

Ventajas comparativas y competitivas del desarrollo turístico de los Pueblos Mágicos y la nueva estrategia de política que ha propuesto la Secretaría de Turismo en México 1999-2020

Francisco Javier Delgado Valencia¹
Normand Asuad Sanén²

Resumen

La Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos publicada el 1ro de octubre de 2020, concibe al desarrollo turístico equitativo y sin aumentos en la desigualdad regional, además de sustentable, considerando que mediante el impulso de la planeación, gestión y evaluación de sus acciones, es posible alcanzarlo. Asimismo, la creación de los PM como destinos turísticos, se sustenta en considerar que su desarrollo debe ser resultado del potencial o ventajas comparativas y competitivas que tienen para atraer parte del turismo que tienen como destino los centros turísticos consolidados. No obstante, este planteamiento no está basado en el análisis de dichas ventajas comparativas y competitivas regionales, ni de los retos y posibilidades que tienen dichos pueblos mágicos, para poder desarrollarlo. Además, las políticas públicas implementadas no consideran las diferencias regionales y niveles de desarrollo desiguales en las 132 localidades con nombramiento. De ahí la necesidad de llevar a cabo un análisis de las ventajas comparativas y competitivas de los PM en las regiones turísticas y de la relación y vínculo que se establece con los principales nodos turísticos de cada región. Es en este contexto que el presente trabajo aportará el primer análisis de competitividad turística de los 132 Pueblos Mágicos, a más de 20 años de su creación.

Conceptos clave: Pueblos Mágicos, Desarrollo turístico, Ventajas comparativas

Introducción

En el presente artículo se analizan los niveles de desarrollo turístico del programa Pueblos Mágicos (PM), que hoy en día se promueven mediante la Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos (ENPM). La importancia del tema radica en que los PM han sido una de las estrategias medulares de la política turística desde el 2001, año de su creación. Pese a ello, la evidencia recolectada demuestra un desarrollo desigual entre las localidades que entraron al programa, poniendo en manifiesto en muchos casos que la ENPM no ha sido suficiente para detonar el desarrollo turístico, económico y social de las localidades seleccionadas como Pueblos Mágicos.

De las 132 localidades que se consideran “Pueblos Mágicos”, alrededor de 35 se pueden considerar que se ha impulsado su actividad turística. La finalidad central del Programa Pueblos Mágicos fue la de estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país en las localidades que poseen ciertas ventajas por su cercanía a un destino turístico consolidado; susceptibilidad de integrarse en el corto plazo como un circuito turístico, así como contar con una gama de atractivos turísticos, entre otros,

¹ Doctorante

² Doctor

edificios, fiestas, tradiciones, producción artesanal. Asimismo, se pretendía que este tipo de desarrollo regional turístico fuera sustentable y que mejorará la distribución del ingreso al impulsar el desarrollo económico y social de dichas localidades. La estrategia de los Pueblos Mágicos se ha sustentado en que su desarrollo turístico se basa en una serie de ventajas comparativas y competitivas, que tienen para captar la demanda de servicios turísticos de los principales destinos turísticos consolidados, y de esta manera impulsar su desarrollo económico y social, equitativo y sustentable. No obstante, en los más de 20 años que lleva el programa, no se han analizado las ventajas comparativas y competitivas de dichos pueblos, ni el potencial y retos que enfrentan para poder desarrollar su potencial turístico.

De la revisión de la literatura se han identificado estudios y ensayos* que se concentran solo en algunos PM y con actividades específicas, pero se carece de un análisis de conjunto que permita captar la heterogeneidad y potencialidad de los PM como destinos turísticos. De ahí que se asuma que las ventajas comparativas y competitivas regionales identificadas de los sitios son suficientes para impulsar su desarrollo, además de la ausencia en el análisis de los retos y posibilidades que tienen dichos los PM, para desarrollar su potencial turístico. Así mismo, las políticas públicas aplicadas no consideran las diferencias regionales y niveles de desarrollo desigual de las 132 localidades consideradas pertenecientes al grupo. Por lo anterior, surge la necesidad de llevar a cabo un análisis a partir de las ventajas comparativas y competitivas de los PM en las regiones turísticas y de la relación y vínculo que establecen con los principales nodos turísticos de cada región y a partir de esta situación, formular las políticas de desarrollo turístico adecuadas para su impulso y aprovechamiento de su potencial: De ahí la necesidad de llevar a cabo un análisis de las ventajas comparativas y competitivas de los Pueblos Mágicos y de la relación y vínculo que establecen con los principales nodos turísticos de cada región, dado que se supone que a partir de ellos se genera una demanda derivada de carácter complementario de dichos servicios turísticos que los pueblos mágicos son susceptibles de captar. En consecuencia, el objetivo de este artículo es el de identificar y analizar las ventajas comparativas y competitivas de los pueblos mágicos, así como sus limitaciones y requerimientos que dieron lugar al desarrollo desigual y heterogéneo de los 132 pueblos mágicos. La Hipótesis que se sustenta en este artículo es la siguiente: El desarrollo turístico de los PM es heterogéneo y su resultado se debe a la existencia de ventajas comparativas y competitivas, diferentes a las que inicialmente consideró el programa para incluir a las localidades cercanas a los destinos turísticos tradicionales como pueblos mágicos en el periodo de 1999 - 2018. El artículo se integra de las siguientes partes: I. Introducción, II. Revisión de la teoría y metodología; III. Propuesta de Interpretación y metodología; IV. Las características del desarrollo turístico de los pueblos mágicos y la política turística para su desarrollo; V. Ventajas comparativas y competitivas de los pueblos mágicos, y VI. Conclusiones.

Conceptos básicos

Una de las características de la actividad turística se da en la concentración, dado que no se distribuye de forma homogénea, lejos de eso, los destinos se concentran en determinadas zonas y regiones del mundo (Barroso y Flores, 2006). Resultado de la distribución heterogénea de la actividad, surgen las diferencias en la competitividad del sector.

A la competitividad turística se le puede definir como la capacidad para crear e integrar productos turísticos a fin de incrementar el valor agregado, y de esta manera ubicarse en una posición destacada en el mercado turístico. Este tipo de competitividad ha sido analizada por Crouch y Ritchie (1999) y Dywer y Kim (2003), entre otros. Aunque el concepto es similar para los autores que han abordado el tema, existen diferencias elementos a destacar.

Valls sustenta la competitividad en 3 tipos de beneficios: sociales, medioambientales y económicos, mismos que señala deben ser superiores al promedio experimentado por los competidores; por su parte Bravo, vincula a la productividad y calidad, señalando que éste último se alcanza cuando los operadores son capaces de ofrecer de manera eficiente el producto turístico (Bravo, sf).

¿En dónde se logra la competitividad turística? Valls estableció que para el análisis de la competitividad turística, debe entenderse al “destino” como un “espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles, dotado de una marca y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral” (Valls, 1998).

Es por lo anterior que la ubicación de la actividad turística está determinada por elementos espaciales como son las distancias físicas, barreras lingüísticas y culturales, además de las condiciones políticas. También juegan un papel importante los elementos ambientales y dinámicos como lo son el transporte y la infraestructura existente (Moreira, 2016). Es en este contexto que el análisis regional toma relevancia, al concebirse a la región como la unidad espacial que sintetiza los elementos más representativos de un conjunto de fenómenos (Asuad, 2001), y por tanto permite la observación y estudio del turismo en el espacio.

Determinantes de la localización turística

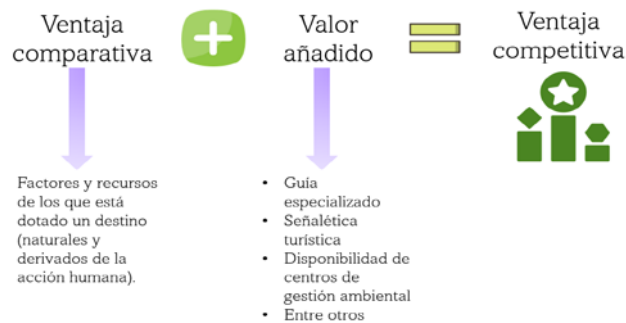


Fuente: Elaboración propia con datos (Moreira, 2016)

Como se mencionó previamente, un elemento característico del turismo actual es el constante surgimiento de nuevos destinos que a su vez genera mayor competencia por atraer nuevos turistas. Ante este escenario, los agentes turísticos se ven en la necesidad de mejorar su competitividad a fin de permanecer dentro de las preferencias de los consumidores.

En este documento se analiza la competitividad a partir de la Ventaja Competitiva (VC) de Michell Porter que intenta responder a la pregunta ¿Por qué en la competencia internacional, algunos países triunfan y otros fracasan, o lo que es igual, dónde radica la explicación del triunfo de un país a nivel internacional en una determinada industria? (Perles, 2005).

Para el caso particular del turismo, la VC es la “habilidad” de los destinos para usar eficientemente sus recursos, y de esta manera añadir valor (Garcés Yadelin, 2019). En los modelos abordados se pudo apreciar que las VC surgen de la infraestructura, manejo de los recursos humanos, adopción de tecnología, así como de la logística interna y externa. Para Peteraf la VC surge cuando la heterogeneidad de los recursos y capacidades posibilita el tener un desempeño superior, al del resto de los destinos turísticos competidores (Peteraf, 1993).



Estas ventajas se abocan a atraer al consumidor del producto que generan los destinos: el turista, quien a partir de la realización de viajes y la estancia masiva en los destinos genera grandes sumas de gasto monetario, lo que impacta económicamente a diferentes niveles (Sharpley Richard, 2006). Por lo anterior, a partir del entendimiento del proceso que realizan “aquellos destinos que atraen turistas” se puede incrementar la rentabilidad, reducir la problemática generada por la actividad y por lo tanto optimizar los beneficios.

...el estudio de los viajes y el turismo se ocupa de explorar cómo, por qué y dónde viajan las personas como turistas, cómo la industria de viajes puede atender a los turistas de manera eficaz y rentable, y cómo los destinos pueden aprovechar y gestionar el turismo en su beneficio.

(Sharpley Richard, 2006).

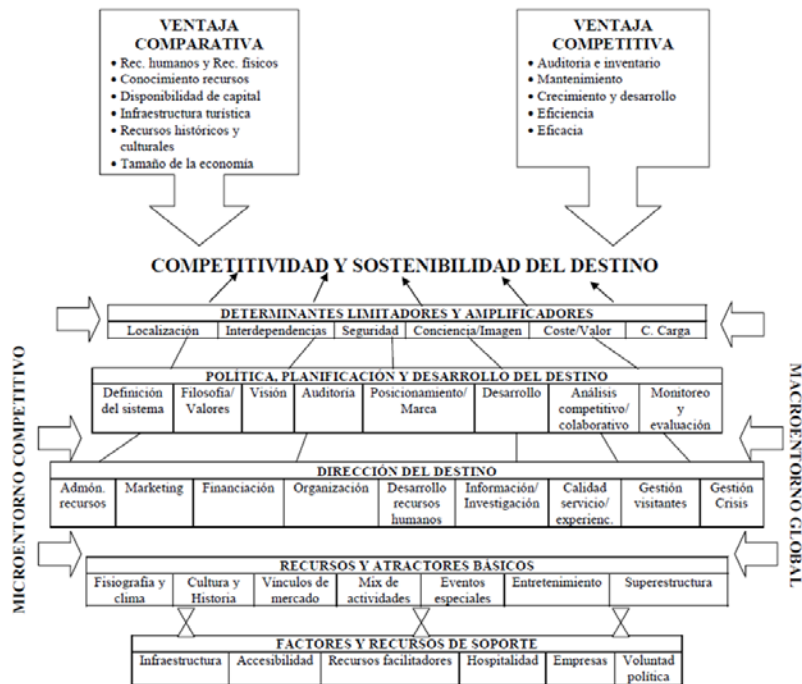
Finalmente, es importante destacar que el aumento de la conectividad y la reducción de las distancias como resultado del avance en los medios de transporte, dificultan a los destinos mantener una VC. En un escenario en el cual los turistas pueden acceder a un cada vez mayor número de destinos, la VC no es absoluta ni permanente y además, está en función de las acciones o estrategias de los competidores (Garcés Yadelin, 2019).

Revisión de la literatura

Para el análisis del presente análisis, a fin de medir el desarrollo de los Pueblos Mágicos de México, se retomó el modelo “Calgary” de Crouch y Ritchie publicado en 1999. Con él se explica la competitividad de largo plazo de los destinos, a través de las ventajas comparativas y competitivas. Para ello, se tomaron los siguientes determinantes:

- 1) “Entornos macro y micro”. Siendo el primero, aquel que corresponden a influencias externas, como lo son los cambios demográficos, legales y políticos; mientras que el segundo es inmediato al destino al componerse por residentes, empleados, agencias de viajes, entre otros.
- 2) “Recursos y atractivos básicos (principales)”. Influyen en la elección de los visitantes potenciales al lugar, se consideran la fisiografía, las actividades de ocio, los acontecimientos especiales, así como la cultura y la historia.
- 3) “Determinantes limitadores y amplificadores (locales)”. Referentes al análisis regional, agrupan la localización del destino y su consecuente dependencia de otros destinos, además de la seguridad ciudadana.
- 4) “Dirección (gestión) del destino”. Actividades que aumentan el interés por los recursos y atractivos principales: marketing, sistemas de información y calidad de los servicios.
- 5) “Factores y recursos de soporte (complementarios)”. Son la base para el desarrollo de la actividad turística y a su vez, se dividen en dos: infraestructura (transporte, sanidad, servicio de agua) y recursos facilitadores (instituciones financieras, capital económico y conocimiento).

Figura 1: Modelo conceptual de la competitividad del destino de Crouch y Ritchie



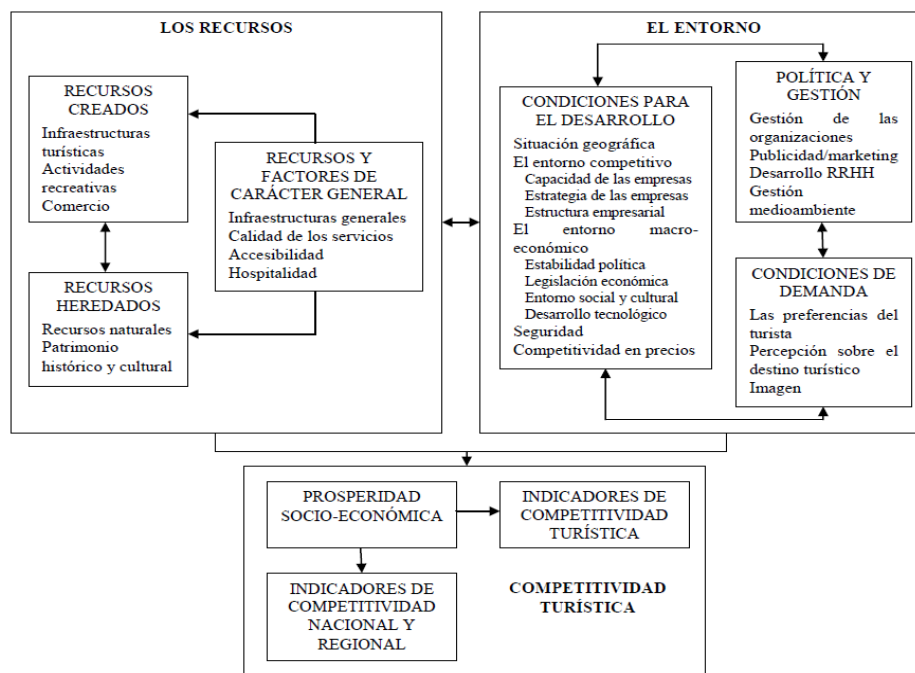
Fuente: Ritchie y Crouch, 2000:3; Ritchie y Crouch, 2003:63.

Cabe mencionar que “Calgary” es un modelo explicativo, catalogado como conceptual y descriptivo (Diéguez, Isabel; Gueimonde, Ana; Sinde, Ana; Blanco, Lidia: 2011). El modelo es funcional para el presente análisis, al favorecer la identificación y medición de la heterogeneidad de los niveles de desarrollo que experimentan las 132 localidades catalogadas como Pueblos Mágicos.

Cabe mencionar que para Crouch y Ritchie la competitividad turística depende fundamentalmente tanto de los “Recursos y atractores básicos”, como de los “Factores y recursos de soporte”. Asimismo, requiere del bienestar sostenible³ de la población residente de los destinos (Diéguez, Isabel; Gueimonde, Ana; Sinde, Ana; Blanco, Lidia: 2011).

Otro modelo destacado para el análisis de la competitividad es el modelo “Integrado” de Dwyer y Kim aplicable a países y regiones. Explica la competitividad turística a partir de 3 pilares: recursos creados, recursos heredados y de soporte. Para estos autores, la competitividad de un destino depende de la prosperidad económica.

Figura 2: Modelo Integrado de la competitividad de un destino turístico de Dwyer y Kim



Fuente: Dwyer y Kim (2003), citado por Bravo, 2004:5.

Estos modelos responden al comportamiento del turismo contemporáneo, caracterizado por viajeros cada vez más ávidos en la búsqueda continua de nuevas experiencias, encontrando en las telecomunicaciones el acceso a información para la elección de sus destinos: calidad, precios, horarios, tarifas, opiniones (Vintean Adriana, 2019).

Por su parte, el modelo de Butler toma relevancia en el contexto de ávida competencia que obliga a los destinos turísticos a incrementar constantemente la calidad así como innovar

³ La sostenibilidad refiere a la gestión de los recursos para satisfacer las necesidades actuales, sin poner en riesgo las necesidades del futuro.

en su oferta de servicios para ser competitivos en el mercado nacional e internacional (Vintean Adriana, 2019). Butler con su modelo lineal delimitó etapas que experimentan los sitios turísticos: i) The Involvement Stage, ii) The Development Stage, iii) The Consolidation Stage, iv) The Stagnation Stage, v) The Decline Stage y vi) The Rejuvenation Stage. Posterior a la sexta etapa del ciclo, los destinos turísticos deben decidir entre el rejuvenecimiento o la reducción gradual de su demanda turística.

La Política Turística y el desarrollo de los 132 pueblos Mágicos

Una de las estrategias de política económica inició como resultado del agotamiento del modelo de Sustitución de Importaciones, implantado en México de 1940 a 1970. Ante un desequilibrio en la Cuenta Corriente, el país se vio obligado a buscar una nueva estrategia para la generación de divisas: el turismo.

Dada la disponibilidad de recursos de litoral con que cuenta el país y la relativa velocidad con que el turismo podría generar divisas, se apostó por el turismo como fuente de divisas. Es con esta visión que en 1969 surge el Fondo de Programación de Infraestructura Turística (Infratur) que para 1974 se transformó en el actual Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR).

Con el FONATUR se ha buscado “Contribuir a la planeación, programación, fomento y desarrollo de la actividad turística y de los recursos turísticos, así como a la promoción del funcionamiento de las inversiones privadas y sociales”, Su primera apuesta fue Cancún en 1974, el cual se financió con créditos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco Mundial (BM). Este CIP surge con Plan Integral de Desarrollo Turístico que tuvo por objetivo el mejorar la infraestructura turística del país, así como promover nuevos centros turísticos en el territorio. Al día de hoy, el FONATUR ha creado ocho complejos turísticos: Huatulco, Los Cabos, Ixtapa Zihuatanejo, Loreto-Puerto Escondido, Costa Capomo, Litibú, Playa Espíritu y Cancún. Estos centros de sol y playa actualmente concentran el 13% del PIB turístico, 38% de los cuartos del turismo de litoral, además captan el 18% de los turistas extranjeros en el país.

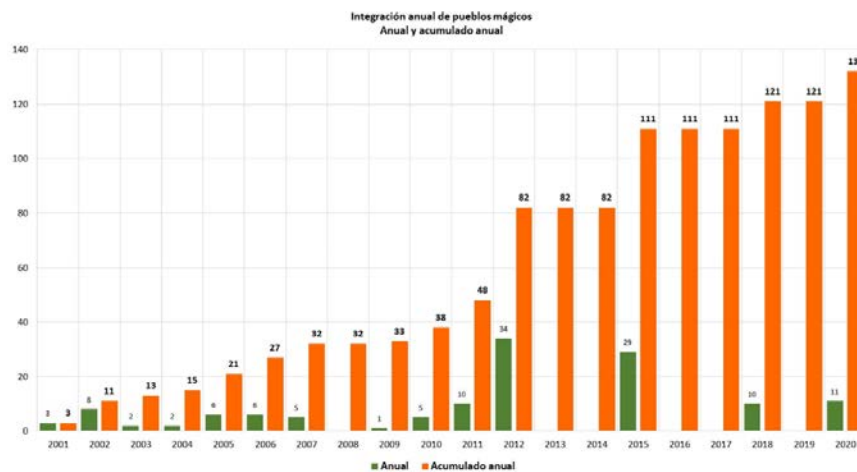
Entre las críticas a este modelo se encuentra Álvaro López, quien señala que los montos de inversión que realizó el Estado para el desarrollo de los CIP's se sustentan en un modelo teórico europeo inaplicable en México, por lo que no han aportado a la disminución de las desigualdades regionales y sólo han reproducido la dependencia del exterior, al depender de la inversión de capitales extranjeros⁴.

Por su parte, en el año 2001 inició la nueva estrategia del turismo mexicano sustentada en lo local: el Programa Pueblos Mágicos, el cual inició con tres localidades (Huasca de Ocampo, Real de Catorce y Xico), A las cuales se fueron incorporando nuevas localidades hasta alcanzar los 132 Pueblos Mágicos (PM) que considera actualmente la ENPM.

⁴ López López, Álvaro (2001) Análisis de la organización territorial del turismo de playa en México, 1970-1996. El caso de Los Cabos, BCS. Ciudad Universitaria, México. Pág. 25

La finalidad central del Programa Pueblos Mágicos fue “estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país”. Del mismo modo, se buscó que la actividad constituyera “como una herramienta de desarrollo sustentable para las localidades incorporadas al programa, así como en un programa de apoyo a la gestión municipal”. Más aún, con los PM se buscó generar desarrollo económico y social equitativo, reducir las desigualdades regionales y apostar a la sustentabilidad de las localidades, para ello los criterios de selección se fundamentaron en la proximidad y susceptibilidad de integrarse a circuitos y/o sitios ya consolidados turísticamente. Los criterios utilizados para la selección fueron:

- Ubicarse a una distancia no superior a los 200 km, o el equivalente a 2 horas de distancia vía terrestre, a partir de un destino turístico consolidado o bien de una población considerada como mercado emisor.
- Estar integradas o ser susceptibles de integrarse en el corto plazo a: un circuito, un corredor o una ruta turística comercializable.
- Contar con una gama y diversidad de atractivos turísticos (arquitectura, edificios, fiestas, tradiciones, producción artesanal, entre otros).



Fuente: Secretaría de Turismo

Actualmente el programa tiene presencia en 31 entidades federativas y 134 municipios. Dos aspectos a destacar son:

- 10 entidades concentran cerca del 60% de los Pueblos Mágicos.
- Únicamente 35 PM reportan información referente a turistas, cuartos de hotel y estancias promedio, por lo que se desconoce el éxito o fracaso de la actividad turística en más del 70% de los Pueblos Mágicos de México.

A diferencia de los CIP's creados por FONATUR, la inversión destinada al impulso de los PM ha sido muy inferior. La oferta turística de los PM se sustenta en la cultura, gastronomía, tradiciones, cotidianidad, gastronomía y riqueza natural. Para la Secretaría de Turismo (Sectur), un Pueblo Mágico es “una localidad que tiene atributos simbólicos,

leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, magia que emana en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico”.

La inversión destinada al desarrollo de los PM ha sido muy inferior en comparación a la empleada para los CIP's. Entre 2001 y 2018 los recursos destinados a los Pueblos Mágicos ascendieron a \$5,795 millones de pesos, de los cuales el 49% correspondió a recursos federales y el resto a los gobiernos locales y estatales. El 99% de los recursos se asignó al desarrollo de infraestructura, equipamiento, mejora de la imagen urbana y a la rehabilitación o creación de sitios de interés turístico. El 1% restante correspondió a gastos de innovación y capacitación. No obstante, no existe evidencia en la literatura de que haya mejorado el desarrollo económico y social de los Pueblos Mágicos y sus municipios, como consecuencia del turismo.

Características regionales de los Pueblos Mágicos

Los Estados con más municipios con Pueblos Mágicos son Puebla y Estado de México, con 11 pueblos cada uno. Destacan por ser los más poblados Tlaquepaque y Lagos de Moreno en Jalisco; San Cristóbal de las Casas y Comitán de Domínguez en Chiapas; Guadalupe en Zacatecas; Orizaba en Veracruz; y Cholula de Rivadavia en Puebla. En estas localidades residen más de 100,000 personas en cada una; en contraparte, hay Pueblos Mágicos con muy poca población, por ejemplo, Mineral del Chico o Huasca de Ocampo, ambos en el estado de Hidalgo, en los que residen 533 y 417 personas, respectivamente.

En 126 municipios con Pueblos Mágicos la densidad de población para 2020 era de menos de 500 habitantes por kilómetro cuadrado, solo San Andrés Cholula en Puebla; Metepec en el Estado de México; Orizaba en Veracruz; y Tlaquepaque en Jalisco, superaron los 2,400 habitantes por kilómetro cuadrado.

Otro aspecto a destacar es que los Pueblos Mágicos generalmente son localidades ubicadas en la cabecera municipal (122 de 134), no obstante, en 2 de cada 3 reside menos de la mitad de la población del municipio. Lo que también podría ser un indicio de que la actividad turística no es un factor que genere condiciones de vida suficientes para evitar la migración y/o atraer población en busca de empleo.

De acuerdo a los datos publicados por el CONEVAL, para los años 2010, 2015 y 2020 los diez municipios con mayor porcentaje de población en situación de pobreza se localizaron en: Veracruz (3), Puebla (3), San Luis Potosí (2), Oaxaca (1) y Chihuahua (1), de los cuales, siete son considerados indígenas (40% o más de su población es indígenas según en INPI) mientras que, ocho se pueden revisar en la siguiente imagen.

De acuerdo a la Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos, publicada en el Diario Oficial de la Federación, el total de la población de los Pueblos Mágicos en 2015 ascendía a 7.6 millones de habitantes con el 50% de la población indígena.

Por otra parte, a partir de la información estadística disponible sugiere que en 22 Pueblos Mágicos, el flujo turístico aumentó en promedio 12.8% anual, mientras que 7 registraron una disminución.

No.	2010			2015			2020		
	Entidad	Municipio	%	Entidad	Municipio	%	Entidad	Municipio	%
1	Chihuahua	Batopilas	92.1	Chihuahua	Batopilas	93.0	Chihuahua	Batopilas	92.2
2	San Luis Potosí	Aquismón	91.5	Veracruz	Zozocolco de Hidalgo	86.7	San Luis Potosí	Aquismón	91.3
3	Veracruz	Zozocolco de Hidalgo	89.1	San Luis Potosí	Xilitla	84.6	Veracruz	Coscomatepec	89.1
4	San Luis Potosí	Xilitla	86.3	Puebla	Pahuatlán	79.0	Veracruz	Zozocolco de Hidalgo	88.6
5	Chiapas	Palenque	85.8	Veracruz	Coscomatepec	78.9	San Luis Potosí	Xilitla	85.5
6	Yucatán	Maní	85.2	Michoacán	Salvador Escalante	78.7	Puebla	Pahuatlán	83.2
7	Veracruz	Coscomatepec	83.9	Quintana Roo	Bacalar	78.2	Puebla	Cuetzalan del Progreso	82.4
8	Tamaulipas	Tula	80.6	Yucatán	Maní	77.7	Oaxaca	Huautla de Jiménez	82.0
9	Zacatecas	Pinos	80.4	Zacatecas	Pinos	77.6	Puebla	Tetela de Ocampo	76.9
10	Tlaxcala	Tlaxco	79.4	Chiapas	Palenque	77.0	Veracruz	Xico	76.8

Fuente: Elaboración Propia con datos del Coneval

Evolución de los Pueblos Mágicos

En materia administrativa, en 2019 se intentó realizar un diagnóstico que evidenciara las condiciones en las que operaban los 121 Pueblos Mágicos registrados en ese momento, llama la atención que sólo 16 de ellos cumplieron con la totalidad de los requisitos de permanencia, lo que equivale al 13% del total de las localidades con nombramiento. Lo anterior, pone de manifiesto la falta de apego a la norma es una realidad que se vive en dichos destinos, por lo que se requiere de una herramienta que brinde las bases para analizar el verdadero potencial turístico, diseñar acciones de fomento y promoción focalizada, aprovechar los atractivos que los distinguen y conocer el impacto socioeconómico del turismo o la generación de desarrollo económico, social o cultural desde lo local.

Esta situación llevó a la Secretaría de Turismo en 2020, a revisar los mecanismos de incorporación y permanencia, en el Programa Sectorial de Turismo 2020-2024, planteando actualizar la incorporación y permanencia de los Pueblos Mágicos como opción de desarrollo y bienestar social, además de fortalecer la diversificación de mercados turísticos en los ámbitos nacional e internacional, e innovar en la promoción turística para impulsar el crecimiento del sector, y fortalecer la promoción de los Pueblos Mágicos.

La reorientación del Programa Pueblos Mágicos a estrategia, se modificó la concepción y desarrollo de los PM a fin de:

1. Impulsar un enfoque social y de respeto a los derechos humanos en la actividad turística, para el bienestar de las personas que viven y trabajan en los Pueblos Mágicos.
2. Fomentar el desarrollo justo y equilibrado entre los individuos, comunidades y regiones para democratizar los beneficios del turismo en las comunidades receptoras.
3. Fortalecer la innovación y diversificar las oportunidades de comercialización de la oferta turística de los Pueblos Mágicos.
4. Contribuir al turismo sostenible en los Pueblos Mágicos, priorizando la conservación y regeneración del patrimonio.

Asimismo, se cancelaron los apoyos económicos, por lo que los apoyos resultantes de la ENPM resultaron en:

- a. Gestión de acciones de colaboración a través de convenios con aliados estratégicos públicos y privados, mediante convenios de concertación y colaboración firmados por la Secretaría de Turismo.
- b. Uso de las marcas México y Pueblos Mágicos, con fines de difusión y promoción turística.
- c. Capacitaciones interinstitucionales a funcionarios estatales y municipales en áreas relacionadas con el ordenamiento territorial y el turismo sostenible.

Propuesta de Interpretación y metodología

Con la finalidad de conocer la competitividad turística de los Pueblos Mágicos, además de categorizar en subgrupos los niveles de desarrollo turístico alcanzados, en el presente análisis se eligieron variables que denotan la ausencia o existencia de las ventajas comparativas y competitivas. Las variables utilizadas se alinean a los modelos Calgary e Integrado. Cabe mencionar que ejercicios similares se han realizado en España para medir elementos cualitativos determinantes de las ventajas comparativas y competitivas, destaca el análisis de Sánchez y Fajardo 2004, en el cual a partir de la Teoría de Respuesta al Ítem, se midió la competitividad de 45 provincias turísticas de España.

Problema de Investigación y enfoque teórico

En 22 años de existencia de los Pueblos Mágicos, las condiciones de desarrollo experimentadas son muy desiguales, por lo que surge la necesidad de realizar un diagnóstico regional de los PM que establezca las posibilidades de desarrollo y acciones conforme a lo establecido en la ENPM.

Debido a la falta de consideración de las ventajas comparativas de cada pueblo (factores y recursos turísticos), por lo que la implementación del programa ha resultado en efectos muy heterogéneos entre las 132 localidades con nombramiento.

Los estudios académicos referentes a los PM se concentran en análisis individuales de los cambios y situaciones que experimentan los pueblos de manera individual, sin considerar el comportamiento general del grupo. Por lo anterior, se desconocen los factores que han propiciado a los PM exitosos y no se han medido las diferencias entre los niveles de desarrollo imperantes en los 132 PM. Más aún, se desconoce si la actividad turística es la actividad económica preponderante de las localidades con nombramiento, o si es una actividad secundaria o terciaria.

Los PM se impulsaron como destinos turísticos complementarios asociados a un destino turístico consolidado, de tal manera que sus efectos de difusión turística a nivel intrarregional se lograrían al integrarse como actividades turísticas complementarias, de ahí la necesidad de identificar y caracterizar las actividades turísticas de dichos pueblos y de las regiones en las que se insertan, así como estimar si se ha dado este efecto de difusión turística y su asociación con el desarrollo del centro difusor de turismo regional.

Las preguntas de investigación que se responden en el presente trabajo son:

- I. ¿Ha contribuido el nombramiento al desarrollo de la actividad turística y económica de los PM?
- II. ¿Cuáles son los factores que han incidido en el desarrollo turístico de los PM?
- III. ¿Qué características tienen los PM que se pueden catalogar como casos exitosos?
- IV. ¿Qué características tienen las localidades que no han experimentado un crecimiento económico resultante de la obtención del nombramiento “Pueblos Mágicos”?
- V. ¿Qué factores propiciaron el desarrollo de los PM exitosos?
- VI. ¿En qué medida su desarrollo ha sido debido al efecto difusor del centro turístico regional?
- VII. ¿De qué manera se pueden agrupar y caracterizar los Pueblos Mágicos, conforme a los niveles de desarrollo experimentados?
- VIII. ¿Qué políticas públicas podrían implementarse acordes a los diferentes niveles de desarrollo turístico imperantes en los Pueblos Mágicos?

Objetivo General

Elaborar un estudio que permita identificar las ventajas competitivas y comparativa de los Pueblos Mágicos, y a partir de ello identificar los grupos, así como categorizar los niveles de desarrollo turístico experimentados por los Pueblos Mágicos, a fin de identificar las acciones y políticas públicas que pueden impulsar la competitividad.

Objetivos específicos.

1. Identificar y categorizar los niveles de desarrollo experimentados por los Pueblos Mágicos.
2. Identificar las características de los Pueblos Mágicos que reportan los mejores niveles de competitividad turística.
3. Identificar las características que presentan los Pueblos Mágicos con menores niveles de competitividad turística reportada.
4. Identificar los elementos que han propiciado el desarrollo en los Pueblos Mágicos.
5. Con el uso de la Geomática, revisar la distribución de la infraestructura carretera y aeroportuaria para identificar los Pueblos Mágicos que pudieron beneficiarse de su cercanía con un destino turístico consolidado o una ruta turística.
6. Identificar las políticas públicas y los proyectos que respondan a las áreas de oportunidad de los grupos de pueblos mágicos identificados con el Objetivo 1.

Metodología de la ventaja competitiva

A fin de valorar la competitividad turística de los 132 Pueblos Mágicos, se retoman diversas variables comprendidas en los modelos “Calgary” de Crouch y Ritchie e “Integrado” de Dwyer y Kim. A partir de dichas variables se construyó un indicador que representa los niveles de competitividad turística global, además de permitir identificar las ventajas competitivas de los 132 destinos, mediante los componentes individuales del indicador.

VENTAJAS COMPARATIVAS Y COMPETITIVAS DEL DESARROLLO TURÍSTICO DE LOS PUEBLOS MÁGICOS Y LA NUEVA ESTRATEGIA DE POLÍTICA QUE HA PROPUESTO LA SECRETARÍA DE TURISMO EN MÉXICO 1999-2020

Variable	Elemento	Tipo de evaluación	Fuente
Carr	Acceso a carretera pavimentada en el Pueblo Mágico	Binaria	CONEVAL
Prep	Disponibilidad de escuela preparatoria	Binaria	Marco Geoestadístico Nacional
Uni	Disponibilidad de Universidad	Puntuación a partir de una Normalización	Marco Geoestadístico Nacional
CentralA	Existencia de central de autobuses	Binaria	Marco Geoestadístico Nacional
Dist	Distancia en kilómetros de un destino turístico consolidado o a una ciudad perteneciente al (SUN).	Puntuación a partir de una Normalización	Marco Geoestadístico Nacional
Banco	Disponibilidad de Cajeros y sucursales bancarias	Binaria	Banxico/Bases de datos de inclusión financiera
Hotel	Número de Unidades Económicas "Servicios de alojamiento temporal"	Puntuación a partir de una Normalización	Censo Económico 2019
Rest	Número de Unidades Económicas "Alimentos y bebidas preparados"	Puntuación a partir de una Normalización	Censo Económicos 2019
CNoc	Número de unidades económicas "centros nocturnos, bares, cantinas y similares"	Puntuación a partir de una normalización	Censo Económicos 2019
REmp	Razón Población Ocupada / Población económicamente Activa	Puntuación a partir de una Normalización	ITER-Censo de Población y Vivienda 2020
ARec	Suma de las Unidades Económicas "Museos, sitios históricos, jardines botánicos y similares" + "otros servicios recreativos"	Puntuación a partir de una Normalización	Censo Económico 2019
InsRec	Número de Unidades Económicas "Parques con instalaciones recreativas y casas de juego electrónico"	Puntuación a partir de una normalización	Censo Económico 2019

A fin de contar con datos comparables entre sí, para aquellas variables sujetas a una normalización, se aplicará la siguiente fórmula:

$$VNorm = \frac{V_i - V_{min}}{V_{max} - V_{min}}$$

Donde:

Vi corresponde al indicador del Pueblo Mágico i.

VNorm. Es el valor normalizado a partir de los 132 valores correspondientes a los Pueblos Mágicos

A partir de las variables antes enlistadas se construirá un índice que permitirá generar un ranking de los 132 destinos. Asimismo, se identificarán las diferencias económicas y sociales que presentan los Pueblos Mágicos, su ubicación regional y su vinculación con los destinos turísticos consolidados y ciudades importantes del país. Lo anterior permitirá delimitar las necesidades y estrategias efectivas de política pública que favorezcan el desarrollo de las 132 localidades que forman parte de la ENPM.

$$PM = (\text{Carre} * \text{PonCarre}) + (\text{Prep} * \text{PonPrep}) + (\text{Uni} * \text{PonUni}) + (\text{CentralA} * \text{PonCentralA}) + (\text{Dist} * \text{PoDis}) + (\text{Banco} * \text{PonBanco}) + (\text{Hotel} * \text{PonHot}) + (\text{Rest} * \text{PonRest}) + (\text{CNoc} * \text{PonNoc}) + (\text{REmp} * \text{PonEmp}) + (\text{ARec} * \text{PonRec}) + (\text{InsRec} * \text{PonInsRec})$$

Cabe mencionar que, como lo establece Crouch y Ritchie, las variables consideradas en el análisis deberán ordenarse y ponderarse. El ponderador en cuestión se construirá a partir del comportamiento de los datos.

Principales resultados

Los hallazgos encontrados derivados del análisis multifactorial arrojan una gran diversidad en cuanto a los niveles de desarrollo turístico experimentado por las 132 localidades.

Población

La heterogeneidad poblacional de las 132 localidades con nombramientos es tan amplia que el rango, dato calculado a partir de las localidades más y menos pobladas para el 2020 arrojó un resultado de 649,706. Es de esta manera que contrastan Huasca de Ocampo, el PM menos poblado con sus 417 habitantes, frente a Tlaquepaque con más de 650 mil.



Aspectos a destacar del análisis poblacional

<p>1</p> <p>En los 132 Pueblos Mágicos habitan 3,748,924 habitantes (Censo de Población y Vivienda 2020).</p>	<p>2</p> <p>El comportamiento poblacional de los Pueblos Mágicos es muy heterogéneo. La media de habitantes es de 27,977; el rango es de 649,706, y la desviación estándar de 62,152.</p>	<p>3</p> <p>Destaca que 103 de los 132 Pueblos Mágicos son localidades urbanas, al presentar 5 mil o más habitantes.</p>	<p>4</p> <p>Tlaquepaque y Huasca de Ocampo son los Pueblos Mágicos más y menos poblados con 650,123 y 417 habitantes, respectivamente.</p>
--	--	---	---

Fuente: Elaboración propia con datos del Censo de Población y Vivienda 2020

Análisis turístico

Las cifras oficiales referentes a la actividad turística en los PM se limitan a 35 localidades con nombramiento, dejando a 99 destinos fuera de la plataforma DATATUR de la Secretaría de Turismo.

En el cuadro se muestran los turistas por noches en los 35 Pueblos Mágicos.

Centro Turístico	Turistas Noche Total
San Cristóbal de las Casas	17,768,352
Taxco	8,868,747
Palenque	7,460,712
Isla Mujeres	6,317,612
Ixtapan de la Sal	5,448,311
Loreto	4,301,378
Tequisquiapan	3,909,735
Valle de Bravo	3,464,020
Comitán de Domínguez	2,812,008
Valladolid	1,940,930
Atlixco	1,862,400
San Andrés Cholula	1,493,092
Zacatlán	1,270,507
Huasca de Ocampo	1,235,335
El Fuerte	1,144,050
Santiago	1,114,396
San Pedro Cholula	1,101,592
Chignahuapan	1,078,120
Tecate	1,059,917
Cuetzalán	828,861
Huichapan	660,547
Chapala	623,729
Jerez	591,982
Real del Monte	542,776
Xicotepec	507,685
Huauchinango	410,573
El Rosario	383,285
Sombrerete	339,463
Linares	194,626
Tlatlauquitepec	140,564
Izamal	106,603
Pahuatlán	86,906
San Sebastián del Oeste	42,215
El Oro	40,860
Bustamante	17,005

Fuente: Elaboración propia con cifras de DATATUR 2021

Destaca San Cristóbal de las Casas como el más visitado, mientras que Bustamante se posiciona al final de la lista. Sin embargo, el número de turistas por noche puede ser una medida imprecisa para analizar el desarrollo turístico de los PM, ya que como se mencionó anteriormente, éstos fueron concebidos desde una lógica de “oferta complementaria” a los destinos turísticos consolidados, por lo anterior podría esperarse que los visitantes tuvieran una tendencia a no pernoctar en los pueblos visitados, y en su lugar hacerlo en destinos próximos como Cancún, Puerto Vallarta, Los Cabos, entre otros.

Por lo anterior al análisis se incorpora el indicador “llegadas de turistas” a los 35 PM durante 2020, según cifras de DATATUR.

Posición	Centro Turístico	Llegada de Turistas Total
1	San Cristóbal de las Casas	13,949,563
2	Palenque	6,720,567
3	Taxco	6,096,604
4	Isla Mujeres	3,888,427
5	Ixtapan de la Sal	3,442,110
6	Valle de Bravo	2,860,179
7	Tequisquiapan	2,519,776
8	Comitán de Domínguez	2,515,470
9	Loreto	2,305,507
10	Valladolid	1,654,260
11	Atlixco	1,099,157
12	Tecate	1,025,384
13	El Fuerte	1,011,500
14	Huasca de Ocampo	989,384
15	San Andrés Cholula	909,400
16	Zacatlán	804,951
17	Chignahuapan	708,482
18	San Pedro Cholula	695,468
19	Santiago	560,693
20	Jerez	549,447
21	Cuetzalán	549,184
22	Huichapan	547,753
23	Real del Monte	424,647
24	Xicotepec	329,338
25	Chapala	328,942
26	El Rosario	271,494
27	Huauchinango	263,823
28	Sombrerete	229,738
29	Linares	140,566
30	Tlatlauquitepec	97,338
31	Izamal	91,562
32	Pahuatlán	57,244
33	El Oro	39,444
34	San Sebastián del Oeste	37,146
35	Bustamante	16,335

Fuente: Elaboración propia con cifras de DATATUR 2021

Del análisis realizado destaca que:

- En suma los 35 PM alcanzaron 57 millones 730 mil 830 visitas.
- Destaca San Cristóbal de las Casas, Chiapas como el PM con mayor número de visitas reportadas (13,949,563).
- San Cristóbal de las Casas, Palenque y Taxco aglutinan 46% de las visitas realizadas a los PM que reportan en DATATUR.

Referencias

- Amaya Molinar, Carlos Mario; Conde Pérez, Ernesto Manuel; Covarrubias Ramírez, Rafael** (2008) La competitividad turística: imperativo para Manzanillo, Colima Teoría y Praxis, núm. 5, 2008, pp. 17-32 Universidad de Quintana Roo Cozumel, México
- Asuad Sanén Norman. E** (2001). Economía Urbana y Regional. Benemérita Universidad de Puebla. México.
- Bamba LY Mouhamadou** (2018) An application of Butler's (1980) Tourist Area Life Cycle to Saly (Senegal). International Journal for Innovation Education and Research. Disponible en: <https://ijer.net/ijer/article/view/919>
- Bravo Soledad** (2004) La competitividad del sector turístico. Boletín económico 2004. Banco de España.
- Cohen, E.** (1972) 'Towards a sociology of international tourism', Social Research, Vol. 39: 164-82. (1979) 'A phenomenology of tourist experiences', Sociology, Vol. 13: 179-201.
- Domínguez Castrillon, Isabel; Ana Gueimonde Canto; Ana Sinde Cantorna; Lidia Blanco Cerradelo** (2011) Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. Revista de Cultura y Turismo. Disponible en: <http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur>
- Dueñas Quintero Diana María, Zulma Hasbleidy Vianchá Sánchez et al.** (2021) Alternativas y potencialidades de valor agregado en iniciativas turísticas de tipo comunitario Caso subprovincia del Alto Ricaurte, Colombia Disponible en: <https://librosaccesoabierto.uptc.edu.co/index.php/editorial-uptc/catalog/download/155/191/3599?inline=1>
- Garcés Pérez, Yadelín; Paneca González Yurianela** (2019) La ventaja competitiva: su papel en el posicionamiento del destino turístico. Revista Contribuciones a la Economía (octubre- diciembre 2019). Universidad de Olgún Cuba.
- Jean-Marie Girardville** (2003) Les plus beaux villages du Québec: réseau identitaire ou circuit?. Téoros Revue de recherche en tourisme. Disponible en: <https://journals.openedition.org/teoros/1768> [Consulta: febrero 2022].
- Jiménez, Alfonso de Jesús** (2005) Una aproximación a la conceptualización del turismo desde la teoría general de sistemas
- King Brian y Michael Pearlman** (2009) Planning for Tourism at Local and Regional Levels: Principles, Practices, and Possibilities. Pp. 426
- Morera Beita, Carlos; Miranda Álvarez, Pablo** (enero- junio 2015) De la Geografía del Turismo al análisis territorial del turismo: el Rastro en Costa Rica. Revista Geográfica de América Central. Costa Rica
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico** (2016) Estudio de Política Turística de México. Resumen Ejecutivo, Evaluación y Recomendaciones. Secretaría de Turismo (Noviembre 2012) Encuesta del flujo del turismo en transportación terrestre foránea y líneas aéreas, 2011. Disponible en:

[https://datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/EncuestaFlujoTurismo%20\(1\).pdf](https://datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/EncuestaFlujoTurismo%20(1).pdf) [Consulta: octubre 2021]

Perles Ribes, José Francisco (Septiembre 2005) La ventaja competitiva de los destinos turísticos residenciales de la Comunidad Valenciana. Calpe un estudio de caso. Papers de turismo.

Sánchez Rivero, Marcelino (1er semestre 2006) Elaboración de un ranking de competitividad de los destinos turísticos españoles: un análisis provincial mediante modelos de estructura latente. Revista de análisis turístico.

Secretaría de Turismo (Octubre, 2020) Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos. Disponible en:

https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5601638&fecha=01/10/2020 [Consulta: marzo 2022]

Sharpley Richard (2006) Travel and tourism. Sage course companions. Londres, Inglaterra.

Williams Stephen y Alan A. Lew (2015) Tourism Geography Critical understandings of place, space and experience, 3ra Ed. Londres. Routledge

World Economic Forum (2021). The Global Risks Report 2021. World Economic Forum. Ginebra

VALLS, J. F. (1998): "Cambio de concepto en la gestión turística del municipio". Estudios de Gestión Turística, 7:3-7.

Sánchez Rivero, Marcelino (2006) Elaboración de un Ranking de competitividad de los destinos turísticos españoles: un análisis provincial mediante modelos de estructura latente. Revista de análisis turístico. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT). España.