imagen urbana, principalmente en las cabeceras municipales; sin embargo, se identifica la necesidad de fortalecer las relaciones entre sector público y privado en aras de facultar la gestión turística en los destinos, la formulación de proyectos de desarrollo turístico con inclusión de los actores locales, así como la búsqueda de beneficios sociales y su distribución en la población receptora.

Palabras o Conceptos Clave: Programa Pueblos Mágicos, Enfoques de análisis, Turismo.

INTRODUCCIÓN

El patrimonio en sus diferentes acepciones se ha planteado como alternativa de desarrollo socioeconómico. En este contexto, el turismo se asume como motor o estrategia de desarrollo, en torno al cual se implementan planes o programas de promoción turística, que no siempre redundan en crecimiento económico y competitividad, como se pretende desde la premisa de la política pública de los planes de desarrollo, sino en exclusión social o deterioro del medio ambiente (López y Fernández 2012, p. 460).

Los destinos turísticos se han valorado desde distintas perspectivas y dimensiones, en busca de potencialidades o capacidades, referencia de ello son las denominaciones de Pueblos Mágicos para localidades distintivas de México. En este sentido, el Programa Pueblos Mágicos (PPM) se asume como una versión de promoción de la autenticidad mexicana, tanto en el

ámbito nacional como en el extranjero, vía la valoración de pueblos tradicionales que constituyen desde hace más de una década, representaciones imaginarias para turistas, promotores, prestadores de servicios, gobierno e instituciones (Méndez y Baños 2012, p. 585).

La aclaración que se hace pertinente es que los imaginarios sociales constituyen un andamiaje de significados y significaciones. En esta expectativa, el presente trabajo analizó distintos enfoques de análisis en torno a los Pueblos Mágicos, con la premisa de determinar el diferencial entre la eficacia del PPM, entendida como la capacidad de operatividad y la eficiencia o los efectos sociales, económicos, políticos, ambientales y prácticos en los municipios.

La generalidad de atención de los diversos estudios de caso, soslayando en cierta forma la instrumentación “per se” del PPM, fueron, la noción de nueva ruralidad en el proceso territorial del turismo en los Pueblos Mágicos; la satisfacción de los residentes en torno al desarrollo de la actividad turística como indicador de competitividad; los efectos de la política pública en distintos destinos turísticos mexicanos, en aras de especificar el desarrollo turístico; la dinámica relacional para la gestión turística; la participación de los Comités Pueblos Mágicos en el desarrollo turístico local, parte fundamental en el fomento de la participación y acción local.

Se puede aducir que independientemente del enfoque y las variables de análisis sean cualitativas o cuantitativas, el resultado principal es la consecución de infraestructura, accesibilidad y mejoría de la imagen urbana en los destinos turísticos. Se puede aducir a un efecto favorable en la práctica turística, pero de alcance geográfico y social aun específico.

El PPM, como política sectorial, es ambicioso en su concepción, pero su aplicación es centralizada (municipal) y de alcance territorial reducida. En gestión turística, se atiende a redes

poco cohesionadas, donde ciertos actores detentan tanto poder como legitimidad. Las condiciones de vida de la población no han mostrado mejora significativa y es necesaria la integración de los residentes locales. El nombramiento puede considerarse una marca distintiva para ciertas localidades, pero puede crear falsas expectativas en los turistas: no todos los destinos disponen de las mismas condiciones para la práctica turística.

La instrumentación del Programa Pueblos Mágicos para el desarrollo local

En términos de política pública, el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018 plantea la meta de construir un “México Próspero”. En tal sentido, la Secretaría de Turismo, propone el Programa Sectorial de Turismo (PROSECTUR), cuyo objetivo destaca el aprovechamiento del potencial turístico del país para generar derrama económica. Las acciones para concretar tal pretensión se sustentan en cinco objetivos rectores, 22 estrategias y 112 líneas de acción (PROSECTUR 2013, p. 37).

El Programa Pueblos Mágicos (PPM) no está considerado en la política pública del PND y PROSECTUR para el periodo 2013 – 2018, sin embargo, su vigencia e importancia como instrumento de desarrollo turístico no ha decrecido desde su creación en el año 2001. El PPM pretendió desde sus inicios el aprovechamiento de los recursos naturales y/o culturales del país, incrementar el empleo, así como fomentar la inversión pública y privada para elevar los niveles de bienestar de la población. El financiamiento del programa tiene carácter tripartito (federal, estatal y municipal), aunque la mayoría de los recursos se destinan hacia la construcción de infraestructura turística y el mejoramiento de la imagen urbana (Hoyos y Hernández 2008, p. 120).

En general, los lineamientos de acceso al PPM contemplan tanto elementos de registro como de incorporación. Los elementos de registro consideran las áreas o unidades administrativas

turísticas con poder de decisión; un directorio de prestadores de servicios turísticos; el inventario de recursos y atractivos turísticos de los municipios; las condiciones de conectividad y comunicación; los instrumentos de planeación y ordenamientos de la administración en turno (SECTUR 2014, pp. 9-10): cualidades que demarcan la operatividad o eficacia del fenómeno turístico.

En tanto, la incorporación es un atributo relacionado con el desarrollo de la actividad turística; en la actualidad, enmarcado en un nuevo modelo operativo, respaldado por el gobierno federal, estatal y municipal, así como la sociedad civil. Los elementos a considerar son diversos (SECTUR 2014, pp.11-14): 1) un Comité Pueblo Mágico, formalmente constituido; 2) un acta de cabildo donde se solicita la adhesión al PPM; 3) punto de acuerdo del Congreso del Estado; 4) aportación económica directa para el desarrollo turístico, basado en proyectos y acciones derivadas de planes y programas turísticos; 5) un programa de desarrollo turístico municipal actualizado, con un horizonte de al menos tres años; 6) ordenamientos actualizados; 7) evidencias de atractivos simbólicos de la localidad; 8) servicios de salud y seguridad pública para la atención al turista; 9) inversión privada y social en el desarrollo turístico, así como distintivos o sellos de calidad; 10) elementos de relevancia para la actividad turística que considere el Comité.

Solventados registro e incorporación, la problemática a resolver por las diferentes localidades es la permanencia en el PPM, la cual enmarca la eficiencia o efectos. La permanencia precisa alcanzar ciertos estándares estipulados por el programa, de evaluación anual: a) contar con un Comité activo que realice el seguimiento de acuerdos; b) cumplir con los planes, programas y normatividad estipulados; c) fortalecimiento e innovación del catálogo de productos turísticos; d) funcionamiento y adecuación de servicios de salud y seguridad; e) evaluar el desarrollo turístico; f) mantener relaciones comerciales con los intermediarios de servicios turísticos; g)

contar con un sistema de información estadística; h) integrar el informe anual de la actividad turística; i) seguimiento a los elementos relevantes para la operación del programa (SECTUR 2014, pp. 14-17).

Las actividades para la operación del programa consisten en cinco rubros básicos: la inversión pública para favorecer el desarrollo turístico local, con énfasis en proyectos y/o acciones competitivas y sustentables; la innovación en productos turísticos, como estrategia de atracción para segmentos especializados; la certificación que dé cuenta de la calidad; la coordinación social, interinstitucional e intergubernamental; la mercadotecnia integral que informe y fomente el viaje a los diferentes pueblos mágicos (SECTUR 2014, p. 5).

La finalidad del PPM es fomentar el desarrollo sostenible de las localidades, caracterizadas por la singularidad y autenticidad. En general, se pretende la puesta en valor de los atractivos exclusivos, vía las motivaciones y necesidades del viajero. Lo anterior requiere derivar una oferta turística complementaria en los destinos turísticos; la diversificación de productos para el mercado, basada en los atributos históricos, culturales y naturales; generar innovación, que considere los diversos segmentos de mercado y la singularidad de la localidad; derivar el mayor gasto económico; fomentar la inversión de los tres niveles de gobierno y del sector privado (SECTUR 2014, p.4).

Un Pueblo Mágico es aquel que conserva, valora y defiende su herencia histórica, cultural y natural en el tiempo, la cual se manifiesta en diversas expresiones patrimoniales. Las localidades se distinguen por sus atributos simbólicos e históricos, los hechos trascendentales y su cotidianidad. No obstante, en 2014 fue necesario revisar los elementos de operación del programa, se reorganizó y se estipularon cuatro ejes básicos: sustentabilidad, participación

social, inversión integral y corresponsabilidad entre actores. La finalidad fue impulsar la rendición de cuentas a través de indicadores (SECTUR 2014, p. 5).

Vargas y Rodríguez (2014, p.139) mencionan que el PPM ha constituido para la SECTUR un estandarte para el impulso al desarrollo local de destinos emergentes y en la diversificación de productos turísticos a nivel nacional. La conformación de los Comités Pueblos Mágicos es un aspecto que dirime el éxito o fracaso de los destinos turísticos, se considera también la problemática de los actores, principalmente los empresariales y gubernamentales, así como aquellos que realizan la gestión turística, no menos importante es la dinámica y colaboración que siguen las relaciones dentro de la red social.

Especificada la instrumentación del PPM, el interés del presente trabajo es determinar las posibilidades de eficacia, entendida como la capacidad de operatividad y la eficiencia, es decir, los efectos socioculturales, económicos, políticos o ambientales que han trascendido con el programa. Lo anterior, a partir de diversos estudios que se han realizado, los cuales han optado por utilizar un enfoque específico de análisis, en localidades que sustentan el nombramiento. Los resultados que se han obtenido en los diferentes Pueblos Mágicos permiten contar con un panorama retrospectivo, pero también de opción hacia el futuro, en aras de mejorar la condición o situación de los mismos.

Enfoques de análisis en Pueblos Mágicos

En este apartado se analizan cinco casos de estudio sobre Pueblos Mágicos. Una primera disertación, la de Hoyos y Hernández (2008), enfatiza su análisis en el marco de la Nueva Ruralidad, en dos localidades turísticas emblemáticas del Estado de México; Tepetzotlán y Valle de Bravo.

Los autores dimensionan las localidades desde el proceso territorial del PPM y su carácter de instrumento de política económica. El PPM, como política pública, busca la inclusión de los espacios locales que detentan cierta distinción histórica, cultural o gastronómica y capitalizar los recursos de la comunidad, vía el turismo. Se persigue que las acciones para el desarrollo turístico favorezcan participación e impacten en el territorio con la mejoría en las condiciones de vida. Las directrices de seguimiento de este estudio fueron la instrumentación del Programa Pueblos Mágicos, la dispersión de la localidad y el valor cultural e histórico.

La instrumentación del PPM sirvió para conocer los aspectos de organización, la forma como se utilizan los recursos, el avance en las acciones, proyectos, montos de inversión y los resultados obtenidos. Respecto a la dispersión de las localidades, se consideró la ocupación del territorio en cuanto al número de personas que las habitan, el arribo de población nacida en otra entidad y el fenómeno de la segunda residencia. En el valor cultural e histórico se incluyeron los recursos patrimoniales históricos, culturales y naturales, susceptibles de aprovechamiento económico, caso de los Museos, Parroquias, Templos, Iglesias, Haciendas o Mercados de artesanías, además de Parques, Presas, Santuarios, Cascadas y Miradores.

Se aduce que los municipios de Tepoztlán y Valle de Bravo han organizado sus recursos naturales, culturales y patrimoniales para la demanda turística. El devenir del turismo ha ocasionado el arribo de agentes y actores externos, modificando la concepción del binomio rural-urbano; además de propiciar la reconfiguración de la economía endógena, así como el cambio de valor del medio ambiente y el suelo. El proceso territorial ha conllevado así mismo la modificación de los espacios geográficos en dos aspectos: la forma de aprovechar los recursos naturales, históricos y culturales; la transformación del mercado de trabajo.

Los resultados para el municipio de Tepetzotlán se resumen en cuatro aspectos básicos: a) un plan maestro en torno al PPM, que dirige una asociación civil; b) la rehabilitación de la imagen urbana y de los bienes inmuebles; c) políticas de conservación de la imagen urbana; restricción sobre el uso del suelo en áreas patrimoniales; promoción y consolidación de las actividades culturales, con el objetivo de incrementar el valor e identidad patrimonial; d) rehabilitación de fachadas; infraestructura para el cableado subterráneo; mantenimiento del mercado municipal; construcción de plaza de artesanías y sanitarios públicos; iluminación del Templo San Francisco Javier y los portales.

En el municipio de Valle de Bravo, se ha configurado la Asociación Valle de Bravo Pueblo Mágico, A. C., integrada por diferentes sectores de la sociedad: asociaciones civiles, oferentes de servicios turísticos y administración municipal; la cual persigue diversos objetivos. En primera instancia, funge como órgano de consulta, promoción e interlocución para la operación del PPM; al mismo tiempo propicia y estimula la participación activa de la población en las acciones del programa; también promueve iniciativas que buscan el desarrollo económico, generar empleos, promover la imagen turística, crear negocios turísticos, poner en valor el patrimonio del entorno natural, histórico, cultural, así como la promoción de su rescate, conservación y difusión. En acciones e inversión se ha realizado el rescate de diversos barrios y calles, se ha remodelado el mercado municipal, el malecón, algunas plazas principales y se ha concluido la Alameda, así como un andador eco-turístico.

Las conclusiones de los autores de este trabajo esgrimen los efectos del PPM, que se pueden dividir en internos o externos. Los primeros, son resultado de las iniciativas del programa, vía la infraestructura y obras públicas, donde el gobierno municipal es el principal gestor de los recursos. Se puede aducir a un efecto favorable, pero de alcance geográfico y social aun específico; en el municipio de Tepetzotlán, las acciones se han enfocado al mejoramiento de la

imagen urbana en el polígono central; en Valle de Bravo, estas acciones se han cristalizado en la cabecera municipal y en algunas localidades cercanas. Los efectos externos redundan en proyectos concretos del PPM que propician enlaces e interrelaciones de carácter económico y de integración en la toma de decisiones con efecto económico y social, al propiciar la llegada de turistas, oferta de servicios y capacitación.

El desarrollo regional se dificulta por la limitada comunicación terrestre y de infraestructura entre las localidades lejanas y la cabecera municipal. Los efectos internos y externos no son claros, ni medibles, además, la integración física y social aún no es significativa. El PPM como política sectorial es ambicioso en su concepción, pero su aplicación es centralizada (municipal) y de alcance territorial reducida.

Un segundo estudio, el de Covarrubias et al. (2010), aborda la satisfacción de los residentes en torno al desarrollo de la actividad turística en los pueblos mágicos de México, como indicador de competitividad. El énfasis en este caso es en los municipios de Cómala en el estado de Colima y Real de Asientos, en el estado de Aguascalientes.

Los autores consideran que uno de los efectos del turismo en la comunidad anfitriona son los cambios de actitud de los residentes, es decir, la aceptación o rechazo a los turistas y a las actividades turísticas. El estudio analiza si los residentes están satisfechos con la actividad turística a nivel general, en base a la consideración de las dimensiones económica, social y ambiental, utilizando como herramienta la escala Likert. Para la consecución del objetivo, se aplicaron 260 encuestas en Comala y 227 en Real de Asientos, las cuales se realizaron con habitantes de la comunidad, considerando una residencia mayor a un año y una edad de más de 16 años, para que el criterio fuera confiable.

Los resultados de las encuestas en Cómala mostraron que en general, más del 77.0% de los encuestados, consideraron al municipio un lugar turístico y están de acuerdo en su inclusión dentro del PPM, pero están conscientes de la falta de servicios para la correcta operatividad del turismo; en suma, más del 66.0% estuvo conforme con la práctica turística.

En la dimensión económica, el 68.0% de los entrevistados estuvo de acuerdo en que el turismo genera beneficios: un 57.0% expresó que posibilita el empleos para los jóvenes de la localidad; 40.0% consideró que los precios de comida y renta se han incrementado; el 55.0% manifestó que el dinero obtenido por la actividad turística se queda en el municipio.

En la dimensión social, más del 66.0% consideró que el turismo no interrumpe el desarrollo de las actividades locales; 90.0% manifestó que el turismo estimula la cultura local y la venta de artesanías; 50.0% percibió la mayor cobertura de servicios públicos; 71.0% mencionó el posible acceso de la población de Cómala a los lugares turísticos; 47.0% consideró que la actividad turística está controlada por las autoridades y 63.0% que el turismo no ha incrementado los índices delictivos en el destino.

En la dimensión ambiental, 49.0% de los encuestados no percibe que el turismo este dañando al medio ambiente; aunque 69.5% estuvo de acuerdo en que el turismo utiliza recursos necesarios para los habitantes (agua, luz, calles).

En Real de Asientos, en la perspectiva general, 60.0% de los entrevistados manifestó su acuerdo con la denominación de Pueblo Mágico, pero están conscientes de la falta de servicios para la actividad turística. En la dimensión económica, 48.0% estuvo de acuerdo en los beneficios del turismo; más de 70.0% mencionó que se generan empleos para los jóvenes; más de 50.0% no percibe un incremento en los precios (contrario a Cómala); 36.0% se asumió

neutral respecto a los beneficios del dinero para el propio destino turístico; empero, 69.3% manifestó su desacuerdo respecto a la actividad turística.

En la dimensión social, 80.0% de los encuestados no consideran que el turismo interrumpa el desarrollo de las actividades locales; 76.0% mencionó que el turismo estimula cultura local y venta de artesanías; 41.0% concordó en que no se han ampliado los servicios públicos por la presencia de turismo; 77.0% manifestó que pueden ingresar a los lugares turísticos; la mayoría de los encuestados no consideran que el turismo afecte las buenas costumbres y la moral de las familias; 78.0% estipuló que la actividad turística está controlada por las autoridades y 83.4% consideró que el turismo no ha incrementado los índices delictivos en el destino.

En la dimensión ambiental, 86.8% no percibió que el turismo este dañando al medio ambiente, pero 54.8% estuvo de acuerdo en que el turismo usa los recursos que son necesarios para las necesidades básicas de los habitantes (agua, luz, calles).

Las conclusiones de este trabajo referencian que las tres dimensiones analizadas reflejan la satisfacción de los residentes con la actividad turística. En general, no existe oposición respecto al turismo, pero los habitantes no están interesados en involucrarse en la actividad turística. El estudio constata la posibilidad de realizar estudios en turismo, hace evidente algunos efectos socioeconómicos y las repercusiones de las políticas de desarrollo en destinos nacionales.

Un tercer enfoque es el que llevaron a cabo Vargas y Rodríguez (2014), acerca de la dinámica relacional para la gestión turística, en el pueblo mágico de Calvillo, en Aguascalientes, México, un estudio de tipo descriptivo, cualitativo y transeccional. El trabajo parte de un supuesto fundamental; la escasa colaboración para la gestión turística de los actores sociales. La herramienta de investigación utilizada fue el análisis de redes sociales, que coadyuvó la

identificación de la dinámica social de personas, empresas, instituciones y comunidades. Los autores diseñaron un instrumento que constó de tres secciones. La primera consistió en conocer las características del entrevistado. La segunda y tercera, obtener la información para determinar la relación del entrevistado con personas de su propia institución y fuera de ella (en función de la gestión turística), además de identificar el objetivo e intensidad de las relaciones sociales, aunado a una evaluación de la influencia de los actores en la actividad turística.

Las variables de análisis de la red social fueron la densidad, que considera las relaciones existentes sobre el total de relaciones posibles y la intensidad de las relaciones en la red). La distancia que indica el esfuerzo para que un actor interactúe con otro. La alcanzabilidad, que indica cuando un actor es alcanzable por otro, si existe un conjunto de conexiones que van de uno a otro. La centralidad, que estudia los actores más centrales y sobresalientes. En el caso de redes asimétricas, se utilizaron indicadores de outdegree, expresado como el número de conexiones/relaciones directas iniciadas por cada actor; el indegree que indica el número de actores que se relacionan de forma directa con cada actor. Se agregó la cercanía que mide la distancia media de cada actor con respecto al resto de los actores de la red y la intermediación, que indica en qué medida cada actor está en una posición intermediaria en las comunicaciones geodésicas entre el resto de actores.

En este trabajo se obtuvo información de 89 actores, pertenecientes a los dos grupos más representativos de Calvillo en la gestión turística: 60.0% correspondió al sector empresarial, integrados en un Consejo Turístico conformado por empresas y asociaciones; el 39.0% de los encuestados fue del sector gubernamental, principalmente, el personal activo del Ayuntamiento; finalmente, solo un actor que representó a una asociación civil.

Los resultados se procesaron en tablas dinámicas de Microsoft Excel y se integraron matrices adyacentes con datos binarios que fueron exportadas al software Ucinet 6 para generar los estadísticos correspondientes de la red asimétrica, posteriormente, se utilizó el NetDraw 9.091, para crear los grafos o socio-gramas.

Los resultados obtenidos mostraron una red social de densidad media, 2.7%, considerada muy baja, indicativo de que existe poca relación entre los actores turísticos, con vínculos unidireccionales. La distancia media fue de 3.091, es decir, los actores están separados entre sí, por otros tres; numerosos actores están desvinculados, pero se evidenció un alto índice de relaciones recíprocas. En centralidad, el outdegree fue de 2.8%, lo que manifestó que solo dos actores mencionaron algún tipo de relación; el indegree también fue bajo, de 6.3%. La media de todas las relaciones de la red fue de apenas 2.4 por actor y la intermediación fue de 7.66%.

La frecuencia de contacto entre actores mostró (red total) que 28.0% se contactan unos con otros una vez al mes, 28.0% esporádicamente, 29.0% una vez a la semana y 15.0% todos los días. En el Consejo Turístico, la frecuencia de contacto de los actores sociales a nivel interno fue de 41.0% una vez a la semana, 34.0% lo realiza una vez al mes, 15.0% esporádicamente y 10.0% todos los días. A nivel externo, un 47.0% mantuvo una relación esporádica con los demás, 25.0% una vez al mes y 2.0% todos los días. En el Consejo Turístico, el presidente y vocero fueron los actores sociales con mayor prestigio y con mayor número de vínculos. Las relaciones del Consejo hacia el exterior reflejaron que el representante del Departamento de Turismo sostuvo 12 vínculos externos. En el Ayuntamiento, internamente, 42.0% del contacto es diario, 31.0% una vez a la semana, 17.0% esporádicamente y 10.0% una vez al mes. A nivel externo, el 44.0% se contacta una vez al mes, 33.0% esporádicamente, 18.0% una vez a la semana y 5.0% todos los días.

En función de los objetivos de las relaciones sociales entre actores, considerando la red social en su totalidad, el 41.0% las estableció por aspectos operativos, 35.0% para la gestión turística y 24.0% por necesidad de comunicación. En el Ayuntamiento, considerando el nivel interno, 52.0% se relacionó por aspectos operativos, 38.0% por gestión turística y 10.0% para cuestiones de comunicación. En la cuestión externa, el municipio procuró relaciones sociales en un 44.0% para aspectos operativos, 36.0% para comunicación y 21.0% para gestión turística. En el Consejo Turístico, a nivel interno, 43.0% realizó lo propio por aspectos operativos, 38.0% por gestión turística y 19.0% por comunicación; a nivel externo, 42.0% tuvo la necesidad de gestión turística, 31.0% comunicación y 27.0% los aspectos operativos.

El análisis de la dinámica relacional del Consejo Turístico y del Ayuntamiento, considerando los vínculos internos y externos, mostró que el nivel interno del Consejo Turístico se caracterizó por una “fuerte” colaboración entre integrantes, no obstante que algunos quedan aislados. El representante de este organismo es el que concentra mayor poder y legitimidad, lo que se explica por su reconocimiento; en lo externo, la principal vinculación es con el Ayuntamiento, en particular con el representante del Departamento de Turismo.

Al interior del Ayuntamiento, el protagonismo recayó en el representante del Departamento de Turismo, aunque se constató la formación de pequeñas subredes, por ejemplo, el área de servicios públicos estableció vínculos con las áreas de limpieza y mantenimiento del destino turístico. Al exterior, para el Ayuntamiento, los actores representativos fueron el Presidente del Comité Pueblos Mágicos y el Presidente del Consejo Turístico. Lo anterior justifica una red social desarticulada, con baja cohesión entre integrantes.

Las conclusiones que arrojó este trabajo. El análisis de redes permitió identificar los actores vinculados a la gestión turística en Calvillo, además se obtuvo la representación sobre la

dinámica social en relación al turismo. Se logró demostrar la legitimidad de los actores, su pertenencia a un grupo organizado y detectar los actores que tienen poder o influencia en la gestión. Se requiere sin embargo fortalecer los lazos entre actores para favorecer la gestión turística. Es evidente el liderazgo por parte de ciertos actores (principales nodos de la red) de acuerdo con las medidas de centralidad.

En resumen, se atiende a una red integrada, pero poco cohesionada, donde ciertos actores como los representantes del turismo municipal, estatal y el Consejo Turístico detentan tanto poder como legitimidad. Ejemplo de lo anterior es que el presidente del Comité Pueblos Mágicos debería tener a su cargo la gestión principal, no solo cierta legitimidad. La reflexión principal en este caso es sobre la importancia de fortalecer las relaciones sociales entre actores, porque existen esfuerzos de asociacionismo, pero no de colaboración entre el sector público y privado que permita a Calvillo posicionarse como un destino turístico exitoso.

Un cuarto estudio, el de Rodríguez y Pulido (2009), realiza un análisis acerca del desarrollo turístico en los Pueblos Mágicos de México, se trata de una revisión de los efectos de la política pública en los destinos mexicanos.

La problemática que atiende este trabajo son los objetivos del programa, ante lo cual se valora la eficacia del programa en el desarrollo turístico alternativo y se midió el grado de desarrollo de las localidades, las cuales cuentan con la distinción de Pueblo Mágico. Lo anterior desde un enfoque de oferta que consideró infraestructura general y de servicios, equipamiento e instalaciones. La demanda se dimensionó desde el mercado turístico. Los 20 destinos que se analizaron fueron: Álamos, Bacalar, Bernal, Calpulápan, Coatepec, Cómala, Cósala, Cuetzalan, Cuítzeo, El Fuerte, Huamantla, Izamal, Jerez, Parra de la Fuente, Pátzcuaro, Real de Asientos, Real de Catorce, San Cristóbal de las Casas, Santiago y Tlalpujahua.

La metodología consideró el instrumento elaborado por el gobierno mexicano “Identificación de Potencialidades Turísticas en Regiones y Municipios”. La obtención de información se llevó a cabo mediante un cuestionario que incluyó 120 aspectos, organizado en seis secciones:

- 1) En los indicadores turísticos se valoraron catorce aspectos relacionados con el grado de consolidación de los comités locales, principales obras ejecutadas y grado de avance, montos invertidos, relación entre afluencia de visitantes y oferta hotelera, ocupación, estadía y gasto.
- 2) En infraestructura general y de servicios se consideraron diecinueve ítems, referentes a transporte aéreo, comunicaciones, salud, servicios urbanos y energía.
- 3) En infraestructura turística se relacionaron seis aspectos sobre transportación terrestre, aérea y acuática.
- 4) El equipamiento turístico evaluó 50 ítems relacionados con servicios de alojamiento, alimentación y esparcimiento.
- 5) Las instalaciones turísticas fueron analizadas con 17 ítems, que cuestionaron la demanda turística especializada en turismo cultural, de salud, de aventura, ecoturismo y rural.
- 6) El mercado turístico consideró 14 rubros, sobre la afluencia actual del destino turístico, estadía promedio, publicidad y comercialización del producto ofertado.

El cuestionario especificó tres opciones de respuesta: la carencia del aspecto de consideración (color rojo); la condición del elemento en su existencia, pero de manera deficiente o precaria (color amarillo); las condiciones óptimas en que se encontró cada aspecto (color verde). Se asignó un valor numérico a las opciones de respuesta, con la finalidad de transformar la valoración cualitativa a cuantitativa: en el orden mencionado arriba, 1 para rojo, 2 para amarillo y 3 para verde. Posteriormente, se concentraron los resultados en matrices y se utilizó el paquete estadístico SPSS (versión 17.0). En base a lo anterior, el Semáforo de Categorización consideró tres niveles de desarrollo turístico: bajo (menos de 2.0), medio (entre 2 y 2.4) y alto (2.5 o más).

Los resultados se catalogaron de acuerdo al semáforo de categorización y evidenciaron las comunidades con alto grado de desempeño turístico, prácticamente, Pátzcuaro con promedio general de 2.7 y Tlalpujahua. En contraste, en la categoría de bajo desarrollo turístico se encontró Real de Asientos, con solo 1.5 de promedio general. El resto de destinos turísticos fueron considerados con un grado de desarrollo turístico medio.

De acuerdo a la información que se obtuvo del cuestionario que se organizó en seis secciones:

1) Las obras realizadas en los destinos turísticos que detentan el nombramiento de Pueblo Mágico están relacionadas con la mejora de la imagen urbana, que incluye la remodelación de edificios históricos, mantenimiento e iluminación de los espacios principales y el cableado subterráneo. En los veinte destinos analizados se constató la conformación de un Comité de Pueblos Mágicos, nueve de ellos aun en consolidación y pocos avances, siete con avances significativos y cuatro trabajan muy bien.

2) Los datos sobre infraestructura general y de servicios reflejaron que cinco de las localidades presentan graves carencias; diez contaron con la infraestructura mínima indispensable, pero también con carencias; solo cinco destinos turísticos con calidad suficiente.

3) En infraestructura turística, doce de los destinos analizados se catalogaron con carencias; seis con infraestructura, pero también con carencias y solo dos destinos, con la suficiente infraestructura para la recepción de turistas.

4) En equipamiento turístico, más de la mitad de los destinos contaron con hoteles de 4 y 5 estrellas, así como establecimientos de alimentos y bebidas, entendiéndose restaurantes típicos de calidad. En la mayoría de localidades evaluadas, los establecimientos de esparcimiento fueron catalogados como suficientes, aunque prácticamente fueron artesanías, excursiones y eventos recreativos. La información turística, en el 50.0% de los destinos se consideró profesional y eficiente; en la otra mitad, escasa.

5) En instalaciones turísticas; todos los destinos contaron con museos y centros culturales, acuerdos para la práctica de turismo cultural. En salud, seis destinos no tienen instalaciones para actividades terapéuticas y un único destino contó con variedad de instalaciones. En turismo de aventura, más de 50.0% de destinos tuvo construcción limitada y equipamiento especial. Para ecoturismo, doce de los destinos presentaron una oferta deficiente en alojamiento.

6) Respecto al mercado turístico, la afluencia de turistas fue diversificada; la estadía fue mayor por turistas internacionales que los nacionales; más de 50.0% de los destinos contaron con un organismo regional para la promoción y comercialización; todos los destinos llevaron a cabo publicidad tanto a nivel regional como nacional.

Las conclusiones: con el PPM se ha diversificado la oferta turística nacional, aunque dista de ser una actividad sustentable, las condiciones de vida de la población no han mostrado mejora significativa y es necesaria la integración de los residentes locales. Las obras ejecutadas hasta el momento se han orientado en la imagen urbana (principalmente centros históricos) y no todos los destinos cuentan con la infraestructura mínima necesaria. El nombramiento puede considerarse una marca distintiva para ciertas localidades, pero puede crear falsas expectativas en los turistas: no todos los destinos disponen de las mismas condiciones turísticas. Un aspecto central es que la planificación del desarrollo turístico de los destinos se hace por consultores o planificadores, los cuales no toman en cuenta las características distintivas.

Un análisis más, el de Rosas (2014), trata de dimensionar la participación de los Comités Pueblos Mágicos en el desarrollo turístico local, a través de los casos de Tepotzotlán y el Oro, ambos, municipios del Estado de México. La premisa de partida: la integración de los Comités Pueblos Mágicos (CPM) son necesarios para el fomento de la participación y acción local, en pro del desarrollo turístico local. El objetivo planteado consistió en analizar los Comités Pueblos

Mágicos de Tepetzotlán y El Oro para coadyuvar el desarrollo local, con ello, la disminución de la desigualdad entre la población, aunado a la permanencia del nombramiento.

El estudio de caso fue con enfoque mixto, de diseño transversal, donde se aplicaron tres tipos de encuesta: a los integrantes de cada CPM, población rural aledaña a los pueblos mágicos y comerciantes de las mismas localidades. En total se encuestó a 247 personas, 115 en Tepetzotlán, 110 en El Oro y 22 integrantes de cada CPM. Los resultados fueron analizados mediante el programa SPSS.

Los resultados se conformaron por el Índice de Desarrollo Humano (IDH) de Tepetzotlán que fue de 0.7205 (muy alto) y en el Oro, 0.6607 (alto). El Índice de Ruralidad consideró el Producto Interno (PIB) Municipal y la accesibilidad a la cabecera municipal (representada en minutos). En el caso de Tepetzotlán, catalogado municipio urbano medio, tuvo un PIB de 5 345 en el año 2005 y una accesibilidad de 25.5 minutos. El Oro se consideró un municipio rural disperso, con un PIB de 2 119.16 en 2005 y una accesibilidad de 1536 minutos (OCDE, 2005; citado en Rosas, 2014).

El Índice de Marginación, de acuerdo con la CONAPO, reflejó la desigualdad que existe entre poblaciones rurales y la cabecera municipal. Tepetzotlán obtuvo su nombramiento en el año 2002 y su grado de marginación se ha mantenido en nivel muy bajo en los últimos diez años (2000, 2005 y 2010); pero en cambio, las localidades rurales registraron un aumento en el grado de marginación de 2005 a 2010. En el caso del municipio de El Oro, no fue posible realizar la comparación, puesto que el nombramiento lo recibió en 2011.

Respecto al conocimiento sobre los Pueblos Mágicos. El 90.0% de los encuestados mencionó tener conocimiento de su municipio como Pueblo Mágico; 39.0% se enteró por letreros,

espectaculares y anuncios, colocados en los principales accesos a la cabecera municipal; 13.0% supieron con exactitud, el año en que obtuvo su nombramiento. Los encuestados saben que su localidad cuenta con el nombramiento de PM, pero no significa que dimensionen la importancia y los alcances de estas implicaciones.

Los cambios positivos a partir del nombramiento de PM se asociaron con la mejora en los servicios públicos (creación de nuevas carretas, alumbrado público), así lo estipuló el 44.0% de los encuestados. En el mismo sentido, 36.0% mencionó que se ha incrementado la llegada de turistas; y 30.0% consideró que se ha mejorado la imagen urbana. En relación a los cambios negativos, el 41.0% de los entrevistados refirieron que los turistas solo visitan la cabecera municipal, por la imagen urbana, pero en aras de equilibrar los beneficios, es necesario contar con productos que valoren los recursos de las localidades aledañas; 34.0% no asoció beneficios directos del programa para las zonas aledañas a la cabecera municipal.

El Comité Pueblo Mágico se asume una herramienta de vínculo entre los tres niveles de gobierno y la población local, una regla no negociables del programa. No obstante, el 75.0% de los encuestados desconocen la existencia de este Comité, 8.0% mencionó tener conocimiento, al estar relacionados con autoridades municipales.

En torno al conocimiento de la comunidad acerca de los recursos naturales, las personas encuestadas adujeron que 54.0% de los cuerpos de agua son recursos de su comunidad y consideraron que pueden integrarse como atractivos. En recursos culturales, las tradiciones emergieron como las alternativas de aprovechamiento; adicionalmente, el 73.0% refirió las fiestas patronales.

En este trabajo se concluye que la situación de Tepetzotlán y El Oro es similar. Los beneficios del PPM han cristalizado en las cabeceras municipales y la desigualdad hacia la periferia ha ampliado los procesos de inclusión/exclusión. Los Comités Pueblos Mágicos podrían desarrollar proyectos para diversificar la oferta turística e intentar la distribución de beneficios y los apoyos gubernamentales. Es necesario fortalecer los Comité Pueblos Mágicos como punto de partida en la identificación, seguimiento y evaluación del programa, así como favorecer la participación de la población local.

CONCLUSIONES

La instrumentación y operatividad del Programa Pueblos Mágicos se han analizado desde diferentes enfoques, pero con énfasis en las problemáticas de las localidades que ostentan el nombramiento. La constante hasta ahora es un panorama restringido de la situación en los Pueblos Mágicos, los estudios tratan de sustentar los aspectos sociales, cuando no económicos, no obstante, cultura, patrimonio y tradiciones, pilares de las localidades en torno a la distinción – valoración de los visitantes no sobresalen en la requisición fundamental del nombramiento.

Los resultados de los diferentes estudios de caso muestran un programa que ha contribuido en la diversificación de la oferta turística, aunque de manera relativa, y el distintivo de una “marca”, lo que remite a la consideración del trabajo por realizar, el nombramiento de Pueblo Mágico no solventa por si solo la práctica turística, se requiere considerar las condiciones heterogéneas de infraestructura, instalaciones, accesibilidad, además de los resultados fuera del centro de las localidades, es decir, las periferias. Las acciones y obras realizadas se han enfocado en la mejora de la imagen urbana, principalmente, los centros de los municipios; dejando de lado el resto de las localidades. Lo anterior evidencia la toma en cuenta de los aspectos de

infraestructura en los destinos turísticos, pero los beneficios directos e indirectos no son claros ni medibles.

La participación de los Comités Pueblos Mágicos en la gestión turística, dejan clara la necesidad de fortalecer las relaciones sociales entre actores del sector público y privado, la premura de su vinculación en redes sociales, así como la necesaria concretización de la gestión turística, si es que se quiere lograr un desarrollo turístico integral y posicionar al destino turístico en oferta y demanda real. Adicionalmente, es necesaria la funcionalidad real de los Comité Pueblos Mágicos, tanto para formular proyectos de desarrollo turístico como para la toma en cuenta de la inclusión de la población, los recursos y la distribución de los beneficios.

Desde la perspectiva de los resultados del programa, se trata de realzar la mejoría (cualitativa por cierto) en infraestructura, accesibilidad e imagen urbana de las localidades, no obstante, la mejoría en las condiciones de vida como indicativo de las repercusiones sociales no se han constatado del todo.

BIBLIOGRAFÍA

Covarrubias, RR & Vargas, VA & Rodríguez, HI 2010, 'Satisfacción de los residentes con el desarrollo de la actividad turística en los Pueblos Mágicos de México: un indicador de competitividad. Casos de Cómala en Colima y Real de Asientos en Aguascalientes', *Gestión Turística*, no. 14, pp. 33-54.

Hoyos, CG & Hernández, LO 2008, 'Localidades con recursos turísticos y el Programa Pueblos Mágicos en medio del proceso de la Nueva Ruralidad. Los casos de Tepotzotlán y Valle de Bravo en el Estado de México', *Quivera*, Vol. 10, no. 2, pp. 111-130.

Vargas, VA & Rodríguez, HI 2014, 'Dinámica relacional de la gestión turística en el pueblo mágico de Calvillo, Aguascalientes', *Teoría y Praxis*, no. Especial, pp. 137-160.

López, LL & Fernández Poncela, AM 2012, 'Turismo y desarrollo: viejos discursos, nuevas modalidades', *Memorias del 4° Coloquio Internacional, Ciudades del Turismo. El siglo XXI y los procesos del turismo: nuevos turistas, nuevos destinos. Guadalajara, México, 21-23 Noviembre, 2012*, Universidad de Guadalajara, pp. 460-473.

Méndez, SE & Baños Francia, JA 2012, 'Variantes de lo mexicano: en busca de representaciones arquitectónicas de la autenticidad para el turismo de los pueblos mágicos Álamos y San Sebastián del Oeste', *Memorias del 4° Coloquio Internacional, Ciudades del Turismo. El siglo XXI y los procesos del turismo: nuevos turistas, nuevos destinos. Guadalajara, México, 21-23 Noviembre, 2012*, Universidad de Guadalajara, pp. 585-597.

Rodríguez Herrera, IM & Pulido Fernández, JI 2009, 'Análisis del desarrollo turístico en los Pueblos Mágicos de México. Una revisión de los efectos de la política pública en los destinos mexicanos', *XIV CONGRESO AECIT, Retos para el turismo español, cambio de paradigma. Gijón, España, 18 - 20 Noviembre, 2009*, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT), pp. 797-819.

Rosas Jaco, MI 2014, Participación de los Comités Pueblos Mágicos en el desarrollo turístico local: caso de Tepetzotlán y el Oro, Estado de México, Tesis de Maestría en Ciencias, Colegio de Postgraduados, Campus Montecillo. pp. 63 - 90.

Gobierno de la República, 2013. *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018*. [pdf] México en: pnd.gob.mx/wp-content/uploads/2013/05/PND.pdf

Gobierno de la República, 2013. *Programa Sectorial de Turismo 2013-2018*. [pdf] México en: www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/.../programa_turismo.pdf

Secretaría de Turismo, 2014. *Guía de incorporación y permanencia Pueblos Mágicos*. [pdf] México en: <http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/10/GUIA-FINAL.pdf>