



Universidad Nacional Autónoma de México
Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración

***Análisis del impacto sociocultural en San Juan Teotihuacán y
San Martín de las Pirámides, México, generado por la actividad
turística a partir de su declaratoria como Pueblo Mágico***

T e s i s

Que para optar por el grado de:

Maestro en Administración
Campo de conocimiento: Turismo

Presenta:

Luis Armando Estrada Díaz

Tutor:

M.G.D.T. Fabián Trejo Rojas
Facultad de Contaduría y Administración

Ciudad de México, agosto de 2019



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

A Dios, por permitirme cumplir un objetivo más en mi vida.

Agradezco enormemente a mi tutor de tesis, el Mtro. Fabián Trejo Rojas, por la disposición que mostró en un principio, y que ha mostrado, para asesorarme, así como por el apoyo que me ha brindado para desarrollar de la mejor manera mi investigación.

A los integrantes del jurado calificador, por el enriquecimiento a mi investigación derivado de sus oportunas observaciones, además de los conocimientos que me brindaron en las clases que me impartieron:

M.A. Rita Aurora Fabregat Tinajero

M.D.G.I. Rogelio Isaac Ramírez Nava

M.A.T. Cecilia Zapata Hurtado

Dr. Octavio Augusto Cross López de Llergo

Al Lic. Alberto Colorado, del Programa Pueblos Mágicos de la Secretaría de Turismo, por el apoyo brindado para el comienzo de esta investigación.

A la Mtra. América Rivera, la Mtra. Silvia Durand, la Mtra. Rosario Higuera, la Mtra. Rita Fabregat, Mtro. Rogelio Nava, el Dr. José Carlos González y el Dr. Octavio, por escucharme, brindarme ideas y apoyarme durante el complicado proceso de elección de tema y tutor de investigación que tuve al inicio de la maestría, a todos ellos mi profundo agradecimiento.

A la Universidad Nacional Autónoma de México, por la oportunidad que me brindó de realizar mis estudios de posgrado en esta universidad con enseñanza de gran calidad, y que, por medio del Programa de Becas para Estudios de Posgrado, tuve el apoyo económico necesario para llevar a cabo mi investigación y mis estudios en general.

Mi cariño y agradecimiento a la Mtra. Socorro Fernández Silva, quien fuera mi profesora en la licenciatura, por los ánimos que me dio para estudiar la maestría, parte importante para el cumplimiento de este objetivo.

A mi compañera y amiga de maestría, Aída, y a mi excompañera y amiga de la universidad, Isela, por apoyarme en la aplicación de sondeos que requirió mi tesis, parte esencial de ésta; mi profundo agradecimiento.

Al Lic. Carlos Gutiérrez, presidente del Comité de Pueblo Mágico de San Martín de las Pirámides, y al Lic. Roberto Ruíz Rodríguez, presidente del Comité de Pueblo Mágico de San Juan Teotihuacán, por las facilidades que me brindaron para realizarles las entrevistas necesarias para mi investigación.

A todos ellos, muchas gracias.

Dedicatoria

A mi familia que siempre ha estado cerca de mí alentándome: mi abuela, mi madre y mis dos hermanas; esta nueva meta en mi vida es por ustedes.

Contenido

Abreviaturas	i
Resumen	ii
<i>Abstract</i>	iv
Identificación del problema	vi
i. Antecedentes	vii
ii. Planteamiento del problema.....	xiii
iii. Justificación	xiv
iv. Objetivos.....	xv
a. General.....	xv
b. Particulares.....	xvi
v. Preguntas de investigación	xvi
a. Pregunta principal	xvi
b. Preguntas secundarias.....	xvi
vi. Método de investigación.....	xvi
a. Diseño de investigación	xvii
b. Delimitación del universo	xx
d. Variables analizadas	xxii
Capítulo 1. Marco teórico-conceptual	1
1.1. Turismo.....	1
1.1.1. Recursos, Atractivos y Productos Turísticos.....	4
1.2. Tipos de turismo	8
1.3. Pueblos Mágicos	10
1.2. Desarrollo sostenible.....	10
1.2.1. Dimensión económica	13
1.2.2. Dimensión ambiental.....	14
1.2.3. Dimensión social	14
1.3. Turismo sostenible	18
1.4. Impactos sociales del turismo	20
Capítulo 2. Marco referencial del Programa Pueblos Mágicos.....	21
2.1. Importancia del turismo en el mundo	22
2.2. Importancia socioeconómica del turismo en México	25
2.3. El papel de los recursos y atractivos turísticos en el éxito del turismo en México	27
2.4. El mercado interno, poco aprovechado turísticamente.....	31
2.5. Orígenes del Programa Pueblos Mágicos de México.....	33
2.6. Análisis de las características del Programa Pueblos Mágicos.....	34
Capítulo 3. Marco referencial de San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides	38
3.1. Antecedentes históricos	39
3.1.1. Antecedentes de la cultura teotihuacana	39
3.1.2. Antecedentes del actual Teotihuacán	41
3.2. San Juan Teotihuacán	43
3.2.1. Localización.....	43

3.2.2.	Características fisiográficas	44
3.2.3.	Infraestructura en comunicaciones y transporte	47
3.2.4.	Características socioeconómicas.....	48
3.3.	San Martín de las Pirámides	52
3.3.1.	Localización.....	52
3.3.2.	Características fisiográficas	53
3.3.3.	Infraestructura de comunicaciones y transportes	56
3.3.4.	Características socioeconómicas.....	57
3.4.	Oferta y demanda turística del Pueblo Mágico	62
3.4.1.	Cuartos de hospedaje	62
3.4.2.	Visitantes a la zona arqueológica de Teotihuacán.....	63
3.4.3.	Inventario de atractivos turísticos.....	66
3.5.	Comparación con el Pueblo Mágico de Tulum, Quintana Roo	78
3.6.	Contexto previo del Pueblo Mágico	80
Capítulo 4.	Análisis de resultados.....	83
4.1.	El Impacto sociocultural desde la perspectiva de los Comités de Pueblo Mágico	84
4.2.	El impacto sociocultural desde la percepción de la población residente	93
4.2.1.	Perfil del sondeado.....	93
4.2.2.	Impacto sociocultural en las localidades anfitrionas.	98
Conclusiones	120
Recomendaciones a investigaciones futuras.....		127
Referencias		129
Anexos		142

Índice de tablas

Tabla 1. Número de nombramientos de Pueblos Mágicos por periodo sexenal.	viii
Tabla 2. Criterios delimitantes de la población estudiada.....	xx
Tabla 3. Variables a analizar en la investigación.	xxii
Tabla 4. Lista de categorías de productos turísticos y de industrias turísticas.....	3
Tabla 5. Tipos de turismo más comunes según tipo de atractivos y motivos de viaje.	8
Tabla 6. Objetivos de Desarrollo Sostenible.	15
Tabla 7. Llegada de turistas internacionales del 2017 por región en el mundo.	23
Tabla 8. Ranking mundial según el número de llegadas internacionales en 2016.	26
Tabla 9. Índice de Competitividad Turística 2017: Américas.....	28
Tabla 10. Rutas de conexión terrestre con la cabecera municipal de Teotihuacán y medios de transporte.	48
Tabla 11. Distribución de la población de Teotihuacán por grupos de edades.	49
Tabla 12. Distribución (%) de la Población Ocupada por sector económico: estado de México y Teotihuacán.....	50
Tabla 13. Conexiones hacia San Martín de las Pirámides.	57
Tabla 14. Distancias de aeropuertos cercanos a San Martín de las Pirámides.	57
Tabla 15. Distribución de la población de Teotihuacán por grupos de edades.	58
Tabla 16. Cuartos de hospedaje disponibles según categoría turística en San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides durante el periodo 2014-2017.....	62
Tabla 17. Número de visitantes anuales de la zona arqueológica de Teotihuacán antes de la incorporación al PPM.	64
Tabla 18. Tasa de crecimiento anual de los visitantes anuales en la Z.A. de Teotihuacán antes de la incorporación al PPM.	64
Tabla 19. Número de visitantes anuales de la zona arqueológica de Teotihuacán posterior a la incorporación al PPM.	64
Tabla 20. Tasa de crecimiento anual de los visitantes anuales en la Z.A. de Teotihuacán posterior a la incorporación al PPM.	65
Tabla 21. Evolución por temporada del espectáculo "Experiencia Nocturna" en Teotihuacán. .	77
Tabla 22. Comparación entre sugerencia de integración de CPM por Sectur y la propuesta de integración de Teotihuacán.	81
Tabla 23. Comparación entre sugerencia de integración de CPM por la Sectur y la propuesta de integración de San Martín de las Pirámides.	82

Índice de gráficas

Gráfica 1. Llegadas de turistas internacionales en el mundo (millones).	23
Gráfica 2. Ingresos por turismo internacional al 2017 (miles de millones USD).	24
Gráfica 3. Llegada de Turistas Internacionales a México 2011-2017.....	26
Gráfica 4. Ingresos recibidos por el turismo internacional en México 2010-2017 (billones de dólares)	27
Gráfica 5. Consumo turístico por formas de viaje. Periodo 1998-2017.	32
Gráfica 6. Población de San Juan Teotihuacán respecto al total del estado de México.....	48
Gráfica 7. Población que habla alguna lengua indígena en San Juan Teotihuacán y en el estado de México.	50
Gráfica 8. Porcentaje de viviendas particulares que cuentan con servicios básicos, computadora, teléfono celular e internet: estado de México y San Juan Teotihuacán.	51
Gráfica 9. Grados promedio de escolaridad: México, estado de México y San Juan Teotihuacán.	52
Gráfica 10. Población de San Martín de las Pirámides y San Juan Teotihuacán respecto al estado de México.	58
Gráfica 11. Población que habla alguna lengua indígena en San Martín de las Pirámides, San Juan Teotihuacán y en el estado de México.....	59
Gráfica 12. Distribución (%) de la población ocupada por sector económico: estado de México, San Martín de las Pirámides y San Juan Teotihuacán.	60
Gráfica 13. Porcentaje de viviendas particulares que cuentan con servicios básicos, computadora, teléfono celular e internet: estado de México, San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides.....	61
Gráfica 14. Grados promedio de escolaridad: México, estado de México, San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides.	61
Gráfica 15. Número de visitantes anuales en la Z.A. de Teotihuacán antes y después de la influencia del PPM.....	66
Gráfica 16. Número de visitantes al cierre del 2018 en las zonas arqueológicas de Teotihuacán y Tulum.....	79
Gráfica 17. Población sondeada que tiene conocimiento de que su localidad es Pueblo Mágico.	94
Gráfica 18. Grupos de edad de los sondeados.	95
Gráfica 19. Ocupación de los sondeados en San Juan Teotihuacán.	96
Gráfica 20. Ocupación de los sondeados en San Martín de las Pirámides.....	96
Gráfica 21. Nivel de escolaridad de los sondeados en San Juan Teotihuacán.	97
Gráfica 22. Nivel de escolaridad de los sondeados en San Martín de las Pirámides.	97
Gráfica 23. Índice de percepción de la comunidad anfitriona, ante el impacto sociocultural en su localidad a partir del nombramiento como Pueblo Mágico. (Población de ambas localidades)100	
Gráfica 24. Índice de percepción de la comunidad anfitriona, ante el impacto sociocultural en su localidad a partir del nombramiento como Pueblo Mágico. (Población de San Juan Teotihuacán)	103
Gráfica 25. Índice de percepción de la comunidad anfitriona, ante el impacto sociocultural en su localidad a partir del nombramiento como Pueblo Mágico. (Población de San Martín de las Pirámides)	106

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Mapa de ubicación de los 121 Pueblos Mágicos.	viii
Ilustración 2. Niveles de valor turístico de los recursos naturales y culturales de un lugar.....	8
Ilustración 3. Descripción gráfica del equilibrio entre las dimensiones que integran el desarrollo sostenible	13
Ilustración 4. Zona arqueológica de Teotihuacán.	29
Ilustración 5. Zona arqueológica de Chichen-Itzá, una de las 7 maravillas del mundo.....	29
Ilustración 6. Representación de Quetzalcóatl, dios de la Sabiduría, para la cultura teotihuacana.	40
Ilustración 7. Representación de Tláloc, dios de la lluvia, para la cultura teotihuacana.	40
Ilustración 8. Mapa de localización del municipio de Teotihuacán y de la localidad de San Juan Teotihuacán.....	44
Ilustración 9. Tipo de climas en el municipio de Teotihuacán.....	45
Ilustración 10. Tipos de relieve del municipio de Teotihuacán.	46
Ilustración 11. Uso del suelo en el municipio de Teotihuacán.	47
Ilustración 12. Mapa de ubicación del municipio y localidad de San Martín de las Pirámides... ..	53
Ilustración 13. Climas del municipio de San Martín de las Pirámides.	54
Ilustración 14. Mapa del relieve del municipio de San Martín de las Pirámides.....	55
Ilustración 15. Mapa de uso de suelo y vegetación del municipio de San Martín de las Pirámides.	56
Ilustración 16. Danza de los achileos en San Martín de las Pirámides.	75
Ilustración 17. Experiencia Nocturna Teotihuacán.	77
Ilustración 18. Ciclo pista que rodea la zona arqueológica.	89
Ilustración 19. Corredor gastronómico Teotihuacán	90
Ilustración 20. Universidad Autónoma del Estado de México campus Teotihuacán.	91
Ilustración 21. Rescate de fachadas para imagen urbana en San Martín de las Pirámides.	92
Ilustración 22. Centro de San Juan Teotihuacán.....	113
Ilustración 23. Centro de San Martín de las Pirámides.....	114
Ilustración 24. Jardines de San Juan Teotihuacán.	114
Ilustración 25. Jardines de San Martín de las Pirámides.....	115
Ilustración 26. Calles al interior de San Juan Teotihuacán.....	116
Ilustración 27. Calles al interior de San Martín de las Pirámides.	116
Ilustración 28. Condiciones de la señalética en San Juan Teotihuacán.....	117
Ilustración 29. Condiciones de la señalética en San Martín de las Pirámides.	118

Abreviaturas

Abreviatura	Significado
CICATUR-OEA	Centro Interamericano de Capacitación Turística de la Organización de Estados Americanos
CMDM	Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial
CMMAD	Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo
Covate	Comisión para el Desarrollo Turístico del Valle de Teotihuacán
CPM	Comité de Pueblo Mágico
CSTM	Cuenta Satélite de Turismo en México
Datatur	Sistema Nacional de la Información Estadística del Sector Turismo de México
DENUE	Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas
Fonatur	Fondo Nacional de Fomento al Turismo
FPNN	Federación de Parques Nacionales y Naturales de España
Inafed	Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal
INAH	Instituto Nacional de Antropología e Historia
Inegi	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
ITER	Sistema de Integración Territorial
OMT	Organización Mundial del Turismo
ONU	Organización de las Naciones Unidas
PCPM	Presidente del Comité de Pueblo Mágico
PDMSM	Programa de Desarrollo Municipal de San Martín de las Pirámides
PDMT	Programa de Desarrollo Municipal de Teotihuacán
PM	Pueblo Mágico
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PPM	Programa Pueblos Mágicos
PRODERMAGICO	Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos
PST	Programa Sectorial de Turismo
RAE	Real Academia Española
RIET	Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo
Sectur	Secretaría de Turismo
Sedetur	Secretaría de Turismo de Quintana Roo
UIOOT	Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo
UNEP	Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente
WFE	The World Economic Forum
WTTC	The World Travel & Tourism Council

Resumen

México posee una gran riqueza y variedad de recursos y atractivos turísticos que lo han posicionado como uno de los principales destinos turísticos a nivel mundial y entre esta oferta se encuentra la de tipo cultural como monumentos, gastronomía, tradiciones, entre otros, localizados principalmente al interior del país, que son dignos de ser visitados. Para alcanzar este objetivo, el gobierno federal implementó en 2001, a través de la Secretaría de Turismo, el Programa Pueblos Mágicos, consistente en brindar la marca 'Pueblo Mágico' a aquellas localidades que se caracterizan por conservar su riqueza cultural y así impulsar su atractivo turístico.

Dicho programa tiene el fin de favorecer un desarrollo sostenible del turismo en las localidades que obtienen el distintivo, contribuyendo a generar beneficios económicos y socioculturales; sin embargo, la medición de uno de los objetivos principales del programa, el impacto sociocultural, se torna complicado pues no existen estadísticas oficiales para conocerlo, por lo que para obtener esa información es necesario escuchar directamente a la población de las comunidades anfitrionas y conocer su percepción respecto al efecto que la actividad turística genera en sus localidades a partir de que reciben el nombramiento de Pueblo Mágico.

En este sentido, la presente investigación muestra un análisis del impacto turístico sociocultural que el Programa ha generado en el Pueblo Mágico, que se delimitó para esta investigación, de San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, a partir de que estas localidades recibieron el nombramiento a finales de 2015, corroborando si efectivamente este programa ha cumplido, al 2018, con el objetivo de generar bienestar social en la población anfitriona, en el marco de un desarrollo turístico sostenible. El estudio fue de carácter exploratorio y metodología mixta por la aplicación de sondeos a la población y entrevistas a actores clave en la gestión turística del destino.

Entre los principales hallazgos se encontró que, el impacto sociocultural en las localidades ha sido positivo, pero con áreas de oportunidad; y, sin duda, es importante conocer la percepción de la gente, pues no siempre será la misma

visión que la de las autoridades involucradas en la gestión turística de los destinos.

Palabras clave: Pueblo Mágico, turismo sostenible, impacto sociocultural, percepción de la población.

Abstract

Mexico has a great wealth and variety of resources and tourist attractions that have positioned it as one of the main tourist destinations worldwide and among this offer is the cultural type such as monuments, gastronomy, traditions, among others, located mainly inland of the country, which are worth visiting. To achieve this objective, the federal government implemented in 2001, through the Ministry of Tourism, the 'Pueblos Mágicos' Program, consisting of providing the 'Pueblo Mágico' brand to those localities that are characterized by conserving their cultural wealth and thus boost their attractiveness tourist.

This program has the purpose of favoring the sustainable development of tourism in the localities that obtain the badge, contributing to generate economic and socio-cultural benefits; however, the measurement of one of the main objectives of the program, the sociocultural impact, becomes complicated because there are no official statistics to know it, so to obtain this information it is necessary to listen directly to the population of the host communities and know their perception regarding the effect that the tourist activity generates in their localities from which they receive the appointment of 'Pueblo Mágico'.

In this sense, the present investigation shows an analysis of the sociocultural tourism impact that the Program has generated in the 'Pueblo Mágico', which was delimited for this research, San Juan Teotihuacán and San Martín de las Pirámides, from which these locations received the appointment at the end of 2015, confirming whether this program has effectively fulfilled, by 2018, with the objective of generating social welfare in the host population, within the framework of sustainable tourism development. The study was exploratory and mixed methodology for the application of surveys to the population and interviews with key actors in the tourist management of the destination.

Among the main findings, it was found that the sociocultural impact in the localities has been positive, but with areas of opportunity; and, without a doubt, it is important to know the perception of the people, because it will not always be the same vision as that of the authorities involved in the tourist management of the destinations.

Key words: Pueblo Mágico, *sustainable tourism*, *sociocultural impact*, *perception of the population*.

Identificación del problema

En este apartado se presenta la delimitación del problema a analizar, siguiendo algunos de los puntos que propone Hernández (2010) para abordar la idea de investigación, además de otros puntos que se consideran importantes integrar para dar un contexto más claro al problema.

Para realizar esta investigación, lo primero fue tener la idea de investigación y, posteriormente, definir el título para la misma; se necesitó averiguar la existencia de estudios previos, es decir, de antecedentes del tema en el contexto o lugar en que se realizará la investigación que, para este caso fue en las localidades de San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, México, sin embargo, también se dan breves antecedentes de estudios similares en el ámbito nacional, ya que el programa en el que se encuentran inmersos estas localidades, es de cobertura federal.

Ya que se tuvo conocimiento general del tema, se prosiguió a establecer la idea central de la investigación que delimitó el análisis de la misma; el planteamiento del problema, esto quiere decir que existe un problema que se quiere investigar en un lugar y momento determinados, enseguida, se dio una justificación, es decir, el ¿Por qué de la elección del tema o qué llevó a querer investigarlo? y el ¿Para qué se pretendía investigarlo?

Posteriormente, se establecieron las preguntas de investigación, lo general y lo específico que se quería investigar, derivadas del problema planteado; así como los objetivos de investigación, en los que se expresa lo que se quería investigar tomando como base las preguntas de investigación que, al tenerlas, se debe dar una respuesta esperada denominada hipótesis que, con el resultado del análisis, se comprobaron dichas respuestas.

El último punto que se aborda en este apartado es el diseño metodológico, en el cual se presenta la metodología que se siguió para alcanzar los objetivos de la investigación, a su vez, este apartado incluye información referente al alcance de la investigación; en este punto se determina hasta qué límite abarca el análisis de la investigación, en otras palabras, el lugar donde se realizó y las estrategias que se llevaron a cabo durante el proceso de estudio, y así definir el tipo de

alcance que, para este caso, fue un estudio de alcance descriptivo que más adelante se detalla.

i. Antecedentes

El Programa Pueblos Mágicos (PPM) nació en 2001 a cargo de la Secretaría de Turismo federal durante el mandato del presidente de México en ese año, Vicente Fox Quesada, como una política turística encaminada a contribuir con el desarrollo equilibrado y diversificación de la oferta turística del país, la cual se encuentra concentrada mayormente en productos de sol y playa, corriendo el riesgo de que los recursos naturales que dan sustento a este segmento turístico se agoten más rápido de lo esperado, por tal motivo, este programa quiere aprovechar la riqueza cultural que existe en muchos sitios del país para diversificar la oferta turística, así como contribuir a elevar los niveles de bienestar, generar nuevas fuentes de empleo y otros beneficios económicos, sociales y ambientales para las localidades que participan por obtener este nombramiento (Barroso, 2016), mediante la creación de la marca distintiva 'Pueblo Mágico' (PM), que es otorgada a localidades con "atributos simbólicos, historias y leyendas, llenos de hechos trascendentes, cotidianidad y un encanto peculiar." (Sectur, 2016, párrafo. 1)

En los inicios de este programa, las primeras localidades que obtuvieron este nombramiento el mismo año fueron dos: Huasca de Campo, Hidalgo y Real del Catorce, San Luis Potosí; al año siguiente nueve más se agregaron a la lista, para el 2003 y 2004 se agregaron dos más en cada uno de los años, en el 2005 y 2006 se agregaron seis más en cada uno, es decir, para el término del sexenio del presidente que inició el Programa, la lista de Pueblos Mágicos llegaba a 27; posterior a ello, cinco localidades se agregaron en 2007, en 2008 ninguna obtuvo el nombramiento, en 2009 sólo una lo obtuvo, para el 2010 se agregaron cuatro, en 2011 fueron once más y en 2012, al cierre del sexenio del presidente Felipe Calderón Hinojosa, treinta y cinco localidades obtuvieron la marca de Pueblo Mágico, siendo incluso el año en el que más localidades la obtuvieron. Para este segundo sexenio ya eran 83 Pueblos Mágicos; siguiendo con el recuento, en los siguientes dos años (2013 y 2014) no se anexaron más localidades a la lista, fue

hasta 2015 que se agregaron veintiocho localidades más; pasaron nuevamente dos años más sin anexiones, hasta 2018, último año en el que se han otorgado nombramientos, que se cerró la lista con diez nuevos Pueblos Mágicos, 121 en total a la fecha. (Datatur, 2019)

Tabla 1. Número de nombramientos de Pueblos Mágicos por periodo sexenal.

Sexenio	Número de nombramientos otorgados
Vicente Fox Quesada (2000-2006)	27
Felipe Calderón Hinojosa (2006-2012)	56
Enrique Peña Nieto (2012-2018)	38
Total	121

Fuente: elaboración propia con información de Datatur, 2019.

Ilustración 1. Mapa de ubicación de los 121 Pueblos Mágicos.



Fuente: Atlas turístico de México, 2019.

Los casos de San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides son dos localidades contiguas ubicadas en el estado de México que comparten la zona arqueológica de Teotihuacán, nombrada como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1987, la cual ha sido el punto principal de atracción de demanda a esta cultura, que sumado a la oferta de servicios que ofrece, la conectividad, y valor cultural, han convertido a Teotihuacán en una región turística.

Este monumento histórico fue la zona arqueológica más visitada en 2017 con 4'185,017 de visitantes, por encima de los 2'677,858 visitantes que tuvo Chichen Itzá (Datatur, 2018), razón principal por la cual recibieron el nombramiento, en conjunto, de Pueblo Mágico en 2015.

Previamente en 2010, la Secretaría de Turismo del estado de México creó el Programa Pueblos con Encanto del Bicentenario (Gaceta del Gobierno del Estado de México, 2010), en honor al cumplimiento del bicentenario de la independencia de México, el cual tenía como objetivo “realizar acciones encaminadas al mejoramiento de la imagen urbana de los municipios con reconocida vocación turística” (Gaceta del Gobierno del Estado de México, 2010, p. 2); la localidad de Teotihuacán fue uno de los primeros municipios que recibió este nombramiento. Posteriormente, en octubre del 2014 se publican los ‘Lineamientos de Declaración de Pueblos con Encanto’, nuevo nombre que recibió el programa, el cual distingue “a los municipios con vocación turística cuyos habitantes han sabido cuidar la riqueza cultural, historia, autenticidad y carácter propio que resalta el encanto del lugar, con el propósito de convertir al turismo en una opción para su desarrollo” (Gaceta del Gobierno del Estado de México, 2014, p.2); para esta fecha San Martín de las Pirámides ya contaba también con esta declaratoria; este programa en el estado de México sirvió como antecedente e impulso para que las cabeceras de estos dos municipios consiguieran conjuntamente la categoría de Pueblo Mágico en 2015.

Los estudios relacionados con el análisis del impacto social a partir de declaratorias de Pueblos Mágicos aún son pocos, pero se pueden encontrar algunos como los siguientes:

Antecedente	Autor y fecha	Tipo de documento
Satisfacción de residentes con el desarrollo de la actividad turística en los Pueblos Mágicos de México: un indicador de competitividad. Casos de Comala en Colima y de Real de Asientos en Aguascalientes.	Covarrubias Ramírez, Rafael; et al. (2010).	Artículo científico

En esta investigación que se pretendía analizar la relación que existe entre el desarrollo turístico de ambas comunidades y el grado en que éste satisface a la población, en el marco de un turismo sostenible; se resalta la importancia de que las autoridades locales de las comunidades, e incluso los prestadores de servicios, sean quienes deben evaluar el grado de satisfacción de los residentes a la par de una evaluación de la actividad turística, para identificar con anticipación los problemas que pueden aquejar a la comunidad anfitriona. Los aspectos evaluados en esta investigación fueron relacionados a la percepción de la población en cuanto a los cambios en servicios públicos que notaban a partir del aumento de la actividad turística y en otros aspectos intangibles como la comodidad o el rescate cultural que ellos percibían, siendo los primeros los que presentaron mayor insatisfacción.

Antecedente	Autor y fecha	Tipo de documento
El programa «Pueblos Mágicos»: análisis de los resultados de una consulta local ciudadana. El caso de Cuitzeo, Michoacán, México.	García Vega, Diego; et. al. (2014).	Artículo científico

En este caso se presentan resultados de una consulta local a la localidad de Cuitzeo, Michoacán, a través de cuestionamientos muy generales sobre turismo y sobre el Programa Pueblos Mágicos; de lo más rescatable que se obtuvo fue que, además de que la gente desconocía los lineamientos y reglas de operación del programa, consideraban que no habían recibido ningún beneficio directo de

éste desde su declaratoria, y que los más beneficiados a su parecer eran las autoridades municipales y los prestadores de servicios.

Estos primeros dos antecedentes son los más similares a la presente investigación, en los que también se toma el análisis sociocultural como el principal objetivo. Otros aspectos en los que estas investigaciones concuerdan, es que el motivo de realizar el análisis del impacto sociocultural de la actividad turística en un destino, en este caso en un Pueblo Mágico, es que es más usual encontrar evaluaciones de la satisfacción del turista y no así de los residentes, de ahí la necesidad de realizar este estudio que, además, mencionan que debe hacerse escuchando directamente a la población de las comunidades anfitrionas, pues así, es más fácil evaluar aspectos sociales y culturales que se ven afectados en ellas por el desarrollo turístico.

Existen otros tres antecedentes de investigaciones similares a la presente, con la diferencia de que estas no sólo abarcan un análisis del impacto sociocultural, sino también del económico y del ambiental.

Antecedente	Autor y fecha	Tipo de documento
Evaluación del desarrollo sustentable en el municipio de Zacatlán, a partir de su declaratoria como Pueblo Mágico.	Saldivar Romero, Cinthia (2015)	Tesis de maestría

En esta investigación se midieron resultados, en aspectos económicos, sociales y ambientales, generados en Zacatlán de las Manzanas al incorporarse al PPM, mediante indicadores específicos para cada una de las dimensiones que componen el desarrollo sostenible y así identificar si efectivamente éste se está llevando a cabo en la localidad. Para el caso del análisis de la dimensión social, se utilizaron indicadores socioeconómicos más generales como el nivel de marginación, grado de migración, grado de alfabetización y grado de escolarización, y otros más específicos y relacionados al turismo como la identidad cultural y los cambios sociales producidos en la localidad por esta actividad.

Antecedente	Autor y fecha	Tipo de documento
El Oro de Hidalgo Pueblo Mágico: Impactos Sociales, Culturales y Económicos.	Bartolo Trujillo, Edith (2015).	Tesis de licenciatura

En el caso de esta investigación no hay mucha información disponible, pero como su nombre lo dice, plantea la necesidad de analizar el impacto que la actividad turística genera en una población, específicamente con la iniciativa pública de Pueblos Mágicos, en los aspectos sociales, económicos y ambientales, y en cuanto los primeros, se consideraron aspectos como la inclusión social, integración y respeto entre turistas y residentes, infraestructura de la localidad, y rescate de la cultura local; mismos que se tomaron en cuenta en la presente investigación.

Antecedente	Autor y fecha	Tipo de documento
Análisis del impacto socio-ambiental por la denominación Pueblos Mágicos en Pahuatlán de Valle, Puebla.	Morel Franco, Navi (2016)	Tesis de maestría

Para esta investigación, se tomó en cuenta el análisis del aspecto social, en conjunto con el ambiental, de otro Pueblo Mágico, en el que se puede resaltar la necesidad de conocer la percepción de la población anfitriona para evaluar estos aspectos y la importancia de realizar este tipo de estudios ante el hecho de que no siempre el PPM cumple con los objetivos para los que fue planteado de conseguir un desarrollo turístico sostenible en las localidades que son nombradas PM. Entre los indicadores utilizados para este estudio se encuentran las mejoras en infraestructura y servicios básicos, participación de la población en la gestión turística, y otros de tipo económico como los beneficios que el programa ha representado para la economía local, encontrando como resultados que, para el caso de Pahuatlán, este aspecto no ha sido muy beneficiado, y lo mismo ocurrió con los servicios básicos e infraestructura, pues la mayoría de la población mostró una percepción negativa.

En general, todos los trabajos realizados anteriormente similares al análisis del que trata el presente, el impacto social o sociocultural, concuerdan en la carencia de una evaluación de este aspecto por parte de las autoridades involucradas en el PPM y en la gestión turística de las localidades que son nombradas Pueblos Mágicos, que además debe realizarse conociendo directamente la percepción de la población anfitriona, es decir, no existe aún un método especial ni indicadores específicos para identificarlo, sin embargo, los factores comunes que se consideraron para el análisis fueron los relacionados a los servicios básicos e infraestructura, y a los beneficios intangibles que culturalmente reciben los residentes de las comunidades anfitrionas como el rescate de tradiciones, respeto por parte de los turistas, identidad cultural, entre otros.

En cuanto al estudio específico de impactos socioculturales en el Pueblo Mágico de San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, no hay antecedentes a la fecha.

ii. Planteamiento del problema

Cuando se pretende conocer si ha existido crecimiento de una comunidad en la que se han implementado estrategias de desarrollo turístico, en especial las de un programa de políticas turísticas del ámbito federal como lo es el de Pueblos Mágicos, generalmente se analizan los aspectos económicos por el alcance y análisis de las estadísticas de instancias como el Inegi, Datatur, o las Secretarías de Turismo estatales, que generan indicadores como el consumo, el gasto, número de unidades económicas, empleos, número de cuartos disponibles, número de visitantes, estadía promedio, entre otros; por ello, también es importante conocer los beneficios sociales que la gente de la localidad está obteniendo directamente por la actividad turística en el municipio con el afán de procurar un desarrollo turístico equilibrado.

Esta información se encuentra parcialmente disponible en las fuentes oficiales, como el Inegi, pero al hablar de ella, y que al tratarse del ámbito turístico también se incluye lo sociocultural, resulta compleja su obtención fondo, es decir, se tiene que conocer directamente la percepción de las comunidades anfitrionas acerca

de los beneficios directos que están teniendo a raíz de una mayor apertura turística al denominarse Pueblo Mágico.

Para esta investigación, el campo de estudio se enfocó en las localidades de San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides que, a tres años de su declaratoria como Pueblo Mágico, no existe aún estudio alguno sobre el impacto sociocultural que ello ha generado en la gente, y así conocer si se están cumpliendo los objetivos del Programa y si las autoridades de ambos municipios están aprovechando la coyuntura para contribuir al beneficio de su población.

iii. Justificación

El turismo, como lo menciona Boullón (2006), es resultado de un fenómeno social que parte del tiempo libre que poseen las personas, lo cual genera una serie de relaciones entre ellas y los distintos actores que intervienen en esta actividad, como los prestadores de servicios, inversionistas y gobierno, considerando entonces al turismo como un sistema, en el que se involucran aspectos sociales y económicos, principalmente, sin embargo, los segundos pueden verse como los más importantes para estos agentes, pues se preocupan por implementar estrategias para atraer cada vez más turistas y obtener mayor derrama económica en los destinos turísticos, dejando en segundo plano los impactos negativos que eso representa potencialmente para las comunidades anfitrionas, como la incomodidad por la invasión de turistas, la elevación del costo de vida, las pocas oportunidades de empleo para ellos en el sector, entre otras, y para los recursos naturales, que son los que le dan sustento a la actividad turística.

Retomando lo mencionado por Boullón en el párrafo anterior, el turismo también es una actividad o fenómeno social, pues existe una estrecha relación en todo momento con las personas, que se puede ver en dos sentidos: uno, de lado de la actividad turística hacia los clientes, es decir, una empresa turística se caracteriza por producir servicios, mediante los cuales está continua y estrechamente en contacto con los clientes, o en este caso turistas, por lo que el objetivo principal de los prestadores de servicios, además de obtener utilidades, es lograr la satisfacción de las personas que pagan por sus servicios; por el otro lado, la actividad turística se desarrolla en los distintos destinos existentes,

ofreciendo una variedad de atractivos y productos turísticos, los cuales se ubican en sitios geográficos definidos, generalmente poblados, por lo que estas localidades se ven directamente afectadas por la actividad turística; luego entonces, cuando se habla de turismo, se refiere a una actividad que interactúa siempre con la gente, por ello debe considerarse como una actividad social, además de económica.

Dicho esto, algunas de las estrategias públicas en el sector turístico deben ir encaminada al desarrollo de productos turísticos que generen beneficios económicos y sociales, y este es el caso del programa federal Pueblos Mágicos, cuyo objetivo es incrementar los niveles de bienestar y el crecimiento económico de las localidades que obtienen este distintivo y, dado que la sociedad es un eje importante en el turismo, se debe analizar directamente en estas localidades si los objetivos del Programa se están cumpliendo, identificando principalmente la percepción de la población involucrada.

Este análisis es importante realizarlo para todas aquellas localidades que ya han sido nombradas Pueblo Mágico, sin embargo, al existir 121, se requiere de un gran esfuerzo, presupuesto y tiempo para realizarlo, por lo que, para el caso de esta investigación académica, sólo se realizó el ejercicio en San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, por la cercanía de la residencia del investigador con las localidades, y a la carencia de investigaciones con esta temática sobre ambos destinos.

iv. **Objetivos**

a. **General**

Identificar el impacto que se ha logrado, a través de indicadores socioculturales, en San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides a partir de su nombramiento como Pueblo Mágico, para corroborar qué tanto se ha cumplido el objetivo del Programa Pueblos Mágicos de generar beneficios socioculturales en estas comunidades.

b. Particulares

- 1) Realizar un comparativo del impacto sociocultural generado entre San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides
- 2) Conocer cómo se ha incluido a la población anfitriona en el desarrollo turístico de San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides.

v. Preguntas de investigación

a. Pregunta principal

¿Qué tanto se está alcanzando, particularmente en las localidades de San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, el objetivo principal del Programa Pueblos Mágicos de generar beneficios sociales en las localidades que obtienen el nombramiento?

b. Preguntas secundarias

- 1) ¿En cuál de las dos localidades que integran el Pueblo Mágico, San Juan Teotihuacán o San Martín de las Pirámides, se está generando un mejor impacto sociocultural a partir de su nombramiento?
- 2) ¿Los municipios han implementado estrategias de inclusión comunitaria para el desarrollo turístico de San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides a raíz de obtener la declaratoria de Pueblo Mágico?

vi. Método de investigación

Este tema de investigación pretende ser de interés e importancia para la comunidad, autoridades municipales, estatales y federales que se encuentran involucradas en las localidades de San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides y en el Programa Pueblos Mágicos en el cual están inmersos agentes de los sectores público, privado y social, además de todo lector que esté interesado en conocer el impacto social que está teniendo dicho programa federal en uno de los 121 Pueblos Mágicos que existen actualmente.

Para lograr el objetivo anterior, las etapas a seguir fueron las siguientes:

- ❖ Investigar sobre el Programa de Pueblos Mágicos, sus orígenes y motivos de creación, las reglas de operación, así como sus objetivos, de los cuales se identifica la problemática.
- ❖ Posteriormente se investigó a profundidad la información relacionada con las características históricas, físicas y turísticas de las localidades que se analizaron para tener un conocimiento más amplio del campo de estudio.
- ❖ Identificada la problemática y teniendo la información suficiente acerca del tema a investigar, se elaboraron los instrumentos de recolección de información, la entrevista y el sondeo. Una vez hecho esto, se procedió a la aplicación de estos instrumentos para recabar información en el campo de estudio, el cual fue el Pueblo Mágico de San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides.
- ❖ La entrevista se aplicó de manera directa, a una de las autoridades disponibles en la gestión turística de dichas localidades, el presidente del Comité de Pueblo Mágico¹ de cada una, para conocer su perspectiva de los cambios generados por el Programa y por acciones propias según sus funciones en esas localidades, así como la forma en que han impactado en el turismo, mientras que los sondeos se realizaron a una muestra representativa de la población, para conocer su percepción de los beneficios que están obteniendo al ser Pueblo Mágico.
- ❖ Por último, se analizó la información recabada utilizando algunas gráficas, principalmente, como apoyo para una mejor comprensión de los resultados y así obtener conclusiones respecto a las preguntas de investigación.

a. Diseño de investigación

El estudio tuvo un alcance exploratorio, ya que el propósito fue conocer la percepción de una comunidad ante una situación en específico (Hernández,

¹ Un Comité de Pueblo Mágico es un grupo organizado de personas que representan a distintos actores de la localidad anfitriona denominada Pueblo Mágico, como empresarios del ramo turístico, artesanos, comunidad indígena, academia y autoridades municipales, que fungen como medio de consulta, análisis y propuesta, entre los tres niveles de gobierno y la población, de proyectos turísticos que se realicen en la localidad. Fuente: Secretaría de Turismo. (2014). *Reglamento del Comité de Pueblo Mágico*. Consultado el 9 de mayo de 2019. Disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/10/anexos-pueblos-magicos.pdf>

2010); siendo las localidades de Teotihuacán y San Martín de las Pirámides las referidas como 'comunidad', y la declaratoria de Pueblo Mágico que obtuvieron dichas localidades referida como la 'situación específica' que motivó el análisis de la comunidad; de igual manera se exploraron estudios que abarcan temas similares al análisis del impacto social en Pueblos Mágicos, así como información histórica, física y turística previa de las localidades para tener un conocimiento general previo del campo de estudio.

La trascendencia de esta investigación radica en que resulte una fuente de información para las localidades estudiadas, brindándoles un panorama de la situación que están viviendo al ser nombradas Pueblo Mágico, tanto a ellos como a los responsables del Programa, pretendiendo ser también un antecedente más de la importancia de realizar estudios similares para otros Pueblos Mágicos.

Como ya se ha mencionado, el campo de estudio de esta investigación se delimitó a uno de los 121 Pueblos Mágicos que hay en el país y 9 en el estado de México: San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides y, dado que este Pueblo Mágico se compone de ambas localidades, se estudiaron las dos; se pretendió conocer el impacto sociocultural en ellas, a partir de su nombramiento como Pueblo Mágico en el 2015, para posteriormente identificar si este impacto había sido mayormente positivo.

Es importante aclarar que las variables que se utilizaron para medir dicho impacto fueron aquellas en las que la actividad turística tiene total o gran influencia, y no aquellas en las que sólo sea uno de varios factores determinantes, descartando entonces, variables como el nivel de pobreza, marginación, índice de desarrollo humano, seguridad pública en la localidad, migración y desempleo, por mencionar algunas.

El enfoque de la metodología de investigación fue mixto, una parte cualitativa y otra cuantitativa (Cortés M., 2004), donde existen dos partes involucradas para la medición del impacto social; por una parte, dado que los proyectos que se realizan en favor del desarrollo del turismo en este PM son responsabilidad de las autoridades de gobierno y de los comités de ambas localidades, éstas fueron sujetas a un análisis cualitativo a través de una entrevista (Hernández, 2010) como instrumento de recolección de información para conocer las acciones que

han realizado en pro de las comunidades receptoras, así como los cambios en materia turística que se han presentado a partir del fenómeno explicativo, este instrumento consistió en una entrevista semiestructurada (anexo 1), es decir, con preguntas previamente definidas y otras que surgieron en el momento con el fin de obtener una mayor información. (Grinnell y Unrau, 2007)

La segunda parte involucrada es la afectada por la actividad turística en el destino, es decir, la comunidad receptora, por lo que ésta fue sujeta a un análisis cuantitativo, a través de un sondeo (Hernández, 2010) como instrumento de recolección de información a una muestra representativa de la población, para conocer su percepción acerca de la actividad turística generada en su entorno a partir de que su localidad se convirtió en PM y los posibles beneficios que este hecho ha representado para ellos, en este caso, el sondeo consistió en tres preguntas iniciales para conocer el perfil del sondeado, una pregunta filtro, y trece preguntas enfocadas a conocer la opinión de la población.

Estas trece preguntas tuvieron respuestas de escala de clasificación continua (anexo 2), es decir, en cada pregunta el sondeado asignó de acuerdo a su criterio una calificación en una escala de 0 a 10, donde 0 significaba una percepción negativa y 10 una percepción positiva; posteriormente, se obtuvo el promedio de calificaciones para cada pregunta, y tomando la escala como una recta numérica, se eligieron tres puntos equidistantes: el primero entre 0 y 10, el 5, para tener una primera división en partes iguales de la escala; y los otros dos puntos entre 0 y 5, el 2.5, y entre 5 y 10, el 7.5; para así tener la escala de medición dividida en cuatro rangos iguales: del 0 al 2.5, del 2.5 al 5, del 5 al 7.5 y del 7.5 al 10. Si el promedio obtenido se encontraba en el primer rango, correspondería a una 'percepción negativa alta', si se encontraba en el segundo rango, correspondería a una 'percepción negativa baja', si se encontraba en el tercer rango, correspondería a una 'percepción positiva baja', y si se encontraba dentro del cuarto rango, correspondería a una 'percepción positiva alta'; generando como resultado una gráfica del índice general de percepción de la comunidad receptora, en la que cada pregunta corresponde a un indicador específico.

b. Delimitación del universo

Para la parte cualitativa del análisis, se realizaron dos entrevistas a dos autoridades relacionadas con la gestión turística del PM, los presidentes de los Comités de Pueblo Mágico, el de San Juan Teotihuacán y el de San Martín de las Pirámides. En la parte cuantitativa, se definió a la población que se encuentra dentro del territorio perteneciente a ambas localidades como objeto de estudio. En la tabla siguiente se muestran los criterios que delimitaron tal grupo, para posteriormente calcular la muestra a la que se aplicaron los sondeos, y en los que se esperaba incluir a amas de casa, estudiantes, comerciantes, trabajadores y artesanos como grupos de interés.

Tabla 2. Criterios delimitantes de la población estudiada.

Grupo poblacional	Criterios delimitantes	Población*	
Comunidad	Población de 18 a 64 años	Teotihuacán	13,671
		San Martín de las Pirámides	7,716

*Fuente: Inegi, 2010. Censo de Población y Vivienda 2010.

c. Cálculo de la muestra

El universo o población del análisis de esta investigación se redujo específicamente a las localidades de San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, ya que éstas fueron las que, en conjunto, recibieron el nombramiento de Pueblo Mágico en 2015 y, como se observa en la tabla anterior, el único criterio delimitante fue el rango de edad, ya que al ser un estudio de impacto social, es importante incluir a la población en general, siempre y cuando se encuentre en dicho criterio, tomando en cuenta a población ocupada, la no ocupada, amas de casa, estudiantes, entre otros.

Siendo así, la población delimitada a analizar fue de 13,671 personas en Teotihuacán y 7,716 en San Martín de las Pirámides, de las cuales se obtuvo una muestra representativa a través de la siguiente fórmula correspondiente a un muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple (Hernández, 2010):

$$n = \frac{N * p * q * k^2}{(N - 1) * e^2 + p * q * k^2}$$

Donde:

n: es el tamaño de la muestra

N: es el tamaño de la población de interés

p: probabilidad de que ocurra el evento

q: probabilidad de que no ocurra el evento (1-p)

k: factor probabilístico dado por el nivel de confianza (NC) que es del 90%

e: error máximo aceptable (1-NC)

Sustituyendo los valores del ejercicio en la fórmula, en primer lugar, los de la población de Teotihuacán, ésta quedó de la siguiente manera:

n= ¿?

N= 13,671

p= 0.5

q= 0.5

k= 1.645

e= 0.1

$$n = \frac{13671 * 0.5 * 0.5 * 1.645^2}{(13671 - 1) * 0.1^2 + 0.5 * 0.5 * 1.645^2}$$

$$n = 67.322$$

Entonces, para el caso de San Juan Teotihuacán, la muestra correspondió a un total de 67 personas a sondear, donde cada uno de estos representó a 204 habitantes.

Ahora, para obtener la muestra correspondiente a San Martín de las Pirámides, se sustituyeron los valores de la población correspondiente en la fórmula, quedando de la siguiente manera:

n= ¿?

N= 7,716

p= 0.5

q= 0.5

k= 1.645

e= 0.1

$$n = \frac{7716 * 0.5 * 0.5 * 1.645^2}{(7716 - 1) * 0.1^2 + 0.5 * 0.5 * 1.645^2}$$

$$n = 67.071$$

Entonces, para el caso de San Martín de las Pirámides, la muestra correspondió a un total de 67 personas a sondear, donde cada uno de estos representó a 115 habitantes.

Para seleccionar los 67 sondeados en ambas localidades, se determinaron dos zonas estratégicas de recolección de la información, 50 de los sondeos (el 75%) se realizaron en el centro de las localidades, debido a que ahí era más fácil encontrar concentrada una mayor cantidad de los residentes, trabajadores y artesanos de éstas; los otros 17 sondeos (25%) se realizaron en calles al azar al interior de las localidades donde se ubican principalmente viviendas, encontrando parte de la población de interés como amas de casa, jóvenes y desempleados, principalmente; los sondeos se escogían aleatoriamente con la condición de que fueran residentes de la respectiva localidad.

d. Variables analizadas

En esta investigación se consideró importante identificar el impacto social generado por el turismo, tanto el procurado por las autoridades que intervienen en el PPM, como el percibido directamente por la localidad; para esta ocasión, se analizaron dos variables enfocadas principalmente a la dimensión sociocultural del turismo sostenible, derivadas de sugerencias de la OMT (2000) y de la investigación. Estas variables fueron: beneficios sociales generados asociados al turismo y la percepción de la comunidad frente al hecho de ser Pueblo Mágico, ambas a partir de que las localidades de San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides recibieran este nombramiento, es decir, a partir del 2015 y hasta el 2018, y se analizaron de la siguiente manera:

Tabla 3. Variables a analizar en la investigación.

Variable	Metodología	Instrumento	Indicadores	Fuente
Beneficios sociales generados, asociados al turismo	Cualitativa	Entrevista	-Obras y acciones de las autoridades de los tres niveles de gobierno en favor del bienestar de la población local. -Inclusión de la población en la toma de decisiones relacionadas el turismo.	Presidentes de los Comités de Pueblo Mágico (PCPM)

			-Obras o proyectos financiados con PRODERMAGICO ²	
Percepción de la población frente al hecho de ser Pueblo Mágico	Cuantitativa	Sondeo	-Índice de percepción de la población residente ante el desarrollo turístico en su localidad a partir del nombramiento como Pueblo Mágico.	Población local

² Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos (PRODERMAGICO), es un programa implementado por la Secretaría de Turismo para “contribuir a fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística en los destinos y en las regiones del país, así como fomentar el desarrollo de los mismos, mediante el otorgamiento de un subsidio para la ejecución de obras, servicios relacionados y acciones que permitan ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras.” (Sectur, 2018) Fuente: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/311595/SECRETARIA_DE_TURISMO_-_2018.pdf. Consultado el 16 de octubre de 2018.

Capítulo 1. Marco teórico-conceptual

La presente investigación y el respectivo problema planteado giran en torno al turismo, un sector económico que por sus múltiples aspectos debe distinguirse como una actividad apegada al desarrollo sostenible, en el que se deben abarcar los tres aspectos fundamentales que considera esta teoría: económicos, ambientales y sociales.

Es probable que el ámbito social sea el que tenga menos relevancia para el turismo en México, aun cuando existen programas de desarrollo turístico que procuran o intentan un desarrollo sostenible, como lo es el Programa Pueblos Mágicos, por tal razón, se contextualizó este trabajo en los conceptos ya mencionados, empezando por el más básico, pero no por ello más sencillo de entender, que es el turismo, así como otros conceptos derivados que se relacionan con el origen de los Pueblos Mágicos, seguido por un breve marco de la teoría del desarrollo sostenible, para entonces definir lo que es turismo sostenible, y terminando con una breve definición de los impactos sociales en el turismo.

1.1. Turismo

El turismo en México y en el mundo es una de las principales actividades que realiza una persona comúnmente cuando tiene vacaciones o días libres y quiere salir de paseo a algún lugar fuera de su residencia habitual, así mismo, cuando la gente habla de turismo, generalmente piensa en hoteles y restaurantes, sin embargo, el turismo es un concepto más amplio que incluye diversas actividades y en el que intervienen más empresas que sólo las de alojamiento y de alimentos. Para esto se presentan a continuación algunas definiciones que demuestran lo anterior y que ayudarán a comprender mejor la palabra turismo:

1. El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española lo define como: “Actividad o hecho de viajar por placer.” (RAE, 2018, párrafo. 1)
2. “Conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, servicios, diversiones, enseñanza, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas

derivadas de motivaciones.” (Congreso Internacional de Sociología, 1965, párrafo. 9)

3. “Turismo es la suma de las relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales.” (UIOOT, 1967, párrafo. 10)
4. Según La Cuenta Satélite de Turismo en México, el turismo: “se refiere a las acciones que realizan los visitantes. Engloba todas las actividades económicas que se dedican a satisfacer la demanda del turista. Así, el turismo no puede ser definido independientemente de los visitantes (turistas) y las acciones realizadas por éstos, durante sus viajes. El turismo, visto como una acción efectuada por turistas, representa una función de consumo que está relacionada con la producción de bienes y servicios que satisfacen las necesidades del visitante.” (CSTM, 2003, párrafo. 8)
5. Las Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo señalan que: “El turismo se describe como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado).” (RIET, 1994, párrafo. 9)
6. El turismo es un “fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.” (Padilla, 1980, párrafo. 10)
7. En México, la Secretaría de Turismo lo define así: “Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.” (Sectur, 2018, párrafo. 92)

Dadas estas definiciones, se puede decir entonces que:

El turismo significa el desplazamiento temporal de las personas hacia otro lugar fuera de su entorno cotidiano, ya sea por horas (generando al menos una noche de pernocta), días, semanas o incluso meses (sin exceder a un año, ya que después de este tiempo, se consideraría que el individuo ya radica en el destino

y tendría obligaciones fiscales, entre otras cosas), en su tiempo libre, principalmente, aunque también puede viajar por motivos laborales siempre y cuando estas actividades no sean remuneradas.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) en su glosario de turismo (sin fecha) señala que las personas que realizan un viaje turístico se pueden denominar de dos formas: turista, si su viaje incluye al menos una pernoctación, y excursionista, si su viaje lo realiza en un mismo día sin pernoctar en el lugar receptor.

Al momento de hacer un viaje turístico, las personas requieren de diversos servicios tales como el hospedaje, transporte, alimentación, esparcimiento, diversión, alquiler de equipos de transporte, agencias de viaje y otros servicios de reservas, además de servicios culturales y deportivos (ver tabla 4), por lo que al hablar del sector turismo se incluyen empresas como hoteles, restaurantes, cafeterías, bares, parques de diversiones, parques temáticos, balnearios, medios de transporte aéreo, terrestre y marítimo, agencias de viaje, museos, entre otros.

Tabla 4. Lista de categorías de productos turísticos y de industrias turísticas

Productos	Industrias
1. Servicios de alojamiento para visitantes	1. Alojamiento para visitantes
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas	2. Actividades de provisión de alimentos y bebidas
3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril	3. Transporte de pasajeros por ferrocarril
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera	4. Transporte de pasajeros por carretera
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua	5. Transporte de pasajeros por agua
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros	6. Transporte aéreo de pasajeros
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte	7. Alquiler de equipos de transporte
8. Agencias de viajes y otros servicios de reservas	8. Actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reservas
9. Servicios culturales	9. Actividades culturales

Productos	Industrias
10. Servicios deportivos y recreativos	10. Actividades deportivas y recreativas
11. Bienes característicos del turismo, específicos de cada país	11. Comercio al por menor de bienes característicos del turismo, específicos de cada país
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país	12. Otras actividades características del turismo, específicas de cada país

Fuente: OMT, 2018.

1.1. Recursos, Atractivos y Productos Turísticos

Para que se realice la actividad turística en cualquier destino, se necesita que estos posean ciertos recursos provenientes de la naturaleza, de su historia o de su cultura que puedan ser atractivos para las personas locales y foráneas y así puedan realizar turismo en el destino; estos elementos se denominan recursos turísticos, que en pocas palabras son “todo aquello que sirve de base para la práctica de actividades turísticas.” (Libro blanco del turismo español, 1990, párrafo. 1)

Para entender este concepto, se presentan algunas definiciones:

1. Son “elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales, que mediante una adecuada y racionada actividad humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico” (Ramírez, 1998, p. 336).
2. Es “todo elemento material que tiene capacidad, por sí mismo o en combinación con otros, para atraer visitantes a una determinada localidad o zona.” (Vogeler y Hernández, 2002, párrafo. 2) Por lo tanto, no lo son sólo los atractivos naturales, sino también aquellos otros contruidos por el hombre.
3. “Conjunto de atractivos del territorio: su patrimonio natural y cultural, su clima y las personas que viven en el mismo.” (Chias, 2005, párrafo. 3)
4. “Los recursos son aquellos elementos con potencial turístico que aún no cuentan con las adecuaciones necesarias para atender visitantes, pero que se presentan como un activo turístico en stock.” (Entorno Turístico, 2018, párrafo. 1)

En estas definiciones se puede observar en común que se consideran dos principales categorías de recursos turísticos: naturales, en los que se

contemplan playas, islas, lagos, cenotes, manantiales, montañas, volcanes, flora y fauna, ecosistemas naturales, así como recursos intangibles como el clima; y culturales, como las zonas arqueológicas, construcciones y sitios históricos, vestigios prehispánicos, la arquitectura del lugar ya sea antigua o moderna y obras artísticas.

Otro aspecto importante que considerar de los recursos turísticos son sus características o rasgos (González, 2018), los cuales son importantes de considerar al momento de su gestión para la actividad turística:

- a) **Inmovilidad de los recursos**, esto se refiere a que la mayoría de los recursos (no todos) son imposible de desplazar, como los cuerpos de agua, elevaciones como montañas y volcanes, y sitios arqueológicos.
- b) **Propiedad y control de los recursos naturales y culturales**, en muchas ocasiones, las empresas turísticas hacen uso de recursos, naturales y culturales principalmente, que no son precisamente de su propiedad, sino que se encuentran bajo el resguardo o cuidado de las comunidades u otras organizaciones colectivas, por lo que debe existir un gran compromiso de las empresas por el cuidado de tales recursos.
- c) **Estacionalidad**, esto se refiere a que la mayoría de los recursos turísticos están sujetos a factores estacionales como el clima, la distribución de los tiempos de ocio, calendarios de eventos, entre otros, que determinan la demanda de los productos turísticos (ibídem, 2018), lo que determina también la llamada temporada alta o baja³ de los destinos.
- d) **Restricciones de capacidad**, el uso de los recursos turísticos depende de su capacidad de soporte del número de visitantes por determinada unidad de tiempo, hay recursos que no deben (o no deberían) superar el límite de su capacidad, de lo contrario pueden llegar a colapsar en algún tiempo.
- e) **Tiempo**, uno de los recursos más importantes de los que el turista depende, que en muchas ocasiones es escaso, para realizar la actividad

³ Periodos en los que la demanda turística aumenta o disminuye. Fuente: General T. (s.f.). *Definición de Temporada*. Disponible en: <https://conceptodefinicion.de/temporada/>. Consultado el 9 de mayo de 2019.

turística, y que deben considerar al elegir su destino turístico, por la distancia y el tiempo que les tomará trasladarse ahí.

Estas características de los recursos turísticos muestran notablemente la necesidad de su cuidado al mismo tiempo de su explotación, sobre todo los recursos naturales, que llegan a ser los más atractivos, y por tanto los más usados, para el turismo, suceso que representa uno de los aspectos a considerar dentro del concepto de turismo sostenible, que posteriormente se definirá.

Como se logra observar también en las definiciones anteriores de recursos turísticos, estos son elementos que necesitan conjuntarse con otros o que necesitan de la mano del hombre para que adquieran algún valor que resulte atractivo para el turista, pasando a la siguiente categoría que es la de atractivos turísticos, y para entender mejor este concepto se presentan las siguientes definiciones:

1. Los atractivos turísticos “constituyen el principal motivo para que el turista lo visite (un destino)” además de que “son capaces de satisfacer las motivaciones primarias de viaje de los turistas.” (Acerenza, 1984, p. 337)
2. Son una “serie de características propias de todo lugar que constituya un destino turístico que motivan el desplazamiento temporal de los viajeros. Estas características desde el punto de vista del visitante se denominan atractivos turísticos, porque son los que llaman y atraen su atención. Desde el punto de vista de la región visitada, estos atractivos forman parte de los recursos turísticos, porque constituyen lo que se puede ofrecer al visitante.” (Gurría di Bella, 1991, p. 337)
3. Un atractivo turístico se refiere a un “objeto o acontecimiento capaz de motivar a un turista a abandonar su domicilio habitual para trasladarse a conocerlo.” (Wallingre y Toyos, 2010, p. 337)
4. Por último, en México, la Secretaría de Turismo en su glosario define atractivos turísticos como “valores propios existentes, natural, cultural o de sitio, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo.” (Sectur, 2018, párrafo. 4)

Se puede apreciar que todas las definiciones concuerdan en que los atractivos turísticos son los que motivan al turista para que se desplacen al destino, y, a pesar de que los recursos de un lugar son tangibles, en muchas ocasiones son

características intangibles como las representativas de la cultura del lugar, las que le dan valor para convertirse en atractivos; cabe mencionar que no siempre todos los recursos turísticos pueden convertirse en atractivos turísticos.

La siguiente categoría a la que la suma de atractivos turísticos con otros elementos da como resultado, es la de producto turístico, que integra tanto recursos como atractivos turísticos, además de infraestructura (elementos físicos, públicos y privados necesarios para el acceso del destino y disfrute de su oferta turística por parte del turista) y la oferta de empresas y servicios turísticos. (De la Colina, 2018)

Una definición similar es la de Boullón (2006), quien menciona que un producto turístico es la integración de la oferta y demanda turísticas, y la planta turística (atractivos turísticos, equipamiento e instalaciones, e infraestructura), para satisfacer el consumo de las actividades turísticas.

Por otro lado, la Secretaría de Turismo en su glosario lo define como “el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos del turista y/o visitante” (Sectur, 2018, párrafo. 73).

Todas las definiciones coinciden en que la conjunción de los atractivos de un lugar, los servicios turísticos que se ofrecen ahí y las necesidades del turista, genera un producto turístico que atrae un mayor número de visitantes y genera una experiencia en ellos, y por tanto, fomenta un mayor gasto del turista en el destino (Trejo, 2018), de ahí la importancia para la economía de un destino de generar productos turísticos y no se quede sólo con la oferta de atractivos y servicios turísticos que no atraen mayores ingresos o estadías. En este nivel de productos turísticos es donde se pueden ubicar los Pueblos Mágicos.

Recordando entonces, un destino puede contar con recursos naturales, culturales, o ambos, que, al agregarle cierto valor histórico o cultural, se convierten en atractivos turísticos que, en conjunto con la oferta de servicios y equipamiento turísticos, conforman uno o varios productos turísticos en un mismo destino, por lo que estos productos tienen el objetivo de generar una experiencia en el turista para lograr su satisfacción y, mejor aún, su regreso al destino. De manera gráfica esto se puede ver así:

Ilustración 2. Niveles de valor turístico de los recursos naturales y culturales de un lugar.



Fuente: elaboración propia.

1.2. Tipos de turismo

Ahora bien, según el tipo de atractivos y productos turísticos en un destino, las actividades a desarrollar o incluso el motivo de viaje del turista, existen diferentes tipos de turismo; según estos factores se pueden hacer las siguientes clasificaciones más comunes:

Tabla 5. Tipos de turismo más comunes según tipo de atractivos y motivos de viaje.

Tipos de turismo	
Según factor espacial o tipos de atractivos	
Categoría	Tipo de atractivos
Turismo de sol y playa	Playas, climas soleados y cálidos
Turismo cultural	Patrimonio, culturas prehispánicas, artesanías, obras artísticas, sitios históricos, zonas arqueológicas.
Turismo de naturaleza/ecoturismo	Biodiversidad, paisajes y espacios naturales
Turismo rural	Contemplación y visita de áreas no urbanas para el descanso, recreación o conocer su cultura
Según motivo de viaje	
Categoría	Motivo de viaje

Turismo de reuniones/ de negocios	Asistencia a ferias, exposiciones, congresos o por razones laborales o profesionales
Turismo deportivo	Practicar algún deporte con condiciones necesarias no existentes en lugar de residencia
Turismo de salud y bienestar	Búsqueda de espacios o tratamientos que generen mejores condiciones de vida
Turismo gastronómico	Conocer la gastronomía típica de un destino
Turismo LGBT	La comunidad LGBT busca destinos amigables, tranquilos, donde no exista discriminación y exista libertad de expresión
Turismo negro	Visita de lugares donde hubo desastres naturales y otros fenómenos causados por el hombre

Fuente: elaboración propia con información de Sectur (2004), Ibáñez (2007) y Entorno Turístico (s.f. Consultado el 6 de febrero de 2018).

Según la Secretaría de Turismo, los Pueblos Mágicos se localizan en la categoría de Turismo cultural, por lo que a continuación se definirá el concepto de este tipo de turismo.

1.2.1. Turismo cultural

En este segmento turístico, las personas eligen y viajan a destinos que cuentan con características peculiares dada su historia o la cultura que en él prevalece; “corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de entrar en contacto con otras culturas y acercarse a sus identidades” (Ibáñez y Rodríguez, 2018, p. 21); en estos destinos, que pueden ser zonas rurales o urbanas, los turistas realizan actividades de visita, recorrido o las relacionadas con monumentos, la arquitectura del lugar, obras artísticas, costumbres y tradiciones, aspectos religiosos, festividades o gastronomía (Ibáñez y Rodríguez, 2018).

Otra definición es la de la Secretaría de Turismo (2015), que lo define como “aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico.” (Sectur, 2015, párrafo. 3)

El turismo cultural es quizá el turismo más común en el mundo y el que tiene la posibilidad de desarrollarse prácticamente en cualquier época del año dado el reconocimiento mundial que tienen los atractivos culturales de algunos destinos. Las personas se ven motivadas a desplazarse a estas atracciones fuera de su lugar de residencia “con la intención de obtener nueva información y experiencias que satisfagan sus necesidades culturales.” (Richards, 1996, p.21)

La diversidad cultural en México y el potencial que ésta tiene para el turismo cultural dieron pie al surgimiento de un producto turístico a nivel nacional denominado Pueblos Mágicos, localizados en distintas partes del país.

1.3. Pueblos Mágicos

Los Pueblos Mágicos son comunidades de México que poseen “atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin magia que te emanan en cada una de sus manifestaciones socio-culturales.” (Sectur; 2014, párrafo. 1) Al ser denominadas así, además de que debieron cumplir ciertas características requeridas por la Secretaría de Turismo que posteriormente se mencionarán, significa que las comunidades han conservado sus tradiciones, costumbres, arquitectura original, historia, cultura y gastronomía a través del tiempo, lo que las identifica al darles valor histórico y cultural, ello significa una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico por su gran atractivo.

Actualmente, todos los estados del país cuentan con comunidades denominadas Pueblo Mágico, las cuales se encuentran dentro de un programa nacional de turismo con objetivos de desarrollo sostenible (que en el siguiente capítulo se explicará), concepto que enmarca teóricamente el tema de esta investigación y que a continuación se presenta.

1.2. Desarrollo sostenible

En la década de 1980, ante la situación crítica en la que se empezaba a ver con mayor fuerza el medio ambiente y los recursos naturales en el mundo a causa del desarrollo económico que generaba la industria, en el que se

sobreexplotaban y degradaban los recursos naturales, surge la preocupación de ver y fomentar una nueva y holística forma del desarrollo económico, que considerara los efectos contaminantes de las empresas en el agua y en el suelo, en los ecosistemas y en la biodiversidad del mundo en general (Gutiérrez E., 2007), a la que se llamó desarrollo sustentable, o como muchos otros también lo llaman, desarrollo sostenible que, “aplicados al campo de la economía, el medio ambiente o el desarrollo y responsabilidad social, el desarrollo sostenible y el desarrollo sustentable pueden considerarse palabras sinónimas” (Hernández A., 2018, p. 13), o que son iguales en cuanto a su aplicación, aunque el significado puede ser diferente dependiendo de la zona geográfica donde se utilice el término. (Méndez, 2012) Para el caso de esta investigación, se usará el término de desarrollo sostenible que, para algunos de los autores que lo utilizan, lo refieren de la siguiente manera:

1. “Perseguir la integridad de los procesos, ciclos y ritmos de la naturaleza.” (Shiva, 1989)
2. “Sostener los recursos naturales.” (Carpenter, 1991)

Estos primeros dos autores orientan el concepto principalmente a la parte ambiental, mientras que Bojo (1990) lo hace integrando otros aspectos:

3. “Lograr la sostenibilidad de todos los recursos: capital humano, capital físico, recursos ambientales, recursos agotables.”

En esta definición, complementando las anteriores, toman en cuenta también a las personas, acercándose a la integración de las tres dimensiones que componen al desarrollo sostenible. Esta evolución del concepto se amplía un poco más a continuación.

En 1987, la ONU, a través de la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo (CMMAD), propone, en su reporte llamado “Informe Brundtland” o también conocido “Nuestro Futuro Común”, impulsar el desarrollo sostenible como un camino para corregir la crisis ecológica global y entonces definió este concepto como el “desarrollo que permite satisfacer la necesidades de la presente generación, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas” (CMMAD, 1987, p.55), es decir, cuidar hoy para mantener a largo plazo todo aquél recurso del que necesita el ser humano para

su supervivencia y así las generaciones futuras puedan seguir utilizando de manera eficiente dichos recursos.

Sin embargo, nótese que el concepto de desarrollo sostenible contemplaba solamente aspectos económicos y ambientales, fue después de esa década que se incluyeron también “aspectos relativos a la pobreza y la explosión demográfica en el mismo nivel de importancia que las cuestiones del medio ambiente” (Gutiérrez E., 2007, p. 56), es decir, desde los inicios del concepto de sostenibilidad, la parte social no se tomaba en cuenta, sino hasta después. Entonces, el desarrollo sostenible es un campo de conocimiento holístico que integra el desarrollo económico, el ambiente y la sociedad; cabe mencionar que estas tres dimensiones integran acciones no sólo para reducir o evitar los impactos negativos a cada uno ellas, sino que también deben implementarse acciones que favorezcan un desarrollo positivo y equilibrado en lo económico, en el medio ambiente y en la sociedad, como también lo menciona Villamizar, que se refiere al desarrollo sostenible como un “término que se le da al equilibrio del manejo del planeta en tres aspectos: económico, ambiental, social, resaltando que ningún recurso deberá utilizarse a un ritmo superior al de su generación.” (Villamizar, s.f., p. 7)

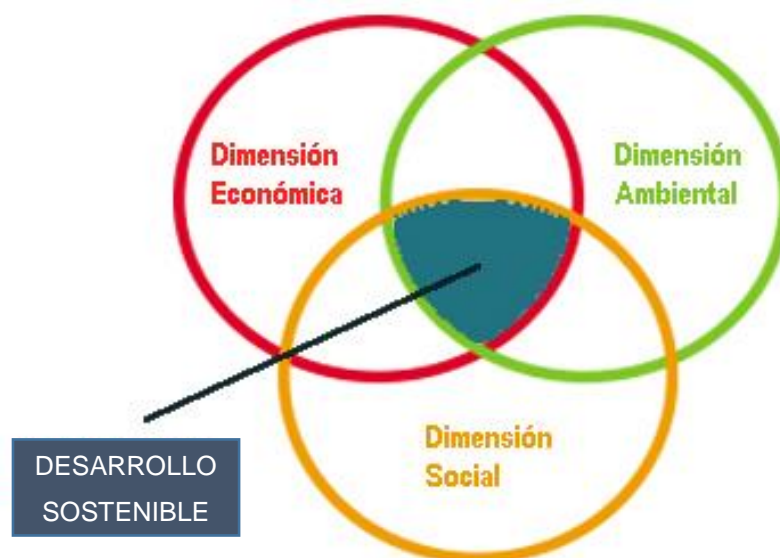
Además, la CMMAD (1987) en su apartado de ‘Nuestro Futuro Común’ da algunas recomendaciones de lo que implica el desarrollo sostenible, de las que se retoman las siguientes (p. 56):

- un sistema político democrático que asegure a sus ciudadanos una participación efectiva en la toma de decisiones;
- un sistema económico capaz de crear excedentes y conocimiento técnico sobre una base autónoma y constante;
- un sistema de producción que cumpla con el imperativo de preservar el medio ambiente.

A partir de esto se puede observar que el desarrollo sostenible depende de la participación y voluntad de la sociedad y, en gran parte, de los gobiernos, pues se requiere de una política donde toda actividad productiva se ocupe de satisfacer las necesidades de la población actual, y se preocupe por atender las necesidades de las generaciones futuras. (Ramírez, 2004)

Retomando entonces la evolución del concepto de desarrollo sostenible a lo que actualmente se conoce, se puede decir que, en principio, el sistema económico que manejaba la industria sobre todo en la segunda mitad del siglo XX causaba muchos impactos negativos al medio ambiente, por lo que la preocupación a este factor se agrega al concepto, posteriormente se anexa la preocupación el impacto en la sociedad, quedando finalmente las tres dimensiones que contempla el concepto de desarrollo sostenible: la económica, la ambiental y la social, debiendo existir un equilibrio entre las tres. Esto de manera gráfica se puede ver así:

Ilustración 3. Descripción gráfica del equilibrio entre las dimensiones que integran el desarrollo sostenible



. Fuente: elaboración propia.

1.2.1. Dimensión económica

Según el *Global Reporting Initiative*, “la dimensión económica de la sostenibilidad se refiere a impactos de la organización en las condiciones económicas de sus interesados, y en los sistemas económicos locales, nacionales y niveles globales” (GRI, 2018, p. 67), es decir, si se habla de una empresa, debe buscar generar beneficios económicos para ella, sus socios, trabajadores, clientes y a la sociedad que está involucrada con ella, o si se habla de un gobierno, éste debe buscar beneficios económicos para el Estado y para la población de la que

está a cargo. La dimensión económica no sólo debe buscar la disminución de costos de operación, incrementos de ingresos o rentabilidad, también debe fomentar la creación de empleos e impulsar el crecimiento local y con ello, la reducción de la pobreza. (Encarnación G. 2017)

1.2.2. Dimensión ambiental

“La dimensión ambiental de la sostenibilidad se refiere al impacto de las organizaciones en los sistemas naturales vivos y no vivos, incluyendo tierra, aire, agua y ecosistemas” (GRI, 2018, p. 84), causado por sus procesos de producción, desde los recursos naturales que intervienen en las entradas (inputs) como energía o agua, hasta los que se generan una vez terminados los productos, como emisiones y desechos. Esta dimensión no sólo contempla evitar las emisiones de dióxido de carbono (CO₂) o el no generar residuos sólidos urbanos (basura), también consiste en realizar acciones que contribuyan a conservar la biodiversidad. (Encarnación G., 2017)

1.2.3. Dimensión social

Finalmente, la dimensión que se anexó al último al concepto de desarrollo sostenible y de la cual se basa el presente trabajo, “se refiere a los impactos de las organizaciones en los sistemas sociales dentro de los cuales opera” (GRI, 2018, p. 142), siendo estos entes sociales principalmente afectados, el capital humano de las organizaciones y las personas externas a las que se enfocan sus operaciones y sus procesos. La dimensión social se enfoca en que la organización, además de cuidar los recursos utilizados a fin de que estos se encuentren disponibles para la sociedad, fomente una inclusión social, un consumo responsable y favorezca la igualdad y el bienestar social. (Encarnación G., 2017)

Para que las organizaciones logren un desarrollo sostenible, debe existir un equilibrio entre las tres dimensiones (Artaraz M., 2002), lo cual debiera ser uno de sus objetivos principales, difícil de lograr, pero lo valioso son las prácticas que realizan para llegar a ello.

En el ámbito mundial, esta dimensión ha cobrado gran importancia para el actuar de los gobiernos en todo el mundo, y en el año 2000 la ONU, a través de su Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), impulsó una

iniciativa llamada “Objetivos de Desarrollo del Milenio” (ODM), que se acordaron universalmente para hacer frente a problemas sociales, principalmente la pobreza, el hambre, la salud y el analfabetismo de los niños. (PNUD, s.f.)

En el 2012, durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, se creó una nueva propuesta que sustituiría a los ODM, que considera la importancia de la problemática existente, cada vez con mayor fuerza, con el medio ambiente y el cambio climático en el mundo; de tal forma, se formularon los “Objetivos de Desarrollo Sostenible” (ODS), que son 17 retos que contemplan desafíos sociales, económicos y ambientales. Hasta 2015 fue cuando la mayoría de los líderes mundiales adoptaron estos objetivos incluidos en la “Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible” que, según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, deben cumplirse desde su puesta en marcha en 2016 y con fecha límite el año 2030. (PNUD, s.f.).

Los 17 ODS son los siguientes:

Tabla 6. Objetivos de Desarrollo Sostenible.

N°	Objetivo	
1	Fin de la Pobreza	Terminar con la pobreza en todas sus formas y dimensiones para 2030. Esto requiere centrarse en los más vulnerables, aumentar el acceso a los recursos y servicios básicos y apoyar a las comunidades afectadas por conflictos y desastres relacionados con el clima.
2	Hambre Cero	Terminar con todas las formas de hambre y desnutrición para 2030 y velar por el acceso de todas las personas, en especial los niños, a una alimentación suficiente y nutritiva durante todo el año. Esta tarea implica promover prácticas agrícolas sostenibles a través del apoyo a los pequeños agricultores y el acceso igualitario a la tierra, la tecnología y los mercados.
3	Salud y Bienestar	Poner fin a las epidemias de SIDA, tuberculosis, malaria y otras enfermedades contagiosas para 2030. El objetivo es lograr una cobertura universal de salud y facilitar medicamentos y vacunas seguras y asequibles para todos. Una parte

		esencial de este proceso es apoyar la investigación y el desarrollo de vacunas.
4	Educación de Calidad	Asegurar que todas las niñas y niños completen su educación primaria y secundaria gratuita para 2030. También aspira a proporcionar acceso igualitario a formación técnica asequible y eliminar las disparidades de género e ingresos, además de lograr el acceso universal a educación superior de calidad.
5	Igualdad de Género	Garantizar el acceso universal a salud reproductiva y sexual y otorgar a la mujer derechos igualitarios en el acceso a recursos económicos, como tierras y propiedades.
6	Agua limpia y saneamiento	Garantizar el acceso universal al agua potable segura y asequible para todos en 2030, protegiendo y recuperando los ecosistemas relacionados con este recurso, como los bosques, montañas, humedales y ríos.
7	Energía asequible y no contaminante	Garantizar el acceso universal a electricidad asequible para 2030, invirtiendo en fuentes de energía limpia, como la solar, eólica y termal.
8	Trabajo decente y crecimiento económico	Estimular el crecimiento económico sostenible mediante el aumento de los niveles de productividad y la innovación tecnológica. Fomentar políticas que estimulen el espíritu empresarial y la creación de empleo, así como erradicar el trabajo forzoso, la esclavitud y el tráfico humano.
9	Industria, innovación e infraestructura	Garantizar el acceso igualitario a la información y el conocimiento, y promover la innovación y el emprendimiento.
10	Reducción de las desigualdades	Mejorar la regulación y el control de los mercados y las instituciones financieras y fomentar la asistencia para el desarrollo y la inversión extranjera directa para las regiones que más lo necesiten.
11	Ciudad y comunidades sostenibles	Garantizar el acceso a viviendas seguras y asequibles y el mejoramiento de los asentamientos marginales. También incluye realizar inversiones en transporte público, crear áreas públicas verdes y mejorar la planificación y gestión urbana de manera que sea participativa e inclusiva.

12	Producción y consumo responsables	Reducir a la mitad el desperdicio per cápita de alimentos en el mundo a nivel de comercio minorista y consumidores para crear cadenas de producción y suministro más eficientes.
13	Acción por el clima	Apoyar a las regiones más vulnerables (como los países sin litoral y los Estados islas) a adaptarse al cambio climático, integrando las medidas de reducción del riesgo de desastres en las políticas y estrategias nacionales.
14	Vida Submarina	Ordenar y proteger de manera sostenible los ecosistemas marinos y costeros de la contaminación terrestre, así como abordar los impactos de la acidificación de los océanos.
15	Vida de Ecosistemas Terrestres	Conservar y recuperar el uso de ecosistemas terrestres como bosques, humedales, tierras áridas y montañas para 2020, así como detener la deforestación.
16	Paz, justicia e instituciones sólidas	Reducir sustancialmente todas las formas de violencia, trabajar con los gobiernos y las comunidades para encontrar soluciones duraderas a los conflictos e inseguridad, y reducir el flujo de armas ilícitas y consolidar de la participación de los países en desarrollo en las instituciones de gobernabilidad mundial.
17	Alianzas para lograr los objetivos	La finalidad de los objetivos es mejorar la cooperación Norte-Sur y Sur-Sur, apoyando los planes nacionales en el cumplimiento de todas las metas. Promover el comercio internacional y ayudar a los países en desarrollo para que aumenten sus exportaciones, forma parte del desafío de lograr un sistema de comercio universal equitativo y basado en reglas que sea justo, abierto y beneficie a todos.

Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, s.f.:
<http://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

Aunque cada objetivo está enfocado en alguna de las tres dimensiones del desarrollo sostenible, todos ellos se formularon de tal forma que las tres dimensiones se vean involucradas directa o indirectamente para lograr el equilibrio dimensional y exista realmente un beneficio común.

Como se planteó anteriormente, el turismo es una actividad económica, de las más importantes en el mundo, que se involucra directamente con los recursos

naturales (de los que se ha remarcado la importancia del cuidado de estos por las implicaciones que tiene el no hacerlo para las comunidades, el paisaje, el medio ambiente y la actividad turística misma) y con las comunidades anfitrionas de los destinos turísticos, es decir, en el turismo intervienen tres factores fundamentales: el económico, el ambiental y el social y, considerando que este sector es responsable del 5% de las emisiones mundiales de carbono⁴ y que muchos destinos dependen del clima como su principal atractivo (OMT, 2011), el turismo debe planificarse y gestionarse de manera sostenible.

1.3. Turismo sostenible

El desarrollo sostenible es buscado por todo tipo de organizaciones, y las turísticas son también importantes, ya que estas hacen uso directo e intensivo de los recursos naturales y culturales, a la vez que el turismo se encuentra en permanente relación con la sociedad para realizar sus operaciones; por ello, el turismo adopta el concepto de turismo sostenible en 1991, cuando se lleva a cabo el 41 Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos del Turismo (AIEST), en el que se describe al turismo sostenible como aquel que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos. A partir de los años siguientes se llevaron a cabo diferentes eventos internacionales como la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro en 1992, la Conferencia Euromediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible en Francia en 1993 y la Conferencia Mundial del Turismo Sostenible en Lanzarote en 1995, teniendo al turismo sostenible o sustentable como el tema central, de acuerdo con López (2005).

Para abundar al término de turismo sostenible, se señalan algunas definiciones internacionales como:

Según la Federación de Parques Nacionales y Naturales de España, el turismo sostenible lo constituyen “todas las formas de desarrollo turístico, gestión, y actividad que mantienen la integridad ambiental, social y económica, así como el bienestar de los recursos naturales y culturales a perpetuidad.” (FPNN, 1993, p. 1)

⁴ 4% corresponde al transporte, casi 1% al alojamiento y un pequeño porcentaje al resto de las actividades turísticas (OMT, 2011).

Para la OMT (2018), esta modalidad de turismo es el “que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (párrafo. 1), además de que debe existir un “equilibrio entre los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.” (párrafo. 2)

Se puede observar que estas definiciones son muy similares al retomar las dimensiones del desarrollo sostenible, la económica, la ambiental y la social, aplicadas a los distintos actores que intervienen en el turismo como las empresas turísticas, los turistas, los recursos naturales y las comunidades anfitrionas; sin embargo, también hacen mención de un aspecto más que, sobre todo en el turismo, es importante considerarlo, que es el cultural; esta dimensión suele manejarse en conjunto con la social, ya que hace referencia a la necesidad de mantener la diversidad de culturas, valores y prácticas existentes en el planeta, en el país o en una región y que a lo largo del tiempo conforma las identidades de los pueblos. (Sachs, 1993)

En este sentido, de acuerdo con Hernández y De Loera (2018), las tres dimensiones del turismo sostenible: la económica, la ambiental y la sociocultural, buscan lo siguiente:

- Económica: una actividad turística viable para el destino en general, así como para las empresas y que se logre la satisfacción de la demanda.
- Ambiental: la preservación de la biodiversidad y la conservación y uso racional de los recursos naturales.
- Sociocultural: beneficios para la sociedad local, generando empleos, mejorando su calidad de vida y respetando sus valores culturales.

Por otro lado, haciendo mención de estas tres dimensiones, la OMT (2018) plantea que el turismo sostenible debe:

- Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

Con base en lo anterior se puede decir que el turismo sostenible consiste en que todos los actores involucrados en la actividad turística como las empresas, los trabajadores, los turistas y las comunidades, principalmente, lleven a cabo la actividad turística para generar beneficios económicos y sociales, pero al mismo tiempo conserven, respeten y mantengan los recursos naturales y culturales en sus condiciones originales a largo plazo, logrando así un turismo equilibrado en lo económico, en lo ambiental y en lo sociocultural en el presente y en el futuro.

1.4. Impactos sociales del turismo

El turismo sostenible parece una utopía, ya que en muchos destinos se preocupan sólo porque la actividad turística resulte rentable, dejando de lado los impactos sociales negativos generados en las comunidades receptoras.

Un impacto es “un cambio en un determinado tiempo como resultado de un estímulo externo” (Hall, 2005, p.120), por lo que un impacto social viene siendo un cambio, ya sea negativo o positivo, en algún grupo social generado por algún fenómeno o evento externo en un momento determinado.

En el ámbito turístico se puede decir que los impactos sociales son cambios negativos o positivos en las comunidades receptoras como “consecuencia de las relaciones directas o indirectas con los turistas y de la interacción con la industria turística... y que... suelen recibir poca atención en los estudios sobre sustentabilidad y sus prácticas.” (Van Broeck, 2005, p. 17)

En el turismo estos impactos sociales tienen relación con aspectos económicos y con aspectos culturales, existiendo entonces impactos socioeconómicos y

socioculturales que, por lo general, en el turismo suelen ser más negativos que positivos, a falta de un turismo sostenible. Estos impactos negativos en las comunidades, según Van Broeck (2005) con base en el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP), pueden ser los siguientes (p. 17):

- ❖ Cambio o pérdida de la identidad (sea por la modificación de bienes y costumbres sociales y culturales, la estandarización de éstos, la pérdida de autenticidad y la creación de autenticidad, o la adaptación de las manifestaciones culturales a las demandas de los turistas, artesanías, por ejemplo).
- ❖ Choques culturales causados por las diferencias existentes, por ejemplo: desigualdad económica, irritación provocada por el comportamiento de los turistas u otras fricciones culturales.
- ❖ Tensiones sociales causadas por impactos físicos como conflictos sobre los recursos naturales o sobre el uso del suelo, deterioro de recursos culturales.
- ❖ Cuestiones éticas. El turismo puede causar problemas graves cuando implica cuestiones éticas, o generar crimen. Con respecto a asuntos criminales la UNEP menciona el robo, tráfico de droga, pero también el desarrollo de apuestas; el reclutamiento de niños y jóvenes para el turismo como trabajadores baratos y flexibles es otro de los problemas apuntados.

Por su parte, en la dimensión socioeconómica, los impactos generados por el turismo se pueden ver reflejados en tasas de desempleo, tasas de migración de residentes ante la saturación de turistas en su localidad, niveles de escolaridad, construcción de infraestructura y equipamiento tanto para los locales como para los turistas, así como la generación de nuevas oportunidades de desarrollo para las localidades por parte de los gobiernos con el objetivo de mejorar la calidad de vida.

Capítulo 2. Marco referencial del Programa Pueblos Mágicos

En el presente capítulo se da un marco de referencia que envuelve la existencia del Programa Pueblos Mágicos, que involucra los objetivos de análisis de esta investigación, siguiendo con el mismo método del capítulo anterior, abarcando el temario de lo general a lo particular, comenzando por una descripción del panorama del turismo en México y en el mundo, sector en el que se

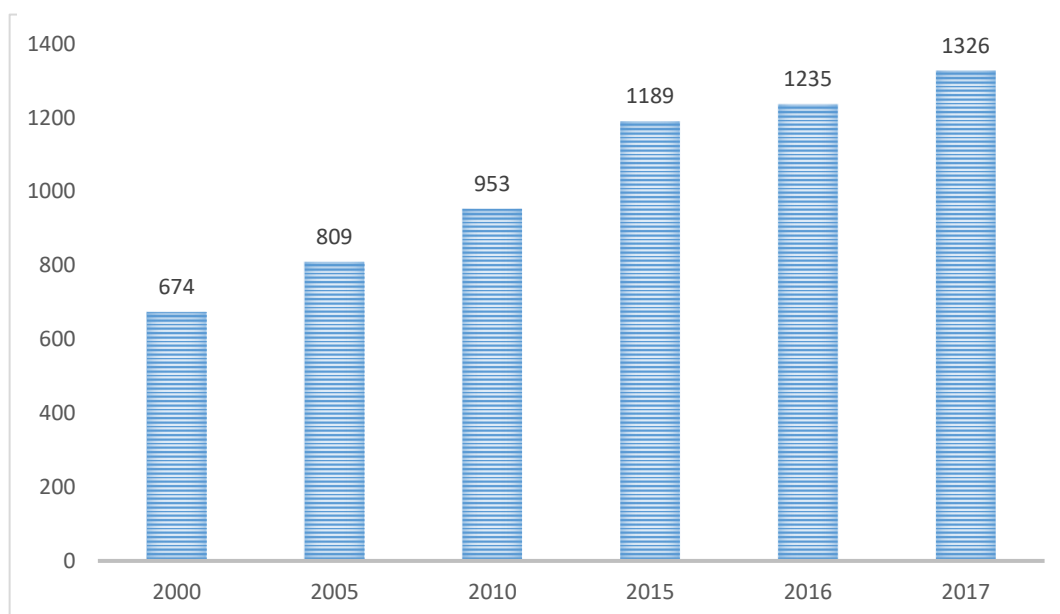
desenvuelven los Pueblos Mágicos, justificando la importancia que tiene dicho sector en el mundo y por tanto el estudio del mismo; siguiendo con más detalle la situación del turismo en México, analizando la importancia y las características de los atractivos con los que cuenta y que son base de los productos turísticos existentes, entre ellos el programa mencionado; posteriormente, se analiza la política turística de México que engloba la implementación de dichos productos turísticos y la justificación y contexto que dan origen al Programa Pueblos Mágicos; enseguida se hace una descripción de dicho programa, haciendo énfasis en los lineamientos y objetivos que enmarcan el aspecto social del que es objeto de estudio esta investigación. De esto último se extraen y mencionan los indicadores que se utilizaron para la medición del impacto sociocultural que el programa ha generado a partir de su implementación en las localidades que se estudiaron.

2.1. Importancia del turismo en el mundo

Globalmente, el turismo ha venido experimentado un constante crecimiento, siendo de mayor importancia para algunos países que para otros, pero en general, el turismo se ha convertido en una actividad cada vez más practicada por la población mundial y que genera cada vez más ingresos; es un sector que representa un motor del progreso económico ya que involucra directa e indirectamente empresas de diferentes giros provocando un desarrollo en cada localidad, estado o país en que los turistas demandan una gran cantidad de servicios y generan derrama económica, lo cual contribuye a la economía de dicho lugar, además de una considerable generación de empleos y otros beneficios sociales para las comunidades receptoras.

Las llegadas de turistas internacionales en el mundo es un claro indicador del crecimiento continuo que ha tenido esta actividad entre la población mundial durante los últimos años, pasando de 674 millones en 2000 a 1,326 millones en 2017, con una tasa de crecimiento promedio anual del 4.2%. (OMT, 2018)

Gráfica 1. Llegadas de turistas internacionales en el mundo (millones).



Fuente: elaboración propia con información de la OMT (2018).

Los 1,326 millones de llegadas de turistas registradas en el 2017 se distribuyen de la siguiente manera en las distintas regiones del mundo, según la OMT (2018):

Tabla 7. Llegada de turistas internacionales del 2017 por región en el mundo.

Región	Llegadas de turistas internacionales (millones)	Porcentaje del total
Europa	671.7	51.0%
Asia y el Pacífico	323.1	24.0%
Américas	210.9.3	16.0%
África	62.7	5.0%
Oriente Medio	58.1	4.0%
Total	1,326	100%

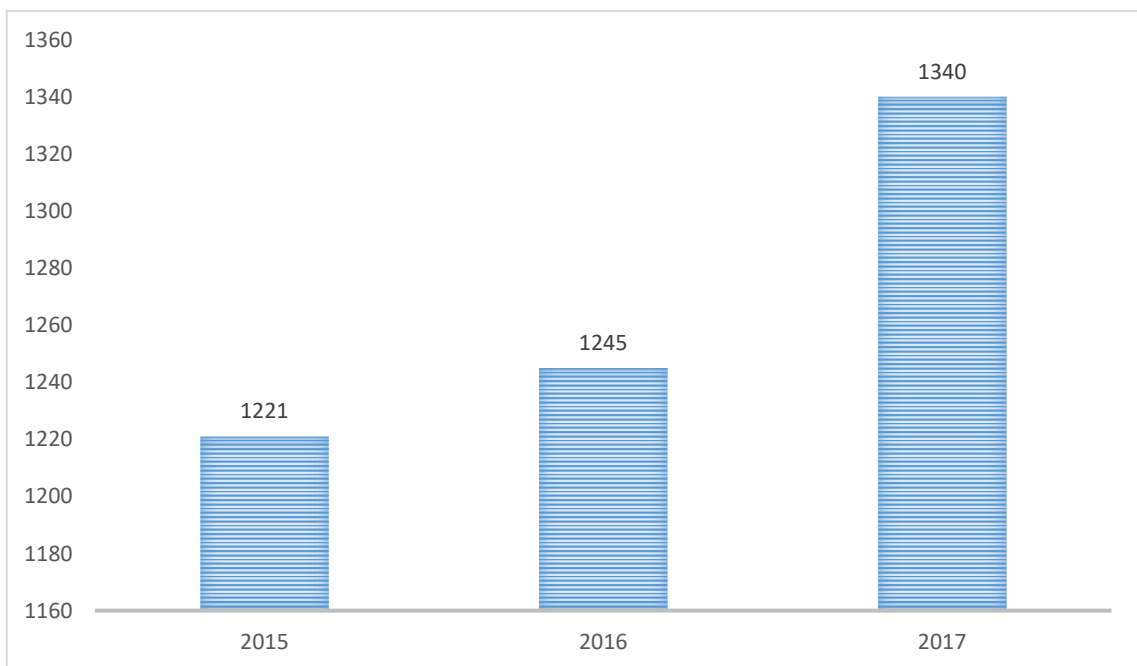
Fuente: elaboración propia con información de la OMT (2018).

Cabe destacar que, las regiones de África y Europa, fueron las que mayor crecimiento en llegadas tuvieron con respecto al año anterior (2016), siendo éste del 8.6% y 8.4%, respectivamente, mientras que la región de Oriente Medio tuvo la variación más baja con el 4.6% en el número de llegadas con respecto al año anterior. En la región de las Américas, Estados Unidos y México son los destinos que se destacan como los más visitados, con 76.9 y 39.3 millones de llegadas

internacionales, respectivamente, tomando como referencia la información registrada en el 2017. (OMT, 2018)

Este número de llegadas, que se distribuyen en los diferentes destinos mundiales, principalmente en Francia, España, Estados Unidos, China, Italia, México, Reino Unido, Turquía, Alemania y Tailandia, los 10 destinos más visitados, generan al mismo tiempo cada vez más ingresos en los países, sin considerar los ingresos generados por el turismo interno, es decir, el que genera la población nacional de cada país.

Gráfica 2. Ingresos por turismo internacional al 2017 (miles de millones USD).



Fuente: elaboración propia con información de la OMT (2018).

El crecimiento en los ingresos también ha sido continuo, además de que es positivo para la economía y sociedad de los países ya que, en 2017, el turismo contribuyó directamente con el 3.2% del PIB mundial y el 10.4% de contribución total (incluyendo otros factores indirectos relacionados con el sector turístico como la inversión de privados y del gobierno, entre otros), esto a su vez, significa una gran generación de empleos para las comunidades receptoras, pues en 2017 se generaron 118'454,000 empleos directos que representan el 3.8% de los empleos del mundo y que se prevé que crezca al 4.2% para el 2028, además de que se generaron 313'221,000 incluyendo empleos indirectos, es decir el

9.9% de los empleos mundiales, que también se prevé que crezca al 11.6% en 2028. (WTTC, 2018)

En el aspecto social, el turismo también cobra gran importancia en términos mundiales, sobre todo en los países menos desarrollados, donde el sector turístico es el camino más viable o quizá el único como opción de desarrollo o como la única fuente de entrada de divisas.

En general, el turismo se soporta de un gran número de micro y pequeñas empresas para poner al alcance una oferta diversificada de servicios a una gran afluencia de turistas, y cuando se trata de países menos desarrollados, estos beneficios se ven reflejados en los grupos más pobres, contribuyendo así a la reducción de la pobreza. (OMT, 2018); además, cuando se trata del ejercicio de un turismo sostenible, los beneficios son mayores y más positivos a largo plazo, ya que se genera un impacto mínimo al medio ambiente y se promueve un respeto al mismo, por la parte cultural, se respeta la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas y se promueve la restauración y conservación de zonas arqueológicas, sitios históricos, monumentos o cualquier otro recurso turístico de interés en las comunidades, propiciando también un mejoramiento de la imagen urbana e implementación de mejor infraestructura así como la construcción de obras dirigidas al bienestar y mejora de la calidad de vida de los locales. (*Biosphere Tourism*, 2017)

2.2. Importancia socioeconómica del turismo en México

En México no ha sido la excepción en cuanto al ritmo de crecimiento que ha tenido el turismo en el mundo. Es uno de los 10 países favoritos para visitar por los turistas internacionales, ubicándose en el 2017 como el sexto puesto del ranking mundial según el número de llegadas internacionales que suman 39.3 millones de visitas, siendo el segundo país más visitado en el continente americano, sólo superado por Estados Unidos, y el más visitado de América Latina, superando, en 2016 (últimos datos disponibles para la información que se muestra en la tabla siguiente), los 6.6 millones de turistas internacionales que reciben Argentina y Brasil, cada uno, quienes se ubicaron en los puesto 42 y 43 del ranking mundial en dicho año, respectivamente. (Ver tabla 8) (OMT, 2018)

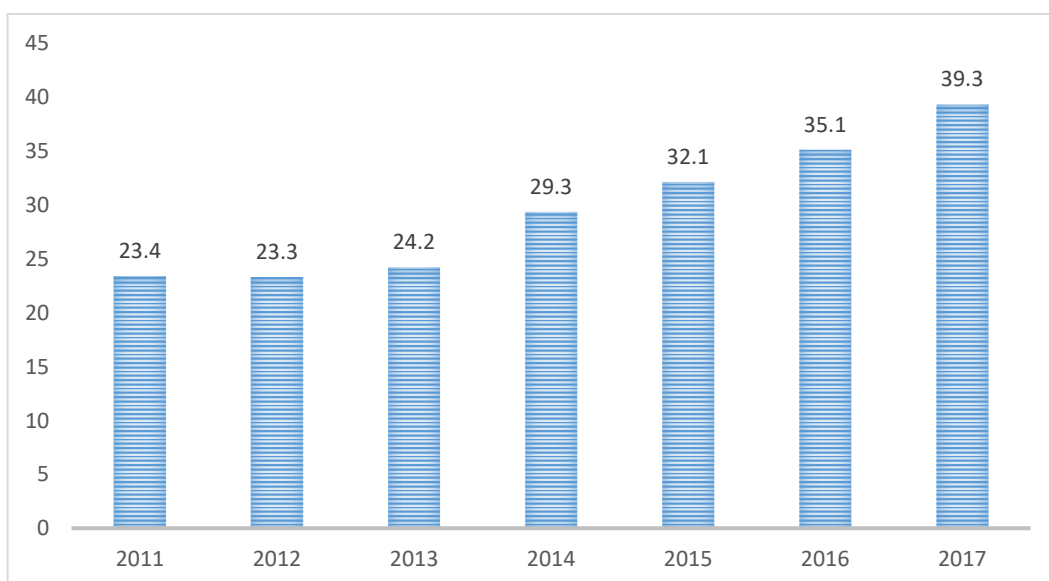
Tabla 8. Ranking mundial según el número de llegadas internacionales en 2016.

Posición	País	Número de Llegadas (millones)
1	Francia	82.6
2	Estados Unidos	75.9
3	España	75.3
4	China	59.3
5	Italia	52.4
6	Reino Unido	35.8
7	Alemania	35.6
8	México	35.1
9	Tailandia	32.6
10	Turquía	30.3
...		
42	Argentina	6.6
43	Brasil	6.6

Fuente: elaboración Propia con información de la OMT (2018).

Desde 2012 México ha tenido un crecimiento continuo en cuanto a la llegada de turistas residentes en el exterior, teniendo su mayor incremento de 2013 a 2014 pasando de 24.2 a 29.3 millones de turistas, subiendo considerablemente de la posición 15 al lugar número 10 en el ranking mundial, y llegando a la sexta posición en 2017. (Ver gráfica 3) (OMT, 2018)

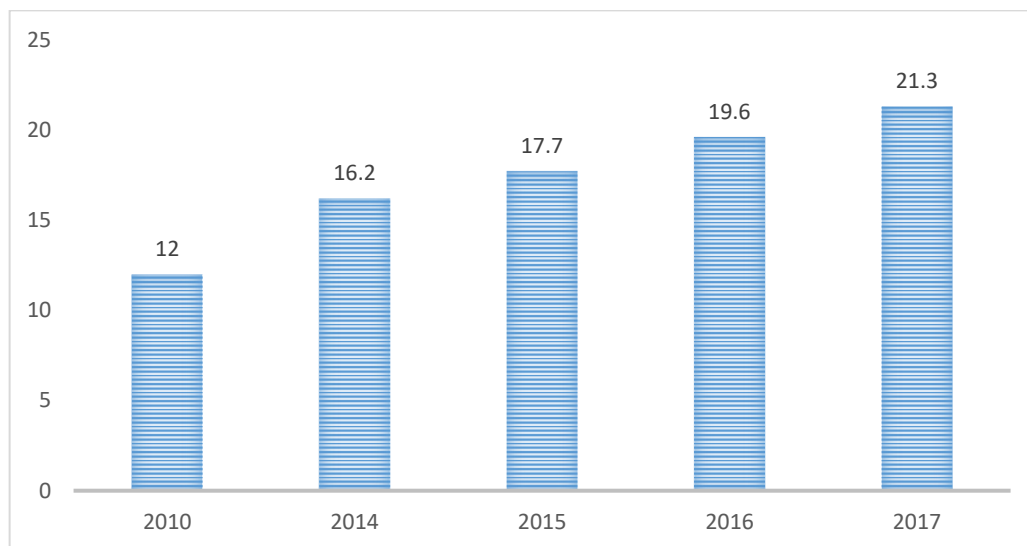
Gráfica 3. Llegada de Turistas Internacionales a México 2011-2017.



Fuente: elaboración propia con información de la OMT (2018).

En cuanto a ingresos recibidos por el turismo internacional, también se nota un crecimiento positivo en los últimos años, siendo en 2017 el país número 15 en el mundo que más divisas capta por llegada de turistas internacionales. (Ver gráfica 4)

Gráfica 4. Ingresos recibidos por el turismo internacional en México 2010-2017 (billones de dólares)



Fuente: elaboración propia con información de la OMT (2018).

La información anterior, evidentemente positiva, debe significar beneficios socioeconómicos para México, lo que se demuestra con los siguientes datos, según la Cuenta de Satélite de Turismo de México (CSTM, 2018):

- La participación del PIB Turístico en el total nacional fue del 8.7% en 2016.
- El turismo representó el 5.9% de los empleos a nivel nacional en 2016.

2.3. El papel de los recursos y atractivos turísticos en el éxito del turismo en México

El turismo, entonces, juega un papel importante en México, tanto para el éxito que ha tenido internacionalmente como destino turístico, como para la economía y la población internas, y esto se debe en gran parte a la riqueza de recursos y atractivos turísticos con los que cuenta el país y que se han sabido gestionar adecuadamente, ya que según el Reporte de Competitividad en Viajes y Turismo 2017 del *World Economic Forum* (WFE), México ocupó, en 2016, el segundo

lugar a nivel mundial en cuanto al uso efectivo de los recursos naturales en el turismo, así como el décimo lugar en cuanto a los recursos culturales y de negocios, mientras que en todo el continente americano, ocupó el segundo lugar en el uso efectivo tanto de los recursos naturales como de los culturales, sólo por debajo de Brasil, como a continuación se muestra.

Tabla 9. Índice de Competitividad Turística 2017: Américas.

Recursos naturales			Recursos culturales y de viajes de negocios		
Rank	País	Puntaje	Rank	País	Puntaje
1	Brasil	6.1	1	Brasil	5.7
2	México	5.6	2	México	5.3
3	Costa Rica	5.4	3	Estados Unidos	4.8
4	Perú	5.3	4	Argentina	4.5
5	Estados Unidos	4.9	5	Canadá	4.1
6	Ecuador	4.9	6	Colombia	3.4
7	Canadá	4.6	7	Perú	3.3
8	Panamá	4.6	8	Chile	2.7
9	Venezuela	4.6	9	Venezuela	2.2
10	Colombia	4.5	10	Ecuador	2.0

Fuente: elaboración propia con fuente de WFE (2017).

Estos recursos y atractivos de los que presume México y que son sus fortalezas en competitividad turística, se mencionan a continuación, mismos que definen los tipos de turismo que el país ofrece.

México cuenta con trece ciudades que, por su belleza arquitectónica o sus antecedentes históricos de gran importancia para el país, son denominadas Ciudades Patrimonio Mundial por la Unesco: Zacatecas, San Luis Potosí, Guanajuato, San Miguel de Allende, Querétaro, Morelia, Ciudad de México, Xochimilco, Puebla, Oaxaca, Tlacotalpan, Campeche y San Juan del Río. (CMPM, 2018)

Otro de los atractivos que más identifica al país son sus zonas arqueológicas, entre las que se encuentran principalmente Paquimé en Chihuahua, El Tajín en

Veracruz, Xochicalco en Morelos, Monte Albán y Mitla en Oaxaca, Palenque en Chiapas, Calakmul en Campeche, Uxmal y Chichen-Itzá en Yucatán, esta última reconocida como una de las 7 Maravillas del Mundo, Tulúm y Cobá en Quintana Roo, y Teotihuacán en el estado de México (ATM, 2018), siendo ésta la más visitada del país, recibiendo al cierre del 2017, poco más de 4 millones de visitantes (nacionales y extranjeros) casi el doble que Chichen-Itzá, que recibió 2.6 millones de visitantes. (Datatur, 2018)

Ilustración 5. Zona arqueológica de Chichen-Itzá, una de las 7 maravillas del mundo.



Fuente: yucatan.gob.mx (2018).

Ilustración 4. Zona arqueológica de Teotihuacán.



Fuente: mexicoescultura.com (2018).

Se debe considerar que, por su relevancia, esta zona arqueológica es la razón principal por la que las localidades de San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, que comparten dicha área, fueron denominadas Pueblo Mágico.

Así mismo, México cuenta con una gran variedad de museos, una gran riqueza gastronómica (ya que cada estado del país cuenta con al menos un platillo típico) y muchos otros más atractivos culturales que, precisamente, conforman el turismo cultural del país.

Por otro lado, México también cuenta con una gran cantidad de recintos y centros de convenciones de interés nacional e internacional para realizar lo que se denomina un turismo de reuniones o de negocios. Así mismo, cuenta con una de las poblaciones de especies de flora y fauna más grandes del mundo y con un sinnúmero de atractivos paisajes naturales, que componen el turismo de naturaleza que ofrece el país.

Pero la gran fortaleza que tiene México en cuanto a atractivos para turistas nacionales y extranjeros, es el turismo de sol y playa que, por su gran cantidad

de playas combinadas con un clima ideal para su disfrute, representa uno de los tipos de turismo más demandado por turistas nacionales y el más demandado por los turistas extranjeros, ya que, de acuerdo con Datatur (2019), los principales aeropuertos que recibieron visitantes extranjeros durante el 2018, fueron el de Cancún, Ciudad de México, Los Cabos, Puerto Vallarta, Guadalajara, Monterrey y Cozumel que, en conjunto, captaron el 93.8% de estos visitantes, de los cuales, el 65% fueron en los destinos de playa. Por otra parte, según el ranking 2017 de llegadas de turistas, tanto nacional como internacionales, a destinos de sol y playa de la Sectur (2018), Cancún se encontró en primer lugar, Acapulco en segundo, Riviera Maya en tercero y Mazatlán en cuarto, siendo Cancún y Riviera Maya los preferidos por el turismo extranjero, y Acapulco y Mazatlán, los más visitados por el turismo doméstico.

Dada la información anterior, se puede observar que el turismo de sol y playa es el principal producto de México para atraer turismo internacional y, por tal razón, la política turística del país se ha concentrado en el diseño e implementación de destinos y productos turísticos de este tipo enfocados principalmente al turismo extranjero, ya que es el que más lo consume y el que más capacidad de gasto tiene, poniendo menor atención al aprovechamiento de otro tipo de atractivos turísticos naturales y culturales para el mercado nacional. Un claro ejemplo de lo anterior y de este tipo de destinos y productos turísticos, son los Centros Integralmente Planeados (CIPs) y de los Proyectos Turísticos Integrales (PTIs) del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR).

Los CIPs son destinos diseñados y creados en zonas de playa (por el organismo anteriormente mencionado) que, como su nombre lo dice, diseñados y planificados acorde a un estudio de mercado previo de las características y necesidades de los turistas que procuran al mismo tiempo un mínimo impacto del medio ambiente y apoyar el desarrollo de las localidades aledañas, llevando además un desarrollo ordenado. Por su parte, los PTIs son una iniciativa con las mismas características anteriores a diferencia de que estos son proyectos o productos turísticos implementados dentro de un destino. Ambos productos integran campos de golf, marinas, hoteles, parques, paradores turísticos, centros de convenciones y demás estructura turística con el objetivo de tener una oferta de productos y servicios variada dentro de los destinos de sol y playa de México.

Actualmente existen ocho Centros Integralmente Planeados (Fonatur, 2016):

1. Huatulco, Oaxaca
2. Playa Espíritu, Sinaloa
3. Marina Cozumel, Quintana Roo
4. Litibú y Costa Canuva, Nayarit
5. Loreto, Baja California
6. Los Cabos, BCS
7. Ixtapa, Guerrero
8. Cancún, Quintana Roo

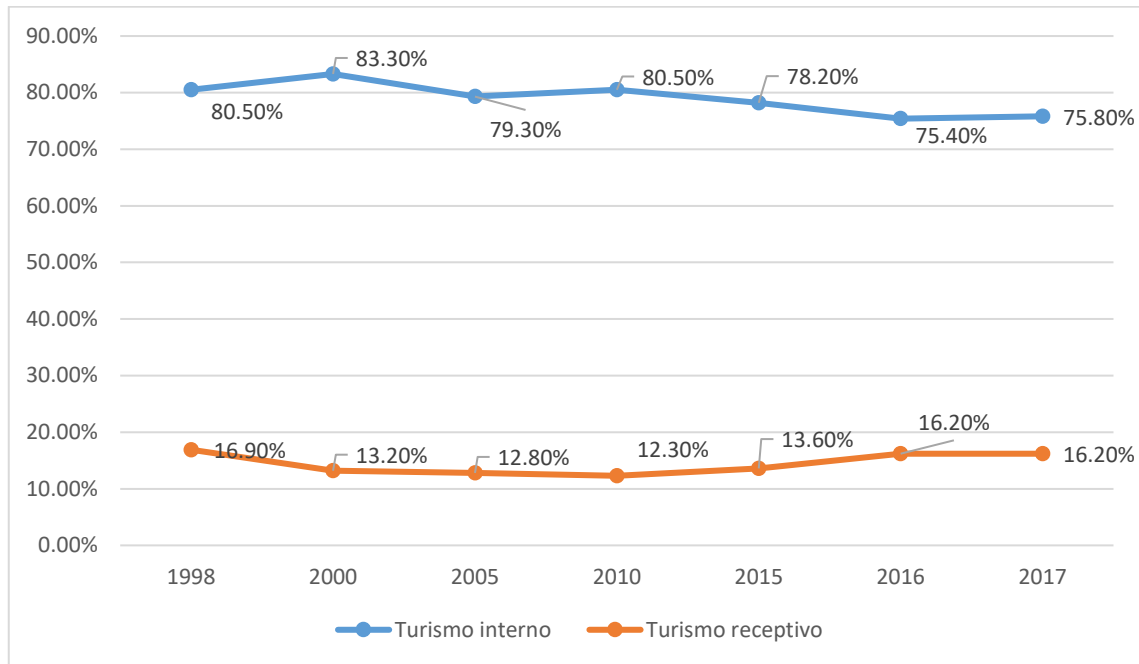
El primero en crearse fue Cancún, que comenzó operaciones en 1974 y que se ha convertido en el destino mexicano más reconocido a nivel mundial, en seguida se creó Ixtapa, en la costa de Guerrero, el tercero fue Los Cabos al sur de la península de Baja California, otro de los favoritos por el turista extranjero y que fue creado en 1976, posteriormente fue creado Loreto al centro de la misma península, el quinto CIP fue Huatulco creado en 1985 en la costa de Oaxaca, el sexto fue el CIP Nayarit, creado en el 2003 en la costa sur del estado de Nayarit, cinco años después, en 2008, se creó Marina Cozumel, caracterizado por la recepción de cruceros internacionales, y el último y más reciente fue Playa Espíritu en el estado de Sinaloa (Fonatur, 2016). Estos CIPs han contribuido con el 11% al 13% del PIB turístico nacional desde el 2010 al 2017, así como el porcentaje de los turistas extranjeros que llegan a ellos ha estado entre el 14% y el 22% en el mismo periodo (Sectur, 2018), cada año mejorando la efectividad de esta iniciativa.

2.4. El mercado interno, poco aprovechado turísticamente

A pesar de que México es uno de los países más visitados por turistas extranjeros, el consumo por los turistas nacionales, o turismo interno, es mayor que el generado por el turismo internacional, o turismo receptivo, y la misma tendencia se ha mantenido desde, al menos, hace 20 años (ver gráfica 5), ya que en el 2017 el consumo turístico nacional representó el 75.8% del total por apenas un 16.2% del consumo del turismo extranjero (CSTM, 2018), mientras que en 1998, año con información disponible más próximo al de la creación del

Programa Pueblos Mágicos (2001), el consumo turístico nacional era del 80.5% por un 16.9% del consumo extranjero (según se describe en el *Programa Sectorial de Turismo 2001-2006*), hecho que ha venido demostrando el potencial de crear productos turísticos para el mercado nacional.

Gráfica 5. Consumo turístico por formas de viaje. Periodo 1998-2017.



Fuente: elaboración propia con información del Sistema Nacional de Cuentas Nacionales: Cuenta Satélite del Turismo: Biblioteca de Publicaciones Digitales, 2018.

Ante este hecho, se empezó a considerar, en la política turística de México, la importancia que ya tenía el mercado nacional para dicho sector, por lo que en el Programa Sectorial de Turismo 2001-2006 se incluye como uno de los objetivos el “impulsar el desarrollo del turismo doméstico” (PST, 2001, p. 43); además, a partir de este Programa, México adopta e integra la sostenibilidad como una política fundamental de desarrollo para este y todos los sectores, ya que, previamente en 1995, lo sostenible había sido adoptado y complementado por la Organización Mundial de Turismo y otras organizaciones.

Para mostrar su relevancia, se integró la Agenda XXI para la Industria de Viajes y Turismo, cuyo programa de acción orientaba y apoyaba a los organismos gubernamentales responsables del turismo, a las administraciones turísticas nacionales, representantes comerciales y las empresas, a comprometer su potencial hacia el logro del desarrollo sostenible local y nacional (PST, 2001). En

el caso de México, la política sostenible del turismo se encontraba en la denominada Agenda XXI para el Turismo Mexicano, la cual posteriormente cambió su nombre a Programa de Turismo Sustentable en México (cabe mencionar que en México se ha tomado principalmente el término sustentable y no sostenible) en el 2011 por recomendaciones de la OMT (PTSM, 2011). Por esta razón, en el Programa Sectorial incluye como otro objetivo el “propiciar el desarrollo sustentable del turismo” (PST, 2001), así como el de desarrollar destinos sustentables.

2.5. Orígenes del Programa Pueblos Mágicos de México

Ante la situación ya comentada en la que la oferta turística ha estado altamente concentrada en los destinos de playa, los cuales han tenido mucho éxito para México en el turismo internacional, desde el año 2000, el gobierno estaba consciente del gran potencial que la riqueza cultural e histórica del país, sobre todo al interior, por lo que se tenía que aprovechar de alguna manera. (De la Madrid, 2016) En aquel entonces, en países como España, Francia e Italia, ya era común el que los turistas encontrarán, en su paso de un destino a otro, pequeñas localidades atractivas que aprovechaban para visitar, mientras que los habitantes de ahí también aprovechaban para comercializar sus artesanías y gastronomía. Ante este hecho y con el potencial que existía en México, se podía hacer algo similar. (Barroso, 2016)

En este contexto, en el 2001 surge el Programa Pueblos Mágicos de México (PPMM) diseñado por la Secretaría de Turismo al inicio del mandato del entonces presidente de la República Mexicana, Vicente Fox Quesada, que además de surgir como una alternativa dentro de la oferta turística del país para volverla más diversificada, integra la política de sustentabilidad turística dentro de sus objetivos. Este Programa federal designa el distintivo de Pueblo Mágico a aquella “localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historias, hechos trascendentes; en fin, magia, que emana de cada una de sus manifestaciones socioculturales, y que significan hoy en día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico. Un Pueblo Mágico es el reflejo de nuestro México, de lo que nos ha hecho, de lo que somos y debemos sentirnos orgullosos. Es su

gente, un pueblo que a través del tiempo y ante la modernidad, ha sabido conservar, valorar y defender su herencia histórica y cultural y la manifiesta en diversas expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible.” (Sectur, 2007, p. 26) Estas son las características que toda localidad, que pretenda obtener el distintivo, debe poseer, además de cumplir con ciertos lineamientos para incorporarse al programa, al igual que otros para su permanencia.

2.6. Análisis de las características del Programa Pueblos Mágicos

El Programa Pueblos Mágicos se creó con un objetivo general, que es el de “fomentar el desarrollo sustentable de las localidades poseedoras de atributos de singularidad, carácter y autenticidad a través de la puesta en valor de sus atractivos, representados por una marca de exclusividad y prestigio, teniendo como referencia las motivaciones y necesidades del viajero actual” (Sectur, 2014, p. 4), es decir, el fin principal del programa, ante el desequilibrio del desarrollo del turismo que se ha venido describiendo a lo largo de esta investigación donde el aspecto económico ha estado por encima del social y del medio ambiental, es fomentar el desarrollo sustentable del turismo en las localidades que logran obtener la marca de Pueblo Mágico, sin embargo, ni en la descripción de los objetivos específicos del programa, ni en los lineamientos de incorporación y permanencia que deben cumplir las localidades candidatas, que a continuación se mencionarán y analizarán, se menciona explícita y claramente cómo se va a garantizar dicho objetivo.

Los objetivos específicos del PPMM son los siguientes (Sectur, 2014, p. 4):

- ❖ Estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el mercado, basada fundamentalmente en los atributos histórico – culturales y naturales de las localidades.
- ❖ Aprovechar la singularidad de las localidades para la generación e innovación de los productos turísticos para diversos segmentos.
- ❖ Provocar un mayor gasto en beneficio de la comunidad receptora.
- ❖ Alcanzar la excelencia de los servicios turísticos de las localidades.
- ❖ Profesionalizar el factor humano de las localidades.

- ❖ Fomentar la inversión de los tres niveles de gobierno (federal, estatal y municipal) y del sector privado.
- ❖ Fortalecer la propuesta turística de México.
- ❖ Impulsar la consolidación de destinos en crecimiento.
- ❖ Apoyar la reconversión de las localidades maduras.
- ❖ Constituir al turismo como una herramienta de desarrollo sustentable de las localidades incorporadas al Programa.

De estos diez objetivos del PPM que soportan el objetivo principal del desarrollo sostenible, la mayoría se enfocan en el desarrollo turístico del país con una oferta diversificada con base en nuevos productos turísticos de carácter cultural-natural como lo son los Pueblos Mágicos, pero no se habla de los impactos sociales o ambientales que se espera alcanzar en las localidades con dicho programa.

Por otro lado, la marca Pueblo Mágico es un sello exclusivo como se menciona en el objetivo principal del programa, por lo que el gobierno federal estableció requerimientos o lineamientos que debe cumplir toda aquella localidad que quiera obtener dicha marca, lineamientos tanto para incorporarse al programa, como para mantenerse año con año. Estos, además de ser requisitos de la marca, representan una estrategia para que las localidades contribuyan al logro de los objetivos del programa, sin embargo, nuevamente tomando como referencia el objetivo principal de fomentar un desarrollo turístico sostenible, no se logra observar alguno en específico que exija a las localidades a desarrollar acciones en favor de las comunidades y del medio ambiente en conjunto con el desarrollo turístico o económico.

Los lineamientos de incorporación para las localidades aspirantes a ser Pueblo Mágico una vez registradas y validadas en el portal de la Secretaría de Turismo son los que a continuación se mencionan, según el Acuerdo por el que se establecen los *Lineamientos generales para la incorporación y permanencia al Programa Pueblos Mágicos* de la Secretaría de Turismo publicado en el Diario Oficial de la Federación en 2014 (p. 5):

- I. Integración formal de un Comité Pueblo Mágico;
- II. Aprobación del cabildo de incorporación al Programa Pueblos Mágicos;
- III. Aprobación y punto de acuerdo del Congreso del Estado, donde se establezcan los recursos presupuestarios por asignarse a la Localidad aspirante;

- IV. Recursos presupuestales asignados o por asignar destinados al desarrollo turístico en la Localidad aspirante;
- V. Programas y acciones de gobierno que tengan un impacto en el desarrollo turístico en la Localidad aspirante, con una proyección mínima de 3 años;
- VI. Ordenamientos normativos municipales vigentes, con impacto en el desarrollo turístico;
- VII. Evidencia del atractivo simbólico de la Localidad aspirante;
- VIII. Descripción de los servicios de salud y seguridad pública para la atención del turista en caso de ser necesario en una situación de emergencia;
- IX. Inversión privada y social para el desarrollo turístico de la Localidad aspirante, y
- X. Los demás aspectos que considere la Secretaría como relevantes para la actividad turística.

Se puede observar que el punto V es el único que habla del desarrollo turístico que deben conseguir las localidades aspirantes al solicitarles un programa de acciones, las cuales deberán tener un *impacto* en tal localidad, sin embargo no especifica qué tipo impacto debe generarse, si positivo o negativo, o si en el aspecto económico, en el social, en el ambiental, o en los tres, es decir, nuevamente no se logra observar cómo el programa podrá garantizar que los Pueblos Mágicos cumplan con el objetivo de llevar a cabo un turismo sostenible, al menos no por obligación.

Mientras que para permanecer en el programa y, por consiguiente, conservar la marca de Pueblo Mágico, las localidades deben someterse a una evaluación, de la Secretaría de Turismo, coordinada por la Dirección General de Gestión de Destinos, que consiste en dos fases:

- a) en la primera fase se hace una revisión y evaluación de los requisitos que se hicieron en el proceso de incorporación;
- b) y en la segunda fase, se hace una “evaluación del desempeño del desarrollo turístico económico” (Sectur, 2014, p. 6) lo cual se expresa en la fracción IV del artículo Décimo Primero del Acuerdo citado anteriormente, es decir, en esta fracción queda claro que, para medir los resultados del programa en las localidades que son nombradas Pueblo Mágico, se mide principalmente el impacto económico, dejando de lado aspecto social y ambiental, ateniendo al objetivo principal del programa.

Otro aspecto importante a observar detenidamente dentro de estos lineamientos de incorporación y permanencia, es el que hace mención a la integración del Comité de Pueblo Mágico, en el cual se incluyen representantes de la comunidad anfitriona, pero esto se les pide a las localidades aspirantes hasta la segunda etapa del Proceso de Incorporación, como a continuación se cita:

“Art. Séptimo. Una vez obtenida la validación, las localidades aspirantes o, en su caso, las autoridades estatales o municipales que hayan realizado el registro, deberán acreditar documentalmente ante la Dirección General de Gestión de Destinos lo siguiente, para su revisión e integración del expediente que corresponda:

I. Integración formal de un Comité de Pueblo Mágico.

....” (Sectur, 2014, p. 5)

Con lo anterior quiere decir que, desde la propia estructura del Programa, se logra observar que no se toma en cuenta a la población para aspirar, desde un principio, al nombramiento, siendo éste un problema de las localidades candidatas por no hacerlo, y de la Sectur por no establecerlo como prioridad dentro de los lineamientos del programa, aun cuando definen a este comité como “interlocutor entre los 3 niveles de gobierno y la comunidad receptora (prestadores de servicios turísticos y población) como instancia de consulta.” (Sectur, 2014, p. 7)

Ahora, siguiendo con este mismo tema del CPM, otro detalle importante a considerar, es que la integración del comité es sólo una sugerencia por la Sectur (2017) hacia las localidades aspirantes, como se lee a continuación (p. 17):

La siguiente propuesta es una sugerencia de integración.

- a. Representante de los restauranteros.
- b. Representante hotelero.
- c. Representante de las agencias de viajes.
- d. Un representante de Empresas Promotoras de Actividades turísticas (Aventura, ecoturismo, cultural, rural, etc.)
- e. Representante de comerciantes establecidos de actividades turísticas - recreativas.
- f. Representante de artesanos.

- g. Líder de opinión.
- h. Representante comunidades indígenas.
- i. Un representante de la Dependencia Estatal de Turismo (Honorífico).
- j. Un representante de la Autoridad Municipal (Honorífico).
- k. Representante de la academia.

Es decir, aunque dentro de estos integrantes se toma en cuenta a diferentes representantes de varios grupos de interés de la población, hace falta uno que funja como el representante popular del resto de la gente que no se encuentra en tales grupos, porque, además, lo que sí establecen es que aquél que sea nombrado Presidente del comité, será el representante de la población, cuando la mayoría de ésta probablemente no tenga conocimiento, siquiera, de la existencia de este comité.

Entonces, se observa que, al menos en el papel, no se procura mucho el impacto social dentro del Programa Pueblos Mágicos, por tal razón, cobra importancia esta investigación, para analizar si, en la práctica, el objetivo del Programa, de un desarrollo turístico sustentable, se está cumpliendo, sobre todo en la dimensión social, la cual carece de indicadores para su medición especificados en el programa, y que, para este caso, es la que se trata en el presente trabajo.

Capítulo 3. Marco referencial de San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides

Como se ha mencionado, este análisis se realizó para uno de los 121 Pueblos Mágicos que existen a la fecha, San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, México, que consta de las dos localidades mencionadas.

Para tener un conocimiento previo del objeto de estudio antes de haber realizado el trabajo de campo, a continuación se presenta un marco referencial de dichas localidades, haciendo mención de sus antecedentes históricos, para resaltar la importancia cultural que estas tienen, de sus características de ubicación, clima y accesibilidad, y de sus características socioeconómicas; posteriormente, se presenta un inventario de sus atractivos turísticos, así como un contexto de la situación actual de la actividad turística en dicho destino, haciendo una

comparación de demanda con el Pueblo Mágico de Tulum que cuenta con atractivos similares; por último, se hace mención del proceso que, de manera general, siguieron San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides para integrarse al Programa Pueblos Mágicos.

3.1. Antecedentes históricos

3.1.1. Antecedentes de la cultura teotihuacana

La Teotihuacana es una de las culturas prehispánicas más representativas de México, que se desarrolló entre los siglos I a.C. y VIII d.C. aproximadamente. Su nombre se deriva del náhuatl y significa 'Ciudad de los Dioses o ciudad donde nacieron los dioses', el cual fue atribuido por los aztecas alrededor del año 1320 d.C., ya que creían que los dioses se reunieron ahí para crear el sol y la luna después de que el mundo y el universo fueron creados; por tal motivo, esta ciudad fue altamente venerada por ellos, convirtiéndolo en su centro de peregrinación que comenzaba en la capital azteca de Tenochtitlán, hoy Ciudad de México. (Portillo, 2010)

Se cree que la erupción del volcán Xitle, en la antigua Tenochtitlán, fue el fenómeno que provocó una emigración masiva de colonos quienes habrían fundado y acelerado el crecimiento de Teotihuacán. Fue una de las primeras ciudades del continente americano que, en su apogeo durante los siglos V y VI d.C., era una ciudad de más de cien mil personas, siendo una de las ciudades más grande de América y del mundo antiguo; la mayoría de sus habitantes vivían en casas de piedra, decoradas con pinturas y murales, mientras que los agricultores vivían en casas de madera. (Portillo, 2010)

Teotihuacán tuvo un gobierno teocrático durante la mayor parte de su historia. Los sacerdotes eran las personas que acumulaban el conocimiento científico y quienes, junto a la clase guerrera, mantenían bajo control a la población teotihuacana. (Portillo, 2010)

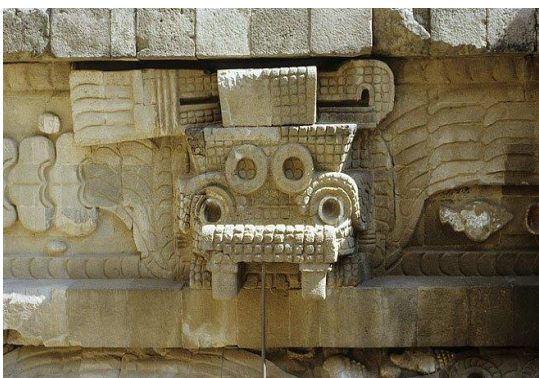
En cuanto a su actividad económica, los pobladores Teotihuacanos la basaron principalmente en la agricultura, de la cual obtenían la mayoría de sus alimentos. Cultivaban productos agrícolas como el maíz, frijol, amaranto, pimientos,

tomates y calabazas. Los métodos más comunes en la agricultura teotihuacana fueron la agricultura en terrazas y de regadío que eran alimentados por los ríos subterráneos de Cerro Gordo, también recolectaban plantas como bayas de enebro, juncos, verdolagas, nopales y algunas hierbas. Practicaban la caza de animales como el ciervo de cola blanca, conejos y especies acuáticas. Domesticaron al pavo y el perro, que probablemente los criaban para su alimentación, ya que los aztecas sí consumían la carne de perro que era considerada un manjar y se cree que esta práctica también fue adoptada por los teotihuacanos. (Portillo, 2010)

Teotihuacán fue relevante económicamente por la existencia de grandes depósitos minerales de obsidiana, la cual era usada principalmente para la fabricación de herramientas; además utilizaban la arcilla (basalto, adobe y toba) para sus cerámicas y construcciones, así como también explotaban minerales como el estaño de las minas del actual estado de Querétaro (ibídem, 2010).

La religión de los Teotihuacanos era similar a la de otras culturas mesoamericanas, politeísta, lo que significaba la existencia de varios dioses, cada uno con diferente función. Muchos de los dioses teotihuacanos más importantes fueron tomados de culturas anteriores, y luego de la desaparición de los teotihuacanos sus dioses serían asimilados y venerados por los habitantes del centro de México. Entre sus muchos dioses adorados, se incluye a la serpiente emplumada, el dios azteca Quetzalcóatl, y al dios de la lluvia y agricultura, el dios azteca Tláloc. (Portillo, 2010)

Ilustración 7. Representación de Tláloc, dios de la lluvia, para la cultura teotihuacana.



Fuente: https://tuul.tv/ciencia-mito-y-tecnologia/el-tlaloc-que-conocemos-teotihuacan-es-verdad-tlaloc?a_item=0

Ilustración 6. Representación de Quetzalcóatl, dios de la Sabiduría, para la cultura teotihuacana.



Fuente: <https://mxcity.mx/2018/09/sobre-el-mito-del-quetzalcoatl-blanco-y-de-ojos-azules/>

Según los hallazgos arqueológicos hallados en las pirámides de Teotihuacán, se cree que la gente de dicha cultura ofrecía sacrificios humanos como parte de una conmemoración cuando los edificios administrativos (pirámides) eran ampliados. Las víctimas eran probablemente prisioneros de guerra que eran llevados a las ciudades teotihuacanas para el ritual que aseguraría la prosperidad de la ciudad. En los sacrificios humanos las víctimas eran decapitadas y les quitaban su corazón, también podían ser asesinadas por golpes en la cabeza o podían ser enterrados vivos. (Portillo, 2010)

Los animales que fueron considerados sagrados por representar poderes místicos y militares también fueron sacrificados de diversas formas. Los animales sagrados de los Teotihuacanos fueron principalmente: el puma, lobo, águila, halcón, búho y serpientes. (Portillo, 2010)

Hacia el año 700 d.c., aproximadamente, comienza la decadencia de la cultura teotihuacana cuando los habitantes gradualmente abandonaron la gran ciudad al sufrir saqueos y destrucciones por parte de pueblos adyacentes. En el año 725 la ciudad sufrió un importante incendio y en el año 1000 d. C. fue totalmente abandonada. (Visitar Teotihuacán, 2015)

3.1.2. Antecedentes del actual Teotihuacán

De la localidad de San Martín de las Pirámides no se tienen antecedentes de su fundación, aunque se cree que haya sido a finales del siglo XII o principios del XIII. Se independizó de los españoles en el año 1744, fecha en que formó su nuevo gobierno, convirtiéndose en cabecera de los barrios de San Francisco Mazapa, San Andrés Oxtoyahualco, San Antonio Tlacateopan, San Pedro y Tecpancingo, denominándose república de Teyácac. Durante esta época, la región fue centro de operaciones del ejército realista, las luchas que se recuerdan tuvieron ocasión en lugares vecinos al valle de Teotihuacán, llanos de Apan y Otumba. La población de San Martín de las Pirámides fue marginada, los ejércitos pasaron dejando huella de agresión, robos y saqueos. Durante la guerra de Reforma y Segunda Intervención Francesa (1857-1867), se dice que fue este municipio zona de paso para los ejércitos combatientes, y en la zona

arqueológica se efectuaron pequeños combates entre mexicanos y franceses. (Inafed, 2018)

Terminadas las guerras de Reforma e Intervención, el estado de México trató de recuperar lo perdido durante la larga contienda. En 1873 la legislatura estatal por decreto número 106 de fecha 15 de octubre, elevó a San Martín a la categoría de municipio. El 15 de abril de 1875, el Congreso mexiquense derogó el anterior decreto. La cabecera del distrito de Otumba, pasa a San Juan Teotihuacán y San Martín se integra a este último municipio. (Inafed, 2018)

En 1902, se inició el trazo de lo que hoy es la Zona Arqueológica de Teotihuacán; por disposición del entonces presidente, Porfirio Díaz, siendo ministro de Instrucción Pública y de las Bellas Artes, Justo Sierra, y se designó al arqueólogo don Leopoldo Batres para que llevara a cabo el descubrimiento arqueológico teotihuacano. (Inafed, 2018)

De acuerdo con la Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México (2018), en 1917, San Martín de las Pirámides vuelve a convertirse en municipio, teniendo como cabecera la localidad del mismo nombre. Existiendo desde entonces los dos municipios, San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides.

En el mes de septiembre de 1962 el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), gracias al interés del gobierno federal, comenzó importantes trabajos en Teotihuacán. Estas obras, bajo la dirección del Dr. Ignacio Bernal, se realizaron con el nombre de 'Proyecto de Teotihuacán', finalizaron en septiembre de 1964, dejando a la vista, la gran plaza de la pirámide del sol y el complejo palacio de Quetzal-mariposa, la calzada de los Muertos, la plaza de la pirámide de la Luna y se construyó una carretera para facilitar la comunicación con la zona arqueológica. Esta unidad cultural fue inaugurada por el entonces presidente Adolfo López Mateos ese mismo año. (Inafed, 2018)

De acuerdo con el INAH (2009), Teotihuacán se incorporó a la lista de sitios considerados como Patrimonio Mundial por la UNESCO, el 11 de diciembre de 1987, reuniendo los seis criterios culturales que definió el organismo internacional para ser objeto de dicha declaratoria (párrafo. 6):

1. Representar una obra maestra del genio creativo del hombre.
2. Ser la manifestación de un intercambio de influencias considerable, durante un periodo determinado o un área cultural específica, en el desarrollo de la arquitectura o de la tecnología, la planificación urbana o el diseño prehispánico.
3. Representar un testimonio único, o por lo menos excepcional, de una tradición cultural o de una civilización aún viva o desaparecida.
4. Ser un ejemplo sobresaliente de un tipo de construcción, de un conjunto arquitectónico, tecnológico o de paisaje, que ilustre una o más etapas significativas de la historia de la humanidad.
5. Constituir un ejemplo sobresaliente de asentamiento humano o de ocupación del territorio que sea tradicional y representativo de una o varias culturas, especialmente si se ha vuelto vulnerable por el efecto de cambios irreversibles.
6. Estar asociado directa o materialmente con acontecimientos o tradiciones vivas, ideas, creencias u obras artísticas y literarias de significado universal extraordinario.

Al obtener dicho nombramiento se puede observar la importancia histórica y cultural que tiene la zona arqueológica de Teotihuacán para el mundo, siendo un recurso cultural de gran atractivo para turistas nacionales e internacionales. Esta zona ha logrado que el turismo sea una de las principales actividades económicas de las localidades de San Martín de las Pirámides y San Juan Teotihuacán y que, precisamente, en 2015, fue el principal motivo para obtener el nombramiento de Pueblo Mágico.

Estas localidades que comparten históricamente la zona arqueológica de Teotihuacán, presentan las siguientes características.

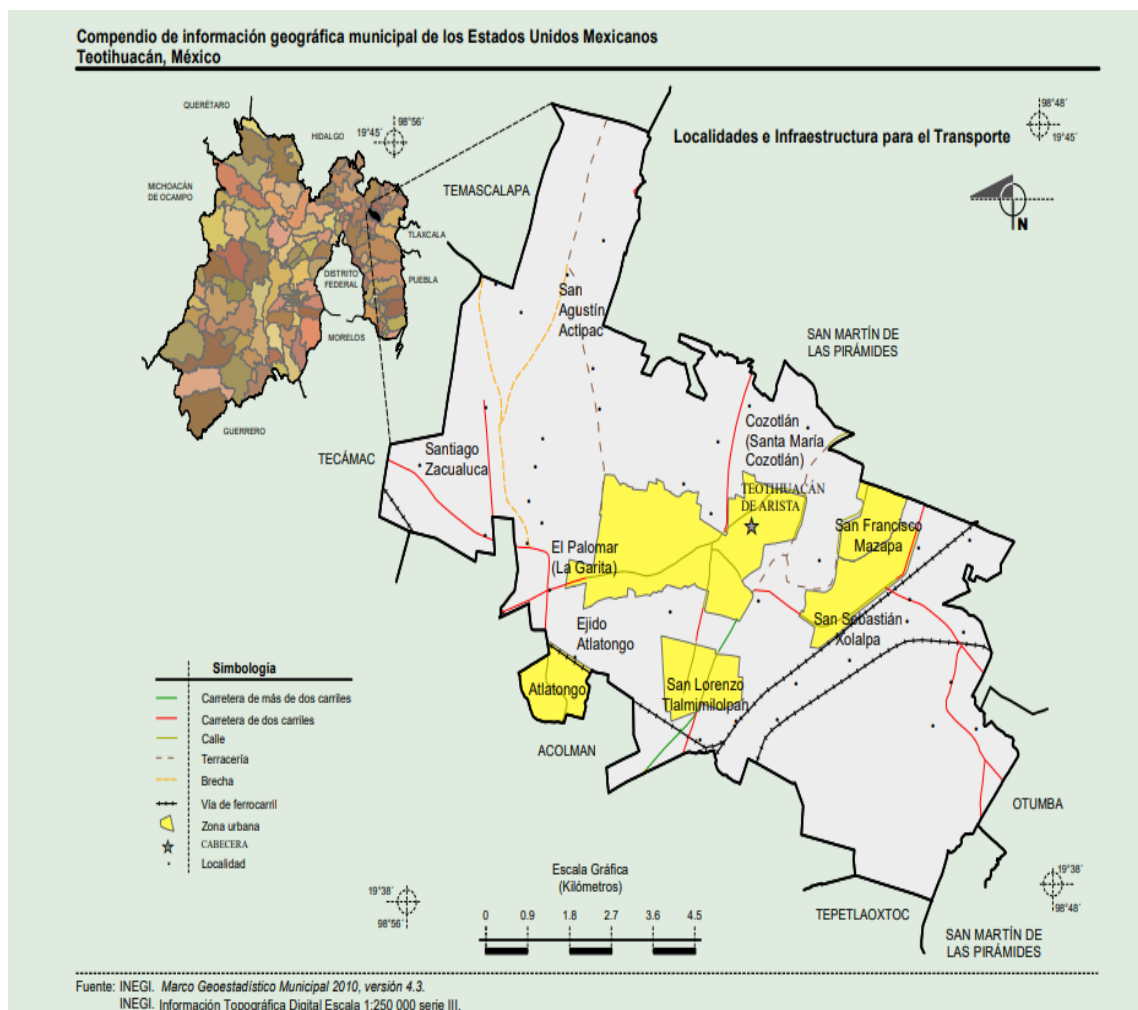
3.2. San Juan Teotihuacán

3.2.1. Localización

Esta localidad, también conocida como Teotihuacán de Arista, es la cabecera municipal que se suma a las otras 31 localidades del municipio del mismo nombre. Se ubica en las coordenadas geográficas 19°41'05" latitud norte y 98°52'06" longitud oeste, a una altitud media sobre el nivel del mar de 2270 metros. Por su parte, el municipio se localiza en los paralelos 19°38' y 19°45' de latitud norte; los meridianos 98°48' y 98°56' de longitud oeste; altitud entre 2,

279 msnm; en la parte oriente del estado de México a 108 kilómetros de Toluca. Colinda al norte con los municipios de Temascalapa y San Martín de las Pirámides; al este con los municipios de San Martín de las Pirámides y Otumba; al sur con los municipios de Otumba, Tepetlaoxtoc y Acolman; al oeste con los municipios Acolman y Tecámac. Ocupa el 0.37% de la superficie del estado con una extensión de 83.18 kilómetros cuadrados. (PDMT, 2013)

Ilustración 8. Mapa de localización del municipio de Teotihuacán y de la localidad de San Juan Teotihuacán

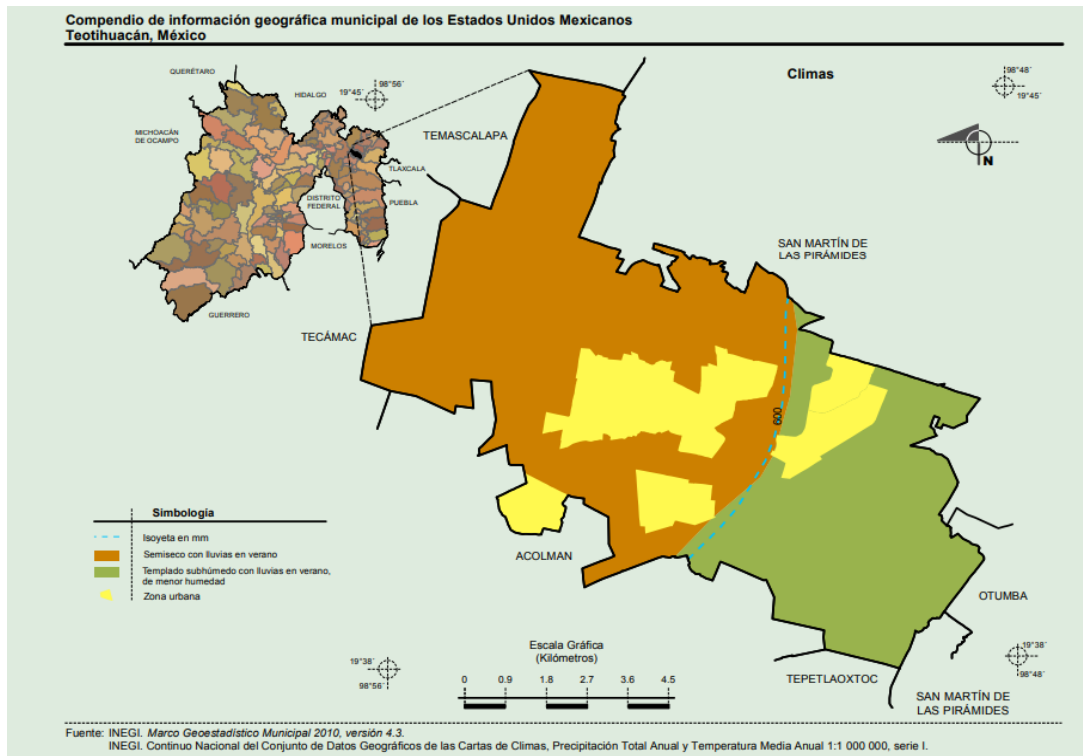


3.2.2. Características fisiográficas

Clima

El municipio presenta un rango de temperatura de entre 12 y 16°C, con un clima semiseco con lluvias en verano (66.19%) y templado subhúmedo con lluvias en verano, de menor humedad (33.81%), y un rango de precipitación de entre 500 y 700 mm. (Compendio de Información Geográfica Municipal, 2010)

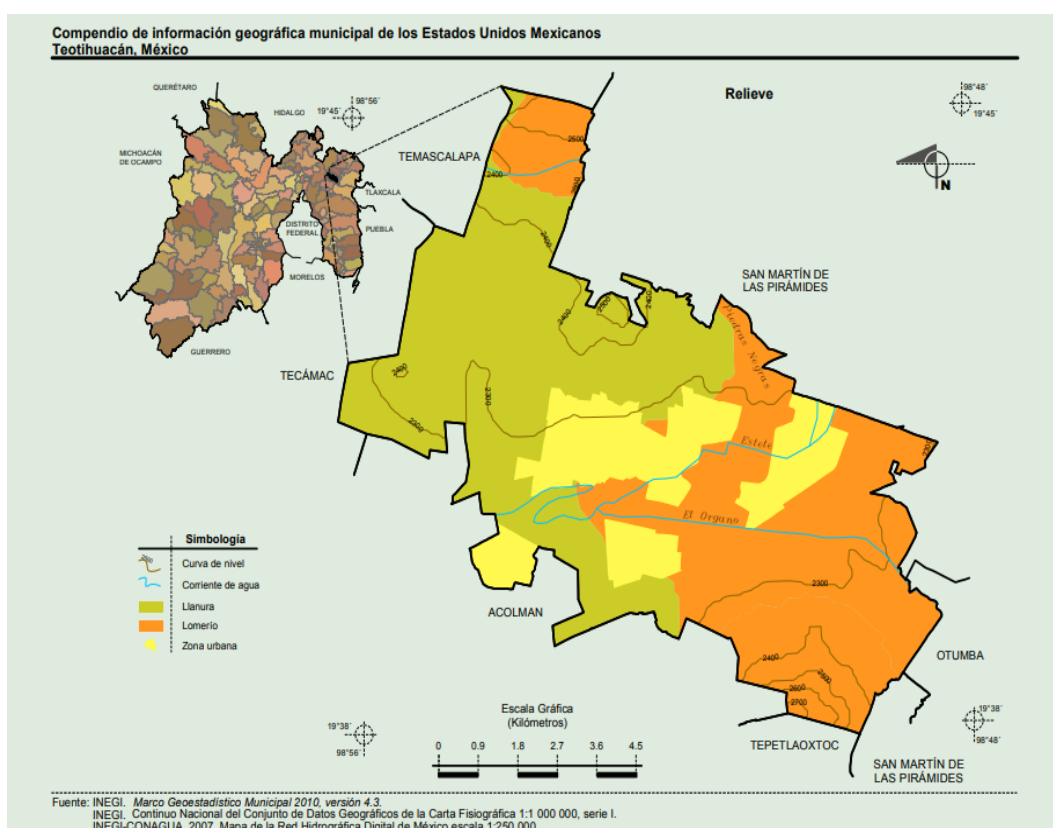
Ilustración 9. Tipo de climas en el municipio de Teotihuacán.



Relieve

El territorio del municipio está compuesto de dos tipos de relieve: llanura y lomerío, prácticamente en las mismas proporciones (Ibídem, 2018). Se encuentran pequeños cerros, conocidos como: el cerro de Maninal, con 2,320 metros de altura sobre el nivel del mar; el cerro Colorado con 2,260 metros sobre el nivel medio del mar; y otros cerros de escasa altura, como los cerros Cotla, Nixcuyo, Platachico, Tecomazúchitl y los cerros de la Cueva. (PDMT, 2013)

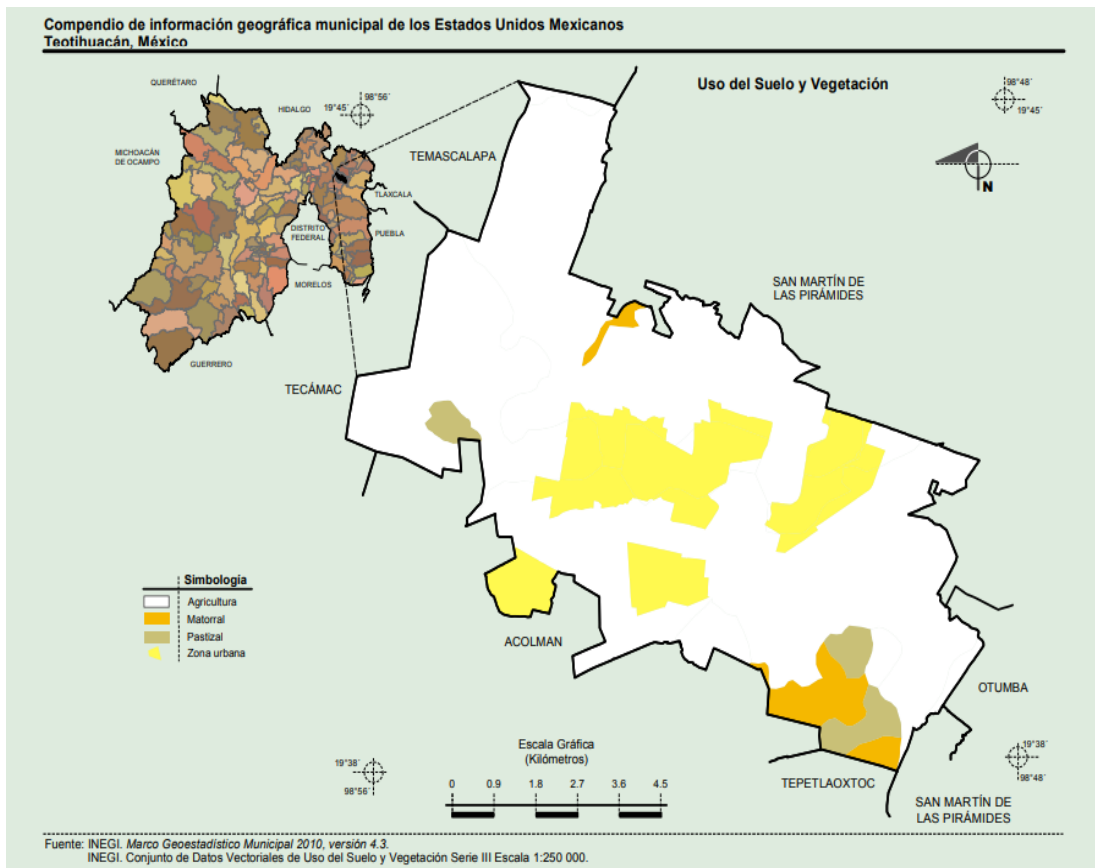
Ilustración 10. Tipos de relieve del municipio de Teotihuacán.



Uso del suelo y vegetación

El suelo municipal está dominado principalmente por la agricultura con un 76.89%, seguido del ocupado por la zona urbana con un 16.59%, mientras que el porcentaje restante está ocupado por vegetación, 3.48% de matorral y 3.04% de pastizal. (Compendio de Información Geográfica Municipal, 2010)

Ilustración 11. Uso del suelo en el municipio de Teotihuacán.



3.2.3. Infraestructura en comunicaciones y transporte

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Municipal de Teotihuacán 2016-2018, el municipio está comunicado por una vía principal que es la carretera federal México-Tuxpan, por una carretera estatal que lo conecta con el municipio de Tecámac, y por otras dos carreteras que lo conectan con los municipios de San Martín de las Pirámides y Acolman.

En cuanto a la infraestructura de transporte, el municipio cuenta con el apoyo de minibuses para su comunicación con los municipios de Otumba, Texcoco y Ecatepec, además de los ya mencionados; con autobuses para su comunicación con la Ciudad de México y Apan, Hidalgo; y sin dejar de mencionar el apoyo de microbuses y taxis para el desplazamiento interno por el municipio.

Tabla 10. Rutas de conexión terrestre con la cabecera municipal de Teotihuacán y medios de transporte.

Origen	Tipo de transporte	Distancia (km)
Ciudad de México (Central de Autobuses del Norte)	Autobús	47
Apan, Hidalgo	Autobús	66
Texcoco	Minibús	27
Otumba	Minibús	17
Ecatepec	Minibús	29
Tecámac	Minibús	12
San Martín de las Pirámides	Minibús	17
Acolman	Minibús	18

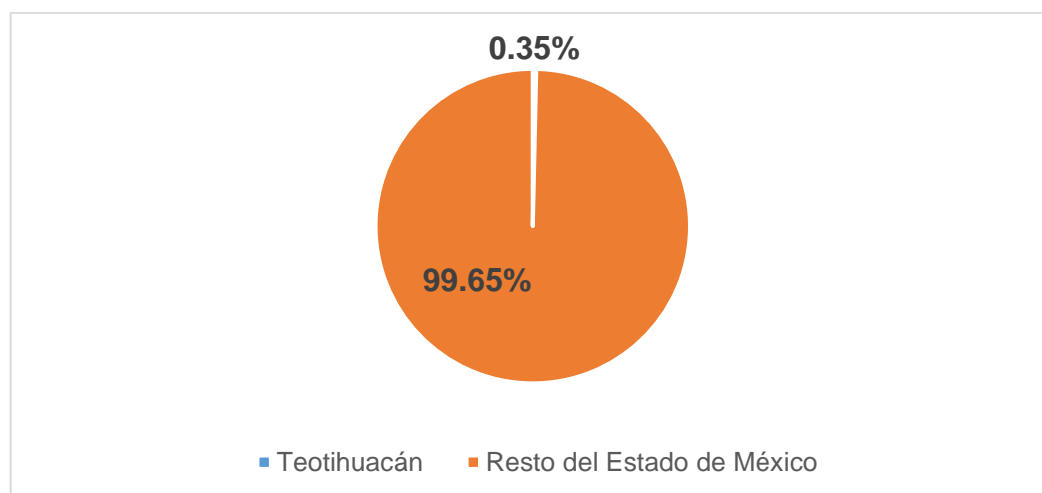
Fuente: elaboración propia con información del *Plan de Desarrollo Municipal de Teotihuacán 2016-2018* y Google Maps.

3.2.4. Características socioeconómicas

Población

Según los últimos datos disponibles en la Encuesta Intercensal 2015 del Inegi, la población total de Teotihuacán es de 56,993 habitantes, de los cuales 27,782 (48.7%) son hombres y 29,211 (51.3%) son mujeres, representando apenas el 0,35% de la población total de los 125 municipios que componen el estado de México. (Inegi, 2016)

Gráfica 6. Población de San Juan Teotihuacán respecto al total del estado de México.



Fuente: elaboración propia con información de Inegi, 2016.

La distribución de la población del municipio respecto a los siguientes grupos de edades se encuentra así:

Tabla 11. Distribución de la población de Teotihuacán por grupos de edades.

Grupo de Edad	N° de habitantes
0 a 14 años	15,757
15 a 19 años	5,264
20 a 29 años	9,485
30 a 44 años	12,878
45 a 59 años	8,627
60 años y más	4,941
No especificado	41
Total	56,993

Fuente: elaboración propia con información de la *Encuesta Intercensal 2015* del Inegi (2016).

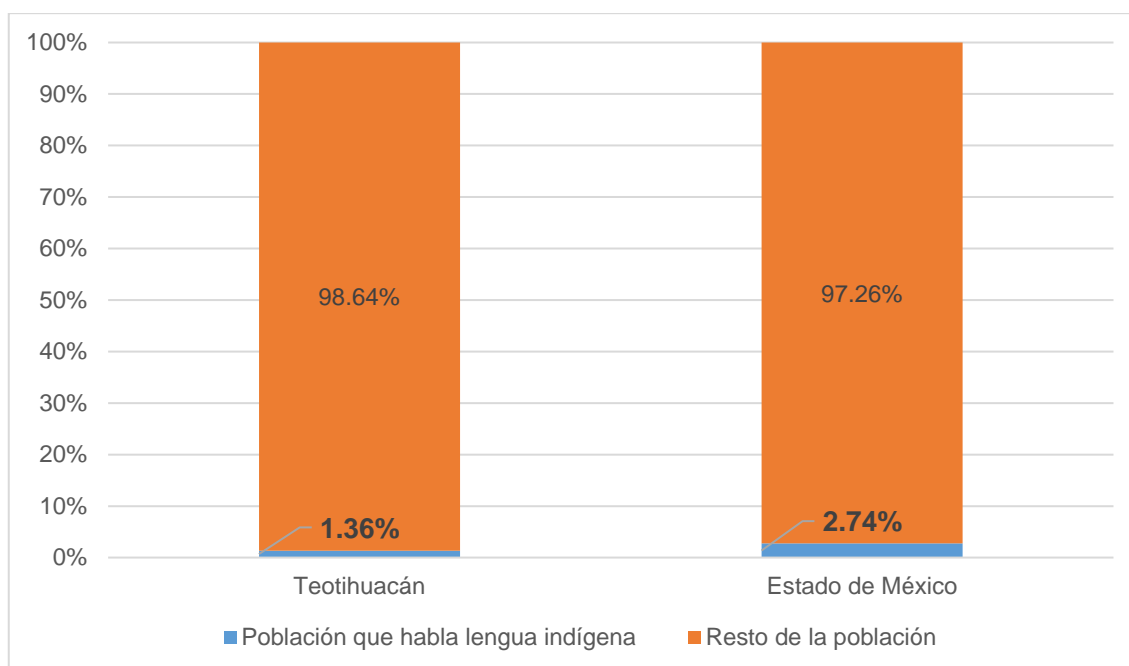
Siendo los niños (0 a 14 años) y los adultos de 30 a 44 años los grupos poblacionales más abundantes en el municipio.

La población específica de la localidad de Teotihuacán de Arista es de 23,345 habitantes, de los cuales, 14,905 son mayores de 18 años. (Inegi, 2010)

Hablantes de lengua indígena

En cuanto a los hablantes de alguna lengua indígena, se encuentra que, el total en el estado (de la población mayor a 3 años) es de 421,891 personas (2.74%), de los cuales el 91.85% también habla español; mientras que en el municipio, son 736 (1.36%) personas las que hablan alguna lengua indígena, de los cuales el 83.51% también hablan español. (Inegi, 2016).

Gráfica 7. Población que habla alguna lengua indígena en San Juan Teotihuacán y en el estado de México.



Fuente: elaboración propia con información de Inegi, 2016

Población Ocupada

La población ocupada en el estado de México es de 6'209,671 personas (65% hombres y 35% mujeres), mientras que en el municipio es de 21,793 personas (66% hombres y 34% mujeres), y su distribución por sector de actividad económica se encuentra así (Inegi, 2016):

Primario (%)		Secundario (%)		Comercio (%)		Servicios (%)	
Edo. Méx.	Teotihuacán	Edo. Méx.	Teotihuacán	Edo. Méx.	Teotihuacán	Edo. Méx.	Teotihuacán
3.84	3.92	25.14	29.58	21.48	17.89	47.08	46.27

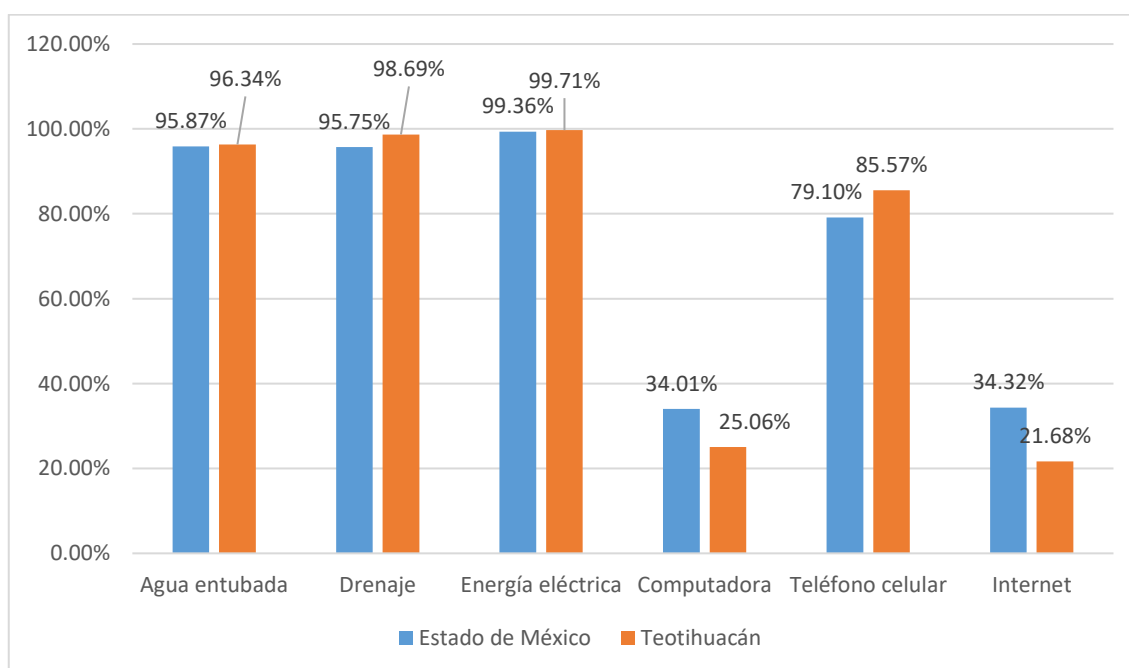
Fuente: elaboración propia con información de la Encuesta Intercensal 2015 del Inegi (2016).

Se observa que, tanto en el estado de México como en Teotihuacán, la población ocupada se concentra mayormente en el sector servicios, donde se incluye el turismo, por lo que se puede suponer la importancia de esta actividad para el municipio.

Viviendas y servicios básicos

El total de viviendas particulares habitadas en el estado de México es de 4'166,570, de las cuales el 95.87% dispone de agua entubada, el 95.75% dispone de drenaje, el 99.36% cuentan con energía eléctrica, el 34.01% cuentan con computadora, el 79.10% con teléfono celular y el 34.32% con internet. Por su parte, el municipio tiene un total de 14,335 viviendas, de las cuales el 96.34% disponen de agua entubada, el 98.69% de drenaje, el 99.71% de energía eléctrica, el 25.06% con computadora, el 85.57% con teléfono celular y el 21.68% con internet, de tal modo que, tanto el estado como el municipio, prácticamente el total de las viviendas cuentan con los servicios básicos, mientras que en relación a bienes y tecnologías de la información y de la comunicación, ambos cuentan con buen porcentaje de disposición de teléfono celular, pero no así de computadora y servicio de internet. (Inego, 2016)

Gráfica 8. Porcentaje de viviendas particulares que cuentan con servicios básicos, computadora, teléfono celular e internet: estado de México y San Juan Teotihuacán.



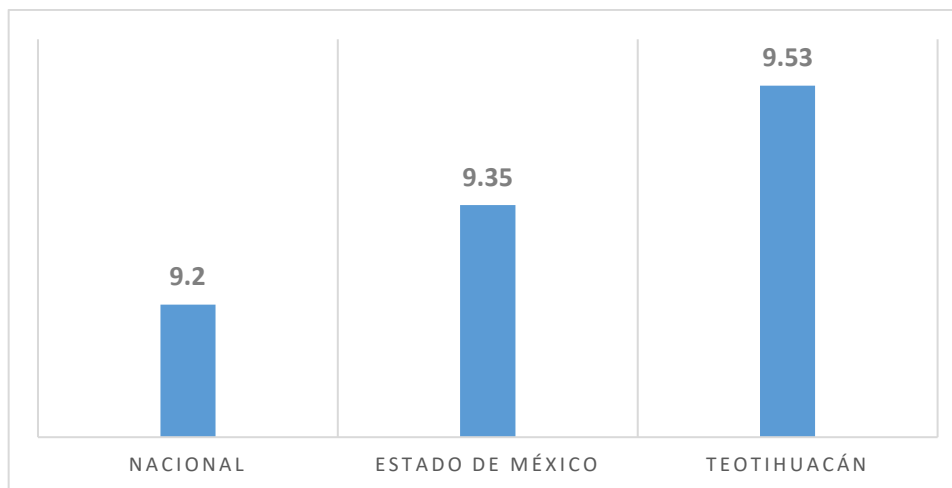
Fuente: elaboración propia con información de Inegi, 2016.

Nivel educativo

El grado promedio de escolaridad en el estado de México es de 9.53, es decir, la población tiene concluida, en promedio, la secundaria, muy similar al grado

promedio de Teotihuacán, que es de 9.35 (Inegi, 2016); ambos similares al promedio nacional que es de 9.2 grados.

Gráfica 9. Grados promedio de escolaridad: México, estado de México y San Juan Teotihuacán.



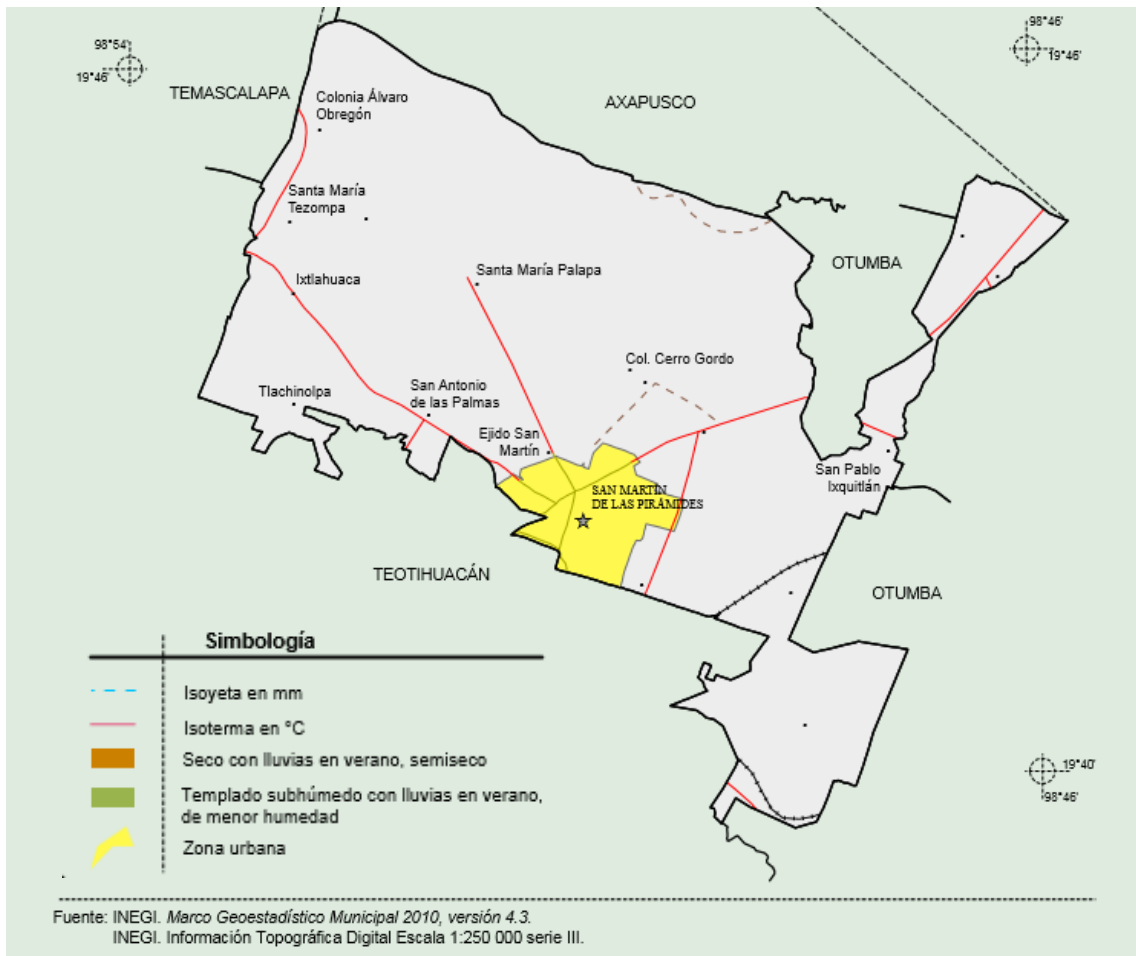
Fuente: elaboración propia con información de Inegi, 2016.

3.3. San Martín de las Pirámides

3.3.1. Localización

San Martín de las Pirámides es la cabecera municipal y una de las 22 localidades (PDMSM, 2016) del municipio de San Martín de las Pirámides, en el estado de México. Se localiza entre los paralelos 19° 40' y 19° 46' latitud norte y los meridianos 98° 46' y 98° 54' longitud oeste a una altitud promedio de 2700m sobre el nivel medio del mar; colinda al norte con los municipios de Temascalapa, Axapusco y Otumba; al este con los municipios de Axapusco y Otumba; al sur con los municipios de Otumba y Teotihuacán; y al oeste con los municipios de Teotihuacán y Temascalapa (Compendio de Información Geográfica Municipal, 2010). Su extensión territorial es de 70.30 km². (PDMSM, 2016)

Ilustración 12. Mapa de ubicación del municipio y localidad de San Martín de las Pirámides.

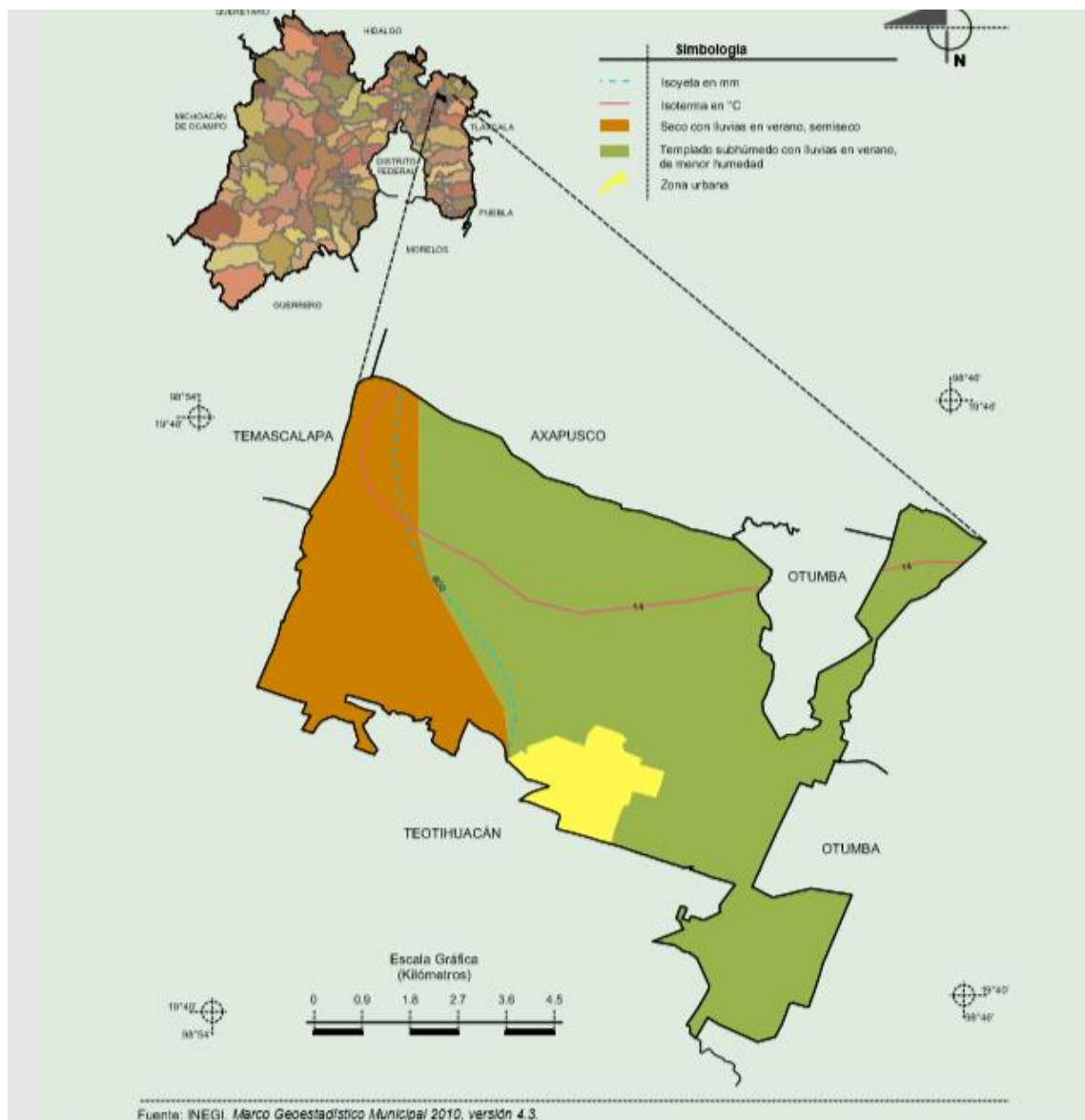


3.3.2. Características fisiográficas

Clima

El municipio cuenta con un rango de temperatura de entre 12° y 16°C, con una precipitación de entre 500 y 700mm. Los climas que se presentan a lo largo del año son templado subhúmedo con lluvias en verano (76.12%) y seco con lluvias en verano, semiseco (23.88%). (Compendio de Información Geográfica Municipal, 2010)

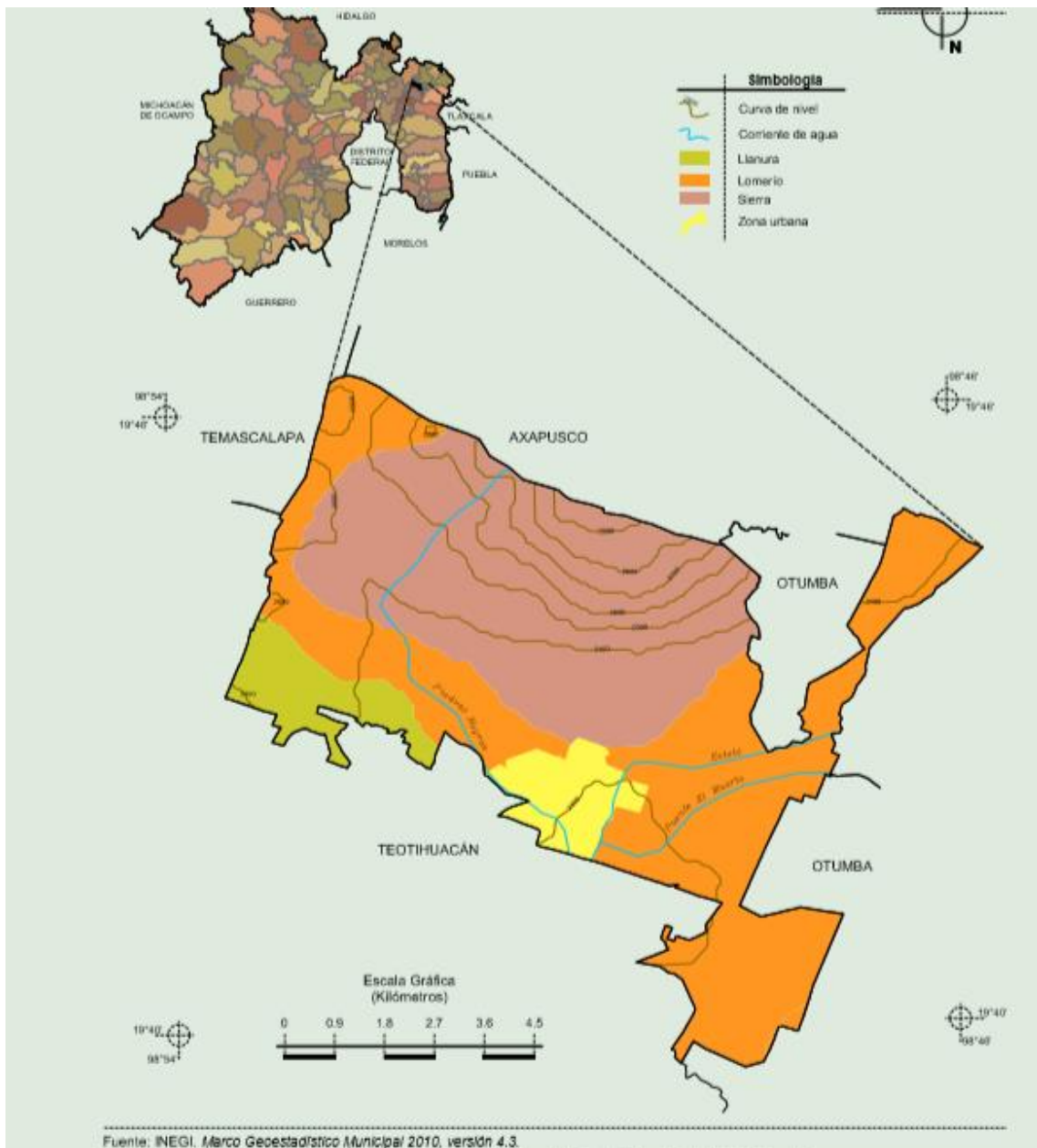
Ilustración 13. Climas del municipio de San Martín de las Pirámides.



Relieve

Los tipos de suelo que conforman el municipio son principalmente lomerío (47.74%) y de sierra y volcánico (41.46%), y en una pequeña parte, llanura (6%). (Compendio de Información Geográfica Municipal, 2010)

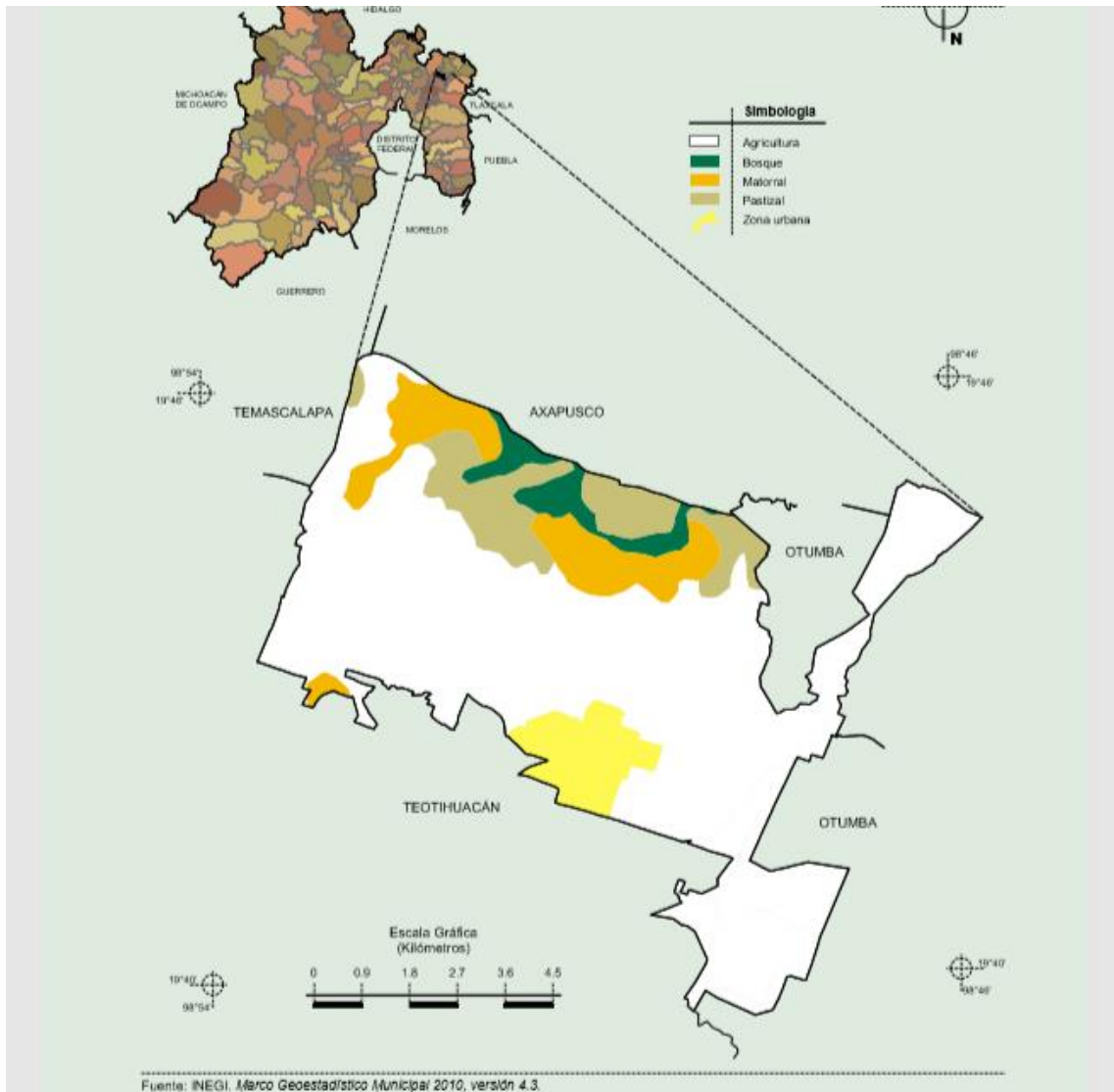
Ilustración 14. Mapa del relieve del municipio de San Martín de las Pirámides.



Uso del suelo y vegetación

El suelo del municipio está casi cubierto por zona natural, ya que el 71.55% es utilizado por la agricultura, el 10.07% está ocupado por matorral, el 9.08% por pastizal y el 3.51% por bosque, mientras que sólo el 5.16% del territorio es el correspondiente a la zona urbana. (Compendio de Información Geográfica Municipal, 2010)

Ilustración 15. Mapa de uso de suelo y vegetación del municipio de San Martín de las Pirámides.



3.3.3. Infraestructura de comunicaciones y transportes

En cuanto a la movilidad interna, el municipio cuenta con minibuses, taxis y autobuses para el traslado a comunidades de otros municipios como Otumba, Temascalapa, Teotihuacán, Acolman, Tezoyuca, Chiconcuac, Atenco, Ecatepec, Texcoco y Tecámac (PDMSM, 2013). En la cabecera municipal se cuenta con una terminal de autobuses, la cual tiene conectividad con la Central de Autobuses del Norte de la Ciudad de México; Puebla, Puebla; Tulancingo, Hidalgo; Pachuca, Hidalgo; y Texcoco, México (ver tabla 13). El terrestre es el único medio de transporte para la localidad, sin embargo, los aeropuertos de la

Ciudad de México, de Toluca y de Puebla se encuentran a distancias cortas de recorrer en automóvil hacia San Martín de las Pirámides (ver tabla 14).

Tabla 13. Conexiones hacia San Martín de las Pirámides.

Origen	Tipo de transporte	Distancia
Central del Norte, CDMX	Autobús	52 km
Puebla	Autobús	129 km
Tulancingo	Autobús	69 km
Pachuca	Autobús	55 km
Texcoco	Autobús	30 km

Fuente: elaboración propia con información del Ayuntamiento de San Martín de las Pirámides, 2013.

Tabla 14. Distancias de aeropuertos cercanos a San Martín de las Pirámides.

Aeropuerto	Distancia	Tiempo
Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México	57.6 km	51 minutos
Aeropuerto Internacional de Toluca	111 km	1 hora 29 minutos
Aeropuerto Internacional de Puebla	132 km	1 hora 30 minutos

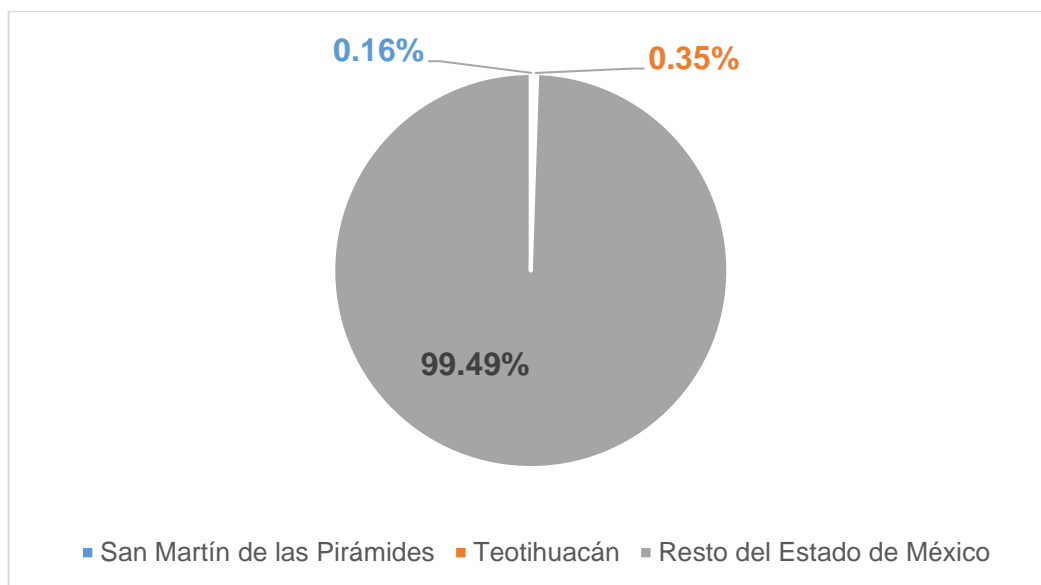
Fuente: elaboración propia con información del Ayuntamiento de San Martín de las Pirámides, 2013.

3.3.4. Características socioeconómicas

Población

De acuerdo con la Encuesta Intercensal 2015 del Inegi, la población total de San Martín de las Pirámides es menor que la de Teotihuacán (47.3%) con 26,960 habitantes, de los cuales 13,126 (48.7%) son hombres y 13,834 (51.3%) son mujeres, representando tan sólo el 0.16% de la población total de los 125 municipios que componen el estado de México. (Inegi, 2016)

Gráfica 10. Población de San Martín de las Pirámides y San Juan Teotihuacán respecto al estado de México.



Fuente: elaboración propia con información del Inegi, 2016.

La distribución de la población del municipio respecto a los siguientes grupos de edades se encuentra así:

Tabla 15. Distribución de la población de Teotihuacán por grupos de edades.

Grupo de Edad	N° de habitantes
0 a 14 años	7,160
15 a 19 años	2,509
20 a 29 años	4,368
30 a 44 años	6,269
45 a 59 años	4,096
60 años y más	2,544
No especificado	14
Total	26,960

Fuente: elaboración propia con información de la *Encuesta Intercensal 2015* del Inegi (2016).

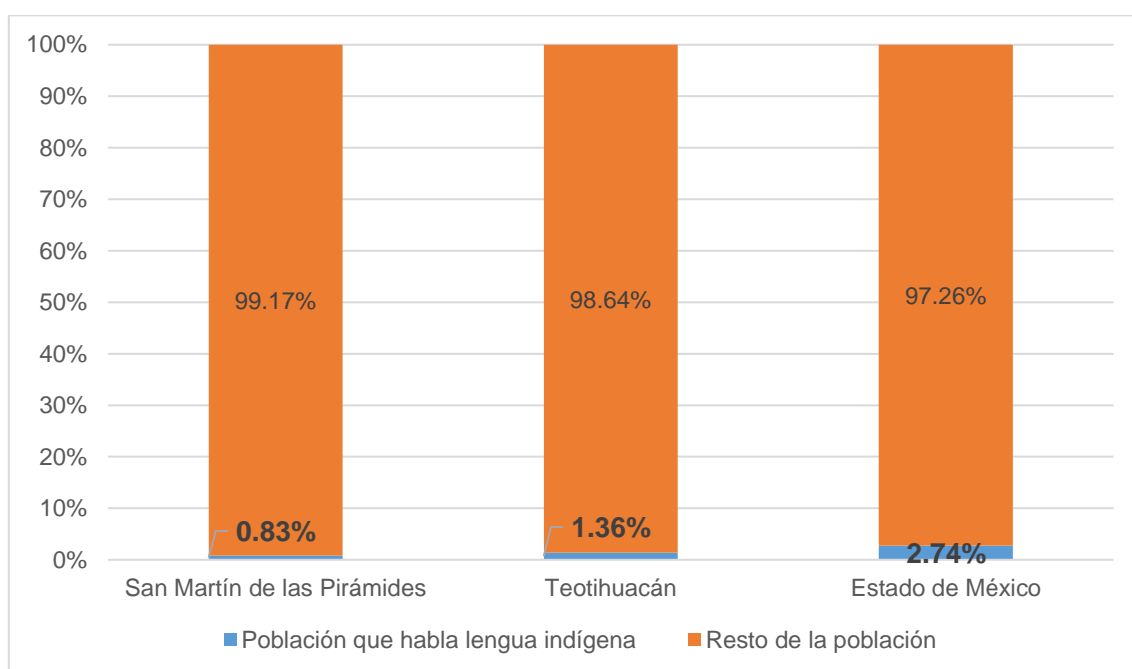
Siendo, al igual que Teotihuacán, los niños de 0 a 14 años y los adultos de 30 a 44 años los grupos poblacionales más abundantes en el municipio.

La población específica de la localidad de San Martín de las Pirámides es de 12,812 habitantes, de los cuales, 8,476 son mayores de 18 años. (Inegi, 2010)

Hablantes de lengua indígena

En 2015, la población hablante de lenguas indígenas en San Martín de las Pirámides es menor a la de Teotihuacán, con 226 habitantes por 736 de éste último, representando el 0.83% de su población. (PDMSM, 2016)

Gráfica 11. Población que habla alguna lengua indígena en San Martín de las Pirámides, San Juan Teotihuacán y en el estado de México.

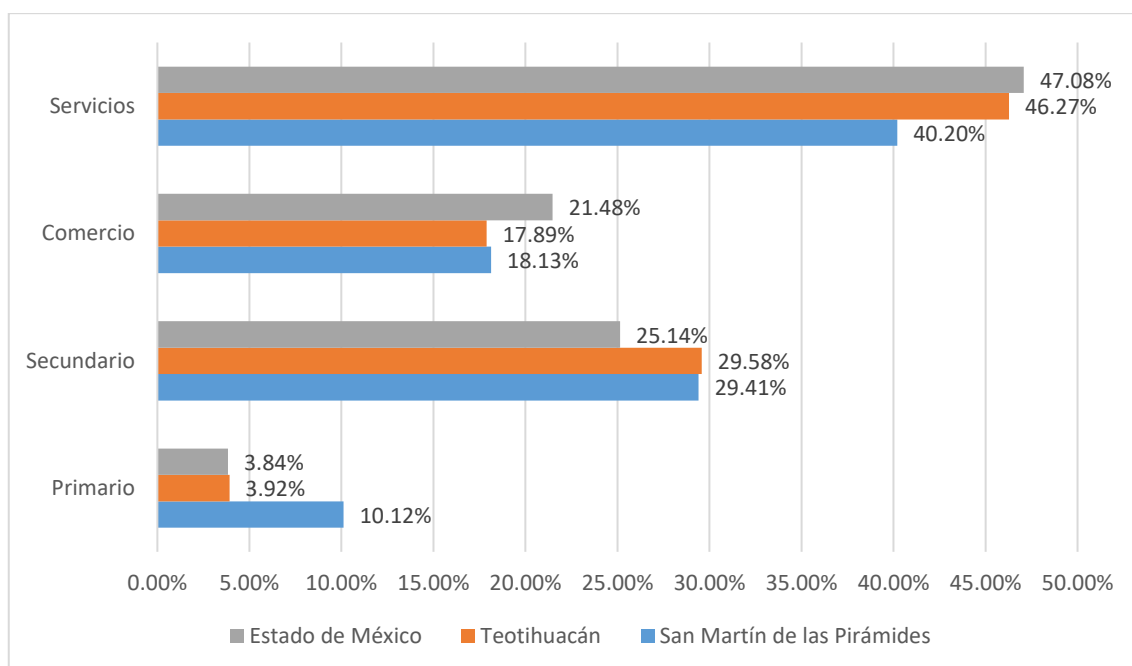


Fuente: elaboración propia con información del *Plan de Desarrollo Municipal de San Martín de las Pirámides 2016-2018* e Inegi, 2016.

Población Ocupada

Tomando en consideración que, la población ocupada en el estado de México es de 6'209,671 personas (65% hombres y 35% mujeres), este indicador suma en San Martín de las Pirámides a 10,156 personas (68.7% hombres y 31.3% mujeres), y su distribución por sector de actividad económica se encuentra así:

Gráfica 12. Distribución (%) de la población ocupada por sector económico: estado de México, San Martín de las Pirámides y San Juan Teotihuacán.



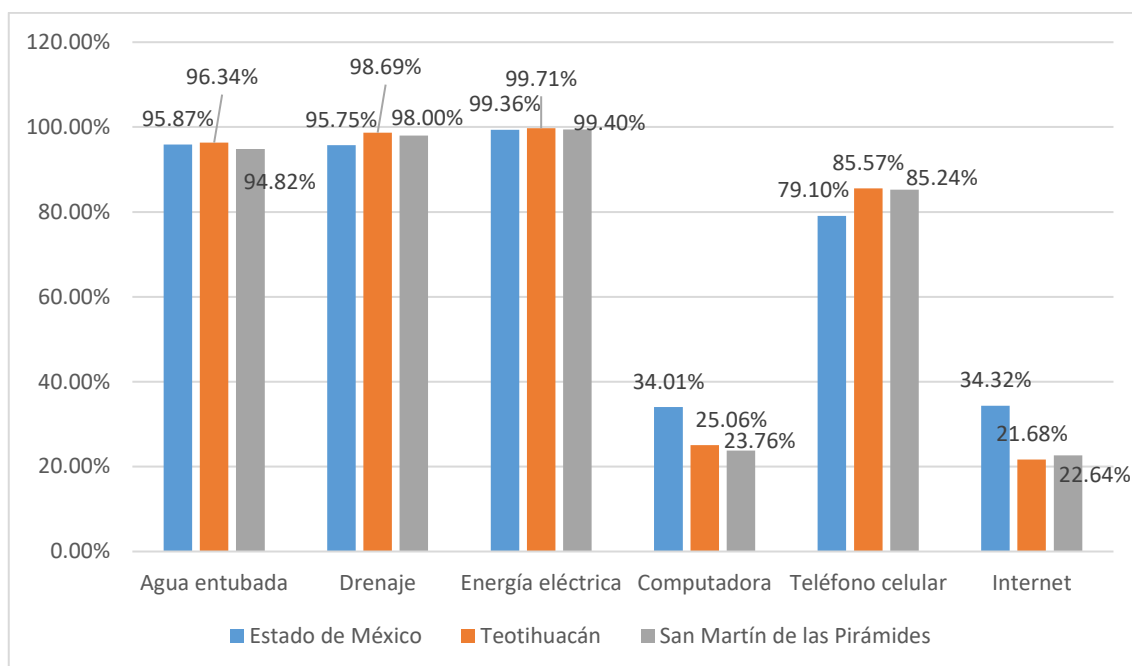
Fuente: elaboración propia con información de la *Encuesta Intercensal 2015* del Inegi.

Se observa que, al igual que en el estado de México y en Teotihuacán, la población ocupada de San Martín de las Pirámides se concentra mayormente en el sector servicios, donde se incluye el turismo, por lo que se puede suponer la importancia que también tiene esta actividad en el municipio.

Viviendas y servicios básicos

El total de viviendas particulares habitadas en el municipio es de 7,108, de las cuales el 94.82% disponen de agua entubada, el 98% de drenaje, el 99.40% de energía eléctrica, el 23.76% con computadora, el 85.24% con teléfono celular y el 22.64% con internet. De tal modo que, casi el total de las viviendas cuentan con servicios básicos, mientras que con relación a bienes y tecnologías de la información y de la comunicación, la población cuenta con buen porcentaje de disposición de teléfono celular, pero no así de computadora ni de servicio de internet (Encuesta Intercensal 2015 Inegi, 2016); en comparación con Teotihuacán y el estado de México el comportamiento es similar.

Gráfica 13. Porcentaje de viviendas particulares que cuentan con servicios básicos, computadora, teléfono celular e internet: estado de México, San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides.

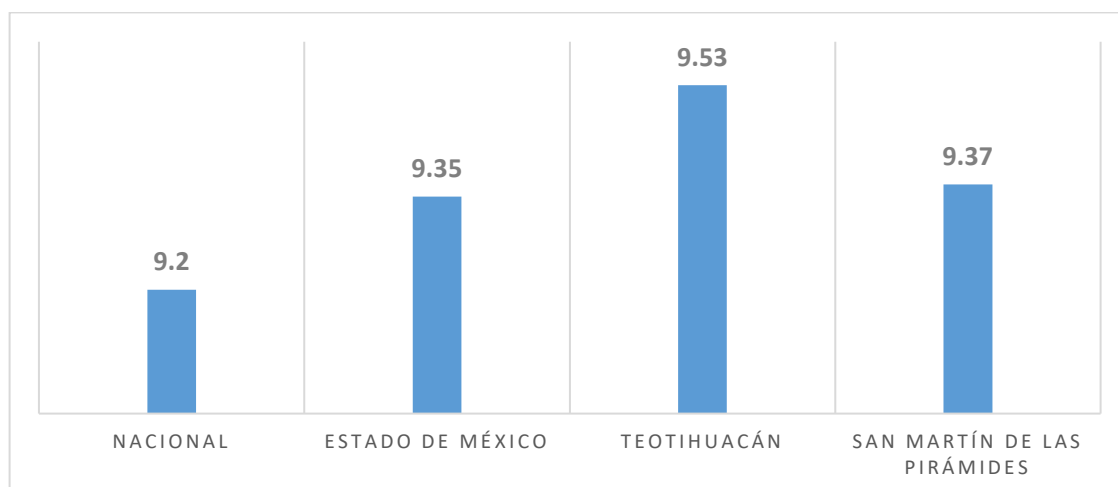


Fuente: elaboración propia con información de Inegi, 2016.

Nivel educativo

El grado promedio de escolaridad en San Martín de las Pirámides es de 9.37, es decir, la población tiene concluida, en promedio, el nivel de secundaria de la educación básica que, comparado con el grado promedio de Teotihuacán y del estado de México, es prácticamente el mismo nivel.

Gráfica 14. Grados promedio de escolaridad: México, estado de México, San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides.



Fuente: elaboración propia con información de Inegi, 2016

3.4. Oferta y demanda turística del Pueblo Mágico

En este apartado se presenta un diagnóstico general de la oferta y demanda turística que existe al 2017 en el Pueblo Mágico, para contextualizar la situación del desarrollo turístico que hay en las localidades que lo conforman. Sin embargo, la información es limitada dado que las fuentes estadísticas disponibles en turismo para el estado de México como Datatur e Inegi, se reducen sólo a los destinos turísticos de El Oro, Valle de Bravo, Toluca e Ixtapan de la Sal, mientras que, para Teotihuacán, sólo se encuentran disponibles estadísticas del número de cuartos de hospedaje registrados y el número de visitantes a zona arqueológica.

Para analizar los indicadores mencionados, se hará una comparación con los datos encontrados antes de que las localidades recibieran el nombramiento de PM y lo correspondiente posterior a este fenómeno.

3.4.1. Cuartos de hospedaje

Se analizaron los dos años posteriores al nombramiento de PM con información disponible, es decir 2016 y 2017 y, por ende, dos años anteriores, 2014 y 2015, para observar la evolución del número de cuartos influida por el fenómeno mencionado.

Tabla 16. Cuartos de hospedaje disponibles según categoría turística en San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides durante el periodo 2014-2017.

Categoría	2014		2015		2016		2017	
	S.J.T.	S.M.P.	S.J.T.	S.M.P.	S.J.T.	S.M.P.	S.J.T.	S.M.P.
Cinco estrellas	0	0	0	0	0	0	0	0
Cuatro estrellas	124	230	122	230	124	230	124	230
Tres estrellas	0	0	0	0	0	0	0	0
Dos estrellas	9	0	9	0	9	0	9	0
Una estrella	0	18	0	18	0	18	0	18
Sin categoría	57	0	57	0	57	0	57	0

Total	190	248	188	248	190	248	190	248
--------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

Fuente: elaboración propia con información del Inegi: *Anuario estadístico y geográfico de México* de 2014 a 2017.

Sin embargo, a pesar del incremento de visitantes que se ha generado por el nombramiento de PM en, al menos, la zona arqueológica (ver gráfica 15), el número de cuartos no ha sufrido el mismo cambio, y esto aunado a lo dicho por el presidente del Comité de Pueblo Mágico de San Martín de las Pirámides en la entrevista realizada (2018) de que la estadía promedio tampoco ha aumentado, hace ver la posibilidad de que los visitantes recibidos son excursionistas en su mayoría, además de la falta de estrategias más eficientes para motivarlos a realizar una pernocta más larga, pues la *Experiencia Nocturna*⁵, por ejemplo, ha sido un éxito en venta de boletos y derrama económica a nivel nacional e internacional, según menciona la secretaria de Turismo del estado de México, María Lorena Marín Moreno (2018), sin embargo el producto no ha sido gestionado en conjunto con operadores y prestadores de servicios turísticos para generar una mayor estadía.

Asimismo, cabe mencionar la proporción que representa el número de cuartos disponibles totales en las localidades, al 2017, respecto al estado de México, que es apenas del 1.8%. (Inegi, 2018)

San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides	Estado de México
438	24,521

Fuente: Inegi: México en cifras, 2018.

3.4.2. Visitantes a la zona arqueológica de Teotihuacán

Por la parte del número de visitantes a la zona arqueológica, se analizó un periodo de seis años previo a la incorporación al PPM y los tres años posteriores que han transcurrido para observar su evolución.

Primero, se presenta el análisis del periodo previo al fenómeno (2010-2015).

⁵ Espectáculo nocturno que se lleva a cabo al aire libre en la zona arqueológica con luces y sonidos naturales, para generar la experiencia al visitante de estar en Teotihuacán de noche. Fuente: Corredor del Valle de Teotihuacán (Covate), 2018. *Eventos*. Disponible en: <http://covate.edomex.gob.mx/teotihuacan/eventos>. Consultado el 30 de noviembre de 2018.

Tabla 17. Número de visitantes anuales de la zona arqueológica de Teotihuacán antes de la incorporación al PPM.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Residentes en México	1,420,142	1,724,072	1,649,291	1,804,223	1,842,827	2,215,907
Residentes en el exterior	504,958	510,367	532,778	519,435	644,213	690,293
Totales	1,925,100	2,234,439	2,182,069	2,323,658	2,487,040	2,906,200

Fuente: INAH, 2019.

Tabla 18. Tasa de crecimiento anual de los visitantes anuales en la Z.A. de Teotihuacán antes de la incorporación al PPM.

	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Residentes en México	21.40%	-4.34%	9.39%	2.14%	20.24%
Residentes en el exterior	1.07%	4.39%	-2.50%	24.02%	7.15%
Totales	16.07%	-2.34%	6.49%	7.03%	16.85%

Fuente: INAH, 2019.

Tasa promedio anual de crecimiento: 9.77%

En este periodo previo se puede observar la importancia del mercado nacional, siendo prácticamente el triple que los visitantes extranjeros, y a excepción de 2012, existe un aumento constante del número de visitantes totales, con una tasa promedio anual de 9.77%.

A finales de 2015 es cuando San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides reciben el nombramiento de Pueblo Mágico, por lo que puede decirse que 2016 es el primer año en que el atractivo turístico de la zona arqueológica se ve influida por el PPM, evolucionando de la siguiente forma:

Tabla 19. Número de visitantes anuales de la zona arqueológica de Teotihuacán posterior a la incorporación al PPM.

	2016	2017	2018
Residentes en México	3,216,397	3,513,346	3,400,732

Residentes en el exterior	635,732	671,671	666,466
Totales	3,852,129	4,185,017	4,067,198

Fuente: INAH, 2019.

Tabla 20. Tasa de crecimiento anual de los visitantes anuales en la Z.A. de Teotihuacán posterior a la incorporación al PPM.

	2015-2016	2016-2017	2017-2018
Residentes en México	45.15%	9.23%	-3.21%
Residentes en el exterior	-7.90%	5.65%	-0.77%
Totales	32.55%	8.64%	-2.82%

Fuente: INAH, 2019.

Tasa promedio anual de crecimiento: 17.06%

En este nuevo periodo se puede observar que se mantiene la tendencia mayoritaria de visitantes nacionales sobre los extranjeros, destacando que el aumento de los residentes en México en 2016, primer año dentro del PPM, fue de poco más de un millón de visitantes, con respecto al año anterior; este hecho puede corresponder a que la marca Pueblo Mágico funcionó como un gran atractivo de visitantes, sobre todo nacionales, por ser el mercado con mayor facilidad y disponibilidad de desplazarse a este destino⁶. En contraparte, el número de visitantes extranjeros disminuyó el 7.9% de 2015 a 2016, y en los dos años posteriores ha vuelto a aumentar, pero sin alcanzar aún la cifra recibida en 2015.

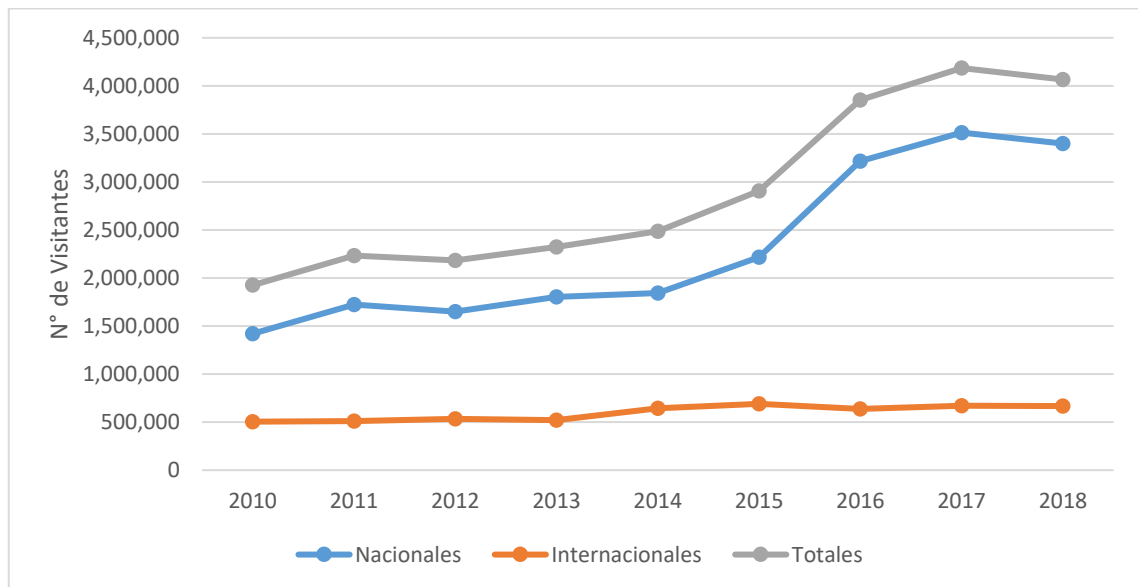
En general, durante estos tres años que lleva el destino como Pueblo Mágico, la tasa promedio anual de crecimiento de visitantes es de 17.06%, casi el doble de cuando aún no lo eran, por lo que se observa el efecto de la marca.

⁶ La campaña “Viajemos todos por México” realizada desde 2016 por el Consejo de Promoción Turística de México en medios nacionales y redes sociales ha sido un elemento a considerar como factor de motivación para que los residentes en México hayan viajado más. Fuente: gob.mx (2016). *Viajemos Todos por México*. Disponible en: <https://www.gob.mx/gobmx/articulos/viajemos-todos-por-mexico-29607>. Consultado el 2 de junio de 2019.

El mayor cambio, como se observa en la gráfica de abajo (número 15), fue de 2015 a 2016, precisamente cuando San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides reciben el nombramiento, habiendo un mayor impacto en el mercado nacional, no así en el internacional, el cual se ha mantenido prácticamente constante.

Por otro lado, en 2018 se observa un decremento de visitantes nacionales, y por tanto del total, contrario a la tendencia general que se ha venido presentando en los últimos años. De acuerdo con información recabada en el sondeo realizado para esta investigación, esto pudo verse influido por acontecimientos de diversa índole durante 2018, como las elecciones nacionales, el incremento en el precio de la gasolina, o por el descuido en mantenimiento que ha tenido la zona arqueológica.

Gráfica 15. Número de visitantes anuales en la Z.A. de Teotihuacán antes y después de la influencia del PPM.



Fuente: elaboración propia con información del INAH, 2019.

3.4.3. Inventario de atractivos turísticos

Este es otro aspecto que forma parte del diagnóstico de la oferta turística del Pueblo Mágico y que tiene que ver con su desarrollo turístico. A pesar de que San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides son localidades de municipios diferentes, una colinda con la otra, por lo que comparten varios

atractivos turísticos, hecho que también dio pie a que obtuvieran el nombramiento de Pueblo Mágico en conjunto.

Al ser un PM ubicado en una zona principalmente urbana, la mayoría de los atractivos son culturales, con escasos atractivos naturales; y entre estos se pueden mencionar a los tangibles como los intangibles. A continuación, se presenta una tabla que muestra estos atractivos con los que cuenta, sus características, accesibilidad, clasificación y su jerarquización, de acuerdo al nivel de potencial turístico que representen, esto último siendo un ejercicio básico, ponderando según a criterio del autor.

Estas jerarquías de las que se habla donde se clasifican los atractivos, son las siguientes, según el Centro Interamericano de Capacitación Turística de la Organización de Estados Americanos -CICATUR-OEA-. (1974, p. 348)

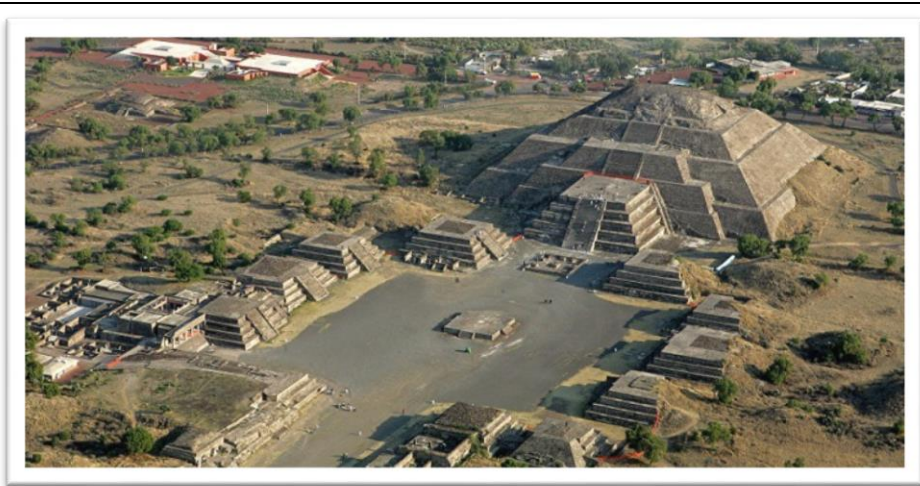
- ❖ Jerarquía 5: Atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), cuantificada como un porcentaje del total de la demanda del país, o de algún mercado específico. Equivalente a recurso único en el mundo.
- ❖ Jerarquía 4: Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes del mercado interno o externo, pero en menor porcentaje que los de jerarquía 5, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos. Equivalente a recurso único en el país.
- ❖ Jerarquía 3: Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas; o de motivar corrientes turísticas locales (actuales y potenciales). Equivalente a recurso único a nivel estatal.
- ❖ Jerarquía 2: Atractivos con méritos suficientes como para ser considerados importantes para el mercado interno, pero sin condiciones para el turismo receptivo y que forman parte del patrimonio turístico. Equivalente a recurso único en una localidad.
- ❖ Jerarquía 1: Atractivos sin méritos suficientes como para considerarlos en las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden completar a otros de mayor

jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico. Equivalente a recurso complementario.

- ❖ Jerarquía 0: Atractivos cuyas cualidades no permiten incorporarlos a la jerarquía 1, que es el umbral mínimo de jerarquización. Equivalente a recurso sin características relevantes (no es un recurso turístico).

Dentro de los atractivos tangibles se encuentran los siguientes:

❖ **Zona arqueológica de Teotihuacán**




Fuente: goapp.mx (2018)

<p>Características</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Del náhuatl: <i>Teōtihuacán</i>: 'lugar donde fueron hechos los dioses o ciudad de los dioses; fue una de las mayores ciudades de Mesoamérica durante la época prehispánica. -El área abierta a la visita pública tiene una extensión de 264 hectáreas, en las que se concentran los principales complejos de edificios monumentales, como La Ciudadela y el Templo de la Serpiente Emplumada, la Calzada de los Muertos y los conjuntos residenciales que la flanquean, las Pirámides del Sol y la Luna. -Es la zona arqueológica más visitada del país. (Datatur, 2019) -El reconocimiento del sitio como patrimonio cultural es universal, pues desde 1987 forma parte de la lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO
------------------------	--

Accesibilidad	<p>La entrada a la zona puede realizarse por 5 puertas o accesos, distribuidas e interconectadas por un camino periférico empedrado que circunda el área monumental. Todas las entradas cuentan con estacionamiento y sanitarios.</p> <p>Las puertas 2, 3 y 5 cuentan con cajones de estacionamiento para personas con capacidades diferentes, mientras que en la puerta 3 existen rampas y andadores que permiten el acceso a los vestigios arqueológicos a personas en sillas de ruedas o con dificultades motrices.</p>
Clasificación	Atractivo cultural
Jerarquía	Jerarquía 4

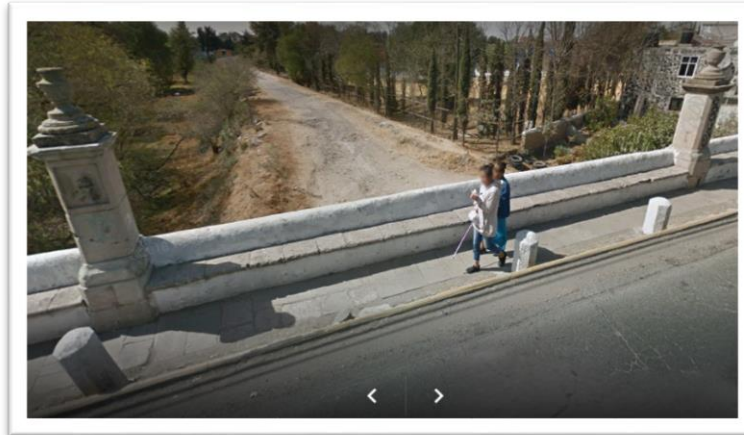
Fuente: Instituto Nacional de Antropología e Historia, 2018. Disponible en: <https://inah.gob.mx/zonas/23-zona-arqueologica-de-teotihuacan>

❖ Cerros Maninal y Colorado

	
Fuente: flickr.com (2018)	
Características	-Pequeños cerros con 2,320 metros y 2260 m de altura sobre el nivel del mar, respectivamente, en los que hay algunas viviendas. Desde estos se puede observar la zona arqueológica de Teotihuacán.
Accesibilidad	Caminos de terracería, sin accesibilidad para personas discapacitadas.
Clasificación	Atractivo natural

Jerarquía	Jerarquía 1
-----------	-------------

❖ **Puente del Emperador**



Fuente: Google maps (2018).

Características	-Llamado así por el paso del Emperador Maximiliano en sus viajes hacia Veracruz; la población de Teotihuacán lo reconoce como el Puente de la Ventilla por la cercanía al rancho ganadero del mismo nombre.
Accesibilidad	Paso vehicular y peatonal
Clasificación	Atractivo cultural
Jerarquía	Jerarquía 1

❖ **Mansión del Alemán**



Fuente: ingress-intel.com (2018).

Características	-Época de construcción durante el siglo XVII, es un andador peatonal de relevancia por su arquitectura colonial. También es usada como salón para eventos y como parte de un recorrido de leyendas.
Accesibilidad	N/A
Clasificación	Atractivo cultural
Jerarquía	Jerarquía 1

❖ **Iglesia de San Francisco Mazapa**



Fuente: flickr.com (2018).

Características	-Primera construcción realizada por los franciscanos en Teotihuacán en el siglo XVI, que conserva en sus muros
-----------------	--

	pintura de aquellos tiempos con imágenes de la evangelización y su bóveda está hecha con madera.
Accesibilidad	N/A
Clasificación	Atractivo cultural
Jerarquía	Jerarquía 1

❖ Parroquia de San Juan Bautista



Fuente: mexicodesconocido.com.mx (2018).

Características	-La iglesia tiene 50 m de longitud, 14 de ancho y 17 de altura, la nave está cubierta por un cañón corrido, apoyado en los muros y en arcos torales que descansan en grandes palastros, las que reciben también los arcos. La decoración de la fachada es de estilo plateresco, aunque parece relativamente moderna.
Accesibilidad	N/A
Clasificación	Atractivo cultural
Jerarquía	Jerarquía 1

❖ Capilla de Puxtla



Fuente: facebook.com (2018)

Características	-Construida en 1577, está limitada por gruesos muros y cubiertas por una bóveda de cañón corrido, penetrada por lunetos y dividida transversalmente en 3 tramos.
Accesibilidad	N/A
Clasificación	Atractivo cultural
Jerarquía	Jerarquía 1

❖ Centro de San Juan Teotihuacán



Fuente: elsoldetoluca.com.mx

Características	-Jardín de la cabecera municipal de Teotihuacán, donde se concentra la gente principalmente, que acude a los comercios y puestos de artesanías, y por tanto, es el lugar más estético de la localidad.
Accesibilidad	La necesaria para toda la población.
Clasificación	Atractivo cultural
Jerarquía	Jerarquía 2

❖ **Centro de San Martín de las Pirámides**



Fuente: es.wikipedia.org (2018).



Fuente: agenciaecotours.com (2018).

Características	-Jardín de la cabecera municipal de San Martín de las Pirámides, donde se concentra la gente que acude a los comercios y a la catedral del pueblo, siendo por tanto, el lugar más estético de la localidad.
Accesibilidad	La necesaria para toda la población.
Clasificación	Atractivo cultural
Jerarquía	Jerarquía 1

Ahora, dentro de los atractivos intangibles, este PM cuenta con los siguientes:

- ❖ **Danzas típicas** como la de los ‘alchileos’, en la que los locales utilizan trajes especiales de dos colores, por lo general rojo o marrón y verde, y portan máscaras, las cuales simbolizan a determinados personajes religiosos, como el señor Santiago, el escribano y el abanderado en los personajes cristianos, aunque también otras pueden representar a personajes herejes como Pilatos, Zabario, el alchileo mayor, el Iférez y el abanderado. Esta danza es considerada la más importante en el municipio de San Martín de las Pirámides, pues se dice que fue aquí donde las máscaras causaban temor entre los indígenas y los orillaban a la cristiandad. En esta danza participan hombres y mujeres de todas edades. (Coutiño A., 2013)





Ilustración 16. Danza de los achileos en San Martín de las Pirámides.



Fuente: solarconflict.com (2018).

❖ **Festividades y eventos** en distintas fechas del año, que a continuación se mencionan:

Fecha	Fiesta o evento	
19 a 21 de marzo	Festival del globo	
21 de marzo	Equinoccio de primavera	
Mediados de marzo	Festival internacional de la obsidiana	

8 de mayo	Fiesta al señor de <i>Ecce-Homo</i>	
1 al 3 de agosto	Feria nacional de la tuna	
1 y 2 de noviembre	Fiesta de las ánimas Teotihuacán	
1 al 5 de noviembre	Cumbre de catrinas	

Fuente: nGuide Teotihuacán, consultado el 10 de diciembre de 2018. Disponible en: <http://teotihuacan.nguideqr.mx/TeoFestivs.html>

Aunado a lo anterior, este destino también cuenta con otro producto turístico importante que ya se mencionó anteriormente, el espectáculo denominado *Experiencia Nocturna* en la zona arqueológica de Teotihuacán que, de acuerdo a datos de la Comisión para el Desarrollo Turístico del Valle de Teotihuacán (Covate), desde marzo de 2016 que brindó su primera función a la fecha, se han realizado 374 funciones con un total de 71,699 visitantes (nacionales y extranjeros) y una derrama económica de casi 32 millones de pesos, sin

embargo, considerando que el aforo total por función es de 250 personas, la ocupación total del espectáculo ha sido del 76.7%, mostrando en la tabla siguiente la evolución por temporada. (Covate, 2019)

Tabla 21. Evolución por temporada del espectáculo "Experiencia Nocturna" en Teotihuacán.

Temporada	Primera (25 de marzo a junio de 2016)	Segunda (4 de noviembre de 2016 a junio de 2017)	Tercera (4 de noviembre de 2017 a 30 de junio de 2018)	Cuarta (3 de noviembre de 2018 al 1 de abril de 2019*)
Funciones	42	129	127	76
Asistentes	10,154	24,582	23,535	13,428
Derrama económica (MXN)	\$3,960,060.00	\$11,236,680.00	\$10,558,470.00	\$6,072,690.00

*Continúa a la fecha

Fuente: elaboración propia con información del Covate (2019).

Ilustración 17. Experiencia Nocturna Teotihuacán.



Fuente: cityexpress, 2019.

Como se mencionó y como se observa, el atractivo del Pueblo Mágico es cultural principalmente, y de aquellos que son tangibles, sólo uno, la zona arqueológica, es de atractivo mundial, los demás son de atractivo local, que además cabe mencionar que son los que se ubican al interior de las localidades, por lo que no sólo se carece de productos turísticos más eficientes, sino también de atractivos que motiven al turista de conocer las localidades y no sólo la zona arqueológica.

Además, considerando el atractivo mundial que tiene la zona arqueológica, no corresponde con la oferta de cuartos de hospedaje en las localidades, pues no hay con categoría de cinco estrellas, y la mayoría se concentra en establecimientos sin categoría, es decir, tampoco hay una oferta diversa en este aspecto, pero que posiblemente esté relacionado con el hecho de que la estancia promedio es baja y no consideran factible la inversión para ello.

3.5. Comparación con el Pueblo Mágico de Tulum, Quintana Roo

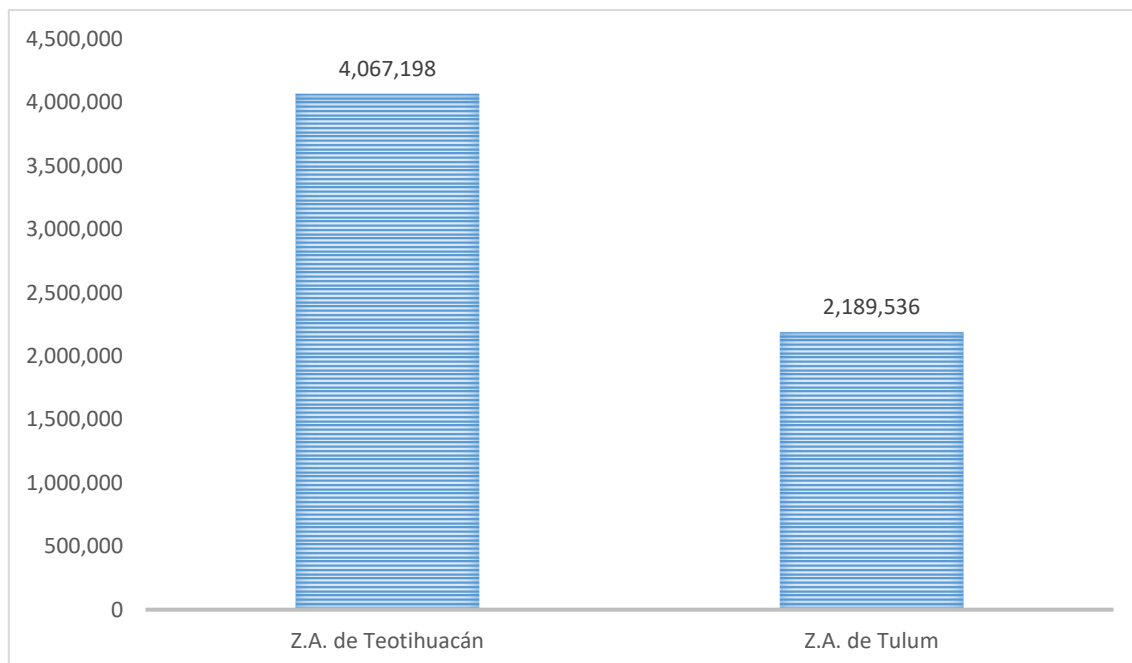
Ninguno de los dos destinos turísticos se encuentran dentro de los 70 centros turísticos principales que considera Datatur para la disposición de estadísticas e indicadores turísticos en su sitio web, por lo que la información oficial disponible para ambos es limitada; incluso en el sitio web de la Secretaría de Turismo de Quintana Roo (Sedetur), que a diferencia del de la Secretaría de Turismo del estado de México sí se muestran estadísticas de indicadores turísticos del estado, no hay información específica para Tulum, puesto que a este destino aún se le considera como parte del conjunto Riviera Maya, entonces, los datos corresponden a este corredor turístico en general. Sin embargo, se realizó un análisis comparativo entre ambos Pueblos Mágicos con la información que se pudo encontrar en común.

La razón por la cual se realizó el comparativo con la localidad de Tulum, es que, al igual que San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, obtuvo su nombramiento de PM en 2015 y cuenta con la zona arqueológica de Tulum como uno de sus principales atractivos turísticos, por lo que el objetivo de hacer esta comparación entre ambos destinos con un atractivo similar es resaltar la importancia de la actividad turística en destinos análogos.

Y es que, a pesar de la influencia turística que tiene Tulum por pertenecer a la denominada Riviera Maya, el destino turístico más visitado en el país, su zona arqueológica es la tercera más visitada en México, detrás de Teotihuacán y Chichen-Itzá; sin embargo, sí es la segunda más visitada como parte de un PM, por detrás de Teotihuacán (INAH, 2019) pues, en 2018, como se observa en la

siguiente gráfica, el área prehispánica de Teotihuacán recibió casi el doble de visitantes que la de Tulum.

Gráfica 16. Número de visitantes al cierre del 2018 en las zonas arqueológicas de Teotihuacán y Tulum.



Fuente: elaboración propia con información del INAH, 2019.

El éxito de la zona arqueológica es indudable, sin embargo, esto no es un indicador suficiente para afirmar que el destino en general también es más exitoso que el PM de Tulum que, por su parte, considerando que la información también es limitada, se puede mencionar lo siguiente:

- ❖ El número de cuartos de hospedaje registrados al 2017 es de 7,119, de los cuales, 3,083 son de cinco estrellas, 1,053 de cuatro, 676 de tres, 52 de dos, 36 de una, y 2,219 sin categoría. (Inegi, 2018)
- ❖ La estancia promedio, durante el primer trimestre de 2018, fue de 6.6 días. (Sedetur, 2018)
- ❖ Es un destino turístico de sol y playa que, en 2017, ganó el premio a 'Mejor Destino de Playa de México'. (Sedetur, 2017)

Con lo anterior, se pueden marcar otras diferencias con San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, como el número de cuartos, que además de haber más en Tulum, la categoría turística es más diversa, incluyendo oferta de cinco estrellas; por otra parte, la estancia promedio también es mayor, lo cual puede

deberse a que, además de la zona arqueológica, Tulum cuenta con otros tres recursos turísticos de atractivo internacional que son su clima, su playa y la zona arqueológica de Cobá y que, aunado a que forma parte de la Riviera Maya, es decir que está cerca de otros destinos, son un factor importante que motivan al turista a realizar una pernocta más larga, mientras que el otro PM sólo cuenta con un recurso turístico de atractivo mundial y no se encuentra cerca de otros destinos importantes, por lo que los visitantes no encuentran motivo para hospedarse más días.

Estos son los dos Pueblos Mágicos más importantes en el país que cuentan con una zona arqueológica como su principal atractivo, y a pesar de que Tulum puede considerarse un destino más exitoso para la atracción de turistas por el comparativo realizado, la zona arqueológica de Teotihuacán es la más visitada en el país, por lo que el aspecto cultural es una de las características principales que identifican al PM de SJ Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, y por tanto, otra razón de la elección de este PM para el análisis del impacto sociocultural.

3.6. Contexto previo del Pueblo Mágico

La intención de ambas localidades, San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, de ser Pueblo Mágico, así como el proceso de candidatura, comenzaron a gestarse durante las administraciones municipales correspondientes al periodo 2013-2015, considerando la vocación turística con la que cuentan y con base en la relevancia de la zona arqueológica de Teotihuacán.

En un principio, ambas localidades siguieron por su cuenta el proceso de candidatura, justificando, principalmente, su aspiración por la zona arqueológica, ya que ésta es compartida por ambos territorios, sin embargo, por dicho motivo, la Dirección General de Gestión de Destinos de la Secretaría de Turismo federal decidió darles el nombramiento de Pueblo Mágico en conjunto en octubre de 2015 (siendo actualmente el único PM compuesto por dos localidades), permitiéndoles conservar a cada una el Comité de Pueblo Mágico (CPM) que habían ya integrado previamente, en lugar de unificarlos. (Gutiérrez, C., 2019)

Se debe recordar que esta investigación se refiere al análisis de aspectos sociales en los que se hayan notado mejoras en las localidades implicadas, a raíz del nombramiento recibido, es decir, sobre los cambios observados después de octubre de 2015; sin embargo, como se hizo en el último punto del capítulo anterior, cuando se observó lo establecido por la Sectur en los lineamientos del PPM, a continuación se muestra un análisis de lo hecho por las autoridades municipales de Teotihuacán y San Martín de las Pirámides al respecto, durante el proceso de incorporación al Programa, para conocer qué tanto consideraron el impacto social desde esa etapa, previa al nombramiento.

Para comenzar, se hará una comparación de los integrantes del CPM propuestos por cada una de las localidades (recordando que, durante la etapa de candidatura, ambas realizaron el proceso independientemente) y la sugerencia de integración de Sectur.

En el caso de Teotihuacán, su propuesta de CPM, comparada con la sugerida en el Programa, fue la siguiente:

Tabla 22. Comparación entre sugerencia de integración de CPM por Sectur y la propuesta de integración de Teotihuacán.

Sugerencia Sectur	Propuesta Teotihuacán*	
	¿Se incluye?	Puesto dentro del comité
-Representante de los restauranteros.	Sí	Vocal
-Representante hotelero.	Sí (dos integrantes)	Vocal
-Representante de las agencias de viajes.		
-Un representante de empresas promotoras de actividades turísticas (aventura, ecoturismo, cultural, rural, etc.)		
-Representante de comerciantes establecidos de actividades turísticas recreativas.	Sí	Vocal
-Representante de artesanos.	Sí	Vocal
-Líder de opinión.		
-Representante de comunidades indígenas.		
-Un representante de la dependencia estatal de Turismo (honorífico).		

-Un representante de la autoridad municipal (honorífico)	Sí	Vocal
-Representante de la academia		
-Otro que considere la localidad	Sí (Representante de vigías culturales)	Presidente

* Fuente: H. Ayuntamiento de Teotihuacán, 2015. *Expediente de Incorporación al PPM.*

Como se observa en la tabla anterior, la localidad de San Juan Teotihuacán consideró sólo siete integrantes de los que se sugieren, habiendo, incluso, dos representantes del sector hotelero, pero dejando de lado al representante de la comunidad indígena y al de la academia y, al igual que la Sectur, tampoco toma en cuenta a un representante del resto de la población anfitriona, o sea de los residentes.

Ahora obsérvese el caso de San Martín de las Pirámides:

Tabla 23. Comparación entre sugerencia de integración de CPM por la Sectur y la propuesta de integración de San Martín de las Pirámides.

Sugerencia Sectur	Propuesta San Martín de las Pirámides*	
	¿Se incluye?	Puesto dentro del comité
-Representante de los restauranteros.	Sí (dos integrantes)	Vocales
-Representante hotelero.	Sí	Vocal
-Representante de las agencias de viajes.		
-Un representante de empresas promotoras de actividades turísticas (aventura, ecoturismo, cultural, rural, etc.)	Sí	Vocal
-Representante de comerciantes establecidos de actividades turísticas recreativas.	Sí (cuatro integrantes)	Presidente Secretario Tesorero Vocal
-Representante de artesanos.	Sí	Vocal
-Líder de opinión.		
-Representante de comunidades indígenas.		
-Un representante de la dependencia estatal de turismo (honorífico).	Sí	Honorífico
-Un representante de la autoridad municipal (Honorífico)	Sí	Honorífico

-Representante de la academia		
-Otro que considere la localidad		

*Fuente: H. Ayuntamiento de SMP, 2015. *Expediente de Incorporación al PPM*.

A diferencia del caso anterior, esta localidad toma en cuenta a once integrantes, la mayoría de ellos representantes de prestadores de servicios, sin tomar en cuenta, tampoco, a los representantes de la población indígena, de la academia y del resto de los habitantes de la comunidad anfitriona.

Se observa en ambos casos la falta de agentes involucrados en el impacto social que la actividad turística puede y debe generar en la comunidad receptora, por lo que se infiere que los CPM no fungen como *interlocutores de consulta* entre las autoridades y la población, sino que sólo con ciertos grupos de interés, específicamente los empresariales.

Por otro lado, dentro de los Reglamentos de Comité de Pueblo Mágico de ambas localidades, se establece la posibilidad de asistencia de algunos ciudadanos en las sesiones del comité, teniendo voz, pero no voto, sin embargo, se intentó comprobar si esto se está cumpliendo, mediante entrevistas a integrantes de los CPM, lo cual se muestra en el capítulo de resultados.

Capítulo 4. Análisis de resultados

Los capítulos anteriores sirvieron para conocer previamente y tener un contexto más claro de las localidades que son objeto de estudio de esta investigación. Ahora, una vez hecha la recolección de información en campo, en el presente capítulo se muestran los resultados obtenidos de dicha fase.

Estos resultados del impacto social provienen de dos fuentes, en primera instancia, de las entrevistas realizadas a los presidentes de los Comités de Pueblo Mágico (PCPM) de San Juan Teotihuacán y de San Martín de las Pirámides, y de los sondeos realizados a la población residente de ambas localidades; en este mismo orden se presenta la información, realizando un análisis de cada uno y posteriormente, una comparación de ambas partes, ya que lo que se obtuvo fueron puntos de opinión respecto al impacto social

generado en las comunidades a partir del nombramiento de Pueblo Mágico, por lo que resultó necesario contar con la perspectiva de:

- a) los que gestionan la actividad turística;
- b) los habitantes locales que resienten, directa o indirectamente, los impactos de la actividad turística;
- c) y, de la comparación entre ambas visiones.

4.1. El Impacto sociocultural desde la perspectiva de los Comités de Pueblo Mágico

En este primer apartado de resultados se presenta lo correspondiente al impacto sociocultural que se ha generado en las localidades anfitrionas según la visión de los actuales presidentes de ambos comités de Pueblo Mágico, como parte de las autoridades involucradas en la gestión turística del destino.

Para alcanzar este objetivo particular, se realizó una entrevista a ambos presidentes: la primera se llevó a cabo el 11 de enero de 2019 al presidente del Comité de Pueblo Mágico de San Martín de las Pirámides, Lic. Carlos Gutiérrez Benítez; y la segunda, el 18 de mayo del mismo año al presidente del CPM de San Juan Teotihuacán, Lic. Roberto Ruíz Rodríguez; ambas se realizaron con el fin de recabar la opinión de los organismos gestores del turismo en el destino, y conocer lo que se ha realizado a favor del impacto sociocultural en las localidades anfitrionas. De las entrevistas, compuestas por trece preguntas, realizadas personalmente, se derivó como resultado la siguiente información:

En primer lugar, se realizaron cuatro preguntas de introducción al tema y conocer la opinión del entrevistado respecto al desarrollo sostenible del turismo y del Programa Pueblos Mágicos. Entiéndase 'entrevistado 1' como el presidente del CPM de San Martín de las Pirámides y, 'entrevistado 2' como el presidente del CPM de San Juan Teotihuacán.

1. **Entrevistador (E):** ¿Qué opina sobre la importancia del desarrollo sostenible en el turismo?

Entrevistado 1 (E1): El proyecto es bueno, es un ideal que se debe perseguir en el turismo.

Entrevistado 2 (E2): Es indispensable, a pesar de que hay una mayor necesidad en destinos turísticos de atractivos naturales, para Teotihuacán también es importante buscar soluciones equilibradas al desarrollo turístico.

Comentario: los PCPM están en el entendido de la importancia actual de llevar a cabo la actividad turística de manera sostenible, aunque no dieron más detalles de la importancia en específico de cada una de las dimensiones que lo componen, además de que se identifica que perciben el desarrollo sostenible como el cuidado de sólo dos de tales dimensiones, la económica y la ambiental, dando menor importancia a la sociocultural.

2. **E:** ¿De qué manera interviene la población de las comunidades receptoras en el desarrollo de la actividad turística local?

E1: Ellos juegan un papel importante en el desarrollo turístico, por un lado, se encuentran los artesanos quienes contribuyen a la oferta de productos regionales al turista, y también los pobladores que se involucran en la cadena de valor como empleados y como empleadores al emprender nuevos negocios.

E2: Tanto los locales, como los habitantes de comunidades vecinas se ven beneficiadas en cuanto a oportunidades de emprender un negocio para aquellos que les es posible. Sin embargo, una debilidad que se observa es que no se ha logrado sensibilizar a la gente sobre hospitalidad hacia todo tipo de turistas, pues la gente entiende por turista al proveniente de Europa o Estados Unidos, 'altos y güeros', cuando incluso la mayoría son nacionales.

Comentario: los PCPM resaltan la importancia socioeconómica del turismo, al procurar beneficios a la población anfitriona no sólo en fuentes de empleo, sino también en oportunidades de ser empresarios e integrarse a la oferta de servicios al turista; aunque al hablar de turismo sostenible, también debe tomarse en cuenta la importancia sociocultural que implica.

3. **E:** ¿Qué significa para usted que la localidad sea Pueblo Mágico?

E1: Es una marca poderosa, lo que atrae más turistas con grandes expectativas hacia el destino, siendo una gran oportunidad para la población de emprender y satisfacer esas necesidades, es simplemente sensacional.

E2: Muy bueno, es una marca muy poderosa que se ha logrado posicionar incluso a nivel internacional y que, tan sólo por ella, la gente viene.

Comentario: en estas respuestas, común para ambos entrevistados, se destaca el impacto de la marca Pueblo Mágico, y nuevamente, del beneficio socioeconómico que trae consigo para las comunidades anfitrionas.

4. **E:** ¿Considera que ha evolucionado el desarrollo turístico en las localidades a partir de que fue nombrado Pueblo Mágico?

E1: Sí, sobre todo en el aspecto económico, se han creado más empresas turísticas, sobre todo hoteles, y aunque la estadía promedio no ha aumentado, sí ha sido necesaria la disponibilidad de más cuartos de alojamiento.

E2: Sí, pero no ha sido el esperado, el crecimiento turístico ha sido mínimo; si bien es cierto que el número de visitantes a la zona arqueológica ha aumentado, ya sea por el propio recorrido a la zona o por el espectáculo de 'Experiencia Nocturna', los visitantes no se quedan a dormir en Teotihuacán, ya que, o regresan a sus hogares los que vienen de cerca, o se hospedan en la ciudad de México los que vienen de más lejos.

Comentario: ha habido un beneficio económico en las localidades, aunque es notable el área de mejora, es decir, ser capaces, no sólo de atraer más turistas, sino de diseñar e implementar estrategias para generar una mayor pernocta y, por lo tanto, una mayor derrama económica en el destino. Por lo que menciona el entrevistado 2, se nota que el problema es la comercialización del destino por parte de ellos mismos, pues otros destinos como la ciudad de México son

quienes aprovechan para promocionar y vender a Teotihuacán generando la derrama para ellos.

Ahora, los resultados de las diez preguntas restantes responden a los indicadores que previamente se definieron con respecto a la variable que se pretendía conocer con estas entrevistas, es decir, los **beneficios sociales asociados al turismo generados por las autoridades**, por lo que la información recabada se agrupó en el indicador correspondiente.

<i>Indicador 1: Inclusión de la población en la toma de decisiones relacionadas al turismo.</i>	
Resultados	
<p>❖ En el caso de San Martín de las Pirámides, cuando las autoridades de los tres niveles de gobierno, principalmente municipales, toman decisiones relacionadas a la implementación de proyectos turísticos en las localidades sí consideran la opinión del Comité de Pueblo Mágico, quien funge como representante de la población. En cambio, en San Juan Teotihuacán, no se le toma en cuenta al CPM como ellos quisieran, pues las autoridades municipales, principalmente, no les informan con anticipación sobre los proyectos turísticos en plan, y, por ende, tampoco los toman en cuenta para el diseño o propuestas de estos.</p>	
Comentario	<p>Para el caso de San Martín de las Pirámides cabe destacar la importancia que ha tenido este comité como mecanismo de seguimiento de proyectos turísticos entre las dos administraciones municipales que han cambiado en las localidades, pues por lo general, en cada cambio de gabinete, se debe empezar desde cero, pero de este modo se garantiza, al menos, la intención de proyectos turísticos sin interrupciones, pues además, en el caso de este PM, el comité es quien ha propuesto muchas de las iniciativas al gobierno municipal. Pero esto no es el caso con el comité de San Juan Teotihuacán, con quien no existe una mayor</p>

	relación de coordinación o trabajo con el municipio, más que estrictamente la de ser interlocutor entre ellos y la población.
	❖ A pesar de que en el Reglamento de CPM se permite la participación de la ciudadanía en las sesiones del comité con voz, pero no voto, en el caso de San Martín de las Pirámides no se hace así, ni tampoco informan de las decisiones a la población; mientras que en San Juan Teotihuacán las sesiones son abiertas pero la gente no asiste.
Comentario	<p>Mientras no se considere en el PPM la incorporación de un integrante de la población en la conformación de los comités, este problema (que aunque no es de los más importantes pero sí necesario de considerar al hablar de un impacto social) seguirá existiendo, atribuyendo mayor responsabilidad a las autoridades municipales y al comité del Pueblo Mágico por la falta de sensibilización hacia la población sobre las funciones para las que el comité es creado y de la participación que pueden tener en ellos, aclarando también sobre los asuntos que se tratan, para evitar que la gente asista a las sesiones en busca de solución a otro tipo de problemas.</p> <p>Si bien es cierto que resulta complicado pensar en consultar siempre a toda la población, pero sí se puede procurar incluirla en las sesiones del comité haciendo su parte de, al menos, invitarlos y de informar a través de los distintos medios de comunicación disponibles la información resultante de dichas reuniones.</p>
	❖ Un aspecto en el que se involucra a la población local en el desarrollo turístico es la realización de campañas de concientización de imagen urbana, procurando que los residentes mantengan limpios y en buen estado, las fachadas de las casas y los espacios públicos.
	❖ También cabe mencionar que, a pesar de que el nombramiento de PM fue designado en conjunto a ambas localidades, se les permitió conservar a cada una su propio CPM, sin embargo, además de una falta de inclusión de la población en la toma de decisiones, tampoco se

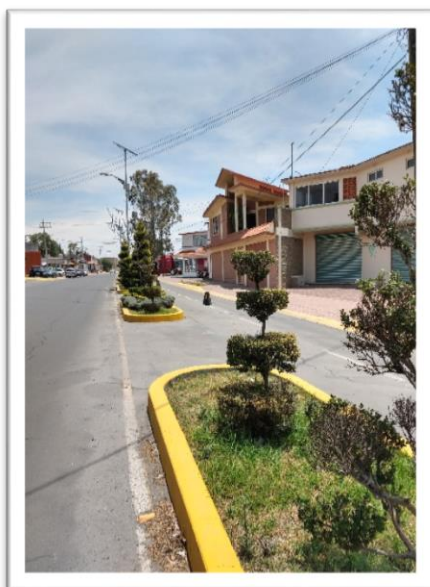
puede hablar de una inclusión entre los comités, pues no existe coordinación, trabajo en equipo o una agenda común en favor de sus localidades, por el contrario, de acuerdo con lo mencionado por ambos presidentes de los comités durante la entrevista, se puede deducir que la relación entre ellos es deficiente.

Indicador 2: Acciones de las autoridades de los tres niveles de gobierno en favor del bienestar de la población local.

Resultados

- ❖ Se creó una ciclopista que los locales disfrutaban mucho.

Ilustración 18. Ciclo pista que rodea la zona arqueológica.



Fuente: del autor (2019).

- ❖ Se conformó un corredor gastronómico que rescata y resalta los platillos típicos de la región, además de que fomenta la inversión de los residentes para iniciar negocios que generan fuentes de ingreso para ellos, para estudiantes y nuevos egresados de las universidades, por ejemplo, ya sea con empleos o como emprendedores. También se pueden mencionar beneficios indirectos como el crecimiento de marcas

de producción de bebidas típicas y productos de tuna ante la oportunidad de mercado.

Ilustración 19. Corredor gastronómico Teotihuacán



Fuente: del autor (2019).

- ❖ Se han implementado nuevos servicios y productos turísticos como el de 'Experiencia Nocturna', rutas en bicicleta que generan experiencias, demostraciones de juego de pelota prehispánico, leyendas en cueva subterránea, además de otros que se han consolidado como los vuelos en globo, que si bien es cierto algunas empresas que ofrecen estos servicios no son locales por la inversión que se requiere, pero sí tienen el compromiso de contratar a personal local.
- ❖ En cuanto a oferta académica relativa a turismo, está la licenciatura en Turismo en la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) Campus Valle de Teotihuacán, la cual fue acreditada en 2018. También

la Universidad Privada del Estado de México (UPEM) anunció la creación de una carrera en turismo.

Ilustración 20. Universidad Autónoma del Estado de México campus Teotihuacán.



Fuente: Repositorio Institucional UAEM, 2018.

- ❖ En cuanto los servicios básicos de drenaje, agua y energía eléctrica, según el entrevistado, estos se encuentran funcionando normalmente, recordando que prácticamente el 100% de las viviendas cuentan con estos servicios, de acuerdo a la Encuesta Intercensal 2015 del INEGI.

Indicador 3: Obras o proyectos financiados con PRODERMAGICO

Resultados

- ❖ Sendero turístico con ciclo pista
- ❖ Iluminación de la catedral con lámparas *led* en San Juan Teotihuacán
- ❖ Proyecto de rescate de fachadas para imagen urbana (para ambas localidades)

Ilustración 21. Rescate de fachadas para imagen urbana en San Martín de las Pirámides.



Fuente: del autor (2019).

Comentario	El problema de este proyecto en el PM es que, de acuerdo con la opinión de la población, el beneficio es sólo para la parte céntrica de la localidad, puesto que es la única zona que el turista suele visitar y observar; sin embargo, en el resto de la localidad los beneficios no se observan, existiendo entonces, un impacto positivo hacia el turista, mas no uno social hacia toda la comunidad receptora.
------------	--

En general, se logran observar resultados y una orientación mayor de la gestión del turismo por parte de las autoridades hacia el aspecto turístico económico y hacia la satisfacción del turista como prioridad sobre el impacto sociocultural hacia la población anfitriona, y en el siguiente apartado se muestra más a fondo este contraste. Así mismo, cabe destacar que existen diferencias entre los CPM aun cuando pertenecen al mismo Pueblo Mágico, cada uno juega un rol diferente en su localidad, uno más protagónico en la toma de decisiones (San Martín de las Pirámides) sobre turismo que el otro (San Juan Teotihuacán); lo ideal es que

existiera un trabajo en equipo persiguiendo objetivos comunes en beneficio de las localidades.

También cabe mencionar que, otro aspecto importante que se derivó de la entrevista y que no se expresa en los indicadores anteriores, es que han disminuido los talleres artesanales en las localidades, algo que años atrás era representativo de Teotihuacán por la producción de artesanías de obsidiana, principalmente, pero, a falta de inversión, de apoyos para ésta, y debido a la entrada de negocios chinos (Gutiérrez, 2019) que imitan la producción de las artesanías, estos talleres cada vez son menos, lo que ha representado un impacto negativo al aspecto sociocultural de la comunidad.

4.2. El impacto sociocultural desde la percepción de la población residente

Ahora, lo que prosigue es conocer la percepción del involucrado principal en el análisis del impacto sociocultural en el PM, que es la población local, y para ello, se sondeó a una muestra representativa de la población para conocer su opinión en cuanto a diferentes aspectos de su localidad que pueden verse afectados por el aumento de la actividad turística que ha provocado la marca PM en ella, y así evaluar qué tanto ha impactado positiva o negativamente el PPM en la población anfitriona.

Los resultados de estos sondeos responden al indicador que medirá lo ya mencionado, un indicador nuevo al que se le ha dado el nombre de *Índice de percepción de la comunidad anfitriona, ante el impacto sociocultural en su localidad a partir del nombramiento como Pueblo Mágico*, el cual se representa, más adelante, en una gráfica de barras.

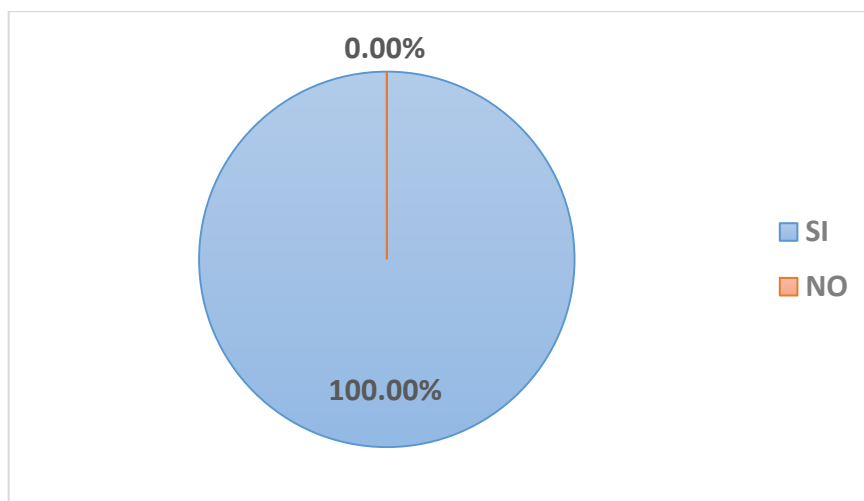
4.2.1. Perfil del sondeo

A continuación, se muestra el perfil de las personas a quienes fueron aplicados los sondeos durante el mes de enero de 2019: se realizaron un total de 134

sondeos en el PM, 67 en San Juan Teotihuacán y 67 en San Martín de las Pirámides.

Cabe destacar que, de acuerdo con la pregunta filtro del sondeo, se partió del hecho de que el 100% de la población sabe que su localidad tiene el nombramiento de Pueblo Mágico.

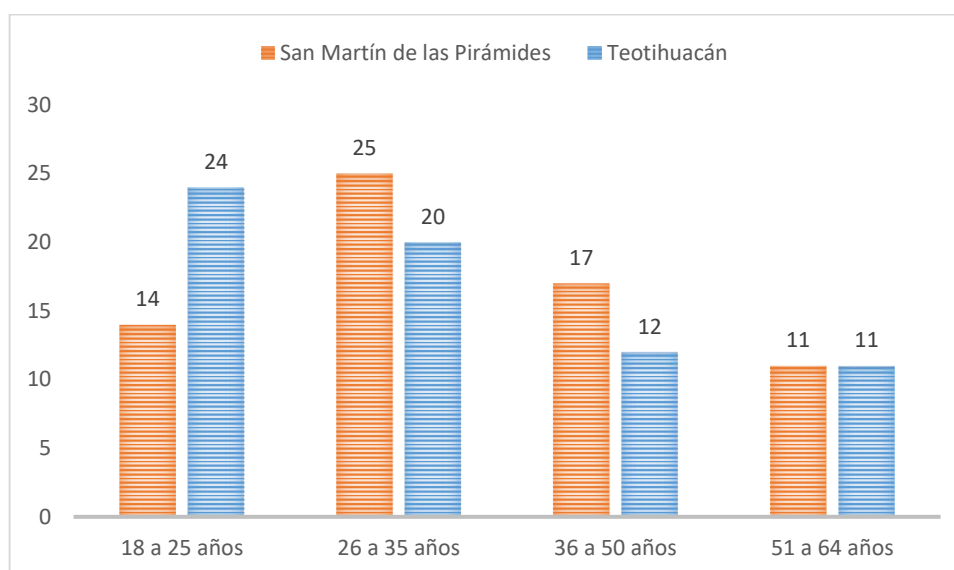
Gráfica 17. Población sondeada que tiene conocimiento de que su localidad es Pueblo Mágico.



Fuente: elaboración propia con información del sondeo realizado por el autor.

El rango de edad se encuentra entre 18 y 64 años, el cual se divide en cuatro grupos: el primero corresponde a los jóvenes de 18 a 25 años, el segundo de 26 a 35 años, el tercero de 36 a 50 años y el cuarto de 51 a 64 años, y su distribución en ambas localidades fue la que se observa abajo, predominando el primer grupo de 18 a 25 años en San Juan Teotihuacán y el segundo de 26 a 35 años en San Martín de las Pirámides.

Gráfica 18. Grupos de edad de los sondeados.



Fuente: elaboración propia con datos del sondeo realizado por el autor.

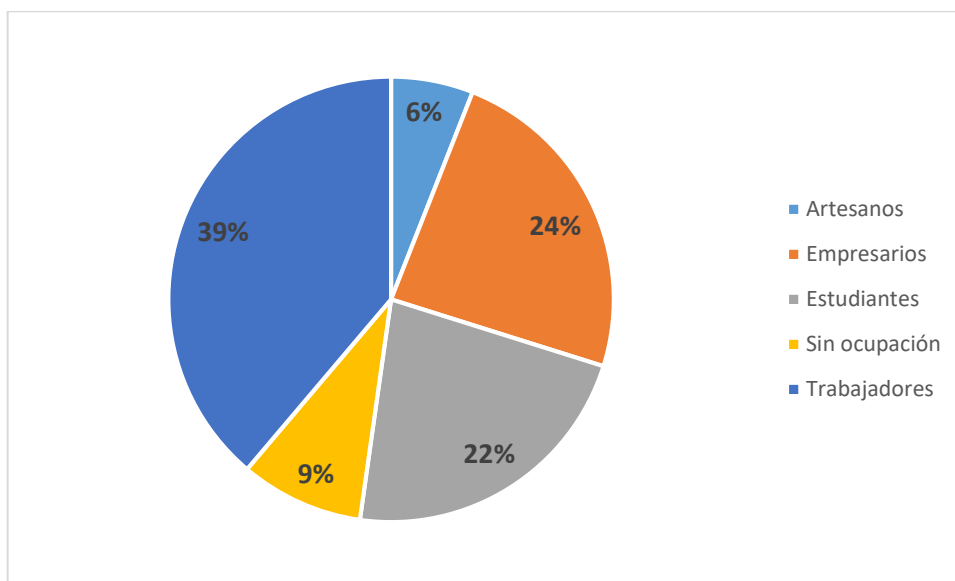
La ocupación, para un mejor manejo de la información, se clasificó en cinco categorías: artesanos; empresarios, que incluye a los que tienen negocios propios o a los comerciantes independientes; estudiantes; sin ocupación, en donde se pueden encontrar a los desempleados, amas de casa y jubilados; por último, trabajadores; considerando así a la mayoría de la población.

Para este caso, se puede observar abajo que, en Teotihuacán, la ocupación preponderante fue la de trabajadores, con un 39%, mientras que, los que menos se encontraron fueron artesanos, con un 6%, destacando que la segunda ocupación más encontrada fue la de aquellos con negocio propio, con el 24%, y que las segundas menos repetidas fueron las personas sin ocupación, con el 9%.

Por su parte, en San Martín de las Pirámides, prácticamente la mitad de los sondeados fueron trabajadores, con el 49%, y la minoría fue de artesanos, con apenas el 1%, y a diferencia que el caso anterior, las personas sin ocupación

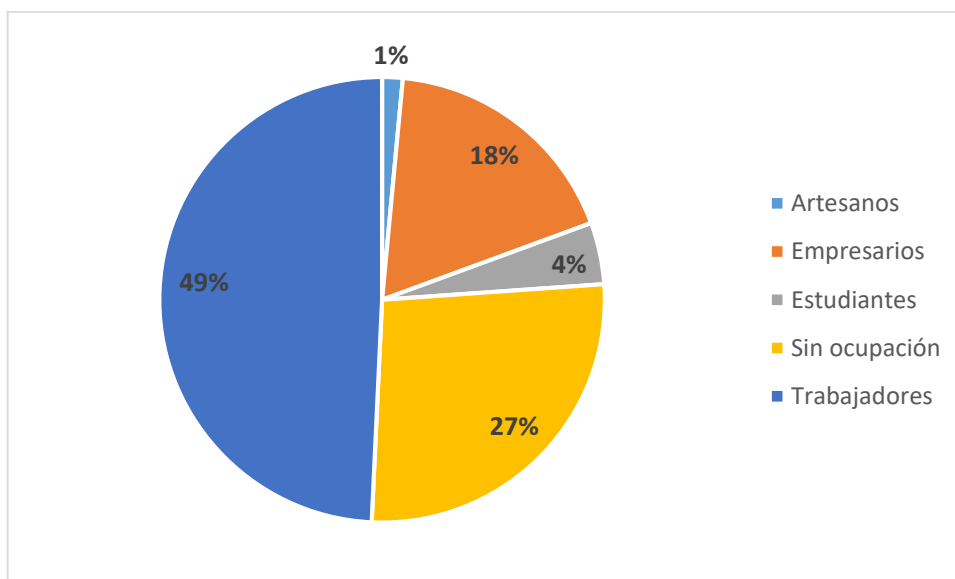
fueron el segundo grupo más encontrado, con el 27%, y las personas con negocio propio fueron los segundos menos encontrados, con el 18%.

Gráfica 19. Ocupación de los sondeados en San Juan Teotihuacán.



Fuente: elaboración propia con datos del sondeo realizado por el autor.

Gráfica 20. Ocupación de los sondeados en San Martín de las Pirámides.

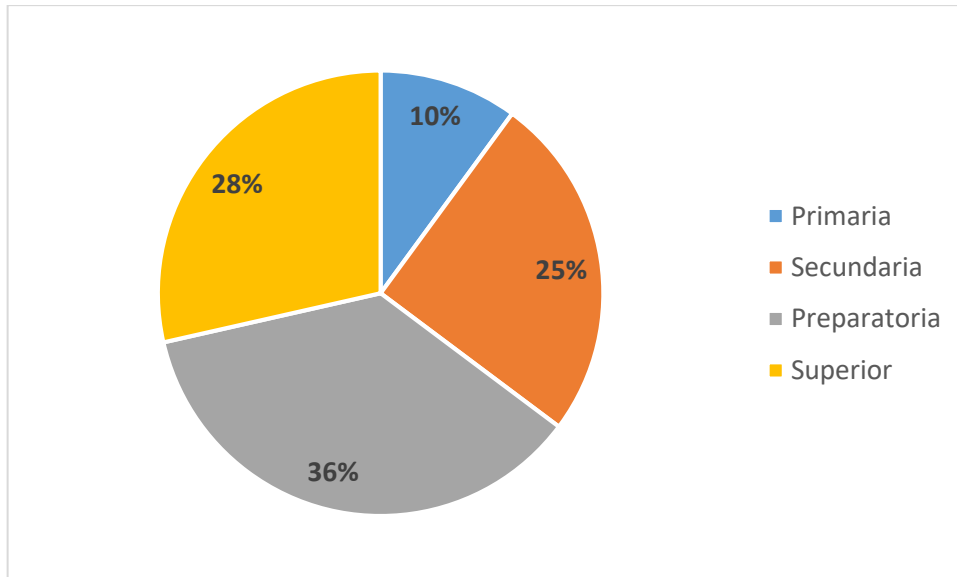


Fuente: elaboración propia con datos del sondeo realizado por el autor.

En cuanto al nivel de escolaridad, la población sondeada se clasificó en cuatro grupos: los que cuentan con primaria terminada, secundaria, preparatoria y el nivel superior, destacando que no se encontraron personas con posgrado. Lo que se encontró fue que, en San Juan Teotihuacán, la mayoría de los sondeados cuentan con la preparatoria terminada, con el 36%, seguidos por los que cuentan

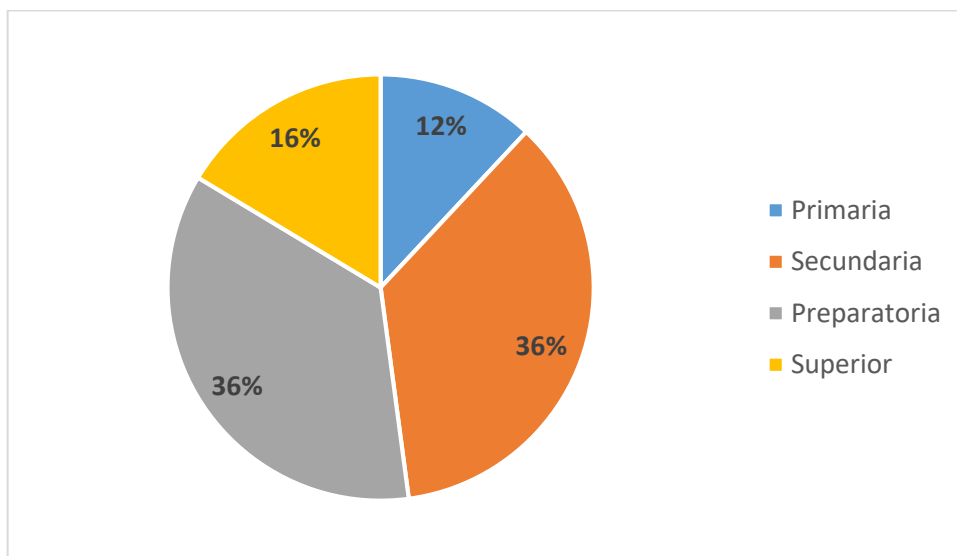
con alguna carrera, con el 28%, casi la misma cantidad que los que cuentan con secundaria, con el 25%, siendo la minoría los que cuentan con primaria, con el 10%; mientras que en San Martín de las Pirámides, la mayoría de los sondeados fueron, tanto los que cuentan con preparatoria, como los que cuentan con secundaria, ambos con el 36%, seguidos por los que cuentan con carrera, con el 16%, y en último lugar los que cuentan con primaria, con el 12%.

Gráfica 21. Nivel de escolaridad de los sondeados en San Juan Teotihuacán.



Fuente: elaboración propia con datos del sondeo realizado por el autor.

Gráfica 22. Nivel de escolaridad de los sondeados en San Martín de las Pirámides.



Fuente: elaboración propia con datos del sondeo realizado por el autor.

4.2.2. Impacto sociocultural en las localidades anfitrionas.

Ahora bien, los resultados encontrados en el sondeo, que responden al indicador principal de esta investigación, el **índice de percepción de la comunidad anfitriona, ante el impacto sociocultural en su localidad a partir del nombramiento como Pueblo Mágico**, se presentan en tres casos diferentes que a continuación se muestran. Este índice se compone de trece factores correspondientes a características visibles de las localidades y otros aspectos intangibles de carácter social y cultural susceptibles a una percepción propia de cada habitante, que a continuación se explican:

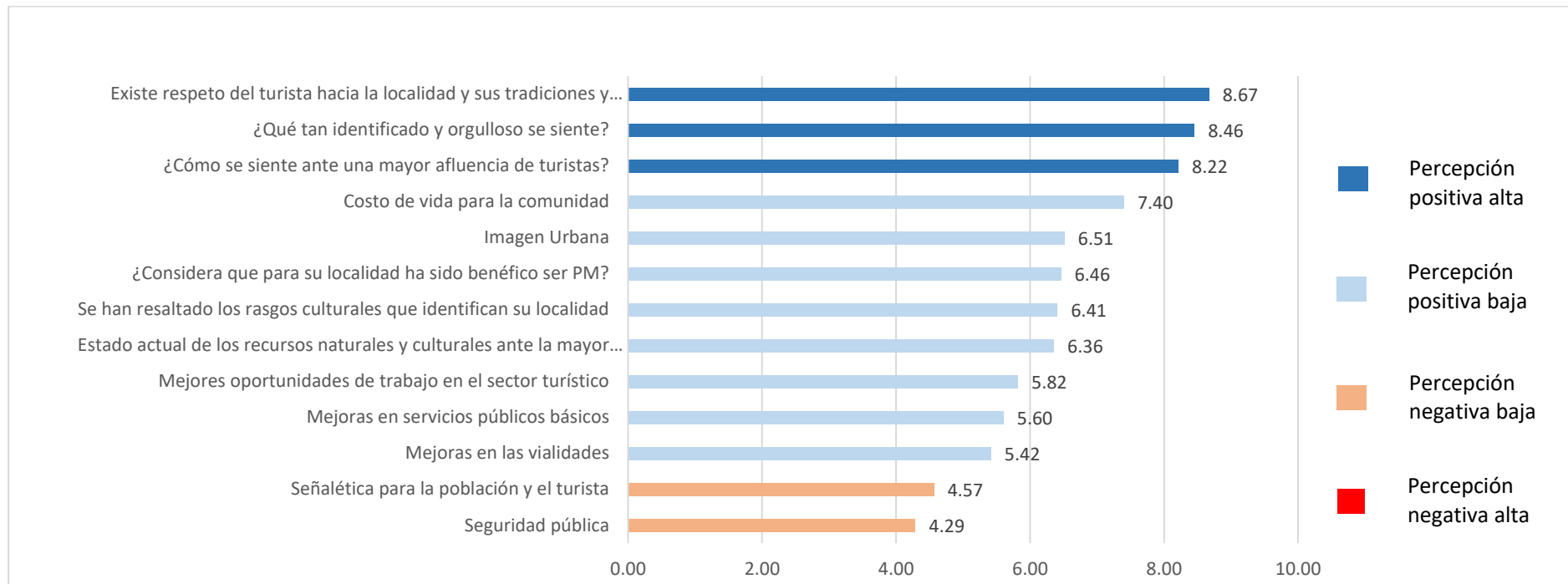
1. **Respeto del turista hacia la localidad, sus costumbres y tradiciones;** aquí se pretende conocer la percepción de los residentes sobre el comportamiento ético de los turistas ante su cultura y su propia localidad.
2. **Identidad y orgullo del residente;** dirigido a saber qué tan identificados y orgullosos se sienten los residentes de su cultura, de su localidad y de los atractivos turísticos ante la visita de turistas.
3. **Comodidad del residente con el turista;** pretende averiguar qué tan cómodo se siente el turista ante una mayor afluencia de turistas que el hecho de ser PM ha implicado, por lo que ahora conviven cotidianamente en el mismo entorno.
4. **Costo de vida para la comunidad;** se refiere al ajuste de precios en el mercado de bienes y servicios básicos para la comunidad que puede verse influenciado por el aumento de la actividad turística derivado de que la localidad tiene el nombramiento de PM.
5. **Imagen urbana;** relativo a la percepción de los residentes respecto a ciertas características que dan imagen a su localidad como banquetas, bancas, marquesinas, calles, fachadas, jardín principal, limpieza en calles, sobre todo.
6. **Beneficios de ser PM;** con este factor se pretende conocer qué tan benéfico, en general, considera la población que ha significado ser un PM.
7. **Resalte de rasgos culturales que identifican a la localidad;** referido a la percepción que tiene la población sobre qué tanto se han resaltado los rasgos culturales característicos de su localidad a partir de que fueron nombrados PM.

8. **Estado actual de los recursos naturales y culturales;** se refiere al estado de conservación en que se encuentran los atractivos naturales y culturales de la localidad, ante el aumento de la actividad turística por el nombramiento de PM.
9. **Mejores oportunidades de trabajo en el sector turístico;** recaba la opinión que tiene la población sobre si a partir del nombramiento de PM, y con ello el aumento de la actividad turística, las oportunidades para emprender o conseguir empleo en negocios del sector turístico (establecimientos de hospedaje, restaurantes, tiendas de artesanías, zona arqueológica, recorridos de aventura, empresas de vuelos en globo, agencias de viaje, entre las más encontradas en el PM) han mejorado.
10. **Servicios públicos básicos;** tiende a conocer la opinión de la población ante las condiciones actuales de los servicios públicos básicos como agua, drenaje y electricidad, y si han notado mejoras desde que la localidad obtuvo el nombramiento de PM.
11. **Vialidades;** con este factor se busca conocer la opinión que tiene la población ante las condiciones actuales en que se encuentran las calles internas de la localidad, callejones y carreteras aledañas, y si han notado mejoras una vez que recibieron el nombramiento de PM.
12. **Señalética urbana y turística;** este factor permitirá conocer la opinión de la población acerca de la existencia y/o suficiencia de los señalamientos que ayudan a la orientación tanto de ellos mismos, como de los turistas.
13. **Seguridad pública;** con este factor se pretende ubicar la opinión que tiene la población acerca de la situación actual de la seguridad pública en su localidad, y si han notado mejoras desde que recibieron el nombramiento de PM.

Estos trece factores son representados en una gráfica que mide el grado de la percepción en cada uno de ellos y así identificar si el impacto sociocultural en las comunidades ha sido positivo o negativo.

Caso 1. Se analizó lo correspondiente al Pueblo Mágico en general, es decir, considerando a ambas localidades en conjunto, y los resultados fueron los siguientes:

Gráfica 23. Índice de percepción de la comunidad anfitriona, ante el impacto sociocultural en su localidad a partir del nombramiento como Pueblo Mágico. (Población de ambas localidades)



Índice general de percepción= 6.48

Fuente: elaboración propia con datos del sondeo realizado por el autor.

Se puede observar lo siguiente:

- a) El aspecto sobre el que la población tiene una mayor percepción positiva, con 8.67, es el respeto que ellos notan por parte de los turistas hacia su localidad y hacia sus tradiciones, y esto es importante de destacar, ya que este Pueblo Mágico se identifica totalmente por su riqueza en recursos culturales por los que cada habitante se siente orgulloso de tenerlos, y por tal motivo, ellos esperan que el turista muestre el respeto correspondiente.
- b) El indicador anterior también se relaciona con el calificado en tercer lugar de mayor percepción positiva, con 8.22, relativo al ambiente que el residente siente ante la afluencia de turistas que, por el resultado, significa que no se siente incómodo, que no se ha llegado al punto en el que se encuentran otros destinos turísticos internacionales donde los residentes se sienten invadidos por el turista.
- c) El segundo factor mejor calificado, con 8.46, es un aspecto intangible, no visible y de mucha importancia cuando se habla del impacto sociocultural que se busca con el turismo cultural, y es el hecho de lograr que la población anfitriona sienta una mayor identidad cultural, y es que muchos comentarios durante el sondeo mencionan que los residentes se sienten orgullosos de que muchas personas vayan a visitar y conocer parte de su cultura.
- d) En el siguiente nivel de calificación de la percepción poblacional, 'positiva baja', es decir, que están conformes, pero no totalmente satisfechos, se encontraron la mayoría de los aspectos evaluados, aquellos en los que las condiciones son más visibles para la población pues los observa cotidianamente, como lo son:
 - ❖ la imagen urbana,
 - ❖ el costo de vida para el residente,
 - ❖ el cuidado de los recursos naturales y culturales,
 - ❖ las oportunidades de negocio y trabajo en el sector turístico,
 - ❖ las condiciones de los servicios públicos básicos,
 - ❖ así como las condiciones de las vialidades;

Estos aspectos, que son responsabilidad de distintos actores y factores internos y ajenos a las localidades, como el cuidado que el propio residente tiene de su entorno, la inversión disponible que puede tener para iniciar un

negocio y las condiciones existentes para ello, el manejo de los precios en el mercado de productos y servicios básicos, la atención que las distintas autoridades internas y externas responsables de la conservación de los recursos naturales y culturales dan a las localidades, entre otras, pero que también son aspectos que dependen de la gestión turística y colaboración que los tres niveles de gobierno pueden tener hacia el beneficio de la comunidad receptora.

e) Por último, dentro de los indicadores peor calificados, o en los que se puede observar un impacto 'negativo bajo', son dos en los que se puede identificar una responsabilidad directa de las autoridades municipales correspondientes:

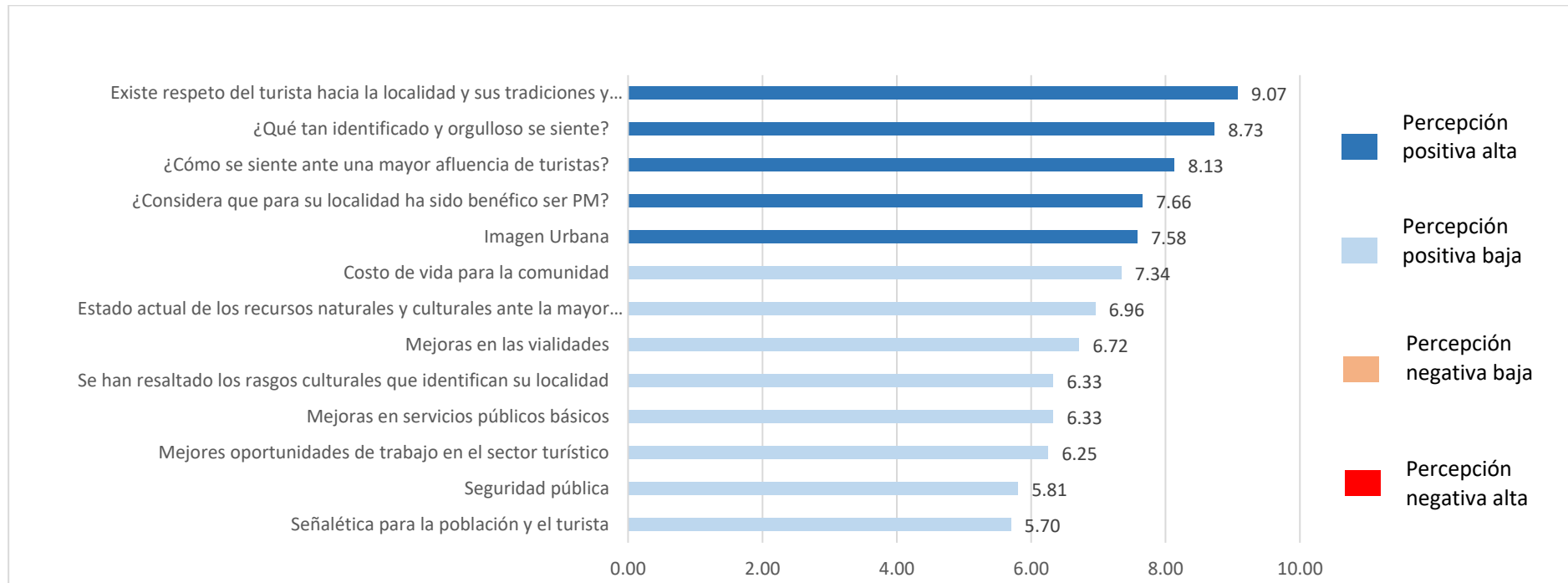
- ❖ el primero, es la deficiente señalética que hay en las localidades, tanto para el turista, como para el propio residente, un aspecto que, a opinión del investigador, se puede acuñar a la capacidad y visión que las autoridades, directamente responsables de la gestión turística de cualquier destino, poseen, y que además es una deficiencia importante en el país;
- ❖ y el indicador peor evaluado fue el de la seguridad pública, pues muchos comentarios de los pobladores sondeados mencionan que se presentan robos de motos y vehículos principalmente, lo que, en palabras de ellos, es lo 'mágico' del pueblo, ya que las cosas desaparecen.

Todo lo anterior se resume en la calificación que obtuvo el índice general de percepción que conjunta los trece factores sujetos al sondeo que, con un puntaje de 6.48, significa que el impacto sociocultural identificado para el Pueblo Mágico en general, es decir, para ambas localidades, ha sido positivo, pero que puede ser mejor en beneficio de la población y de los recursos culturales de las localidades, quienes son los anfitriones del turista y en muchas ocasiones los menos considerados.

Los siguientes dos casos, muestran el índice de percepción en cada una de las dos localidades, esto para comparar el impacto sociocultural entre ellas.

Caso 2. Se analizó lo correspondiente a la localidad de San Juan Teotihuacán.

Gráfica 24. Índice de percepción de la comunidad anfitriona, ante el impacto sociocultural en su localidad a partir del nombramiento como Pueblo Mágico. (Población de San Juan Teotihuacán)



Índice general de percepción= 7.12

Fuente: elaboración propia con datos del sondeo realizado por el autor.

Los resultados se describen de la siguiente manera:

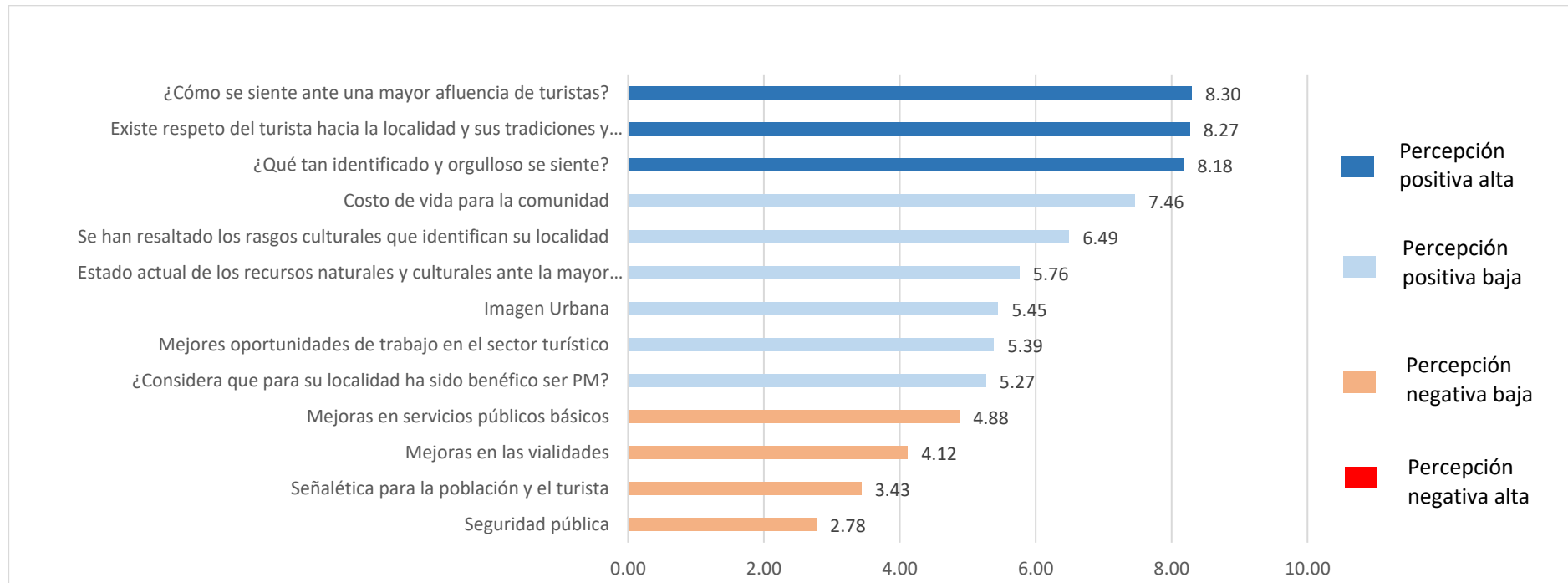
- a) Para el caso de esta localidad, todos los factores evaluados se ubicaron dentro de los dos rangos correspondientes a una percepción positiva, es decir que, en ninguno de ellos la población tiene una percepción negativa al momento.
- b) Al igual que el caso anterior, los factores intangibles, los que no son fácilmente visibles, son en los que se encontraron mejores resultados: el respeto que el residente percibe del turista hacia su localidad, la identidad y orgullo que sienten de las raíces culturales de su localidad y la no incomodidad que tienen ante la afluencia de turistas, son los aspectos de ese tipo en los que se ha generado un impacto positivo en la población, además de la imagen urbana que también se encuentra dentro del rango de 'percepción positiva alta' en esta localidad, que tomando en cuenta la calificación que obtuvo este factor en el índice del Pueblo Mágico (caso anterior), se puede deducir que la imagen urbana en San Juan Teotihuacán, a opinión de la población, se encuentra mejor que la de San Martín de las Pirámides.
- c) En el resto de los factores, la población tiene una 'percepción positiva baja', es decir que están conformes, principalmente con:
 - ❖ el costo de vida que los residentes perciben a partir del aumento de la actividad turística en su localidad, es decir, el ajuste de precios en las necesidades básicas de la población aún no llega al punto de que ésta los considere elevados;
 - ❖ el estado actual de los atractivos culturales que aún no se encuentran en condiciones preocupantes;
 - ❖ las condiciones de las vialidades, que aún no las consideran deplorables;
 - ❖ el resalte de los rasgos culturales que los identifican;
 - ❖ las condiciones de los servicios públicos básicos, que son aceptables;
 - y,
 - ❖ las oportunidades de trabajo dentro del sector que se han presentado después de convertirse en PM, que han sido buenas.

d) Los dos aspectos restantes, que por el momento no presentan una percepción negativa pero que están cerca de llegar a ese punto de preocupación para la población, se encuentran la seguridad pública, que siempre es socialmente importante, y la señalética urbana, que aunque los residentes no la consideran un punto negativo aún, sí mencionan la falta de más señalamientos.

En algunos aspectos se obtuvieron mejores resultados que en el caso anterior, y con un índice general de percepción de 7.12, se observa un impacto sociocultural más positivo en la localidad de San Juan Teotihuacán que en el Pueblo Mágico en general.

Caso 3. Se analizó lo correspondiente a la localidad de San Martín de las Pirámides.

Gráfica 25. Índice de percepción de la comunidad anfitriona, ante el impacto sociocultural en su localidad a partir del nombramiento como Pueblo Mágico. (Población de San Martín de las Pirámides)



Índice general de percepción= 5.83

Fuente: elaboración propia con datos del sondeo realizado por el autor.

Para el caso de San Martín de las Pirámides, los resultados encontrados fueron los siguientes:

a) De los trece factores evaluados, nuevamente los aspectos intangibles fueron los mejor evaluados:

- ❖ El mejor calificado fue el cómo se sienten ante el aumento de turistas, esto quiere decir que la población de esta localidad no se siente incómodo o invadido por los turistas, sin embargo gracias a la observación realizada durante la aplicación de los sondeos y derivado de algunos comentarios de los sondeados, eso puede deberse a que la concentración de turistas se da principalmente en la zona arqueológica, que se encuentra a tres kilómetros de ambas localidades aproximadamente, y de la minoría que entra a éstas, todavía un porcentaje menor visita San Martín de las Pirámides, pues es una localidad más pequeña que San Juan Teotihuacán y un poco más retirada de las pirámides, por ello es evidente que la gente aún no presenta una percepción negativa ante dicho indicador.
- ❖ Los otros dos aspectos mejor calificados dentro del rango de 'percepción positiva alta' son el respeto del turista hacia su cultura, y la identidad y orgullo que sienten los pobladores ante la visita de turistas nacionales y extranjeros con el motivo de conocer los atractivos de su localidad.

b) Dentro del rango de 'percepción positiva baja' se encuentran la mayoría de los factores, estando, en general, conforme la población con los siguientes aspectos:

- ❖ el costo de vida que al momento la población aún no percibe tan elevado,
- ❖ el esfuerzo realizado para resaltar los rasgos culturales que identifican a su localidad, y
- ❖ el estado actual en que se encuentran los atractivos naturales y culturales que, aunque aún no existe una preocupación de la población, sí consideran necesaria la implementación de acciones que procuren su conservación.
- ❖ También se encuentran dentro de este rango de percepción los factores de imagen urbana, las oportunidades de trabajo existentes en

el sector turístico y la opinión que tiene la población en general acerca de qué tan benéfico para ellos ha significado ser Pueblo Mágico, sin embargo, fueron los de más baja calificación, encontrándose en el límite de ser considerados preocupantes para la localidad.

c) Por último, dentro del rango de 'percepción negativa baja' se encuentran los últimos cuatro factores, aquellos en los que la población considera se encuentran en una situación preocupante, y que son el denominador común con los otros dos casos:

- ❖ las condiciones de los servicios públicos básicos, especialmente con el agua;
- ❖ las condiciones de las vialidades, y;
- ❖ los dos peores evaluados en todos los casos, la señalética urbana y la seguridad pública.

Estos últimos dos factores son, por ende, en los que mayor atención inmediata se debe poner en ambas localidades, el aspecto de la seguridad puede ser un poco más complejo de solucionarlo rápidamente, pero es sin duda uno de los problemas sociales más importantes en las localidades y en el país.

Ahora, la importante diferencia que se encontró en este caso, en comparación con los dos anteriores, es que, los factores evaluados negativamente según la percepción de la población, son más en San Martín de las Pirámides, y todos ellos son de los que a simple vista se pueden observar las condiciones en las que se encuentran, y en los que las autoridades municipales, principalmente, tienen injerencia directa o indirecta, es decir, son ellos quienes poseen una mayor responsabilidad para resolver dichas problemáticas pues, evidentemente, los residentes no están satisfechos y desean ver mejoras, ya que, considerando que se sienten orgullosos de que otras personas los visiten, desearían que su localidad esté en mejores condiciones, tanto para el agrado del turista, como para el bienestar de ellos mismos.

Por lo anterior, era de esperarse que San Martín de las Pirámides obtuviera el índice de percepción más bajo, pues obtuvo un puntaje de 5.83, lo que significa que el impacto sociocultural que la marca PM ha logrado en esta localidad ha sido el menos favorable, y esto puede representar un riesgo para ellos de

condicionar su nombramiento; cabe mencionar que, este resultado se contrapone con lo dicho por el presidente del Comité de Pueblo Mágico de San Martín de las Pirámides durante la entrevista, pues a su parecer, dicho comité ha trabajado más que el de San Juan Teotihuacán por el beneficio de su localidad, sin embargo, la percepción de la gente no corresponde con el comentario.

Por otra parte, en el primer caso, que corresponde a los resultados obtenidos en el Pueblo Mágico conjuntando ambas localidades, se dio un fenómeno interesante con la forma en que los resultados de los trece factores del índice se concentraron según la calificación obtenida, quedando de la siguiente manera:

- ❖ Los aspectos intangibles de carácter cultural que cada persona observa y tiene una percepción individual y diferente a la de los demás, un efecto indirecto, pero muy importante, que genera el turismo en la comunidad receptora dentro de un marco del impacto en la dimensión sociocultural del turismo sostenible. Para este PM analizado, este tipo de factores fueron los mejores calificados por la población, es decir, de los que se tiene una percepción positiva.
- ❖ Aquellos aspectos visibles, unos más físicos que otros, pero en los que son más fácil de notar los cambios que van sufriendo y que, en este caso, son impactados por la actividad turística, además de que son responsabilidad de la gestión y acciones de las autoridades de los tres niveles de gobierno, pero también indirectamente de la propia población y el turista. Para este caso, este grupo de factores resultaron, en su mayoría, con una percepción equilibrada por parte de la población, es decir, las condiciones de estos no son negativas en extremo, pero sí desearían que hubiera mejoras en ellos.
- ❖ El tercer grupo corresponde a aquellos factores cuyas condiciones en que se encuentran son fáciles de observar, pero que, a diferencia de los anteriores, estos son responsabilidad directa de las autoridades municipales. En los resultados obtenidos, dichos factores son los que tienen una percepción negativa de la población, pues ellos notan ya como una necesidad la implementación de acciones por parte de las autoridades para el beneficio de la población, principalmente.

En la tabla que a continuación se muestra, se presentan los trece factores del indicador analizado en los tres grupos anteriores:

Culturales intangibles	Socioculturales intangibles (responsabilidad de gobierno, población y turista)	Sociales (responsabilidad de gobierno municipal)
<p>1. Respeto del turista hacia la localidad, sus tradiciones y costumbres.</p> <p>2. Identidad y orgullo del residente.</p> <p>3. Comodidad del residente con el turista.</p>	<p>4. Costo de vida para la comunidad.</p> <p>5. Imagen urbana.</p> <p>6. Qué tan benéfico considera la población que ha significado ser PM.</p> <p>7. Resalte de los rasgos culturales que identifican la localidad.</p> <p>8. Estado actual de los recursos naturales y culturales.</p> <p>9. Mejores oportunidades de trabajo en el sector turístico.</p>	<p>10. Mejoras en servicios públicos básicos.</p> <p>11. Mejoras en vialidades.</p> <p>12. Señalética urbana y turística.</p> <p>13. Seguridad pública.</p>

De acuerdo con los resultados del índice de percepción para el caso del Pueblo Mágico en general, se puede observar un comportamiento interesante en la opinión de la población ante el hecho de que su localidad tenga el nombramiento

de PM, y es que para la mayoría de los factores, los residentes tienen una percepción equilibrada para los culturales tangibles y una percepción negativa a los sociales, pues son aquellos que observan cotidianamente y por ende son más fáciles de percibir las condiciones en que se encuentran, llamando la atención que los factores sociales son de los que más preocupan a la población. Esto podría hacer pensar que, para el caso de este PM, el PPM no ha logrado generar un bienestar y satisfacción social en las localidades, sin embargo, los factores de los que tuvieron una percepción positiva, fueron los culturales intangibles, y esto quiere decir que, la población se siente identificada y orgullosa de su localidad con el hecho de ver que un buen número de turistas la visitan, toman fotos y prueban su gastronomía, a pesar de que las condiciones en que se encuentra no son óptimas.

Entonces, con el PPM en estas localidades se han logrado buenos resultados para la comunidad anfitriona, aunque claramente aún presentan áreas de oportunidad, sin embargo, el poder de la marca PM ha sido tan importante que ha logrado un positivo impacto sociocultural en los residentes por sí sola.

Comparación entre ambas localidades

Ahora, se muestra un comparativo de estos tres grupos de factores con lo sucedido entre ambas localidades, para tener un panorama más amplio de las fortalezas y debilidades de cada una.

	Factores	Índice de percepción en San Juan Teotihuacán	Índice de percepción en San Martín de las Pirámides
Culturales Intangibles	1. Respeto del turista hacia la localidad, sus tradiciones y costumbres.	9.07	8.27
	2. Identidad y orgullo del residente.	8.73	8.18

	3. Comodidad del residente con el turista.	8.13	8.30
Socioculturales Intangibles (responsabilidad de gobierno, población y turista)	4. Costo de vida para la comunidad.	7.34	7.46
	5. Imagen urbana.	7.58	5.45
	6. Qué tan benéfico considera la población que ha significado ser PM.	7.66	5.27
	7. Resalte de los rasgos culturales que identifican la localidad.	6.33	6.49
	8. Estado actual de los recursos naturales y culturales.	6.96	5.76
	9. Mejores oportunidades de trabajo en el sector turístico.	6.25	5.39
	Sociales (responsabilidad de gobierno municipal)	10. Mejoras en servicios públicos básicos.	6.33
11. Mejoras en vialidades.		6.72	4.12
12. Señalética urbana y turística.		5.70	3.43
13. Seguridad Pública.		5.81	2.78



Índice mejor calificado.

Esta comparación sirve para identificar en cuál de las dos localidades que componen el Pueblo Mágico está habiendo mejores percepciones, y según se identifica, en las tres agrupaciones generales de factores, existe un mayor impacto sociocultural positivo en San Juan Teotihuacán que en San Martín de las Pirámides.

Los resultados más equilibrados se encuentran en el grupo de factores culturales intangibles, y esto se debe a que el poder de la marca por sí sola es muy poderosa, pues representa un gran sentido de pertenencia y orgullo para las comunidades anfitrionas tenerla y a que más turistas los visiten.

Del segundo grupo de factores, los socioculturales tangibles, también hay resultados similares, y es en dos de ellos especialmente donde se encuentran las diferencias más marcadas, la opinión que tienen ambas poblaciones en cuanto a los beneficios estéticos que las autoridades municipales respectivas han gestionado en su localidad y por ende, su percepción sobre qué tan benéfico ha significado que ésta sea Pueblo Mágico, notándose nuevamente mejores resultados en San Juan Teotihuacán.

Ilustración 22. Centro de San Juan Teotihuacán.



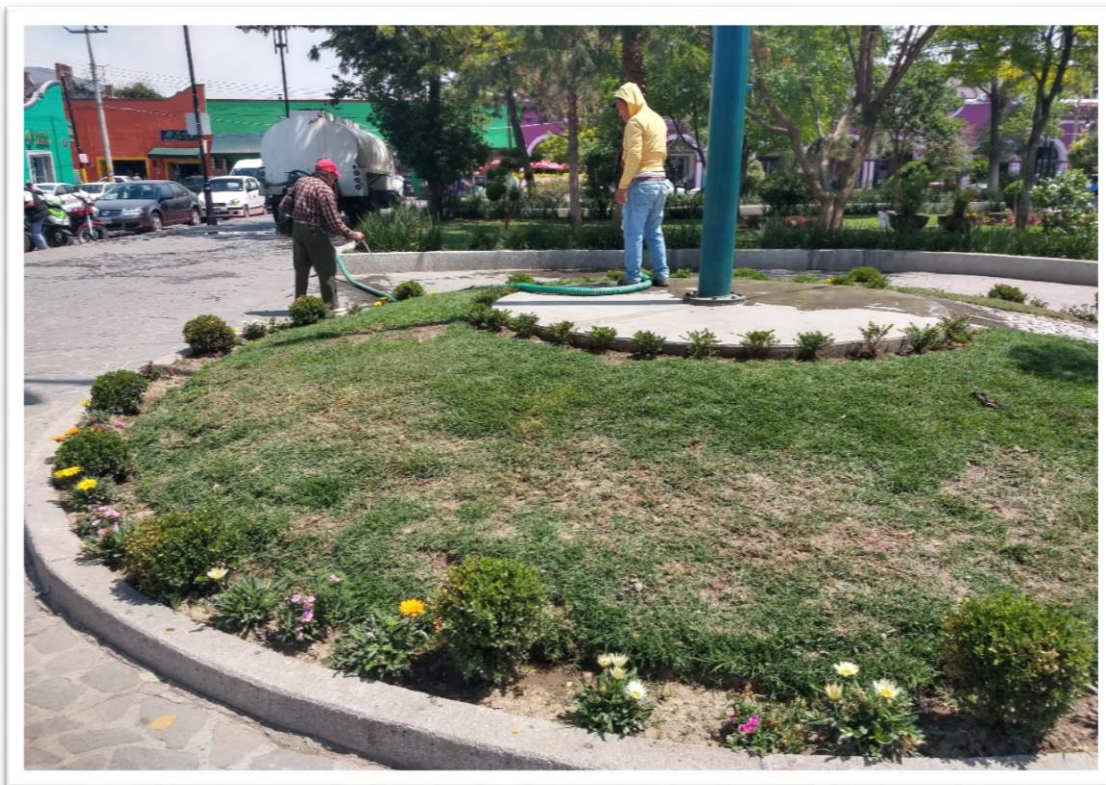
Fuente: del autor (2019).

Ilustración 23. Centro de San Martín de las Pirámides.



Fuente: del autor (2019).

Ilustración 24. Jardines de San Juan Teotihuacán.



Fuente: del autor (2019).

Ilustración 25. Jardines de San Martín de las Pirámides.



Fuente:del autor (2019).

Las imágenes de arriba representan una comparación entre dos lugares similares de ambas localidades, las condiciones en general son atractivas, como lo indicó la percepción de la gente, sin embargo, se nota una ligera mejoría en San Juan Teotihuacán, en la limpieza de las áreas públicas y en el cuidado de los jardines del centro de la esta localidad que en San Martín de las Pirámides.

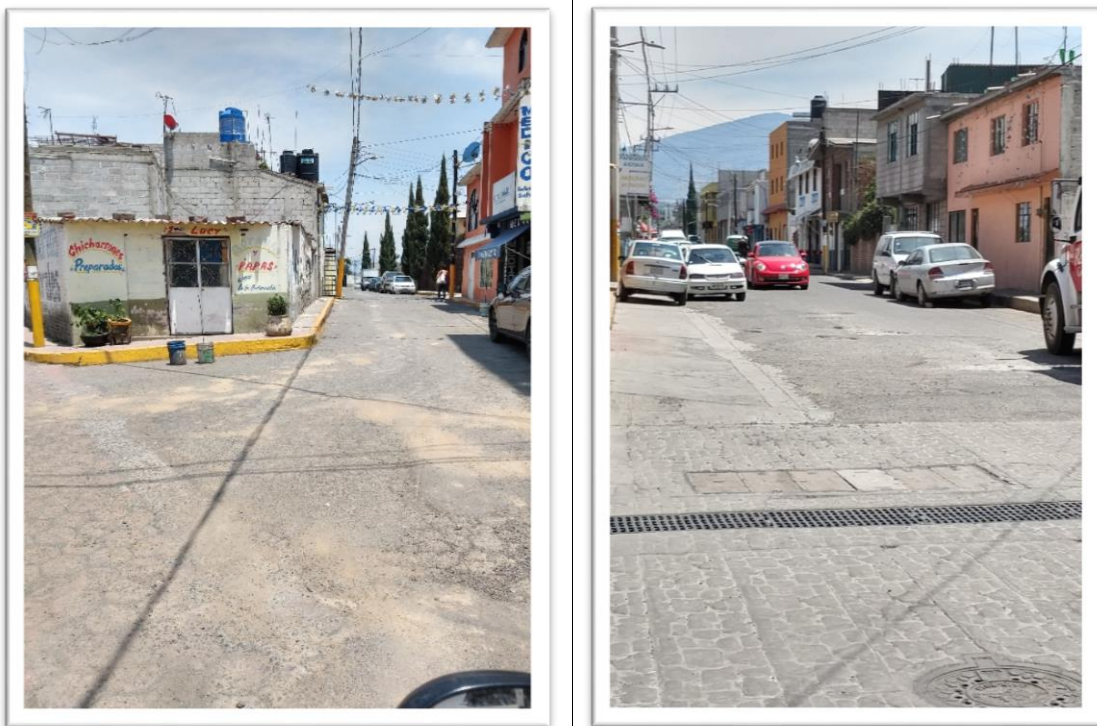
Sin embargo, como se observa en las imágenes de abajo y como lo comentan algunos pobladores, los beneficios de imagen urbana se concentran en el primer cuadro de la localidad y no llegan al interior; algunas calles se encuentran con baches y el cableado subterráneo debe ser un proyecto por considerar a corto plazo.

Ilustración 26. Calles al interior de San Juan Teotihuacán.



Fuente: del autor (2019).

Ilustración 27. Calles al interior de San Martín de las Pirámides.



Fuente: del autor (2019).

Por otra parte, una debilidad de San Martín de las Pirámides en comparación con San Juan Teotihuacán, se encuentra en el tercer grupo de factores, los sociales, especialmente en lo referente a servicios públicos y a la señalética urbana y turística, ya que no se está logrando un impacto positivo en esta localidad con el PPM. Sin embargo, las condiciones de ambas, respecto a estos aspectos, como se observa en las imágenes de abajo, son de las principales áreas de oportunidad.

Ilustración 28. Condiciones de la señalética en San Juan Teotihuacán.

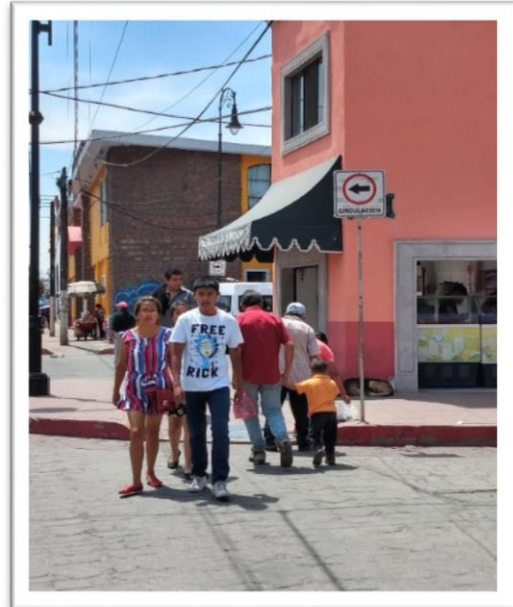
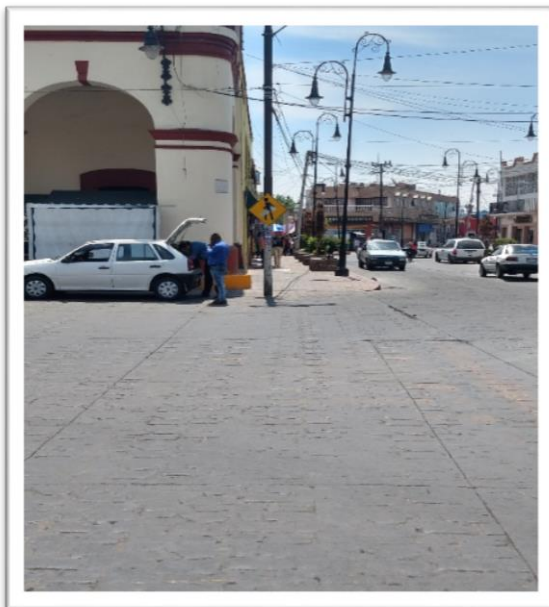
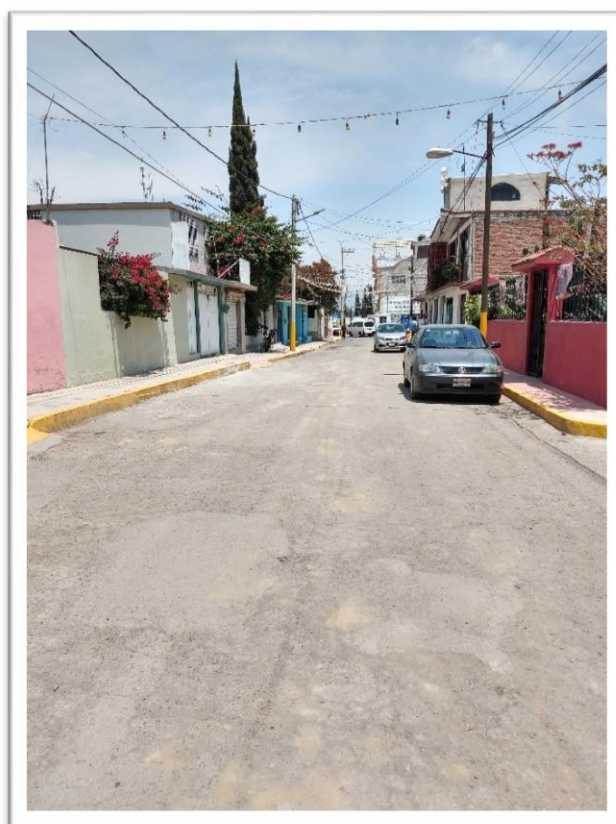


Ilustración 29. Condiciones de la señalética en San Martín de las Pirámides.



Fuente: del autor (2019).

En ambos casos, es difícil distinguir el sentido de las calles, pues los señalamientos son escasos e imprecisos, los nombres de las calles no son visibles, existen semáforos sin funcionar, lo que al interior de las localidades se intensifica.

En resumen, desde que ambas localidades recibieron el nombramiento de Pueblo Mágico en 2015, se distingue con base en la investigación realizada, que ha sido mayor el impacto sociocultural positivo en San Juan Teotihuacán, que en San Martín de las Pirámides, sin embargo, como se ha repetido en varias ocasiones, hay aspectos importantes en los cuales se debe mejorar en pro del beneficio de la población y no sólo del turismo.

Conclusiones

Atendiendo a los objetivos y preguntas de investigación planteadas al inicio de esta investigación, se pueden mencionar las siguientes conclusiones:

Si se analiza al Pueblo Mágico en conjunto, se puede decir que el Programa Pueblos Mágicos sí ha generado beneficios visibles en las localidades receptoras, como el aumento de negocios locales del ramo turístico ante una mayor afluencia de turistas en el destino, y por tanto más empleos, pero esto corresponde a beneficios socioeconómicos.

En cuanto al impacto sociocultural, principal motivo de análisis de esta tesis, en la siguiente tabla se muestran los resultados obtenidos, tanto de la entrevista como de los sondeos, de manera resumida y divididos en positivos, es decir los beneficios, y los que representan áreas de oportunidad, recordando que todos ellos han sido los observados a partir de la incorporación al PPM.

Impacto sociocultural	
Aspectos positivos	Áreas de oportunidad
-El Comité de Pueblo Mágico, quien funge como representante de la ciudadanía, sí es tomado en cuenta para la toma de decisiones en proyectos turísticos por las autoridades de los tres niveles de gobierno.	-Dentro del CPM no integran un representante directo de la población en general, es decir, uno que represente a la población desocupada, amas de casa, estudiantes y adultos mayores.
-Se implementan campañas de concientización hacia los residentes para mantener limpio su entorno y espacios públicos, y sí se han notado resultados.	-A pesar de ser permitido, el CPM no invita a la población a sus sesiones ni le informa de los acuerdos tomados.
-Se creó un sendero turístico que rodea la zona arqueológica y que representa beneficios para los residentes por la incorporación de una ciclopista y de espacios para la oferta	-Existe un distanciamiento y falta de comunicación entre ambos CPM, lo que genera un trabajo dispar en favor de las localidades del Pueblo Mágico.

de gastronomía típica de la región que los locales aprovechan para emprender su negocio.	
-La carrera de Turismo en la UAEM campus Teotihuacán fue acreditada en 2018 y la UPEM está por crear su carrera relativa al turismo.	-Han disminuido los talleres artesanales por falta de inversión, apoyo de las autoridades gubernamentales y por la imitación de las artesanías a un precio más accesible
-Tanto el sendero turístico como el rescate de fachadas han sido proyectos que se han gestionado para obtener la financiación de PRODERMÁGICO.	-Los beneficios en relación a imagen urbana han sido positivos, sin embargo, sólo se han concentrado en las partes céntricas o de mayor visibilidad para el turista, y no así hacia el interior de las localidades para el beneficio equitativo de la población. Esta percepción se torna más negativa en la población de San Martín de las Pirámides.
-La población de ambas localidades percibe un respeto del turista hacia su cultura.	-La población (sobre todo la de San Martín de las Pirámides) se queja de los servicios públicos básicos, principalmente del agua.
-La marca PM ha logrado generar un orgullo e identidad de los residentes hacia su localidad.	-Las vialidades (principalmente calles al interior de la localidad) son un área de los puntos de atención, de las autoridades municipales, más importantes, y más para San Martín de las Pirámides, según la percepción de la gente.
-El incremento de turistas en las localidades a partir de convertirse en PM no ha llegado al punto de	-La señalética urbana y turística en ambas localidades es uno de los puntos más deficientes en estas, y de

incomodar o ser invasivo hacia los residentes.	gran importancia en el mundo del turismo.
-El costo de vida para la población de ambas localidades se ha mantenido justo para ellos de acuerdo con su percepción.	-La seguridad pública resultó ser el aspecto más deficiente en ambas localidades (incluso más en San Martín de las Pirámides) y sobre el cuál se nota más preocupación en la población.
-La población de ambas localidades percibe que sí se han resaltado los rasgos culturales que identifican su localidad, aunque puede mejorar.	-De manera general, la población de San Martín de las Pirámides considera que el beneficio que ha significado el hecho de ser PM ha sido poco visible.
-El estado actual de los recursos naturales y culturales que percibe la población es aceptable, aunque esperan que se ponga mayor atención a la conservación de unos y rescate de otros.	
-De manera general, la población de San Juan Teotihuacán considera que el beneficio que ha significado el hecho de ser PM ha sido aceptable.	

Aquellos aspectos en los que las autoridades tienen incidencia directa y que son más fáciles de detectar, como son los servicios públicos de agua, drenaje, electricidad, seguridad y vialidades, es donde se nota una mayor deficiencia; mientras que lo más intangible, como lo es la identidad cultural que la marca ha logrado en la población hacia ellos mismos y ante los turistas al sentirse orgullosos de su visita, es donde más se observan resultados positivos, es decir, el hecho de ser Pueblo Mágico para la comunidad es algo positivo hacia sus raíces culturales que les provoca arraigo y sentido de pertenencia, aunque esperan que su localidad y sus recursos naturales y culturales estén en mejores

condiciones, y que los beneficios se procuren equitativamente hacia ellos y no sólo hacia el turista.

Al comparar a las dos localidades, se observa una tendencia similar a la que se describe en el párrafo anterior, con la diferencia de que existe un mayor impacto positivo en la localidad de San Juan Teotihuacán, pues la percepción de la comunidad así lo demuestra.; a pesar de que el presidente del CPM de San Martín de las Pirámides mencionó que ellos han trabajado más por su localidad que el de San Juan Teotihuacán, y que ciertamente hay aspectos de imagen urbana en los que se observan en mejores condiciones, la opinión de la comunidad no correspondió y demostró una evaluación de dichos aspectos más baja que la hecha por la comunidad de Teotihuacán, esto significa que la población anfitriona percibe que su localidad está recibiendo beneficios en favor del turismo, y por lo mismo, esperan que estos beneficios sean también hacia ellos y hacia lo que el turista no siempre ve pero que también es parte de la localidad, algo que no ha sucedido así, es decir, no se está procurando un beneficio sostenible.

Con lo anterior se puede decir que, el impacto sociocultural que ha generado y que puede seguir generando el Programa Pueblos Mágicos en las localidades de San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, no depende solamente del efecto que la marca tiene en los residentes para enaltecer su identidad cultural y en la generación de nuevas fuentes de ingresos, sino que también las autoridades municipales tienen que hacer su parte en las localidades, en conjunto con las autoridades estatales y gestionando lo necesario con las autoridades federales, todo esto con el objetivo que satisfacer no sólo a los empresarios y turistas, sino también a la comunidad anfitriona, procurando con ello el desarrollo sostenible del turismo.

En este momento, respondiendo al tema central de la investigación, el impacto sociocultural que se ha generado en San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, a partir de su incorporación al Programa Pueblos Mágicos, ha sido positivo, con sus respectivas áreas de mejora, aceptando así, la hipótesis planteada al inicio de la investigación.

Si se hiciera una distinción entre ambas localidades, respondiendo a la primera pregunta secundaria, los resultados han sido mejores en San Juan Teotihuacán.

Respondiendo a la segunda de las preguntas secundarias, sobre cómo se ha incluido a la población en el desarrollo turístico del Pueblo Mágico, lo obtenido de la entrevista realizada arroja que no se le está considerando directa o indirectamente, ni en la toma de decisiones, ni en la comunicación del trabajo que se va realizando, entendiéndose que, una consideración directa sería realizar una consulta general a la población cada vez que se tomen decisiones, lo cual sería muy complejo de realizar, y por tal motivo, existe el Comité de Pueblo Mágico, quien funge como representante de distintos actores poblacionales y con el cual se les está considerando indirectamente, sin embargo, en los comités de ambas localidades se encuentran representantes del sector empresarial principalmente, haciendo falta uno que represente a los residentes de la comunidad anfitriona, que son mayoría.

Sin duda, haciendo un comparativo también entre la visión de los CPM y de los residentes, sobre los beneficios que ha implicado haber obtenido el nombramiento de PM, los primeros se enfocan más en la parte económica, mientras que los aspectos que más preocupan a la población son los sociales como la seguridad o las condiciones físicas de su localidad, como se observó en las gráficas, aspectos que si bien es cierto no son única responsabilidad del sector turístico y que su solución es paulatina, con el hecho de ser Pueblo Mágico la gente tiene altas expectativas en cuanto a beneficios para su comunidad, dejando claro el poder que la marca tiene para la población.

Cuando se habla de un desarrollo sostenible, es necesario tomar en cuenta a la sociedad en cualquier actividad que la afecte directa o indirectamente, también es parte importante para que esto se cumpla, y para el caso de esta investigación, la inclusión comunitaria en la toma de decisiones es uno de los puntos principales en los que se debe poner atención, aceptando también la hipótesis planteada a la pregunta correspondiente.

Las conclusiones anteriores corresponden a los objetivos y preguntas de investigación secundarias que se persiguieron con el tema de esta tesis, pero

también se muestran a continuación algunas conclusiones generales a manera de reflexión que deja esta investigación:

- ❖ Cuando se pretende conocer el impacto sociocultural en cualquier destino turístico, o en este caso un Pueblo Mágico, la mejor fuente de información es directamente la percepción de la población anfitriona, pues en todo momento se ven directa o indirectamente afectados por la actividad turística en su entorno, además de que no siempre será la misma visión que ellos tienen y la de las autoridades gubernamentales. Cuanto más sea posible cuantificar esta información cualitativa, más fácil será su interpretación y la toma de decisiones, y el indicador utilizado en esta investigación para lograr dicho objetivo, que el índice de percepción de la comunidad anfitriona, pretende ser un aporte como instrumento de fácil aplicación pero de gran utilidad para medir este tipo de impactos en cualquier Pueblo Mágico, e incluso cualquier destino turístico, con la finalidad de realizar un análisis integral del desarrollo sostenible en el turismo, y no sólo la parte económica que suele ser más fácil de obtener información.

- ❖ También cabe mencionar que, el desarrollo de un Pueblo Mágico no siempre será positivo, pues dependerá de la propia economía y desarrollo humano de la población, de la visión que tenga el municipio y de su presupuesto, pues en aquellos Pueblos Mágicos donde éste sea limitado, por más que pretendan generar beneficios en su localidad, es muy difícil, y tal vez ocurra un caso en el que el impacto sociocultural y ambiental sean positivos, pero el económico no lo sea, y lo ideal es que haya un impacto positivo en lo económico, ambiental y sociocultural, pues en esto se basa el turismo sostenible.

- ❖ Al hablar de un desarrollo turístico sostenible, el papel que juegan los Comités de Pueblo Mágico en las localidades que reciben el nombramiento de Pueblo Mágico es muy importante al ser un portavoz de la población anfitriona, pues de alguna manera se les considera en la gestión turística de la localidad, contribuyendo así al impacto sociocultural

que debiera existir en el turismo, sin embargo este rol podría ser más efectivo e importante si su conformación fuera más integral, considerando a representantes de la población en general e incluso del sector ambiental, generando así, una mejor toma de decisiones que involucren las tres dimensiones del desarrollo sostenible, y no sólo la económica.

- ❖ El Programa Pueblos Mágicos ha sido muy importante para el rescate y difusión de la riqueza natural y cultural de México en el ámbito nacional e internacional, que no debe ser eliminado, pero que sí presenta áreas de oportunidad y una gran necesidad de hacer modificaciones estructurales a los lineamientos de incorporación y permanencia, principalmente, y posteriormente una revisión estricta de aquellas localidades que sí merecen mantener el nombramiento y de aquellas que no, pues, a opinión del investigador, la obtención del nombramiento ha sido poco valorada en muchos casos, y seguirá siendo así hasta llegar al punto de tener decenas de Pueblos Mágicos sin valor mientras no se hagan correcciones. También cabe mencionar que la visión y capacidad de gestión turística de las autoridades municipales, principalmente, es un factor importante para el desarrollo positivo y éxito de un Pueblo Mágico.

- ❖ Por lo anterior, la medida tomada por el actual presidente del país de dejar sin presupuesto al Programa Pueblo Mágicos para 2019, según lo mencionó la diputada Marta Dekker, secretaria de la Comisión de Turismo de la Cámara de Diputados, en el XVII Foro Nacional de Turismo 2019, puede ser buena si se aprovecha para realizar la reestructuración mencionada e, incluso, una depuración a la lista actual de Pueblos Mágicos.

Por la parte académica, cabe mencionar la importancia que tiene la maestría en Administración del Turismo que ofrece la Universidad Nacional Autónoma de México, pues el tipo de problemática que se abordó en esta investigación se relaciona con la administración y gestión del turismo, en la que un egresado de este posgrado juega un papel importante para su solución.

Al igual que un proceso científico, esto fue un experimento inicial en tan sólo uno de los 121 Pueblos Mágicos que existen, pero que, con un mayor presupuesto y equipo de trabajo, se puede replicar en todos para conocer el panorama nacional del impacto sociocultural que el PPM ha generado en las comunidades anfitrionas a 17 años de su existencia.

Recomendaciones a investigaciones futuras

A continuación, se presentan sugerencias a manera de contribución del trabajo realizado en esta investigación, algunas de ellas como propuesta a las autoridades involucradas en la gestión del Programa Pueblos Mágicos con el objetivo de fortalecerlo estructuralmente; y una última enfocada a la parte académica, dirigida a estudiantes y autoridades académicas de la institución a la que el autor pertenece.

El indicador que se implementó en esta investigación para medir un aspecto cualitativo, como lo es la percepción de población ante el fenómeno de análisis, y convertirlo en cuantitativo para una mejor comprensión, puede ser un instrumento que, aplicado y comparado anualmente, sirva para conocer el impacto sociocultural que la marca de Pueblo Mágico puede tener en las localidades que obtienen el nombramiento, y sea además, un parámetro adicional de evaluación anual para su permanencia dentro del Programa. Para esto, en el proceso de incorporación se les puede solicitar a los aspirantes a obtener este indicador base de manera inicial, y así poderlo comparar año tras año para observar su evolución.

Con la propuesta anterior, se podría evaluar a los Pueblos Mágicos actuales para conocer en cuáles el Programa está generando resultados positivos y cuáles están haciendo méritos suficientes para permanecer con el nombramiento, en los que no sea así, condicionarles el nombramiento, teniendo así un proceso más riguroso de permanencia, pues en mi opinión personal, se ha subestimado la obtención del nombramiento y ya hay un número considerable de Pueblos Mágicos que no ofrecen valor agregado a la oferta turística nacional.

Por otra parte, se puede considerar como positivo al Programa Pueblos Mágicos por el impacto turístico que ha tenido en el ámbito nacional e internacional, pero con áreas de oportunidad, por lo que una revisión estructural del programa antes que cancelarlo definitivamente, pues durante la elaboración del documento se hicieron ver algunas de estas oportunidades de mejora que hay en los lineamientos de incorporación y permanencia.

Por ejemplo, dentro de la integración del Comité de Pueblo Mágico que hace la Sectur, además de la reciente incorporación de un representante de la academia en 2017, también hace falta considerar a un representante de la población en general, es decir, de los trabajadores, de los desempleados, de las amas de casa, de los estudiantes y de los adultos mayores, quienes son la mayoría y los más afectados día con día con la actividad turística en su localidad, para así, definir totalmente la lista de integrantes del comité y no establecerla como sugerencia, sino como requisito de incorporación para los aspirantes, y con ello procurar una mayor inclusión comunitaria e impacto social desde un inicio y en la toma de decisiones del PM durante el tiempo que permanezca en el Programa.

En la parte académica, esta es una de las primeras investigaciones que se realizan en la Maestría en Administración del Turismo, un programa de posgrado de reciente creación en la Universidad Nacional Autónoma de México que, en primer lugar, es destacable que la máxima casa de estudios lo haya incorporado a su oferta académica de posgrado, pues hoy día el turismo es uno de los sectores más importantes para el país; entonces, es importante motivar a las generaciones futuras de este posgrado a realizar investigaciones, específicamente enfocadas a temas de turismo sostenible por la importancia que tiene actualmente, sobre todo a los aspectos menos considerados como el ambiental o el sociocultural, como el caso de esta tesis.

Referencias

❖ Bibliográficas:

Barroso Alarcón, E. (2016). *Capítulo 1. Gestación y Evolución del Programa Pueblos Mágicos*. En: Madrid Flores, Francisco (2016). *Pueblos Mágicos: aciertos y retos de una iniciativa de política pública en turismo*. Ed. Limusa: Universidad Anáhuac. México.

De la Madrid Cordero, E. (2016). *Prólogo*. En: Madrid Flores, Francisco (2016). *Pueblos Mágicos: aciertos y retos de una iniciativa de política pública en turismo*. Ed. Limusa: Universidad Anáhuac. México.

Grinnell y Unrau. (2007). Citados en: Hernández Sampieri, R.H. (2010). *Metodología de la Investigación*. 5ta edición. México. Ed. Mc Graw Hill.

Grinnell y Unrau. (2010). Citados en: Hernández Sampieri, R.H. (2010). *Metodología de la Investigación*. 5ta edición. México. Ed. Mc Graw Hill.

Hernández Sampieri, R.H. (2010). *Metodología de la Investigación*. 5ta edición. México. Ed. Mc Graw Hill.

Sectur. (2007). Citado en: Madrid Flores, Francisco (2016). *Pueblos Mágicos: aciertos y retos de una iniciativa de política pública en turismo*. Ed. Limusa: Universidad Anáhuac. México.

❖ Electrónicas:

Acerenza (1984), Gurría di Bella (1991), y Wallingre y Toyos (2010). Citados en: Navarro, Diego (2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*. Cuadernos de Turismo [en línea] 2015. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39838701014>. Consultado el 3 de abril de 2018.

Artaraz, M. (2002). *Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible*. Ecosistemas 2002/2. Disponible en:

<http://www.aeet.org/ecosistemas/022/informe1.htm>. Consultado el 13 de mayo de 2018.

BiosphereTourism. (2017). *22 Beneficios del Turismo Sostenible*. España. Disponible en: <https://www.biospheretourism.com/es/blog/22-beneficios-del-turismo-sostenible/94>. Consultado el 7 de junio de 2018.

Bojo. (1990), Carpenter. (1991) y Shiva. (1989). Citados en: Artaraz, M. (2002). Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible. Ecosistemas 2002/2. Disponible en: <http://www.aeet.org/ecosistemas/022/informe1.htm>. Consultado el 15 de julio de 2019.

Boullón, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico*. 4ta ed. México: Trillas. Disponible en: <http://prepacihuatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturisticorobertoc.boullon.pdf>. Consultado el 2 de junio de 2019.

Chias. (2005). Citado en: poraqui.net, Portal de Turismo y Hostelería. Consultado en 2018. *Glosario*. Disponible en: <https://www.poraqui.net/glosario/recurso-tur%C3%ADstico>. Consultado el 28 de marzo de 2018.

CICATUR-OEA. (1974). Citado en: Navarro, Diego. (2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*. España. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>. Consultado el 16 de octubre de 2018.

CMMAD. (1987). Citado en: Ramírez Treviño, A; Sánchez Núñez, J. M.; García Camacho, A. (2004). *El Desarrollo Sustentable: Interpretación y Análisis*. Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle [en línea] 2004. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34202107>. Consultado el 5 de mayo de 2018.

CMPM. (2018). México. Disponible en: <http://ciudadespatrimonio.mx/>. Consultado el 10 de julio de 2018.

Congreso Internacional de Sociología. (1965). Citado en: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. (2006). *Definición de Turismo*. Disponible

en:

http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_turismo.htm. Consultado el 20 de marzo de 2018.

Cortés Cortés, M. e Iglesias León, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. México. Disponible en: http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.p http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/argentina_0.pdf. Consultado el 9 de enero de 2018.

Coutiño, A. (2013). *La Danza de Moros y cristianos*. Disponible en: <http://aunamnoticias.blogspot.com/2013/08/la-danza-de-moros-y-cristianos.html>. Consultado el 17 de octubre de 2018.

Covate. (2019). Citado en: Salinas, J. (2019). *“Experiencia nocturna” en Teotihuacán ha recaudado caso 32mdp*. La Jornada. Disponible en: www.jornada.com.mx. Consultado el 2 de mayo de 2019.

CSTM. (2003). Citado en: Entorno Turístico (s.f.). *8 definiciones para entender qué es el turismo*. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/8-definiciones-para-entender-que-es-el-turismo/>. Consultado el 23 de marzo de 2018.

CSTM. (2018). Disponible en: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cn/tur/default.aspx>. Consultado el 15 de junio de 2018.

Datatur. (2018). *Llegadas a Museos y Zonas Arqueológicas*. México. Disponible en: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ActividadesCulturales.aspx>. Consultado el 3 de noviembre de 2018.

Datatur. (2019). *Módulo de información de Pueblos Mágicos*. Disponible en: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/Pueblos%20Magicos/PueblosMagicosIni.aspx>. Consultado el 3 de marzo de 2019.

Datatur. (2019). *Resultados de la Actividad Turística 2018*. Disponible en: [http://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2018-12\(ES\).pdf](http://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2018-12(ES).pdf). Consultado el 18 de marzo de 2019.

- De la Colina, J. M. (2018). *El Concepto de Producto Turístico*. Disponible en: http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf. Consultado el 8 de abril de 2018.
- Encarnación Aguilar, G. (2017). *Contexto y Dimensiones de la Sustentabilidad*. Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/235860/Tema_2_Contexto_y_Dimensiones_Sustentabilidad.pdf. Consultado el 13 de mayo de 2018.
- Entorno Turístico. (2018). *Definición y Clasificación de los Recursos Turísticos*. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/>. Consultado el 3 de abril de 2018.
- Entorno Turístico. (Consultado en 2018). *¿Cuáles son los tipos de turismo que existen?* Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>. Consultado el 18 de abril de 2018.
- Fonatur. (2016). *Destinos Turísticos de FONATUR*. México. Disponible en: <https://www.gob.mx/fonatur/acciones-y-programas/destinos-fonatur>. Consultado el 7 de agosto de 2018.
- FPNN. (1993). Citado en: Blasco Lázaro, María (2005). *Introducción al Concepto de Turismo Sustentable*. España. Disponible en: <https://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/06/docs/Áreas/EducaSensib/SensibilizaciónAmbiental/Campañas/TurismoSostenible/PonenciasPresentadas/INTRODUCCION.pdf>. Consultado el 22 de mayo de 2018.
- Gaceta del Gobierno del Estado de México. (2010). Disponible en: <https://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/gct/2010/sep271.PDF>. Consultado el 4 de enero de 2018.
- Gaceta del Gobierno del Estado de México. (2014). Disponible en: <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/gct/2014/oct072.PDF>. Consultado el 4 de enero de 2018.

- Global Reporting Initiative. (2013). *G4 Sustainability Reporting Guidelines*. Holanda. Disponible en: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRIG4-Part2-Implementation-Manual.pdf>. Consultado el 13 de mayo de 2018.
- Gutiérrez Garza, E. (2007). *De las teorías del desarrollo al desarrollo sustentable. Historia de la construcción de un enfoque multidisciplinario*. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60715120006>. Consultado el 4 de mayo de 2018.
- Hall. (2005). Citado en: Mendoza Ontiveros, Martha Marivel y González Sosa, José Carlos (2014). *Impactos socioculturales del turismo en el Centro Integralmente Planeado Loreto, Baja California Sur, México. Percepción de los residentes locales*. Teoría y Praxis [en línea] 2014]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145102006>. Consultado el 23 de mayo de 2018.
- Ibáñez, R. y Rodríguez, I. (2018). *Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo*. Disponible en: <http://www.publicaciones.inecc.gob.mx/libros/669/tipologias.pdf>. Consultado el 20 de abril de 2018.
- Inafed. (2018). *Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México: Teotihuacán*. México. Disponible en: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM15mexico/municipios/15092a.html>. Consultado el 21 de septiembre de 2018.
- Inafed. (2018). *Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México: San Martín de las Pirámides*. México. Disponible en: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM15mexico/municipios/15075a.html>. Consultado el 25 de septiembre de 2018.
- INAH. (2009). *Historia breve de Teotihuacán*. México. Disponible en: <http://www.inah.gob.mx/boletines/2487-historia-breve-de-teotihuacan>. Consultado el 22 de septiembre de 2018.

- INAH. (2019). *Sistema Institucional Estadística de Visitantes*. Disponible en: <https://www.estadisticas.inah.gob.mx/>. Consultado el 23 de marzo de 2019.
- Inegi. (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010. Principales resultados por localidad (ITER)*. Disponible en: <https://datos.gob.mx/busca/dataset/censo-de-poblacion-y-vivienda-2010-principales-resultados-por-localidad-iter>. Consultado el 6 de octubre de 2018.
- Inegi. (2016). *Encuesta Intercensal 2015: Estado de México*. Disponible en: <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/especiales/intercensal/?init=1>. Consultado el 5 de octubre de 2018.
- Inegi. (2018). Biblioteca de Publicaciones Digitales. *Sistema Nacional de Cuentas Nacionales. Cuenta Satélite del Turismo*. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/publicaciones/default.html?t=0190008000600000>. Consultado el 13 de octubre de 2018.
- Inegi. (2018). *Compendio de Información Geográfica Municipal 2010: Teotihuacán. México*. Disponible en: <http://www.inegi.org.mx/geo/contenidos/topografia/compendio.aspx>. Consultado el 30 de septiembre de 2018.
- Inegi. (2018). *Compendio de Información Geográfica Municipal 2010: San Martín de las Pirámides. México*. Disponible en: <http://www.inegi.org.mx/geo/contenidos/topografia/compendio.aspx>. Consultado el 6 de octubre de 2018.
- Inegi. (2018). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE). *Cuartos y unidades de hospedaje registrados por municipio según categoría turística del establecimiento. Al 31 de diciembre de 2017 (Quintana Roo)*. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/app/cuadroentidad/QRoo/2018/21/21_4. Consultado el 3 de mayo de 2019.
- Inegi. (2019). México en Cifras: Publicaciones. *Anuario Estadístico de México 2014 a 2017*. Disponible en:

<https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/#>. Consultado el 19 de marzo de 2019.

Libro Blanco del Turismo Español. (1990). Citados en: poraqui.net, Portal de Turismo y Hostelería. Consultado en 2018. *Glosario*. Disponible en: <https://www.poraqui.net/glosario/recurso-tur%C3%ADstico>. Consultado el 28 de marzo de 2018.

López López, A. (2005). *Desarrollo sostenible: medioambiente y turismo en las ciudades históricas: El caso de Toledo*. España. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/OBMD/article/viewFile/OBMD0505110331A/21554>. Consultado el 22 de mayo de 2018.

Marín Moreno, M. L. (2018). Citado en: [8columnas](http://8columnas.com). (2018). *Gran éxito de Experiencia Nocturna en Teotihuacán*. Disponible en: <http://8columnas.com.mx/gran-exito-de-experiencia-nocturna-en-teotihuacan-2/>. Consultado el 20 de marzo de 2019.

Méndez. (2012). Citado en: Ortiz Motta, D. (s.f.). *EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y DESARROLLO SUSTENTABLE: CONCEPTO, USO Y PERTINENCIA*. Colombia. Disponible en: <http://www.aeca1.org/xviiencuentroaeca/comunicaciones/113h.pdf>. Consultado el 4 de mayo de 2018.

nGuide Teotihuacán. (2018). *Festividades anuales en el Valle de Teotihuacán*. Disponible en: <http://teotihuacan.nguideqr.mx/TeoFestivs.html>. Consultado el 19 de octubre de 2018.

OMT. (2000). *TALLER DE INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD EN TURISMO para los países de Sudamérica*. Disponible en: http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/argentina_0.pdf. Consultado el 8 de septiembre de 2018.

OMT. (2011). *Turismo y cambio climático*. Disponible en: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/turismoycambioclimatico.pdf>. Consultado el 16 de mayo de 2018.

OMT. (2018). *Barómetro del Turismo Mundial 2017*.

- OMT. (2018). *Definición de Turismo Sostenible*. Disponible en: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>. Consultado el 22 de mayo de 2018.
- OMT. (2018). *El turismo y la atenuación de la pobreza*. Disponible en: <http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>. Consultado el 7 de junio de 2018.
- OMT. (2018). *Entender el Turismo: Glosario Básico*. Disponible en: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico#Turista>. Consultado el 25 de marzo de 2018.
- OMT. (2018). *Panorama OMT del Turismo Internacional. Edición 2018*. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>. Consultado el 8 de febrero de 2019.
- Padilla, Oscar. (1980). Citado en: Entorno Turístico (s.f.). *8 definiciones para entender qué es el turismo*. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/8-definiciones-para-entender-que-es-el-turismo/>. Consultado el 23 de marzo de 2018.
- Plan de Desarrollo Municipal de San Martín de las Pirámides 2013-2015. (2013). Disponible en: <https://www.ipomex.org.mx/ipo/archivos/downloadAttach/289676.web;jsessionid=E069A9BEAF924D4D0A319510ACAF67FE>. Consultado el 10 de octubre de 2018.
- Plan de Desarrollo Municipal de San Martín de las Pirámides 2016-2018. (2016). Disponible en: <http://www.sanmartindelaspiramides.gob.mx/pdf/PDM20162018.pdf>. Consultado el 3 de octubre de 2018.
- Plan de Desarrollo Municipal de Teotihuacán 2013-2015. (2013). Disponible en: <https://www.ipomex.org.mx/ipo/archivos/downloadAttach/289676.web;jsessionid=E069A9BEAF924D4D0A319510ACAF67FE>. Consultado el 30 de septiembre de 2018.

- PNUD. (s.f.). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Disponible en: <http://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>. Consultado el 14 de mayo de 2018.
- Portillo, L. (2010). *Cultura Teotihuacana*. Disponible en: <https://www.historiacultural.com/2010/10/cultura-teotihuacana.html>. Consultado el 20 de septiembre de 2018.
- RAE. (2018). *Turismo*. Disponible en: <https://dle.rae.es/?id=axaWB7V>. Consultado el 10 de marzo de 2018.
- Ramírez (2004) y Villamizar (s.f.). Citados en: Ortiz Motta, Diana, y Arévalo Galindo, Nancy (Consultados en 2018). *EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y DESARROLLO SUSTENTABLE: CONCEPTO, USO Y PERTINENCIA*. Colombia. Disponible en: <http://www.aeca1.org/xviiencuentroaeca/comunicaciones/113h.pdf>. Consultado el 9 de mayo de 2018.
- Ramírez Treviño, A.; Sánchez Núñez, J. M.; García Camacho, A. (2004). *El Desarrollo Sustentable: Interpretación y Análisis*. Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle [en línea] 2004. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34202107>. Consultado el 5 de mayo de 2018.
- Ramírez. (1998). Citado en: Navarro, Diego (2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*. Cuadernos de Turismo [en línea] 2015. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39838701014>. Consultado el 2 de abril de 2018.
- Richards. (1996). Citado en: Morère N. (2013). *Turismo cultural patrimonio, museos y empleabilidad*. España. Disponible en: http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:80090/EOI_TurismoCultural_2013.pdf. Consultado el 25 de abril de 2018.
- RIET. (1994). Citado en: Entorno Turístico (s.f.). *8 definiciones para entender qué es el turismo*. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/8->

definiciones-para-entender-que-es-el-turismo/. Consultado el 23 de marzo de 2018.

Sachs. (1993). Citado en: Tarlombani da Silveira, Marcos A. (2005). *Turismo y Sustentabilidad. Entre el discurso y la acción*. Brasil. Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v14n3/v14n3a02.pdf>. Consultado el 22 de mayo de 2018.

Sectur. (2001). *Programa Sectorial de Turismo (PST) 2001-2006*. México. Disponible en: <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/000817Pri0000.pdf>. Consultado el 10 de agosto de 2018.

Sectur. (2004) e Ibáñez (2007). Citados en: Ibáñez, R. y Rodríguez Villalobos, I. (s.f.). *Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo*. Disponible en: <https://micrositios.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf>. Consultado el 9 de febrero de 2018.

Sectur. (2011). *Programa de Turismo Sustentable en México (PTSM)*. México. Disponible en: http://www.sectur.gob.mx/pdf/planeacion_estrategica/PTSM.pdf. Consultado el 11 de agosto de 2018.

Sectur. (2014). *ACUERDO por el que se establecen los Lineamientos generales para la incorporación y permanencia al Programa Pueblos Mágicos*. Diario Oficial de la Federación. México. Disponible en: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5361690&fecha=26/09/2014. Consultado el 25 de agosto de 2018.

Sectur. (2014). *Anexos. Pueblos Mágicos*. Disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/10/anexos-pueblos-magicos.pdf>. Consultado el 6 de septiembre de 2018.

Sectur. (2014). *Guía de incorporación y permanencia Pueblos Mágicos*. México. Disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/10/GUIA-FINAL.pdf>. Consultado el 23 de agosto de 2018.

- Setur. (2014). *Pueblos Mágicos*. Disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/gobmx/pueblos-magicos/>. Consultado el 2 de mayo de 2018.
- Setur. (2015). *Turismo Cultural*. Disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>. Consultado el 20 de abril de 2018.
- Setur. (2016). *Programa Pueblos Mágicos*. Disponible en: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-pueblos-magicos>. Consultado el 21 de octubre de 2017.
- Setur. (2017). *Guía para la Integración documental Pueblos Mágicos 2017*. Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/273030/Gui_a_2017_de_Incorporacio_n_2017.pdf. Consultado el 1 de septiembre de 2018.
- Setur. (2018). *Atlas Turístico de México (ATM)*. Disponible en: <http://atlasturistico.sectur.gob.mx/AtlasTuristico/bienvenido.do?lang=ES>. Consultado el 12 de julio de 2018.
- Setur. (2018). *Estadísticas de actividad turística en los CIPs y PTIs, destinos de FONATUR*. México. Disponible en: <https://datos.gob.mx/busca/dataset/estadisticas-de-actividad-turistica-en-los-cips-y-ptis-destinos-de-fonatur>. Consultado el 8 de agosto de 2018.
- Setur. (2018). *Estadísticas de actividad turística en los CIPs y PTIs, destinos de FONATUR*. Disponible en: <https://datos.gob.mx/busca/dataset/estadisticas-de-actividad-turistica-en-los-cips-y-ptis-destinos-de-fonatur>. Consultado el 18 de marzo de 2019.
- Setur. (2018). *Glosario*. Disponible en: https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario_T. Consultado el 24 de marzo de 2018.
- Sedetur. (2017). *Reporte anual de turismo Quintana Roo 2017*. Disponible en: <http://caribemexicano.travel/ARCHIVOS/REPORTE%20TURISMO%202017.pdf>. Consultado el 3 de mayo de 2019.

- Sedetur. (2018). *PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA TULUM ENERO-MARZO DE 2018*. Disponible en: <http://sedeturqroo.gob.mx/ARCHIVOS/pturistas/2018/TURISTA%20TULUM%20%20ENE-MZO%202018.pdf>. Consultado el 3 de mayo de 2019.
- UIOOT. (1967). Citado en: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. (2006). *Definición de Turismo*. Disponible en: http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_turismo.htm. Consultado el 20 de marzo de 2018.
- Van Broeck. (2005). Citado en: Frausto Martínez, O. (2005). *Desarrollo sustentable: Turismo, costas y educación*. México. Disponible en: <http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/publicaciones/Desarrollo-sustentable.pdf>. Consultado el 27 de mayo de 2018.
- Visitar Teotihuacán. (2015). *Visión general de Teotihuacán: origen y situación actual*. Disponible en: <https://www.visitarteotihuacan.com/yacimiento/vision-general-de-teotihuacan/>. Consultado el 20 de septiembre de 2018.
- Vogeler y Hernández. (2002). Citados en: poraqui.net, Portal de Turismo y Hostelería. Consultado en 2018. *Glosario*. Disponible en: <https://www.poraqui.net/glosario/recurso-tur%C3%ADstico>. Consultado el 28 de marzo de 2018.
- WEF. (2017). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. Disponible en: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf. Consultado el 5 de julio de 2018.
- WTTC. (2018). *Travel & Tourism. Economic impact 2018*. Disponible en: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2018/world2018.pdf>. Consultado el 6 de junio de 2018.

❖ **Documentos:**

- H. Ayuntamiento de San Martín de las Pirámides 2013-2015. (2015). *Expediente de Incorporación al Programa Pueblos Mágicos*.

H. Ayuntamiento de Teotihuacán 2013-2015. (2015). *Expediente de Incorporación al Programa Pueblos Mágicos*.

Sectur. (2013). *Programa Sectorial de Turismo (PST) 2013-2018*. México.

❖ **Entrevistas:**

Gutiérrez, C. (2019). *Entrevista personal realizada el 11 de enero de 2019*.

❖ **Presentaciones y cursos:**

González, J. C. (2018). *Fundamentos del Turismo. Conceptos básicos*. Material didáctico de clase. México.

Hernández, A. y De Loera, J. M. (2018). *Curso certificador sobre Eventos Sustentables*. México.

Trejo Rojas, F. (2018). *Apuntes de clase y tutoría del profesor*. México.

Anexos

❖ Anexo 1. Guion de entrevista

Guion de entrevista sobre el impacto social en San Juan Teotihuacán a partir de su nombramiento como Pueblo Mágico.

Fecha: _____ Hora: _____

Lugar: _____

Entrevistador: Luis Armando Estrada Díaz, estudiante la Maestría en Administración del Turismo, UNAM.

Entrevistado: _____

Introducción

La presente entrevista contribuirá con la investigación requerida para elaborar una tesis para obtener el grado de Maestro en Administración del Turismo, en la que se pretende identificar el impacto social que se ha generado en la localidad de San Juan Teotihuacán a partir de su nombramiento como Pueblo Mágico, conociendo la percepción de la comunidad y las acciones que han realizado las autoridades municipales, así como de la percepción observada por los servidores públicos.

Confidencialidad de los datos obtenidos en la entrevista

Aunque este instrumento de investigación tenga fines estrictamente académicos, el entrevistador reservará como confidencial la información que el entrevistado considere sensible. Los resultados de ésta sólo darán a conocer el conjunto de los hallazgos sin individualizar la información.

Tiempo previsto para el levantamiento de información

La entrevista no durará más de 45 minutos.

Preguntas

1. ¿Qué opina del desarrollo sostenible en el turismo?
2. ¿De qué manera interviene la población de las comunidades receptoras en el desarrollo de la actividad turística local?
3. ¿Qué significa para usted que la localidad sea Pueblo Mágico?
4. ¿Considera que ha evolucionado el desarrollo turístico en Teotihuacán a partir de que fue nombrado Pueblo Mágico?

5. ¿Qué coordinación existe con las autoridades de San Martín de las Pirámides para la gestión turística del Pueblo Mágico?
6. ¿Puede mencionar las mejoras en el bienestar de la gente a partir del nombramiento como Pueblo Mágico?
7. Cuando las autoridades municipales toman decisiones relacionadas con la implementación de proyectos turísticos en la localidad ¿se considera la opinión del Comité de Pueblo Mágico o a la población?
8. En las sesiones del Comité de Pueblo Mágico ¿se invita a la ciudadanía a participar?
9. ¿Puede mencionar la existencia de nuevos Productos Turísticos que se hayan generado en la localidad a partir del nombramiento?
10. ¿Qué obras dirigidas a la población, como zonas de recreación, escuelas u oferta académica relativa al turismo, mejora de servicios básicos e imagen urbana, entre otras, ha realizado el municipio, el estado y la federación en la localidad a favor del desarrollo turístico?
11. ¿Qué obras o proyectos se han financiado con el PRODERMAGICO a partir del nombramiento?
12. ¿Podría mencionar otras obras y acciones que el municipio haya realizado en favor del desarrollo de la comunidad a partir de que recibieron el nombramiento de Pueblo Mágico?
13. ¿En el aspecto ambiental, qué acciones se han desarrollado para minimizar el impacto generado por la actividad turística desde que fueron nombrados Pueblo Mágico?

❖ Anexo 2. Instrumento de Sondeo

Sondeo sobre la percepción de la comunidad ante el hecho de ser Pueblo Mágico.

Fecha: _____

Sondeador: _____

El presente instrumento tiene como utilidad el conocer el nivel de percepción de los pobladores de la localidad de Teotihuacán sobre algunos aspectos de su vida cotidiana y de la gestión de las autoridades gubernamentales a partir de que recibieron el nombramiento de Pueblo Mágico.

Datos del Sondeo

1. Edad:
2. Ocupación:
3. Nivel de Escolaridad:
4. ¿Sabía usted que su localidad tiene el distintivo de Pueblo Mágico?

Si la respuesta fue afirmativa:

5. Indique, en una escala del 1 al 10, la percepción que tiene antes los siguientes aspectos que han cambiado en su localidad y en su vida cotidiana a partir de que recibieron el nombramiento de Pueblo Mágico, donde el 1 significa una percepción negativa y 10 una percepción positiva.

- 5.1. ¿Cómo se siente ante una mayor afluencia de turistas?:
- 5.2. Existe respeto del turista hacia sus tradiciones y costumbres:
- 5.3. Mejoras en servicios públicos básicos (agua, drenaje, electricidad):
- 5.4. Seguridad pública en la localidad:
- 5.5. Mejoras en las vialidades (calles y carreteras):
- 5.6. Imagen Urbana (fachadas, banquetas, bancas, marquesinas, etc):
- 5.7. Señalética para la población y para turista:
- 5.8. Mejores oportunidades de trabajo en el sector turístico:
- 5.9. Se han resaltado los rasgos culturales que identifican a su localidad:
- 5.10. Estado actual de los recursos naturales y culturales ante la mayor afluencia de turistas:
- 5.11. Costo de vida para la comunidad:
- 5.12. ¿Qué tan identificado y orgulloso culturalmente se siente ante el turista?
- 5.13. ¿Considera que para su localidad ha sido benéfico ser Pueblo Mágico?