



# **COLEGIO DE POSTGRADUADOS**

**INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS AGRÍCOLAS**

**CAMPUS MONTECILLO**

**POSTGRADO DE SOCIOECONOMÍA, ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA**

**DESARROLLO RURAL**

## **PARTICIPACIÓN DE LOS COMITÉS PUEBLOS MÁGICOS EN EL DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL: CASO TEPOTZOTLÁN Y EL ORO, ESTADO DE MÉXICO.**

**MARÍA ISABEL ROSAS JACO**

**T E S I S**  
PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL  
PARA OBTENER EL GRADO DE :

**MAESTRA EN CIENCIAS**

**MONTECILLO, TEXCOCO, EDO. DE MEXICO**

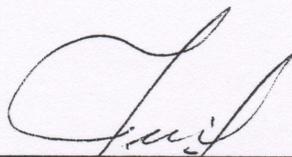
2014

La presente tesis titulada **Participación de los Comités Pueblos Mágicos en el desarrollo turístico local: caso Tepetzotlán y El Oro, Estado de México**, realizada por la alumna. **MARÍA ISABEL ROSAS JACO** bajo la dirección del Consejo Particular indicado, ha sido aprobada por el mismo y aceptada como requisito parcial para obtener el grado de

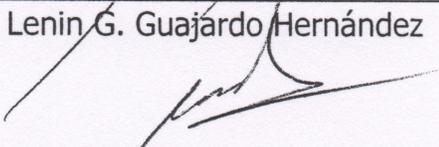
MAESTRA EN CIENCIAS  
SOCIOECONOMÍA, ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA  
DESARROLLO RURAL

CONSEJO PARTICULAR

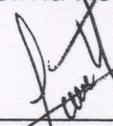
CONSEJERO

  
\_\_\_\_\_  
Dr. Lenin G. Guajardo Hernández

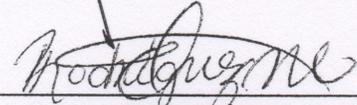
ASESOR

  
\_\_\_\_\_  
Dra. Silvia Xochilt Almeraya Quintero

ASESOR

  
\_\_\_\_\_  
Dra. Luz María Pérez Hernández

ASESOR

  
\_\_\_\_\_  
Dra. Gregoria Rodríguez Muñoz

Montecillo, Texcoco, Estado de México, Diciembre de 2014

# **PARTICIPACIÓN DE LOS COMITÉS PUEBLOS MÁGICOS EN EL DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL: CASO TEPOTZOTLÁN Y EL ORO, ESTADO DE MÉXICO.**

**María Isabel Rosas Jaco, MC.**

**Colegio de Postgraduados, 2014.**

En México, el turismo forma parte importante como actividad económica complementaria en el sector rural, por lo que toma relevancia en la política turística del país. Por esta razón se destinan apoyos económicos y se crean programas como el denominado Pueblos Mágicos. El Estado de México cuenta con cinco pueblos que recibieron este nombramiento gracias a la existencia de recursos naturales, culturales, humanos, etcétera y por la integración del Comité Pueblo Mágico (CPM), uno de los requisitos no negociables. Los objetivos de esta investigación son: 1) analizar si los Comités Pueblos Mágicos de Tepotzotlán y El Oro trabajan para coadyuvar en el desarrollo local y la disminución de desigualdad entre la población local y 2) caracterizar el modelo de desarrollo turístico que impera en Tepotzotlán y El Oro, con respecto a los comercios y empleos creados a partir del nombramiento como Pueblo Mágico. Se aplicaron 247 encuestas a diferentes actores. Los resultados muestran que: i) Los CPM carecen de un plan de trabajo que involucre a las comunidades rurales, ii) existe desinformación de los alcances del programa hacia la población local y; iii) el modelo de desarrollo que impera en Tepotzotlán y el Oro con relación al Programa Pueblos Mágicos es parcialmente integrado. Se concluye que la falta de claridad en las reglas de operación del Programa Pueblos Mágicos y las escasas evaluaciones del mismo hace que no se cumplan los objetivos del programa y que el nombramiento solo beneficie a sectores urbanos del municipio; abriendo las brechas de desigualdad con la población rural.

**Palabras clave:** turismo rural, competitividad, capital social, brechas de desigualdad.

**PARTICIPATION OF THE “COMITÉS PUEBLOS MÁGICOS”  
IN THE LOCAL TOURISM DEVELOPMENT:  
CASE TEPOTZOTLÁN AND EL ORO, STATE OF MEXICO.**

**María Isabel Rosas Jaco, MC.**

**Colegio de Postgraduados, 2014.**

In Mexico, tourism is important as a complementary economic activity within the rural sector, taking on relevance in the country’s tourism policy. For this reason, financial support is received and new programs are created as the one called “Pueblos Mágicos”, or Magic Town. The State of Mexico has five which have received that title thanks to the existing natural, cultural and human resources and given to the integration of a “Comité Pueblos Mágicos” (CPM), one of the non-negotiable requirements. The objectives of this research are: 1) analyze the participation of Tepozotlán’s and El Oro’s CPMs to highlight their contribution to the communities and the reduction of inequality among the local population; and 2) characterize the tourism development model prevailing in Tepozotlán and El Oro regarding the businesses and jobs created from appointment as “Pueblo Mágico”. Two hundred and forty seven different actors were surveyed. The results show that: i) The CPM lacks a work plan involving the rural communities, and ii) they are misinformed regarding the scope of the program toward the local population and; iii) development model prevailing in Tepozotlán and El Oro relative to “Programa Pueblos Mágicos” is partially integrated. It is concluded that the lack of clarity in the CPM’s operation rules, and its limited number of assessments result in the objectives of the program not being met, and the designation being beneficial only to urban sectors of the municipal area, thus widening the inequality gap with the rural population.

**Keywords:** rural tourism, competitiveness, social capital, inequality gaps.

## **Agradecimientos:**

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por la beca otorgada para realizar mis estudios de maestría.

A mi Consejo Particular: Dr. Lenin, Dra. Xochilt, Dra. Luz María y Dra. Gregoria. Gracias por su gran apoyo, conocimientos, aportaciones y motivación para la culminación de este trabajo de tesis.

Al Arq. Diego Alberto Poot Grajales, presidente del Comité Pro Pueblo Mágico de Tepetzotlán y al C. José Luis Mora Serrano presidente del Comité Pueblo Mágico de El Oro. Gracias por el tiempo, disponibilidad y apoyo para la obtención de información que fue de gran importancia para esta investigación, así como a la población local y comerciantes de ambos municipios ya que sin su participación esto no hubiera sido posible.

A Nidia, Aida Gisell, Mariana y Noé. Gracias por su tiempo e invaluable participación, por hacer divertido el trabajo de campo y porque sé que puedo contar con ustedes en todo momento. Sin ustedes jamás lo hubiera logrado.

A todos mis compañeros (as) de la generación Primavera 2013, por compartir experiencias y momentos gratos durante nuestra estancia en el Colegio de Postgraduados, especialmente a Aida Gisell que se convirtió en una gran amiga para mí, gracias por todo tu apoyo y acompañamiento en este proyecto que hemos culminado con éxito.

... y a todos aquellos que participaron directa o indirectamente en la elaboración de esta tesis.

¡Gracias a ustedes!

## **Dedicatorias**

“Con todo mi cariño para las personas que siempre han creído en mi y me han brindado sin reservas su amor, paciencia, confianza y cuidados.

Son mi fortaleza y ejemplo a seguir.”

**A mis padres Sixta y Efrén**

“Por su apoyo incondicional, por ser mis confidentes, consejeras y mis mejores amigas.”

**A mis hermanas Angelina y Mariana**

“A mis pequeños que siempre los tengo presentes y que son la alegría de la casa cada vez que nos visitan.”

**A mis sobrinos Adrián y Sofía**

“Por tu amor, paciencia, comprensión y apoyo incondicional en todas las etapas de mi vida profesional. Gracias por motivarme para ser una mejor persona y por caminar siempre a mi lado.”

**A mi compañero de vida y de aventuras Noé **

## CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCIÓN GENERAL</b> .....	1
1.1 Introducción.....	1
1.2 Objetivos.....	3
1.3 Hipótesis.....	3
<b>2. ÁREA DE ESTUDIO</b> .....	4
2.1 Municipio de Tepetzotlán.....	4
2.1.2 Escudo.....	4
2.1.3 Localización.....	6
2.1.4 Datos generales de Tepetzotlán.....	6
2.1.5 Recursos Culturales y Turísticos de Tepetzotlán.....	7
2.2 Municipio de El Oro.....	10
2.2.1 Toponimia.....	10
2.2.2 Escudo.....	10
2.2.3 Localización.....	11
2.2.4 Datos generales de El Oro.....	12
2.2.5 Recursos Culturales y Turísticos de El Oro.....	12
2.3 Estadísticas del Municipio de Tepetzotlán y El Oro.....	14
2.3.1 Población.....	14
2.3.2 Economía.....	15
2.3.3 Educación.....	19
2.3.4 Índice de Marginación.....	20
2.3.5 Índice de Desarrollo Humano.....	23
<b>3. REVISIÓN GENERAL DE LITERATURA</b> .....	27

3.1 Desarrollo .....	27
3.1.1 Desarrollo local sostenible .....	29
3.2 Turismo .....	31
3.2.1 Modelos de desarrollo turístico .....	33
3.3 Turismo Rural .....	35
3.3.1 La “nueva ruralidad” .....	38
3.4 Competitividad .....	41
3.4.1 Índice de Competitividad Nacional .....	42
3.5 Programa Pueblos Mágicos .....	48
<b>4. PARTICIPACIÓN DE LOS COMITÉS PUEBLOS MÁGICOS EN EL DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL: CASO TEPOTZOTLÁN Y EL ORO, PUEBLOS MÁGICOS DEL ESTADO DE MÉXICO. ....</b>	<b>63</b>
4.1 Resumen .....	63
4.2 Abstract .....	63
4.3 Introducción .....	64
4.4 Descripción y Metodología .....	70
4.5 Resultados y Discusión .....	74
4.5.1 Caracterización de la población .....	74
4.5.2 Conocimiento sobre los Pueblos Mágicos .....	80
4.5.3 Comité Pueblo Mágico .....	82
4.5.4 Conocimiento sobre la comunidad .....	85
4.6 Conclusiones .....	86
4.7 Literatura Citada .....	87

<b>5. MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO: CASO TEPOTZOTLÁN Y EL ORO, PUEBLOS MÁGICOS DEL ESTADO DE MÉXICO.</b> .....	90
5.1 Resumen .....	90
5.2 Abstract.....	91
5.3 Introducción.....	92
5.4 Descripción y Metodología.....	99
5.5 Resultados y Discusión.....	103
5.5.1 Características de la Población.....	103
5.5.2 Características del comercio .....	104
5.6 Conclusiones .....	111
5.7 Literatura Citada .....	113
<b>5. CONCLUSIONES GENERALES</b> .....	115
<b>6. LITERATURA CITADA GENERAL</b> .....	117
<b>7. ANEXOS</b> .....	126

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Municipio de Tepetzotlán, 2010.....	7
Cuadro 2. Recursos Culturales y Turísticos.....	8
Cuadro 3. Municipio de El Oro, 2010 .....	12
Cuadro 4. Recursos Culturales y Turísticos.....	13
Cuadro 5. Población de Tepetzotlán 1990-2010 .....	15
Cuadro 6. Indicadores de población, Tepetzotlán 1990 - 2010 .....	15
Cuadro 7. Población de El Oro 1990-2010 .....	15
Cuadro 8. Indicadores de población, El Oro 1990 - 2010 .....	15
Cuadro 9. Distribución de la población por condición de actividad económica .....	16
Cuadro 10. Distribución de la población ocupada según.....	17
Cuadro 11. Distribución de la población por condición de.....	18
Cuadro 12. Distribución de la población ocupada según.....	19
Cuadro 13. Población de 15 años y más, por nivel de escolaridad.....	20
Cuadro 14. Población de 15 años y más, según grado de escolaridad.....	20
Cuadro 15. Población de 15 años y más, por nivel de escolaridad.....	20
Cuadro 16. Población de 15 años y más, según grado de escolaridad.....	20
Cuadro 17. Indicadores de Marginación, Tepetzotlán 2010.....	22
Cuadro 18. Distribución porcentual de la población por características.....	22
Cuadro 19. Distribución porcentual de ocupantes en viviendas por.....	22
Cuadro 20. Indicadores de Marginación, El Oro 2010 .....	23
Cuadro 21. Distribución porcentual de la población por características.....	23
Cuadro 22. Distribución porcentual de ocupantes en viviendas por características seleccionadas, El Oro 2010 .....	23
Cuadro 23. Clasificación del índice de Desarrollo Humano .....	24

Cuadro 24. Índice de Desarrollo Humano, Tepetzotlán 2005.....	25
Cuadro 25. Indicadores de Desarrollo Humano, Tepetzotlán 2005.....	25
Cuadro 26. Producto interno bruto municipal, Tepetzotlán 2005.....	25
Cuadro 27. Índice de Desarrollo Humano, El Oro 2005 .....	26
Cuadro 28. Indicadores de Desarrollo Humano, El Oro 2005.....	26
Cuadro 29. Producto interno bruto municipal, El Oro 2005 .....	26
Cuadro 30. Índice de Competitividad Turística del Estado de México 2012.....	43
Cuadro 31. Criterios de certificación del Programa Pueblos Mágicos.....	54
Cuadro 32. Índice de Marginación y Grado de Marginación. ....	79
Cuadro 33. Índice de Marginación y Grado de Marginación. ....	80

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Glifo de Tepetzotlán .....	4
Figura 2. Escudo del Municipio de Tepetzotlán .....	5
Figura 3. Región IV. Cuautitlán Izcalli .....	6
Figura 4. Escudo de El Oro.....	11
Figura 5. Región II. Atlacomulco.....	11
Figura 6. Esquema conceptual de la marginación .....	21
Figura 7. Competitividad del Estado de México contra el promedio nacional .....	48
Figura 8. Los indicadores de evaluación de desempeño .....	53
Figura 9. Formato de reunión de trabajo de Comité Pueblos Mágicos.....	60
Figura 10. Lista de asistencia a la reunión de trabajo del Comité Pueblos Mágicos.....	60
Figura 11. Pueblos Mágicos de México .....	61
Figura 12. Estados con mayor número de denominaciones.....	62

# **1. INTRODUCCIÓN GENERAL**

## **1.1 Introducción**

Las comunidades rurales, debido a que se encuentran alejadas de los centros urbanos y grandes conglomerados cuentan con una gran diversidad de recursos naturales y culturales que los identifican como comunidad; sin embargo, estas áreas rurales han sido poco desarrolladas y atendidas por sus respectivos gobiernos, por lo que el desarrollo de estas depende en gran medida del adecuado aprovechamiento que hagan de sus recursos.

Alcanzar un desarrollo en las comunidades va más allá de sólo aumentar el producto interno bruto (PIB) para que las personas alcancen sus objetivos, sino también es ver reflejado ese crecimiento en diferentes aspectos del desarrollo humano tales como: i) disfrutar de una vida prolongada y saludable; ii) adquirir conocimientos y iii) tener acceso a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida decente.

Aunque el sector agrícola es la base productiva de las áreas rurales de muchos países, las nuevas ruralidades han provocado que surjan reestructuraciones en estas zonas, tomando al turismo rural como actividad económica complementaria.

La población juega un papel fundamental en el desarrollo de las comunidades, siendo pieza clave para garantizar un proceso de desarrollo turístico competitivo y sostenible. En este sentido, el enfoque de desarrollo local y el enfoque ascendente aportan valores territoriales, de identidad, diversidad y flexibilidad de la población local como de los gobiernos.

En México, la actividad turística se ha identificado como un sector impulsor de desarrollo nacional, por tal razón, la Secretaria de Turismo ha desarrollado productos turísticos a lo largo de toda la República Mexicana con el objetivo de detonar un

desarrollo social y económico, aprovechando tanto los recursos naturales como culturales de diferentes comunidades. Algunos de estos productos turísticos son: Bloque Pacífico, Frontera Norte, Mundo Maya, Tesoros Coloniales y Virreinal, además del Programa Pueblos Mágicos que inició en el año 2001 y que para el 2014 cuenta ya con 83 nombramientos.

El programa Pueblos Mágicos contribuye a revalorar un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros. Entre los objetivos de este se encuentran estructurar una oferta turística complementaria, aprovechando la singularidad de las localidades para la creación de productos turísticos, y poner en valor los atractivos de las localidades como lo son la gastronomía, artesanías, amenidades y comercio en general.

Para que el programa funcione y logre alcanzar sus objetivos se prevé la integración de un Comité Pueblos Mágicos que represente la voz de todos los habitantes de la comunidad, mismo que fungirá como el portavoz de la población ante autoridades e instancias gubernamentales. Dicho Comité permite la participación activa de los habitantes de la localidad que ostenta el nombramiento coordinando esfuerzos entre instituciones públicas, privadas y comunitarias; sin embargo resulta necesario analizar si el trabajo realizado por los comités de las localidades de Tepotzotlán y El Oro, casos de estudio de esta investigación, han contribuido en el desarrollo local y la disminución de desigualdades entre la población rural y la urbana, ya que su inversión se centra únicamente en la imagen urbana de la cabecera municipal dejando en segundo plano proyectos que beneficien a la comunidad en general.

El Programa Pueblos Mágicos al estar vinculado con la actividad turística presenta relaciones estrechas con el contexto económico, por lo que las acciones y estrategias que

en materia turística se desarrollen, deben pensarse bajo la premisa de inclusión de todos los sectores económicos del destino, ya que el problema en la actividad turística y en la repartición de beneficios no es en sí mismo el turismo, sino la aplicación de los mismos modelos de desarrollo turístico en entornos totalmente diferentes, por lo que también es imperante caracterizar el modelo de desarrollo turístico que se está presentando en las localidades de Tepotzotlán y El Oro, de tal forma que se trabaje en las acciones que mejor se adapten a los recursos y necesidades de cada localidad y de sus habitantes.

Por lo anterior, el turismo por medio del Programa Pueblos Mágicos no debe presentarse como motor exclusivo de desarrollo, sino como el facilitador del resto de las actividades presentes en cada localidad donde éste se lleve a cabo.

## **1.2 Objetivos**

- Analizar si los Comités Pueblos Mágicos de Tepotzotlán y El Oro trabajan para coadyuvar en el desarrollo local y la disminución de desigualdad entre la población local, logrando así la permanencia del nombramiento para beneficio de las localidades en general.
- Caracterizar el modelo de desarrollo turístico que impera en Tepotzotlán y El Oro con respecto a los comercios y empleos creados a partir del nombramiento como Pueblo Mágico.

## **1.3 Hipótesis**

- El Programa Pueblos Mágicos ha permitido, en los municipios de Tepotzotlán y El Oro, reducir la brecha de desigualdades que existen entre sus localidades para lograr un desarrollo turístico local generalizado.
- El modelo de desarrollo que prevalece en los Pueblos Mágicos de Tepotzotlán y el Oro es de integración relativa, debido a que el turismo por medio del programa

Pueblos Mágicos no ha logrado ser un facilitador para el desarrollo del resto de actividades económicas de la población, por lo que la brecha de desigualdad entre los comercios se ha ampliado entre los que se benefician directamente de los servicios turísticos y los que no lo han hecho.

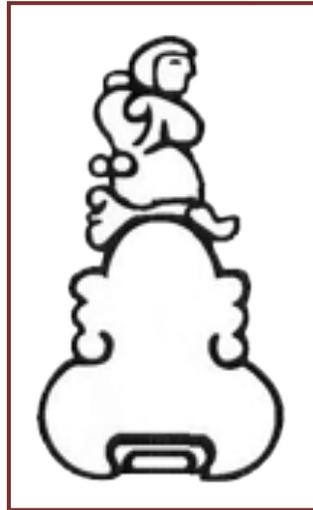
## 2. ÁREA DE ESTUDIO

### 2.1 Municipio de Tepetzotlán

#### 2.1.1 Toponimia

El nombre de Tepetzotlán es de origen náhuatl, compuesto por los vocablos tepōtzoh, "joroba" y tlan, locativo abundancial. La traducción sería "donde abundan las jorobas", ya que este lugar se ubica frente a unos cerros que semejan jorobas (Neri, 1999), véase figura 1.

Figura 1. Glifo de Tepetzotlán.



*Fuente: H. Ayuntamiento Constitucional de Tepetzotlán*

#### 2.1.2 Escudo

El escudo que representa al municipio (véase figura 2), está conformado por los siguientes elementos:

- El cuartel superior; un personaje jorobado sentado sobre un cerro, símbolo del lugar. El personaje jorobado es elemento principal del escudo.
- Segundo cuartel a la izquierda: los Arcos del Sitio o acueducto de Xalpa, construida en los siglos XVIII y XIX por los padres de la Compañía de Jesús del colegio de novicios de Tepotzotlán.
- Tercer cuartel al centro: frontispicio del templo de San Francisco Javier, representativo del antiguo colegio jesuita, que hoy alberga al Museo Nacional del Virreinato.
- Cuarto cuartel a la derecha: chimeneas y un tractor, representan la industria y la agricultura de la región.

Lo anterior descrito, lo enmarca un lambrequín con forma de pergamino recortado y al margen de este se ubica la leyenda: "Libertad, Cultura y Trabajo" lema del Estado de México (Neri, 1999).

Figura 2. Escudo del Municipio de Tepotzotlán.



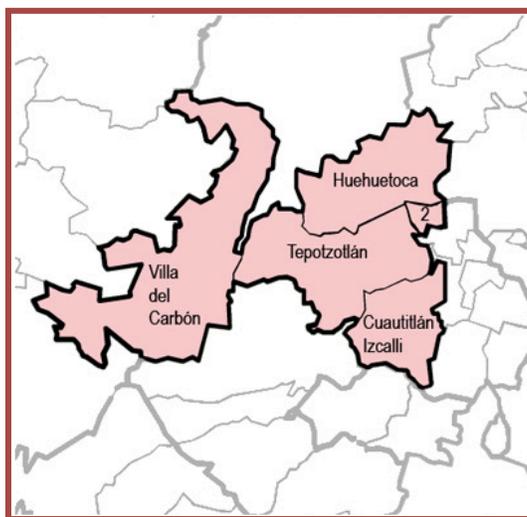
*Fuente: Gaceta de gobierno.  
Bando Municipal de  
Tepotzotlán, 2014.*

### 2.1.3 Localización

El municipio de Tepotzotlán se localiza en la parte norte del Estado de México, y al noreste de la ciudad de Toluca.

El territorio del municipio cuenta con una superficie de 208.83 kilómetros cuadrados y colindancia al norte con los municipios de Huehuetoca, Estado de México; y Tepeji del Río, Estado de Hidalgo; al sur con los municipios de Cuautitlán Izcalli y Nicolás Romero; al oriente con los municipios de Coyotepec, Teoloyucan, Cuautitlán y Cuautitlán Izcalli; y al poniente con los Municipios de Villa del Carbón y Nicolás Romero (H. Ayuntamiento Constitucional de Tepotzotlán, 2014), vease figura 3.

Figura 3. Región IV. Cuautitlán Izcalli.



*Fuente: Gobierno del Estado de México, 2014.*

### 2.1.4 Datos generales de Tepotzotlán

El porcentaje de superficie, población, ubicación geográfica así como otros datos importantes del municipio se muestran en el cuadro 1.

Cuadro 1. Municipio de Tepetzotlán, 2010.

Número de localidades del municipio:	40
Superficie del municipio en km <sup>2</sup> :	188
Porcentaje % de superficie que representa con respecto al estado:	0.84
Cabecera municipal:	Tepetzotlán
Población de la cabecera municipal:	38,119
	Hombres: 18,559
	Mujeres: 19,560
Coordenadas geográficas de la cabecera municipal:	
	Longitud: 99° 13' 25" O
	Latitud: 19° 42' 58" N
	Altitud: 2,304 msnm
Clasificación del municipio según tamaño de localidades <sup>1</sup> :	Mixto

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

### 2.1.5 Recursos Culturales y Turísticos de Tepetzotlán

El municipio cuenta con una variedad de recursos culturales tangibles e intangibles que pueden ser aprovechados turísticamente tales como: fiestas y danzas tradicionales, gastronomía, artesanías y centros turísticos, véase cuadro 2.

<sup>1</sup> El INAFED construyó una clasificación de municipios según el tamaño de sus localidades, basándose en estudios del PNUD (2005) e INEGI; la cual comprende los siguientes rangos:

- Metropolitano: más del 50% de la población reside en localidades de más de un millón de habitantes.
- Urbano Grande: más del 50% de la población reside en localidades entre 100 mil y menos de un millón de habitantes.
- Urbano Medio: más del 50% de la población vive en localidades entre 15 mil y menos de 100 mil habitantes.
- Semiurbano: más del 50% de la población radica en localidades entre 2500 y menos de 15 mil habitantes.
- Rural: más del 50% de la población vive en localidades con menos de 2500 habitantes.
- Mixto: La población se distribuye en las categorías anteriores sin que sus localidades concentren un porcentaje de población mayor o igual al 50%.

Cuadro 2. Recursos Culturales y Turísticos.

Recursos	Características
Monumentos históricos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Templos de San Mateo Xóloc y Santiago Cuautlalpan</li> <li>• Arcos del Sitio</li> <li>• Ahuehuate centenario de Lanzarote</li> </ul>
Museos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Museo Nacional el Virreinato</li> </ul>
Fiestas, danzas y tradiciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 29 de junio: fiesta del Apóstol San Pedro; primera semana de septiembre, la Preciosa Sangre de Cristo (Señor del Nicho) en la cabecera;</li> <li>• 25 de julio: Apóstol Santiago en Cuautlalpan;</li> <li>• 2 de agosto: Nuestra Señora de los Ángeles en Cañadas de Cisneros;</li> <li>• 21 de septiembre: Apóstol San Mateo en la localidad de San Mateo Xóloc;</li> <li>• 29 de septiembre: Arcángel Miguel en San Miguel Cañadas;</li> <li>• 1 y 2 de noviembre: exposición de ofrendas y visita a los cementerios con motivo de la fiesta tradicional de los fieles difuntos</li> <li>• Diciembre: Pastorelas.</li> <li>• 8 de diciembre: Nuestra Señora de la Purísima Concepción</li> <li>• 12 de diciembre: Nuestra Señora Santa María de Guadalupe,</li> </ul>
Música	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La región no tienen un género musical que lo distinga pero cuenta con grupos de mariachis, norteños y bandas.</li> </ul>
Artesanías	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Íconos de pluma, imágenes religiosas de cera y repujado metálico, entre otros.</li> </ul>
Gastronomía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quesadillas de cuitlacoche, hongos, flor de calabaza, sesos, flor de maguey y tinga. En temporadas se puede saborear los escamoles, gusanos de maguey; sin faltar la barbacoa, mixiotes, etcétera.</li> </ul>
Centros Turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centro ecoturístico y de educación ambiental "Arcos del Sitio"; "Manantial el Sabino" en Lanzarote, Xochitla Parque Ecológico y Parque Estatal "Sierra de Tepotzotlán"</li> </ul>

Fuente: Neri, G., 2010. *Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México*. <http://www.e-local.gob.mx>.

Dentro de los consejos, comités, comisiones e institutos municipales aprobados por el H. Ayuntamiento, a propuesta del Presidente Municipal se encuentra el Consejo Pro Pueblos Mágicos, mismo que busca implementar estrategias que ayuden al desarrollo turístico de la localidad con dicho nombramiento.

Las autoridades municipales encargadas en materia de turismo dentro del Municipio de Tepotzotlán son:

- El H. Ayuntamiento del Municipio de Tepetzotlán
- El Presidente Municipal
- La Comisión de Turismo y Ecología
- Dirección de Turismo Municipal
- El Consejo Consultivo de Turismo del Municipio de Tepetzotlán.

Así mismo, la Dirección de Turismo Municipal es la encargada de promover el desarrollo equilibrado del turismo municipal y la conservación del nombramiento Pueblo Mágico para Tepetzotlán. Para el cumplimiento de dichas atribuciones se dirige bajo el marco jurídico que le marquen las reglas de operación del Programa Pueblos Mágicos (H. Ayuntamiento Constitucional de Tepetzotlán, 2014).

Entre las acciones que el gobierno de Tepetzotlán en materia de desarrollo turístico quiere implementar se encuentran:

- Posicionar al municipio como una ciudad moderna, accesible y competitiva.
- Impulsar un nuevo modelo de desarrollo urbano de la cabecera municipal a través de la promoción comercial, financiera, turística y de servicios.
- Promover el patrimonio cultural del municipio a través de una mayor difusión en medios de comunicación.
- Aprovechar de modo eficiente la infraestructura cultural, hotelera y restaurantera mediante la gestión de festivales internacionales.
- Participar como sede de ferias, exposiciones, convenciones, congresos y eventos de carácter social, económico y político para convertirse en un destino para el turismo de negocios.
- Gestionar apoyos con presidentes de cámaras, asociaciones o empresas para atraer eventos internacionales y nacionales.

- Facilitar la apertura de nuevas empresas turísticas de alto valor agregado que diversifiquen y especialicen los servicios turísticos (H. Ayuntamiento Constitucional de Tepotzotlán, 2014).

## **2.2 Municipio de El Oro**

### **2.2.1 Toponimia**

A diferencia de otros municipios en el que se les identifica por su nombre de origen prehispánico, para El Oro el topónimo en su conjunto pictórico significa “El hombre que extrae el oro de la cueva”. De haber tenido un topónimo prehispánico este hubiera sido Teocuitlapilco: “Lugar de oro” o Teocuitlatlan, “Lugar o tierra de oro” o “Donde abunda el oro” (H. Ayuntamiento de El Oro, 2014).

### **2.2.2 Escudo**

Se representa por un Tépetl, "cerro o lugar habitado", en el centro una cabeza de Océlotl con las fauces abiertas, con la que se figura una cueva (Oztotl), de las fauces abiertas sale una mano (Maitl) en manifestación de ofrenda con un lingote de oro; corona el Tépetl un círculo dorado o amarillo, en el centro de éste, en forma de cruz, se encuentran unas ramas redondeadas que semejan una flor de cuatro pétalos alargados, lo rodea un círculo que simboliza el esplendor (véase figura 4). Esta era la representación náhuatl de Teocuitlatl, oro, y es la configuración con que se representa el escudo de El Oro (Jurado) (H. Ayuntamiento de El Oro, 2014).

Figura 4. Escudo de El Oro.

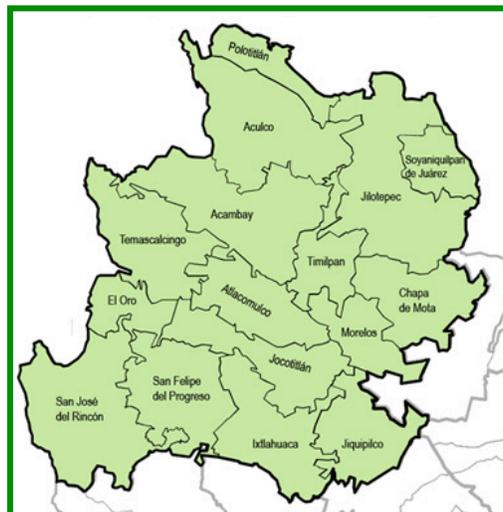


*Fuente: H. Ayuntamiento de El Oro, 2013-2015.*

### 2.2.3 Localización

El municipio de El Oro cuenta con una extensión territorial de 137.86 km<sup>2</sup> (13,786.3 hectáreas), que representan 0.61% del territorio estatal. Colinda al norte con Temascalcingo, al sur con San Felipe del Progreso y San José del Rincón al este con Jocotitlán y al oeste con Tlalpujahua (estado de Michoacán) (H. Ayuntamiento de El Oro, 2014)

Figura 5. Región II. Atlacomulco.



*Fuente: Gobierno del Estado de México, 2014.*

## 2.2.4 Datos generales de El Oro

El porcentaje de superficie, población, ubicación geográfica así como otros datos importantes del municipio se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro 3. Municipio de El Oro, 2010.

Número de localidades del municipio:	44
Superficie del municipio en km <sup>2</sup> :	138
Porcentaje % de superficie que representa con respecto al estado:	0.62
Cabecera municipal:	El Oro De Hidalgo
Población de la cabecera municipal:	5,776
	Hombres: 2,825
	Mujeres: 2,951
Coordenadas geográficas de la cabecera municipal:	
	Longitud: 100°07'53" O
	Latitud: 19°48'03" N
	Altitud: 2,742 msnm
Clasificación del municipio según tamaño de localidades:	Rural

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

## 2.2.5 Recursos Culturales y Turísticos de El Oro

El municipio cuenta con una variedad de recursos culturales tangibles e intangibles que pueden ser aprovechados turísticamente tales como: fiestas y danzas tradicionales, gastronomía, artesanías y centros turísticos, véase cuadro 4.

---

*El INAFED construyó una clasificación de municipios según el tamaño de sus localidades, basándose en estudios del PNUD (2005) e INEGI; la cual comprende los siguientes rangos:*

- Metropolitano: más del 50% de la población reside en localidades de más de un millón de habitantes.*
- Urbano Grande: más del 50% de la población reside en localidades entre 100 mil y menos de un millón de habitantes.*
- Urbano Medio: más del 50% de la población vive en localidades entre 15 mil y menos de 100 mil habitantes.*
- Semiurbano: más del 50% de la población radica en localidades entre 2500 y menos de 15 mil habitantes.*
- Rural: más del 50% de la población vive en localidades con menos de 2500 habitantes.*
- Mixto: La población se distribuye en las categorías anteriores sin que sus localidades concentren un porcentaje de población mayor o igual al 50%.*

Cuadro 4. Recursos Culturales y Turísticos.

Recursos	Características
Cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Palacio Municipal</li> <li>• Museo de la minería</li> <li>• Teatro Juárez</li> <li>• Plaza del ferrocarril</li> <li>• Templo evangélico</li> <li>• Parroquia de Santa María de Guadalupe</li> <li>• Ex hacienda de Tultenango</li> <li>• Estación Tultenango</li> <li>• Tiro Norte</li> <li>• Vagón comedor</li> </ul>
Fiestas, danzas y tradiciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carnaval, que se celebra el fin de semana antes de Semana Santa.</li> <li>• 25 de julio la fiesta de Santiago Oxtempan.</li> <li>• 30 de agosto fiesta de Santa Rosa de Lima.</li> <li>• 29 de septiembre la de la colonia Francisco I. Madero.</li> <li>• Octubre San Miguelito</li> <li>• 12 de diciembre de la Virgen de Guadalupe que se festeja en la cabecera municipal.</li> </ul>
Artesanías	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado de artesanías orfebrería, cerámica, teñidos en lana, dulces regionales, muebles y pailería.</li> </ul>
Gastronomía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arroz con verduras, mole rojo o verde con carne de guajolote o pollo, barbacoa de borrego y carnitas de cerdo.</li> </ul>
Centros Turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presa Brockman que se ubica en el km 3 de la carretera a Villa Victoria, cuenta con los servicios de bungalows y restaurantes además de que se puede pescar trucha arcoiris y disfrutar el paisaje.</li> </ul>

Fuente: Jurado, J. 2010. <http://www.e-local.gob.mx>, 2014.

En el Plan de Desarrollo Turístico, dentro del apartado: Fomento Turístico y Promoción Artesanal se contemplan tres proyectos encaminados a fortalecer la actividad turística dentro del municipio.

El primero se relaciona con la promoción e infraestructura turística con el objetivo de fomentar la promoción e información turística para posicionar los destinos turísticos de la entidad, que den como resultado una importante derrama económica y la generación de nuevos empleos.

El segundo se enfoca al impulso de la inversión turística tanto social como privada en el sector para incrementar la calidad y cantidad de los servicios turísticos, mejorar la infraestructura y diversificar la oferta de los destinos turísticos. Como línea de acción prioritaria, este proyecto contempla la ratificación del Comité de Pueblos Mágicos.

Finalmente, el tercer proyecto es la organización, capacitación y asesoría financiera con el objetivo de fomentar la integración de artesanos en organizaciones formalmente constituidas, realizar eventos de capacitación y venta del sector artesanal; así como promover las distintas fuentes de financiamiento a las que los artesanos pueden acceder. Este proyecto también toma como línea de acción consolidar y sesionar a través del Comité de Pueblos Mágicos (H. Ayuntamiento de El Oro, 2014).

Los tres proyectos tienen como indicador de éxito, el económico ya que su unidad de medida la fundamentan en la inversión/impuesto sobre servicios de hospedaje, dejando fuera aspectos sociales, ambientales, etcétera que permiten ver el impacto en el desarrollo escolar, de salud, vivienda e ingresos de las comunidades por medio del turismo.

## **2.3 Estadísticas del Municipio de Tepetzotlán y El Oro**

### **2.3.1 Población**

La tasa de crecimiento de la población masculina del municipio de Tepetzotlán no se había elevado tanto desde 1995, sin embargo, de 2005 a 2010 se registró un incremento de 6.22%, mientras que para la población femenina en los mismos años fue de 6.08% (véase cuadro 5), por lo que la densidad de población (número de personas por km<sup>2</sup>) también aumentó un 6.32% en el mismo periodo (véase cuadro 6).

Cuadro 5. Población de Tepetzotlán 1990-2010.

	1990	1995	2000	2005	2010
Hombres	19,661	26,913	30,611	33,190	43,521
Mujeres	19,986	27,506	31,669	34,534	45,038

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

Cuadro 6. Indicadores de población, Tepetzotlán 1990-2010.

	1990	1995	2000	2005	2010
Densidad de población del municipio(Hab / Km <sup>2</sup> )	No Disponible	287.25	319.42	357.48	470.51
Porcentaje de población con respecto al estado	0.40	0.46	0.48	0.48	0.58

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

Para el caso del municipio de El Oro, el crecimiento poblacional ha sido moderado ya que registró un incremento del 1.70% para la población masculina y 1.56% para la población femenina en el periodo 2005-2010 (véase cuadro 7), teniendo un incremento de la densidad poblacional de 1.53% en los mismos años (véase cuadro 8).

Cuadro 7. Población de El Oro 1990-2010.

	1990	1995	2000	2005	2010
Hombres	12,511	14,519	14,585	15,505	16,829
Mujeres	12,979	14,947	15,826	16,342	17,617

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

Cuadro 8. Indicadores de población, El Oro 1990-2010.

	1990	1995	2000	2005	2010
Densidad de población del municipio(Hab / Km <sup>2</sup> )	No Disponible	201.49	197.40	232.56	250.39
Porcentaje de población con respecto al estado	0.26	0.25	0.23	0.23	0.23

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

### 2.3.2 Economía

Los indicadores de participación económica en el municipio de Tepetzotlán se presentan en el cuadro 9, en él se muestra que la población ocupada para el 2010 era de

34,316 personas, de las cuales 20,778 personas están ocupadas en el sector terciario (véase cuadro 10).

Cuadro 9. Distribución de la población por condición de actividad económica según sexo, Tepetzotlán 2010.

Indicadores de participación económica	Total	Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres
Población económicamente activa (PEA) <sup>3</sup>	36,082	24,281	11,801	67.29	32.71
Ocupada	34,316	22,898	11,418	66.73	33.27
Desocupada	1,766	1,383	383	78.31	21.69
Población no económicamente activa <sup>4</sup>	30,314	8,083	22,231	26.66	73.34

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

De la población ocupada en el sector terciario se destacan los servicios que se prestan a los turistas, como lo son servicios de esparcimiento, alojamiento, etcétera, ya que después de la población ocupada en el comercio al por menor los servicios turísticos representan un importantes número de población ocupada en el municipio, véase cuadro 10.

<sup>3</sup> Personas de 12 años y más que trabajaron, tenían trabajo pero no trabajaron o buscaron trabajo en la semana de referencia.

<sup>4</sup> Personas de 12 años y más pensionadas o jubiladas, estudiantes, dedicadas a los quehaceres del hogar, que tenían alguna limitación física o mental permanente que le impide trabajar.

Cuadro 10. Distribución de la población ocupada según sector de actividad, Tepetzotlán 2010

Sector	Actividad	Población
Primario	11 Agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza	1,289
Secundario	21 Minería	66
	22 Electricidad, agua y suministros de gas por productos al consumidor final	92
	23 Construcción	3,121
	31 Industrias manufactureras	8,593
Terciario	43 Comercio al por mayor	1,377
	46 Comercio al por menor	6,349
	48 Transportes, correos y almacenamientos	2,687
	51 Información en medios masivos	196
	52 Servicios financieros y de seguros	121
	53 Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	236
	54 Servicios profesionales, científicos y técnicos	975
	55 Dirección de corporativos y empresas	
	56 Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación	1,029
	61 Servicios educativos	1,242
	62 Servicios de salud y de asistencia	579
	71 Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	154
	72 Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	2,146
	81 Otros servicios excepto a actividades de gobierno	2,624
93 Actividades del Gobierno y de organismos internacionales y territoriales	1,063	
No especificado	99 No especificado	623

Fuente: INEGI, 2010. Censo de Población y Vivienda. <http://www.microrregiones.gob.mx>.

En el caso del municipio de El Oro, la población ocupada asciende a 9,909 personas (véase cuadro 11), de las cuales 4,583 personas pertenecen al sector terciario (véase cuadro 12).

Cuadro 11. Distribución de la población por condición de actividad económica según sexo, El Oro 2010.

Indicadores de participación económica	Total	Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres
Población económicamente activa (PEA) <sup>5</sup>	11,886	8,663	3,223	72.88	27.12
Ocupada	9,909	6,936	2,973	70.00	30.00
Desocupada	1,977	1,727	250	87.35	12.65
Población no económicamente activa <sup>6</sup>	13,040	3,270	9,770	25.08	74.92

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

Para el municipio de El Oro, la agricultura sigue siendo una actividad importante para las localidades ya que el 99% de estas son rurales, sin embargo, la población ocupada se centra en el sector terciario, específicamente en el comercio al por menor, por lo que la prestación de servicios de esparcimiento, alojamiento y preparación de alimentos para los turistas todavía no representan un número importante de la población (véase cuadro 12).

<sup>5</sup> Personas de 12 años y más que trabajaron, tenían trabajo pero no trabajaron o buscaron trabajo en la semana de referencia.

<sup>6</sup> Personas de 12 años y más pensionadas o jubiladas, estudiantes, dedicadas a los quehaceres del hogar, que tenían alguna limitación física o mental permanente que le impide trabajar.

Cuadro 12. Distribución de la población ocupada según sector de actividad, El Oro 2010.

Sector	Actividad	Población
Primario	11 Agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza	2,798
Secundario	21 Minería	7
	22 Electricidad, agua y suministros de gas por productos al consumidor final	56
	23 Construcción	2,374
	31 Industrias manufactureras	1,027
Terciario	43 Comercio al por mayor	122
	46 Comercio al por menor	1,368
	48 Transportes, correos y almacenamientos	292
	51 Información en medios masivos	14
	52 Servicios financieros y de seguros	43
	53 Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	19
	54 Servicios profesionales, científicos y técnicos	90
	55 Dirección de corporativos y empresas	
	56 Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación	87
	61 Servicios educativos	433
	62 Servicios de salud y de asistencia	123
	71 Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	58
	72 Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	216
	81 Otros servicios excepto a actividades de gobierno	1,381
93 Actividades del Gobierno y de organismos internacionales y territoriales	337	
No especificado	99 No especificado	78

Fuente: INEGI, 2010. Censo de Población y Vivienda. <http://www.microrregiones.gob.mx>.

### 2.3.3 Educación

El nivel de escolaridad de la población de Tepotzotlán se concentra en secundaria completa (véase cuadro 13), sin embargo, el grado promedio se registra en 8.84 años, lo que equivale a secundaria trunca, dejando los estudios en el último año antes de concluir la secundaria (véase cuadro 14).

Cuadro 13. Población de 15 años y más, por nivel de escolaridad según sexo, Tepetzotlán 2010.

Nivel de escolaridad	Total	Hombres	Mujeres	Representa de la población de 15 años y más		
				Total	Hombres	Mujeres
Sin escolaridad	3,281	1,291	1,990	5.31%	4.30%	6.27%
Primaria completa	9,716	4,524	5,192	15.73%	15.07%	16.35%
Secundaria completa	18,161	9,330	8,831	29.39%	31.08%	27.81%

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

Cuadro 14. Población de 15 años y más, según grado de escolaridad y sexo, Tepetzotlán 2010.

	General	Hombres	Mujeres
Grado promedio de escolaridad	8.84	9.02	8.67

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

En el municipio de El Oro el nivel de escolaridad de la población también se concentra en secundaria completa (véase cuadro 15), sin embargo, el grado promedio de escolaridad está en 7.27 años cursados, lo que significa que la población abandona sus estudios en los primeros años de secundaria (véase cuadro 16).

Cuadro 15. Población de 15 años y más, por nivel de escolaridad según sexo, El Oro 2010.

Nivel de escolaridad	Total	Hombres	Mujeres	Representa de la población de 15 años y más		
				Total	Hombres	Mujeres
Sin escolaridad	2,319	642	1,677	10.14%	5.89%	14.03%
Primaria completa	4,598	2,240	2,358	20.11%	20.54%	19.72%
Secundaria completa	6,272	3,268	3,004	27.43%	29.97%	25.13%

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

Cuadro 16. Población de 15 años y más, según grado de escolaridad y sexo, El Oro 2010.

	General	Hombres	Mujeres
Grado promedio de escolaridad	7.27	7.65	6.93

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

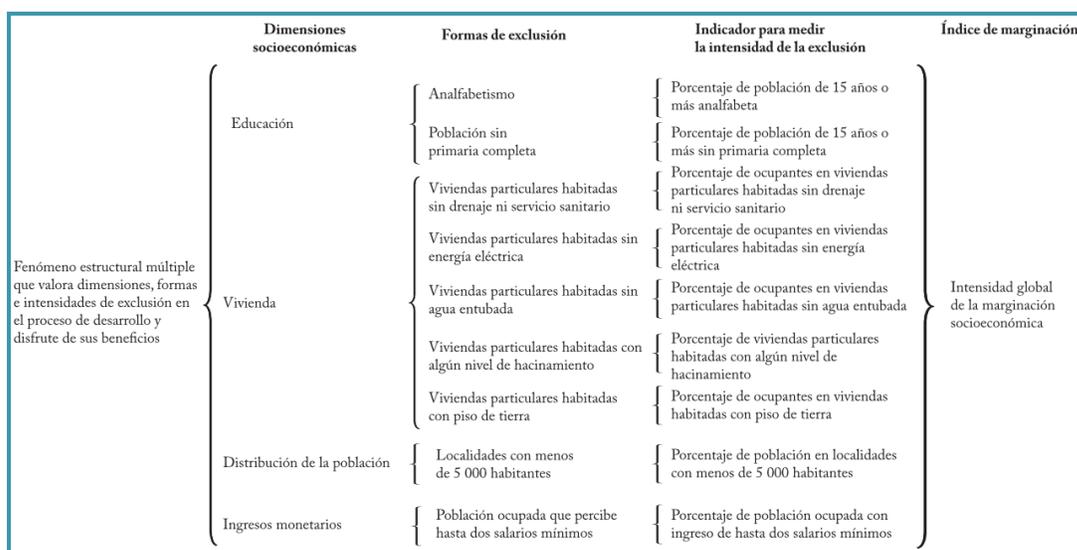
### 2.3.4 Índice de Marginación

La marginación se considera un fenómeno multidimensional y estructural originado por el modelo de producción económica que implementan muchos países, este se expresa mediante la desigual distribución del progreso, en la estructura productiva y en la exclusión a las que son sometidos diversos grupos sociales, tanto del proceso como de los beneficios que del desarrollo se obtienen (CONAPO, 2013).

En un esfuerzo por construir indicadores que midan con mayor precisión las áreas más marginadas se emplearon nueve formas de exclusión mismas que reflejan las carencias en cuatro dimensiones: porcentaje de la población que carece de educación, servicios, percibe bajos ingresos y reside en localidades pequeñas, véase figura 6.

El área que presente el mayor porcentaje indica que tiene menos oportunidades para acceder a los beneficios del desarrollo.

Figura 6. Esquema conceptual de la marginación.



Fuente: CONAPO, 2013.

Los cuadros 17, 18 y 19 muestran algunos indicadores con relación al grado de marginación que presenta el Municipio de Tepetzotlán.

Cuadro 17. Indicadores de Marginación, Tepetzotlán 2010.

Indicador	Valor
Índice de marginación	-1.38070
Grado de marginación <sup>7</sup>	Muy Bajo
Índice de marginación de 0 a 100	12.07
Lugar a nivel estatal	100
Lugar a nivel nacional	2278

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

Cuadro 18. Distribución porcentual de la población por características seleccionadas, Tepetzotlán 2010.

Indicador	%
Población analfabeta de 15 años ó más	4.06
Población sin primaria completa de 15 años ó más	13.74
Población en localidades con menos de 5000 habitantes	20.02
Población Económicamente Activa ocupada, con ingresos de hasta 2 salarios mínimos	31.34

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

Cuadro 19. Distribución porcentual de ocupantes en viviendas por características seleccionadas, Tepetzotlán 2010.

Ocupantes en vivienda	%
Sin drenaje ni servicio sanitario exclusivo	1.74
Sin energía eléctrica	0.88
Sin agua entubada	7.99
Con algún nivel de hacinamiento	37.99
Con piso de tierra	3.51

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

Para el municipio de El Oro, los indicadores con relación al grado de marginación, distribución de la población según características seleccionadas y distribución de ocupantes en viviendas de acuerdo a ciertas características se muestran en los cuadros 20, 21 y 22.

<sup>7</sup> CONAPO clasifica el grado de marginación en: muy alto, alto, medio, bajo y muy bajo.

Cuadro 20. Indicadores de Marginación, El Oro 2010.

Indicador	Valor
Índice de marginación	-0.12360
Grado de marginación <sup>s</sup>	Medio
Índice de marginación de 0 a 100	26.28
Lugar a nivel estatal	30
Lugar a nivel nacional	1299

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

Cuadro 21. Distribución porcentual de la población por características seleccionadas, El Oro 2010.

Indicador	%
Población analfabeta de 15 años ó más	10.67
Población sin primaria completa de 15 años ó más	25.43
Población en localidades con menos de 5000 habitantes	83.23
Población Económicamente Activa ocupada, con ingresos de hasta 2 salarios mínimos	55.53

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

Cuadro 22. Distribución porcentual de ocupantes en viviendas por características seleccionadas, El Oro 2010.

Ocupantes en viviendas	%
Sin drenaje ni servicio sanitario exclusivo	20.08
Sin energía eléctrica	2.35
Sin agua entubada	8.87
Con algún nivel de hacinamiento	48.37
Con piso de tierra	10.92

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

### 2.3.5 Índice de Desarrollo Humano

El desarrollo humano más que el crecimiento en ingresos de una nación busca garantizar que las personas puedan desarrollar sus potencialidades de acuerdo a sus necesidades e intereses. Para el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el desarrollo humano se define como “el proceso de ampliar la gama de opciones de las personas, brindándoles mayores oportunidades de educación, atención

<sup>s</sup> Ídem

médica, ingreso y empleo e incluso tiene que ver con el total de opciones humanas, desde un entorno físico en buenas condiciones hasta libertades políticas y económicas”.

Para que las personas puedan desarrollar sus capacidades y lograr un elevado desarrollo humano, se requiere cumplir con algunos de los siguientes aspectos: tener una vida larga y saludable, acceder a los recursos necesarios que permitan a las personas vivir dignamente y tener la posibilidad de ser tomados en cuenta para participar en las decisiones que afectan a su comunidad (PNUD, 2014).

Para medir el desarrollo humano que tienen las personas en un país, estado o región se recurre al Índice de Desarrollo Humano, que es un indicador propuesto por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo para medir el nivel de desarrollo humano de un territorio. Este indicador se basa en tres dimensiones básicas: longevidad, nivel de educación y nivel de vida.

Con relación a la longevidad, esta se mide en función de la esperanza de vida que tienen las personas al nacer. El índice de educación se mide de acuerdo a la tasa de alfabetización de los adultos y la tasa bruta de matrícula combinada de primaria, secundaria y superior. Finalmente el nivel de vida es medido por el Producto Interno Bruto (PIB) real per cápita (PNUD, 2014).

La clasificación que se le hace a los países o regiones es mediante una escala de 0 a 1, la cifra obtenida da como resultado tres niveles de Desarrollo Humano (Véase cuadro 23).

Cuadro 23. Clasificación del índice de Desarrollo Humano.

Índice	Resultado
Alto	+ de 0.800
Medio	de 0.500 a 0.799
Bajo	- de 0.500

*Fuente: Rodríguez, 2013.*

El Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) clasificó a Tepetzotlán con un grado de desarrollo humano alto en el 2005 (véase cuadro 24), tomando en cuenta indicadores como tasa de alfabetismo, índice de salud, índice de educación, índice de ingreso, etcétera (véase cuadro 25), al igual que el producto interno bruto que genera el municipio al país (véase cuadro 26).

Cuadro 24. Índice de Desarrollo Humano, Tepetzotlán 2005.

Indicador	Valor
Índice de Desarrollo Humano	0.85
Grado de Desarrollo Humano <sup>9</sup>	Alto
Posición a nivel nacional	174

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

Cuadro 25. Indicadores de Desarrollo Humano, Tepetzotlán 2005.

Indicador	Valor
Tasa de mortalidad infantil	12.97
Tasa de alfabetismo <sup>10</sup>	94.95
Tasa de asistencia escolar de la población de 6 a 24 años de edad	65.74
Ingreso per cápita anual ajustado a cuentas nacionales (dólares PPC)	10,545
Índice de salud <sup>11</sup>	0.9143
Índice de educación <sup>12</sup>	0.8521
Índice de ingreso <sup>13</sup>	0.7775

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

Cuadro 26. Producto interno bruto municipal, Tepetzotlán 2005.

PIB (pesos a precios corrientes de 2005)		PIB per cápita (pesos a precios corrientes de 2005)	
En dólares <sup>14</sup>	En pesos <sup>15</sup>	En dólares	En pesos
714,121,775	5,053,325,038	10,545	74,616

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

<sup>9</sup> El PNUD clasifica el grado de desarrollo humano en: alto, medio y bajo.

<sup>10</sup> Se refiere a la población de 15 años y más.

<sup>11</sup> Índice componente del IDH, calculado a partir de la tasa de mortalidad infantil.

<sup>12</sup> Índice componente del IDH, calculado a partir de la tasa de alfabetización y la tasa de asistencia escolar.

<sup>13</sup> Índice componente del IDH, calculado a partir del ingreso per cápita anual.

<sup>14</sup> PIB en dólares, estimación del Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD.

<sup>15</sup> PIB en pesos, estimación del INAFED con base en el PNUD e INEGI.

El PNUD clasificó al municipio de El Oro, con un grado de desarrollo humano medio en el 2005 (véase cuadro 27), tomando en cuenta indicadores como tasa de alfabetismo, índice de salud, índice de educación, índice de ingreso, etcétera (véase cuadro 28), de la misma forma se toma en cuenta el producto interno bruto que genera el municipio al país (véase cuadro 29).

Cuadro 27. Índice de Desarrollo Humano, El Oro 2005.

Indicador	Valor
Índice de Desarrollo Humano	0.74
Grado de Desarrollo Humano <sup>16</sup>	Medio
Posición a nivel nacional	1,476

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

Cuadro 28. Indicadores de Desarrollo Humano, El Oro 2005.

Indicador	Valor
Tasa de mortalidad infantil	29.46
Tasa de alfabetismo <sup>17</sup>	88.30
Tasa de asistencia escolar de la población de 6 a 24 años de edad	64.95
Ingreso per cápita anual ajustado a cuentas nacionales (dólares PPC)	4,895
Índice de salud <sup>18</sup>	0.7726
Índice de educación <sup>19</sup>	0.8052
Índice de ingreso <sup>20</sup>	0.6494

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

Cuadro 29. Producto interno bruto municipal, El Oro 2005.

PIB (pesos a precios corrientes de 2005)		PIB per cápita (pesos a precios corrientes de 2005)	
En dólares <sup>21</sup>	En pesos <sup>22</sup>	En dólares	En pesos
155,896,292	1,103,165,686	4,895	34,640

Fuente: INAFED, 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx>.

<sup>16</sup> El PNUD clasifica el grado de desarrollo humano en: alto, medio y bajo.

<sup>17</sup> Se refiere a la población de 15 años y más.

<sup>18</sup> Índice componente del IDH, calculado a partir de la tasa de mortalidad infantil.

<sup>19</sup> Índice componente del IDH, calculado a partir de la tasa de alfabetización y la tasa de asistencia escolar.

<sup>20</sup> Índice componente del IDH, calculado a partir del ingreso per cápita anual.

<sup>21</sup> PIB en dólares, estimación del Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD.

<sup>22</sup> PIB en pesos, estimación del INAFED con base en el PNUD e INEGI.

### 3. REVISIÓN GENERAL DE LITERATURA

#### 3.1 Desarrollo

El desarrollo es un tema que ha preocupado a muchos países en ámbitos económicos, sociales, políticos y ambientales, por lo que es un concepto que históricamente está evolucionado de acuerdo al pensamiento y los valores que dominan en ciertas sociedades.

La idea de desarrollo o el concepto en sí mismo surge después de la Segunda Guerra Mundial, partiendo de la consideración de que los países desarrollados eran el punto de referencia obligado para el resto de los países, de tal forma que el desarrollo se convirtió en una estrategia internacional, sin embargo, con el paso del tiempo fueron tomando mayor importancia las consideraciones estratégicas e intereses de los países catalogados como grandes potencias, que los de los países que más necesitaban el desarrollo (Dubois, 2006).

En este sentido, los elementos que en ese entonces caracterizaban al desarrollo eran:

- a) Prioridad al crecimiento, dando mayor impulso a la industrialización y las infraestructuras como las políticas idóneas para conseguir el desarrollo.
- b) El crecimiento permite elevados niveles de consumo masivo en los países capitalistas desarrollados. El desarrollo se identifica con la modernidad, es decir, con el estilo de vida occidental.
- c) Se cree que todos los países son capaces de alcanzar los niveles de vida de los países desarrollados, por lo que se ve al desarrollo como una carrera en la que todos pueden integrarse progresivamente (Dubois, 2006).

El pensamiento que dominaba para definir al desarrollo de los países era el de aumentar el volumen de bienes y servicios producidos, de esta forma se creía que todos

los países podrían acceder al tan deseado desarrollo, sin embargo, a pesar de los logros que muchos países obtuvieron en materia de crecimiento y en la mejora de indicadores sociales como la esperanza de vida, el alfabetismo, salud, etcétera, las estrategias de desarrollo económico daban a conocer la existencia de problemas graves que no eran capaces de resolver, tales como la pobreza y la desigualdad.

El economista británico Dudley Seers (1969) fue uno de los pioneros en criticar el paradigma del desarrollo económico. Propone que las referencias que habría de tener un país para saber si había avanzado en su desarrollo eran la pobreza, el empleo y la desigualdad, cuestionando si podía hablarse de un mejor desarrollo simplemente porque hubiera un crecimiento en la renta per cápita, sin que se dieran mejoras sensibles en las otras dimensiones (Petit, 2013).

En la década de los noventa, la idea de la modernización como escenario a conseguir marcó la visión del desarrollo, por lo tanto, este consistía básicamente en conseguir que los países más pobres se acercaran a las pautas de los países más ricos. La identificación del desarrollo con el crecimiento económico fue la gran propuesta, pensando que una vez que se diera éste, de manera automática se producirían efectos beneficiosos para los sectores más pobres (Dubois, 2006).

Esta percepción del desarrollo ha permeado hasta hoy en día, debido a que la visión sobre este que tienen muchos países sigue teniendo únicamente tintes económicos, sin embargo, vale la pena continuar los esfuerzos por despuntar un desarrollo equilibrado en los aspectos económicos, sociales, políticos y ambientales en todos los niveles de la sociedad, urbanos, rurales y mixtos. Formular estrategias de desarrollo local que sean sustentables tanto para las localidades como para sus habitantes es el gran objetivo.

### **3.1.1 Desarrollo local sostenible**

Los factores que permiten la formación de un espacio de desarrollo sostenible combinan, de manera estrecha, elementos políticos, sociales, culturales, institucionales, ecológicos y técnicos.

El desarrollo sostenible en el Informe Brundtland (1987) se define como un desarrollo que satisface las necesidades de la generación actual sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. De manera conjunta, el desarrollo sustentable busca terminar con los antiguos métodos de desarrollo, al propiciar de manera equilibrada el desarrollo económico, desarrollo social y la protección del medio ambiente.

Para lograr que los objetivos planteados en el Informe Brundtland surtieran efectos, se requería de un cambio radical en los objetivos sociales, de tal forma que se lograra:

- Revivir el crecimiento (la pobreza es la mayor fuente de degradación ambiental).
- Cambiar la calidad del crecimiento (equidad, justicia social y seguridad deben ser reconocidas como metas sociales de máxima prioridad).
- Conservación del medio ambiente (agua, aire, suelo, bosques)
- Asegurar un crecimiento demográfico sostenible.
- Reorientar la tecnología y el manejo de riesgos.
- Integrar el medio ambiente y la economía en los ámbitos de decisión.
- Reformar las relaciones económicas internacionales.
- Reforzar la cooperación internacional.

Después del Informe Brundtland le siguieron en 1992, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo que se llevó a cabo en la

Cumbre de la Tierra, en Río de Janeiro, participaron 178 países, entre ellos 108 Jefes de Estado o de Gobierno que discutieron los medios por los cuales se pondría en práctica el desarrollo sustentable a nivel internacional, nacional, estatal y local, teniendo como resultado el Programa 21. Para el 2002 en la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, se aprobó el Plan de Aplicación de Johannesburgo, el cual presentó una oportunidad para que los dirigentes adopten medidas concretas e identifiquen objetivos cuantificables para una mejor ejecución del Programa 21 (Sung, s/f). Finalmente, en el 2012, se volvieron a reunir los líderes gubernamentales en Río de Janeiro en la Cumbre de la Tierra Río +20 para:

- 1) Asegurar el compromiso político renovado con el desarrollo sostenible
- 2) Evaluar el progreso de su aplicación deficiente en el cumplimiento de los compromisos ya acordados.
- 3) Abordar los desafíos nuevos y emergentes.

A pesar de que después de la Cumbre para la Tierra se han registrado avances significativos en materia de desarrollo sostenible, estas no se presentan de manera equitativa en una misma región, ya que según el Informe sobre Desarrollo Humano (2013), actualmente las personas tienen vidas más largas gozando de mejores condiciones de salud, están mejor educadas y tienen más acceso a los bienes y los servicios, sin embargo, se presentan importantes diferencias regionales y desigualdades dentro de un mismo país, o peor aún, dentro de una misma región (PNUD, 2013).

En las conferencias que se mencionaron con anterioridad se tenía como puntos claves la equidad, la justicia social, la seguridad, la conservación del medio ambiente, etcétera, para alcanzar un verdadero desarrollo, por lo que para muchas comunidades, el turismo se ha visto como un elemento que integre una estrategia para conservar los recursos naturales y culturales así como para apoyar al desarrollo local sostenible de la

población que habita ciertos espacios, sin embargo, las estrategias que se implementen deben ser acorde al lugar y a los recursos de la región, ya que la mala implementación de programas o estrategias destinadas a este sector pueden no cumplir con los objetivos de inclusión que permiten reducir los índices de marginación, provocando con esto abrir las brechas de desigualdad entre la población.

### **3.2 Turismo**

El turismo es visto como un elemento que dinamiza la relación existente entre los recursos naturales y culturales de una región con la población local, de tal forma que esta relación genera vínculos de reconocimiento y creación de sentimientos de pertenencia.

El análisis del turismo se inicia en Alemania, en la primera mitad del siglo XX, con la Escuela de Glücksman quien fuera pionero de los estudios turísticos en esa época. A él le siguieron dos profesores economistas suizos de la Universidad de Berna quienes realizaron un acercamiento al concepto de turismo desde un enfoque sociológico definiéndolo como “el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas” (Hunziker y Krapf, 1942 citado en Jaén, 2005: 6).

Para 1967, la Unión internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT) definió al turismo como “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”, definición que Oscar de la Torre Padilla amplía dando como resultado la siguiente definición: “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 (De la Torre, 1992: 19).

La Organización Mundial del Turismo, organismo de las Naciones Unidas encargada de fomentar un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, define al turismo como “Fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico” (OMT, 2005-2007).

Como se pudo observar en las definiciones anteriores, este fenómeno se empezó a estudiar desde enfoques sociológicos por las relaciones que los desplazamientos generaron entre turistas y comunidad local y desde el enfoque económico por ser un factor determinante en el desarrollo económico que genera en las comunidades y regiones donde se presenta.

En México como en otros países del mundo, el estudio del turismo esta orientado a los indicadores económicos impidiendo ver el desarrollo que las poblaciones locales obtienen por medio de esta actividad. Ejemplo de esto son las estadísticas que genera la Organización Mundial de Turismo (OMT), la cual informa que de 2000 a 2012, el turismo en México creció a una tasa promedio anual de 3.6% en el mundo, tomando como base la llegada de turistas internacionales, generó nueve puntos del Producto Interno Bruto (PIB) mundial, creó uno de cada 10 empleos y participó con 6% de las exportaciones mundiales. Como se puede observar, para México el turismo representa una de las principales fuentes de divisas ya que genera el 8.4% del Producto Interno

Bruto y más de 2.2 millones de empleos. Pero si comparamos a México con otros países del mundo en el mismo periodo 2000 - 2012 se tiene que la tasa de crecimiento medio anual (TCMA) es superior, tal es el caso de Turquía (11.6%), Hong Kong (8.6%), Malasia (7.8%), Japón (4.8%) y Rusia (2.5%), en tanto que México creció en 1.1% en el mismo periodo (Plan Nacional de Desarrollo, 2013-2018). Lo anterior deja ver que el desempeño de México no ha sido sobresaliente en comparación con otras economías emergentes que están destacando en el mercado del turismo internacional, por lo que se necesita ajustar los modelos de desarrollo que hasta el momento no son claros, no están funcionando, para lograr tanto el desarrollo de la actividad turística como el de las comunidades receptoras.

### **3.2.1 Modelos de desarrollo turístico**

Un modelo turístico representa la forma generalizada de resolver tanto el comportamiento turístico como la oferta que lo acompaña en un destino o región determinada, de tal forma que la presencia repetitiva de ofertas parecidas, así como la evidencia de comportamientos similares de numerosos turistas, induce a plantear que se está en presencia de un patrón o modelo (Hiernaux-Nicolas, et al. 2002).

En el caso del turismo, así como se ha intentado discutir el concepto desde la academia, también se ha intentado construir modelos que expliquen tanto la interacción que existe entre turista-destino, como lo relacionado con la oferta turística y los elementos que la componen. Los modelos son variados pero se concentran en dos grupos esenciales: modelos con enfoque espacial y los modelos con enfoque sistémico.

Los modelos de enfoque espacial “son aquellos cuyos principales elementos constitutivos son de carácter espacial, como por ejemplo origen y destino. Buena parte de los modelos teóricos con enfoque espacial concentran su atención en la relación existente entre esas dos unidades geográficas. Otro elemento bastante frecuente en los

modelos espaciales es el desplazamiento de los turistas entre origen y destino” (De Oliveira, 2007: 100).

Para el caso del modelo de enfoque sistémico se busca “expresar los elementos que forman parte del sistema turístico, sus interrelaciones y su relación con el ambiente externo. Buena parte de los modelos sistémicos está compuesto por conjuntos de elementos relativos a la oferta turística. Algunos casos incluyen también elementos relativos a la demanda y centran su atención en la interrelación oferta-demanda” (De Oliveira, 2007: 104).

Con relación a los modelos de desarrollo turístico se identifican dos modelos, que de acuerdo a sus características se oponen entre sí.

El primero corresponde a un modelo segregado o turismo de “enclaves”, derivado principalmente de un turismo masivo, característico del turismo denominado “de sol y playa”. Este tipo de turismo se vuelve muy popular entre un gran segmento de la población debido a sus bajos precios ocasionados por la estandarización de los servicios. En este modelo, la población local se convierte en mano de obra poco calificada, las remuneraciones al trabajo realizado son mínimas y jerárquicamente ocupan los cargos de más baja categoría. Con relación a la infraestructura hotelera esta es predominantemente extranjera, por lo que las empresas transnacionales o nacionales son las que sobresalen. En este modelo de desarrollo turístico, la población local ni el medio se vincula con la experiencia turística (Hiernaux-Nicolas et al., 2002).

El segundo modelo se identifica como modelo integrado (o social), asociado generalmente a las pequeñas y medianas empresas. En este modelo se da una vinculación de la experiencia turística con el medio ambiente y la población local. La población local participa activamente en la planificación y gestión de la oferta turística del destino, por lo que su participación no se limita únicamente a ser asalariados, sino

como portadores de ideas e iniciativas que coadyuven al desarrollo turístico de las comunidades (Inostroza, 2008). Los beneficios turísticos se quedan en las mismas localidades, lo que profundiza el contacto con los pueblos locales. La intervención de las grandes empresas turísticas y el estado con las comunidades se reduce.

Para que este modelo integrado deje de ser un modelo teórico se debe alentar la participación activa de las comunidades en la planificación el desarrollo turístico, por lo que las organizaciones e instituciones locales ocuparán un papel primordial en temas de desarrollo local (Cordero, 2000).

Entre ambos modelos se encuentra el modelo relativamente integrado, el cual combina tanto a las grandes empresas nacionales y extranjeras, como a las pequeñas empresas locales y familiares (Hiernaux-Nicolas et al., 2002). La evolución del modelo segregado a un modelo relativamente integrado se debe en gran medida a la evolución en las tendencias en los gustos turísticos y a determinadas políticas estatales que hacen que el turismo experimente una integración con la economía nacional y local. Los turistas establecen relaciones más estrechas con las comunidades locales, sobrepasando las relaciones puramente económicas y estableciendo lazos de comunicación cultural y social (Cordero, 2000).

Este último modelo, aunque de manera incipiente, se empieza a desarrollar en lugares donde se practica el turismo rural, sin embargo, las instituciones gubernamentales tienen mucho que trabajar con la población local por medio de los Comités Pueblo Mágico para que este tipo de desarrollo se vea reflejado en las comunidades, específicamente en las denominadas Pueblos Mágicos.

### **3.3 Turismo Rural**

El turismo en el medio rural no surge como respuesta a una demanda, al igual que el espacio litoral o en los núcleos urbanos, sino que surge como una alternativa para

minimizar la crisis del propio medio rural, el agrario y pecuario que llevaba en Europa décadas en declive (Crosby, 2009, p. 14).

Los inicios del turismo rural ponen de manifiesto el carácter impreciso del concepto y su recurrente solapamiento con el referido a turismo en espacio rural, ya que este se interpreta, en primer lugar como consecuencia de las circunstancias que causan una progresiva decadencia socioeconómica del medio rural o como el resultado de factores que tienen que ver con la evolución de la actividad turística (Fernández, 2006).

Para Fernández (2006:582) es importante caracterizar y rescatar la esencia del turismo rural, por tal motivo, se transcriben textualmente las características que lo identifican:

- Se desarrolla en el espacio rural o natural.
- Su actividad viene marcada por un modo de implantación sostenible, entendido por su carácter duradero. Por tanto, soportable ambientalmente para el medio en que se implanta, viable económicamente y socialmente equitativo para la población local.
- Tiene un desarrollo de baja intensidad y densidad, basado en una estrategia de componente artesanal, de bajo impacto y no masificación. Se ha de tratar de un desarrollo planificado, pautado y controlado que privilegia los aspectos cualitativos frente a los cuantitativos.
- Se asienta sin alterar las formas de vida local, la cultura rural le sirve de soporte y está abierto al contacto e integración de la comunidad local. La presencia del habitante rural es propiciada como cauce de interpretación de esas formas de vida y cultura.
- Genera un efecto revitalizador en las economías locales, con atracción de renta y creación de empleo, basada en explotaciones individuales de pequeña escala y

preferentemente concebido como actividad complementaria a otras principales del medio rural. En consecuencia, provoca un efecto redistributivo en el desarrollo.

- Aprovecha de forma prioritaria el patrimonio edificacional y arquitectónico tradicional para la creación de una nueva oferta de alojamiento, de restauración y complementaria, priorizando los estilos y materiales constructivos locales.
- Está basado en el conocimiento de los recursos endógenos (cultura, formas de vida y relación, patrimonio, etcétera.) con vocación de recrear nuevos recursos, no sólo nuevas actividades productivas, para favorecer una oferta integral de alojamientos, ocio y servicios, que a su vez aporta mejoras en la calidad de vida a la población local.
- Cuenta con una base asociativa local que permite la integración de los componentes del producto turístico, sirve de soporte a la cualificación de las ofertas y procura el control de la gestión del proceso (límites del crecimiento, atención a nuevos requerimientos formativos, promoción del destino, creación de marcas, comercialización, introducción de tecnologías, etcétera).

En México, el turismo rural se centra principalmente en una demanda de las clases medias y bajas, cuyos servicios ofrecidos no corresponden al modo de producción turística hegemónica. Sin embargo, la actividad turística en las zonas rurales prevalece y se fortalece gracias a instituciones gubernamentales, programas federales o de las mismas comunidades por medio de sus diversas formas de organización (Garduño, Guzmán, & Zizumbo, 2009). Entre los programas federales se puede destacar el denominado Pueblos Mágicos que busca fortalecer la actividad turística por medio de los recursos locales de las comunidades, lo que permite pasar de un entorno rural a una nueva ruralidad.

### 3.3.1 La “nueva ruralidad”

El medio rural está cambiando rápidamente, por lo que especialistas en el tema hablan de la “nueva ruralidad”, término con el que se identifica la naciente visión del espacio rural y la nueva forma de concebir el desarrollo rural.

Algunas características de la nueva concepción del desarrollo rural, coincidentes en Europa y América Latina se sintetizan en el documento “La nueva ruralidad en Europa y su interés para América Latina” (Pérez, Caballero, & Agostini, 2003:9), entre las que destacan de acuerdo a estos autores:

- 1) Acento en la dimensión territorial en contraste con la sectorial agraria, así como mayor conciencia de las distintas funciones y servicios prestados por la agricultura más allá del aspecto productivo.
- 2) Reconocimiento de los múltiples vínculos entre las pequeñas ciudades y el campo circundante y de la relación entre desarrollo urbano y rural.
- 3) Reconocimiento de la complementariedad entre agricultura y otras ocupaciones en la generación de ingresos rurales, de la generalización de la agricultura a tiempo parcial y del origen multisectorial del ingreso de muchas familias rurales.
- 4) Conciencia de la función residencial de las zonas rurales, en oposición a una percepción puramente productiva o recreativa de las mismas, que lleva a prestar atención a la provisión de servicios sociales y residenciales a las poblaciones rurales
- 5) Reconocimiento de la creciente integración de las zonas rurales en los mercados (de productos, insumos, tecnología y mano de obra) y su incorporación al proceso de globalización, así como conciencia de la importancia de la competitividad territorial frente a la sectorial.
- 6) Atención al potencial económico que ofrecen los activos ligados al territorio, de

tipo geográfico, histórico, cultural, paisajístico, ecológico y turístico.

- 7) Acento en la participación de los diversos agentes involucrados en el diseño y la aplicación de las políticas y programas de desarrollo rural

Bajo la perspectiva de la nueva ruralidad es que se desarrollan programas innovadores de base comunitaria como lo es la iniciativa LEADER por sus siglas en francés (Liaisons entre activités de Développement de L'Économie Rural) "Relaciones entre actividades de Desarrollo de la Economía Rural" (CEDER, 2013), la cual constituye un primer intento de poner en práctica el nuevo enfoque territorial, el enfoque integrado y el enfoque ascendente (de abajo hacia arriba) del desarrollo rural.

El primer período Leader comenzó en 1991 como una "iniciativa comunitaria", al que siguieron Leader II (1994-1999) y Leader + (2000-2006). Aunque el período Leader + finalizaba nominalmente en 2006, la ejecución y el gasto de los proyectos podían prolongarse hasta mediados de 2009 (Tribunal de Cuentas Europeo, 2010:9).

Para entender el planteamiento LEADER (2000) este puede analizarse desde siete aspectos esenciales:

1. El enfoque territorial – en la cual define políticas de desarrollo a partir de las realidades, fortalezas y debilidades particulares de una zona.
2. El enfoque ascendente – que tiene por objetivo fomentar la toma de decisiones participativas a nivel local en todo lo relacionado con las políticas de desarrollo.
3. Los "grupos de acción local" (GAL) – lo constituyen un grupo de agentes públicos y privados, integrados en una asociación, que definen una estrategia común y un plan de acción local para el desarrollo del territorio.
4. La innovación – nuevas formas de valorar los recursos locales, creación de nuevos productos, nuevos métodos, formas de organización, nuevos mercados, etcétera.

5. El enfoque integrado – enlace entre distintos agentes y sectores pertinentes del territorio.
6. La integración en red y la cooperación entre territorios – facilitar el intercambio y circulación de información sobre políticas que favorezcan el desarrollo rural así como romper el aislamiento de los GAL.
7. El financiamiento y la gestión de proximidad – Los GAL forman parte importante de la adopción de decisiones en materia de financiación y gestión debido a su proximidad con el territorio y a la representatividad que puede demostrar en virtud de sus distintos componentes (LEADER, 2000).

Otro elemento importante que identifica a las nuevas ruralidades es el Empleo Rural No Agrícola (ERNA), ya que de acuerdo a estudios realizados por la Universidad de Campinas de Brasil, el ERNA aporta el 40% de los ingresos totales de los hogares rurales de América Latina y mientras éste tipo de empleo crece, la oferta de empleo agrícola tradicional se reduce; por lo tanto el ERNA resulta atractivo para la población rural por varios motivos, ya que de acuerdo a Barrera & Muñoz (2003:12):

1. Constituye, para algunos hogares, un mecanismo de superación de la pobreza que la pura actividad agrícola no ofrece.
2. Permite estabilizar los ingresos compensando la estacionalidad de la producción y del empleo agrícola.
3. Permite diversificar las fuentes de ingreso reduciendo los efectos de los riesgos inherentes a la agricultura.
4. Estimula y a la vez es una consecuencia de la modernización de la agricultura, al proporcionar los enlaces con la industria, el comercio y otros servicios

La vinculación del medio rural con el turismo y el creciente empleo rural no agrícola permite ver la oportunidad que representa la actividad turística para las

comunidades rurales, sin embargo, los servicios ofrecidos así como la infraestructura del destino enfrenta grandes retos para superar la pérdida de competitividad en el sector, entre los que se encuentran: una política turística desgastada y una mayor competencia con otros destinos (IMCO, s/f).

### **3.4 Competitividad**

Al igual que en otros sectores de la economía, la competitividad en el sector turístico se ve reflejada geográficamente a nivel local, por lo que esta se ve como una estrategia para incrementar el bienestar y calidad de las localidades y sus habitantes.

Una de las principales organizaciones internacionales e independientes, interesadas en el tema de la competitividad es el Foro Económico Mundial (FEM) cuyo objetivo es mejorar el estado del mundo mediante la participación de las asociaciones líderes en forma global, regional y programas de la industria (FEM, 2009). Esta organización surge en el año de 1971 y está bajo la supervisión del Gobierno Federal Suizo, ya que es imparcial y sin fines de lucro. El Foro Económico Mundial está en constante trabajo a lo largo del año, pero sólo una vez se reúnen las más importantes figuras de la economía y política del mundo, con la finalidad de discutir, analizar y dar propuestas a los temas de interés global (World Economic Forum, 2008).

La OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) en su reporte de competitividad mundial define a la competitividad como “el grado en el que un país bajo condiciones de libre mercado produce bienes y servicios con estándares internacionales y que al mismo tiempo mantiene y expande los ingresos reales de sus habitantes en el largo plazo” (Tello, Cerda, & Pardo, 2012:12). Para el caso de los Pueblos Mágicos se retoma el concepto de competitividad a nivel estatal del índice de competitividad turística de los Estados Mexicanos (2012), la cual se refiere al conjunto de habilidades y capacidades que le permiten alcanzar sus objetivos en un marco de

competencia frente a otros estados, generando así desarrollo económico y social en su territorio.

El concepto de competitividad turística implica tres elementos básicos:

1. Rentabilidad: Generar riqueza a través del uso eficiente y eficaz de los recursos.
2. Sustentabilidad: Asegurar que el desarrollo se logre en equilibrio con los recursos ecológicos, sociales y económicos de la región.
3. Comparabilidad: Definir conceptos medibles y consistentes que sean comparables a través del tiempo y el espacio.

### **3.4.1 Índice de Competitividad Nacional**

Los índices más utilizados son el Índice Global de Competitividad elaborado por el Foro Económico Mundial, el Índice Doing Business elaborado por la Corporación Financiera Internacional (IFC) y el Banco Mundial, el Anuario de Competitividad Mundial del International Institute for Management Development (IMD) y el Índice de Competitividad Internacional construido por el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) (Tello, Cerda, & Pardo, 2012).

El Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos mide la competitividad por medio de 125 variables divididas en 10 dimensiones, mismas que se muestran en el cuadro 30 con la puntuación obtenida en el 2010 y 2012 a nivel Nacional.

Cuadro 30. Índice de Competitividad Turística del Estado de México 2012.

Dimensión	VARIABLES	Ranking 2010	Ranking 2012	Índice de Competitividad Turística
1. Recursos y actividad cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Festivales culturales</li> <li>• Centros culturales</li> <li>• Patrimonios de la humanidad</li> <li>• Sitios arqueológicos</li> <li>• Visitantes a zonas arqueológicas</li> <li>• Monumentos históricos</li> <li>• Catedrales</li> <li>• Museos</li> <li>• Visitantes a museos</li> <li>• Teatros</li> <li>• Funciones de teatro</li> <li>• Bibliotecas</li> <li>• Galerías</li> <li>• Población de habla indígena</li> <li>• Pueblos indígenas</li> </ul>	13	5	27.3 ↑
2. Recursos naturales y protección al medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Superficie de bosque y selva</li> <li>• Superficie de asentamientos humanos</li> <li>• Superficie de área nacional protegida</li> <li>• Playas</li> <li>• Ciclones</li> <li>• Residuos peligrosos</li> <li>• Disposición de residuos sólidos urbanos</li> <li>• Denuncias ambientales</li> <li>• Índice delictivo ambiental</li> </ul> <p>Nuevas variables en la dimensión</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Longitud de la línea de costa</li> <li>• Licencias expedidas de caza deportiva</li> <li>• Inspección y vigilancia en materia de Impacto ambiental</li> <li>• Biodiversidad</li> <li>• Residuos sólidos urbanos</li> </ul>	25	17	49.8 ↑

	<p>incontrolados</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vegetación natural remanente</li> </ul>			
3. Recursos humanos e indicadores educativos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuerza laboral disponible</li> <li>• Grado promedio de escolaridad</li> <li>• Universidades</li> <li>• Escuelas superiores relacionadas al turismo</li> <li>• Personal ocupado en el sector hotelero</li> <li>• Estudiantes universitarios en turismo</li> <li>• Escuelas de idiomas</li> </ul> <p>Nuevas variables en la dimensión</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación media superior</li> <li>• Trabajadores capacitados</li> <li>• Educación superior</li> <li>• Salario promedio diario de cotización</li> <li>• Centros de enseñanza turística</li> </ul>	7	22	21.8 
4. Infraestructura y profesionalización del sector hotelero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tasa de ocupación hotelera</li> <li>• Estadía promedio</li> <li>• Establecimientos con distintivo "M"</li> <li>• Consultores del distintivo "M"</li> <li>• Densidad de ocupación en hoteles y moteles</li> <li>• Noches de turistas en hoteles y moteles</li> </ul> <p>Nuevas variables en la dimensión</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuartos que operaron diariamente</li> <li>• Cuartos ocupados</li> <li>• Establecimientos de preparación y servicio de alimentos y bebidas</li> </ul>	31	32	7.4 
5. Flujo de personas y medios de transporte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llegadas de turistas nacionales</li> <li>• Llegadas de turistas internacionales</li> <li>• Densidad de aeropuertos</li> <li>• Densidad carretera</li> <li>• Carreteras de cuatro carriles</li> </ul>	15	7	31.4 

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Densidad ferroviaria</li> </ul> <p>Nuevas variables en la dimensión</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Llegadas aéreas</li> <li>Camiones de pasaje</li> <li>Camiones de turismo</li> <li>Porcentaje de camiones de pasaje</li> <li>Costo de transporte desde Monterrey</li> <li>Porcentaje de camiones de turismo</li> <li>Costo de transporte desde Guadalajara</li> <li>Costo de transporte desde el D.F.</li> </ul>			
6. Servicios Complementarios al turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Densidad de restaurantes</li> <li>Densidad de centros nocturnos, bares y cantinas</li> <li>Establecimientos con el distintivo "H"</li> <li>Instructores del distintivo "H"</li> <li>Compañías de renta de autos</li> <li>Densidad de camas censables en hospitales</li> <li>Densidad de cajeros automáticos</li> <li>Penetración de telefonía móvil</li> <li>Parques recreativos y casas de juegos electrónicos</li> <li>Casinos, loterías y juegos de azar</li> <li>Clubes deportivos, balnearios y similares</li> </ul> <p>Nuevas variables en la dimensión</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Campos de golf</li> <li>Agencias de viajes y servicios de reservas</li> <li>Organizadores de convenciones y ferias</li> <li>Espacios para fiestas y convenciones</li> </ul>	24	4	37.0 
7. Seguridad Pública y Protección al ciudadano	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percepción sobre inseguridad</li> <li>Incidencia delictiva</li> <li>Hogares con al menos una víctima</li> <li>Delitos a mano armada</li> </ul>	30	31	37.9 

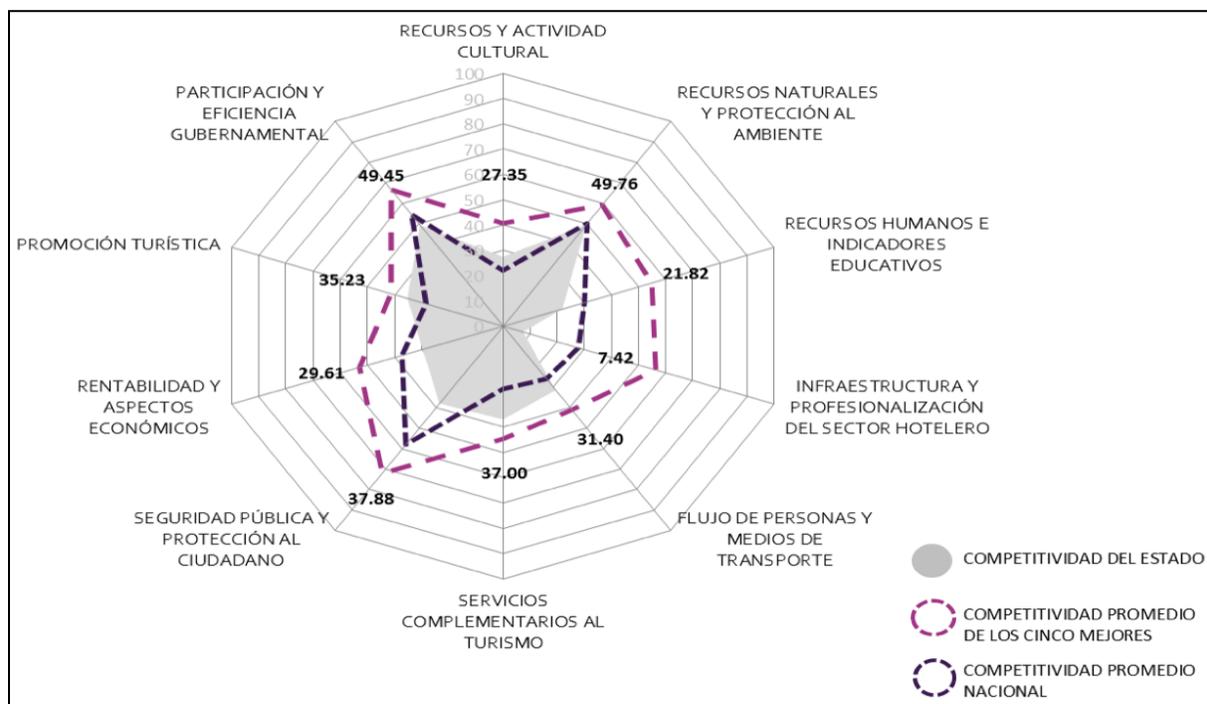
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Homicidios dolosos</li> <li>• Delitos a instituciones de banca y crédito</li> <li>• Delitos contra la salud</li> <li>• Delitos no denunciados</li> <li>• Cifra negra</li> <li>• Recursos del FASP (Fondo de Aportaciones para la Seguridad Pública)</li> <li>• Recursos del SUBSEMUN (Subsidio para la Seguridad en los Municipios)</li> </ul> <p>Nuevas variables en la dimensión</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Delitos del fuero común</li> </ul>			
8. Rentabilidad y aspectos económicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingreso de turismo como porcentaje del PIB</li> <li>• Inversión extranjera directa per cápita</li> <li>• Porcentaje nacional de la IED (Inversión Extranjera Directa)</li> <li>• Tasa de desocupación</li> <li>• Tasa de pobreza alimentaria</li> <li>• Emplazamientos a huelga</li> <li>• Empresas con inversión extranjera directa</li> <li>• Inversión privada en el sector turístico</li> </ul> <p>Nuevas variables en la dimensión</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Delitos en propiedad industrial e intelectual</li> <li>• Indicador general de ingresos</li> </ul>	20	28	29.6 
9. Promoción Turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espacio de la secretaría de turismo en el tianguis turístico</li> <li>• Idiomas de la página de internet de la SECTUR estatal</li> <li>• Posición en buscador de la página de internet SECTUR</li> <li>• Recursos para el turismo cultural</li> <li>• Recursos para el turismo de naturaleza</li> </ul>	3	4	35.2 

	<p>Nuevas variables en la dimensión</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Convenios de coordinación para reasignación de recursos</li> <li>• Recursos para el turismo de sol y playa municipios</li> <li>• Involucrados en convenios de reasignación de recursos</li> <li>• Recursos para el turismo de reuniones</li> <li>• Monto de los convenios de reasignación de recursos</li> <li>• Recursos para otros tipos de turismo</li> </ul>			
10. Participación y eficiencia gubernamental	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recaudación del ISR (Impuesto Sobre la Renta) per cápita</li> <li>• Recaudación del IVA (Impuesto al Valor Agregado) per cápita</li> <li>• Egresos por obra pública y participaciones sociales</li> <li>• Índice de transparencia y disponibilidad de la información fiscal</li> <li>• Índice nacional de corrupción y buen gobierno</li> <li>• Días para hacer cumplir los contratos</li> <li>• Días para la apertura de una empresa</li> <li>• Días para el registro de una propiedad</li> <li>• Días para obtener un permiso de construcción</li> </ul> <p>Nuevas variables en la dimensión</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento de la deuda pública</li> <li>• Deuda pública como porcentaje del PIB</li> <li>• Indicador compuesto de eficiencia administrativa y equilibrio financiero</li> </ul>	31	24	49.4 

Fuente: Elaboración propia con datos del ICTEM 2012. Índice de competitividad turística de los estados mexicanos (2014).

El Estado de México a nivel nacional obtuvo el lugar número 20 con 32.9 puntos en el Índice de competitividad turística de los estados mexicanos (2012). En la figura 7 se muestra un comparativo de competitividad del Estado de México contra el promedio de los cinco mejores estados y el promedio a nivel nacional.

Figura 7. Competitividad del Estado de México contra el promedio Nacional.



Fuente: Tello, Cerda & Pardo. 2012. Índice de competitividad turística de los Estados Mexicanos. ICTEM.

Dentro del informe que se presenta sobre la competitividad turística de los estados, en el apartado de “información general” se muestran el nombre y número de Pueblos Mágicos que tiene cada estado, por lo que la competitividad de dichos estados también se ve representado por los recursos naturales y culturales que respaldan los nombramientos de las localidades como Pueblos Mágicos.

### 3.5 Programa Pueblos Mágicos

El Programa Pueblos Mágicos fue creado en el 2001 bajo la administración del entonces Presidente Vicente Fox con Leticia Navarro Ochoa como titular de la Secretaría

de Turismo. Dicho programa busca estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país, basada en los atributos histórico-culturales de cada pueblo (Lortia, 2013), logrando así que la población de cada uno de estos pueblos denominados Pueblos Mágicos aproveche los recursos naturales y culturales con los que cuenta su comunidad para obtener mejores niveles de bienestar social, económico y ambiental.

Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin MAGIA que emana en cada una de sus manifestaciones socio - culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico, para lo cual serán consideradas aquellas localidades que cuenten con una población base de 20,000 habitantes (SECTUR, 2002:1).

En caso de que las localidades excedan el número de población que establece el programa pero que por sus atributos, riqueza cultural y natural, y manifestaciones históricas, pueda ser considerada dentro del programa, su solicitud será presentada al pleno del Comité Interinstitucional de Evaluación y Selección para en su caso dictamine la conducente (SECTUR, 2002:1).

Entre los objetivos del programa se encuentran (SECTUR, 2002:2):

1. Estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país, basada fundamentalmente en los atributos histórico - culturales de localidades singulares.
2. Aprovechar la singularidad de las localidades para la generación de productos turísticos basados en las diferentes expresiones de la cultura local; artesanías, festividades, gastronomía, y tradiciones, entre otras.
3. Aprovechar la singularidad de las localidades para la generación de otros productos turísticos tales como la aventura y el deporte extremo, el ecoturismo, la

pesca deportiva, y aquellos que signifiquen un alto grado de atraktividad dentro del territorio de la localidad participante.

4. Poner en valor, consolidar y/o reforzar los atractivos de las localidades con potencial y atraktividad turística, fomentando así productos turísticos que generen:
  - Mayor gasto en beneficio de la comunidad receptora (artesanías, gastronomía, amenidades y el comercio en general), así como,
  - La creación y/o modernización de los negocios turísticos locales.
5. Constituir al turismo local como una herramienta del desarrollo sustentable de las localidades incorporadas al programa, así como en un programa de apoyo a la gestión municipal.
6. Que las comunidades receptoras de las localidades participantes aprovechen y se beneficien del turismo como actividad redituable como opción de negocio, de trabajo y de forma de vida.

Para incorporarse al Programa Pueblos Mágicos la localidad tiene que realizar una serie de trámites entre los que se encuentran: llenar la solicitud de incorporación por parte de las autoridades municipales y estatales de cada dependencia. Una vez recibida la solicitud se realiza una visita de valoración por parte de los funcionarios de la Dirección General de Programas Regionales y/o la Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos, los cuales evalúan el potencial que tiene la localidad para que lo puedan nombrar Pueblo Mágico.

En caso de que el dictamen de los evaluadores sea favorable, la localidad debe iniciar con la integración de un expediente en el que se manifiesten los siguientes puntos(SECTUR, 2002:3):

1. Involucramiento de la Sociedad y de las Autoridades Locales.
  - 1.1 Compromiso con la sociedad local.
  - 1.2 Compromiso de las autoridades estatales y municipales.
2. Instrumentos de Planeación y Regulación
  - 2.1 Planes de Desarrollo Estatal y Municipal
  - 2.2 Programas de desarrollo turístico municipal
  - 2.3 Reglamento de imagen urbana y plan de manejo en función del Programa Pueblos Mágicos
  - 2.4 Programa de reordenamiento del comercio semifijo y/o ambulante
3. Impulso al desarrollo municipal
  - 3.1 Programas diversos de apoyo al desarrollo municipal
  - 3.2 Continuación y consolidación de programas y/o acciones de desarrollo turístico
4. Oferta de atractivos y servicios
  - 4.1 Contar con un atractivo turístico simbólico
  - 4.2 Contar con atractivos turísticos diferenciados
  - 4.3 Servicios turísticos que garanticen su potencial comercialización
  - 4.4 Servicios de asistencia y seguridad
5. Valor singular “La magia de la localidad”
  - 5.1 Sustentar una tesis sobre la magia de la localidad
  - 5.2 Declaratoria de “Zona de Monumentos Históricos”
  - 5.3 Acciones de conservación del patrimonio tangible e intangible
6. Condiciones y espacios territoriales
  - 6.1 Accesibilidad terrestre
  - 6.2 Factibilidad para la comercialización turística

### 6.3 Producto Turístico

#### 7. Impacto del turismo en la localidad y área de influencia

##### 7.1 Sistema de información turística estatal

##### 7.2 Valoración del impacto turístico a nivel regional y/o municipal

#### 8. Desarrollo de capacidades locales

##### 8.1 Taller de inducción Programa Pueblos Mágicos

##### 8.2 Taller de planeación y gestión del turismo cultural

El expediente es analizado y evaluado en sesión de trabajo por el Comité Interinstitucional de Evaluación y Selección (CIES). Dicho Comité fue integrado el 05 de Junio de 2002 y en él participan:

1. Secretaría de Desarrollo Social
2. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
3. Secretaría de Economía
4. Secretaría de Educación Pública
5. Secretaría de Trabajo y Previsión Social
6. Secretaría de Turismo
7. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
8. Instituto Nacional de Antropología e Historia
9. Comisión Nacional del Agua
10. Consejo de Promoción Turística de México
11. Comisión Federal de Electricidad
12. Fondo Nacional de Fomento al Turismo
13. Fondo Nacional de las Artes
14. Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos

Las localidades que logren incorporarse al Programa Pueblos Mágicos deben de

obtener la renovación del mismo cada año, esta contará con la revisión de cumplimiento de los Indicadores de evaluación de desempeño y de los criterios de certificación del programa (véase figura 8).

Figura 8. Los Indicadores de evaluación de desempeño.

Institucional y Gobierno	Patrimonio y Sustentabilidad	Económico y social	Turismo
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Involucramiento con la sociedad</li> <li>• Seguridad en el destino</li> <li>• Fomento de nuevas empresas</li> <li>• Desarrollo cultural e histórico</li> <li>• Planificación del desarrollo turístico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integridad y autenticidad del patrimonio</li> <li>• Sustentabilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eficiencia en la coordinación institucional</li> <li>• Inversión pública generada a partir del programa</li> <li>• Impacto económico del desarrollo turístico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta de atractivos turísticos</li> <li>• Promoción turística</li> </ul>

*Fuente: Reglas de Operación, Pueblos Mágicos (SECTUR, 2002:10).*

Los criterios de Certificación del Programa, de acuerdo a las reglas de operación se dividen en tres ejes: 1) planeación, 2) competitividad y 3) fortalecimiento, los cuales se muestran en la siguiente página, en el cuadro 31.

Cuadro 31. Criterios de certificación del Programa Pueblos Mágicos.

PLANEACIÓN	COMPETITIVIDAD	FORTALECIMIENTO
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planes de Desarrollo Estatal y Municipal.</li> <li>2. Programa de desarrollo turístico municipal.</li> <li>3. Reglamento de imagen urbana y plan de manejo en función del Programa Pueblos Mágicos.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Programas diversos de apoyo al desarrollo municipal.</li> <li>2. Servicios turísticos que garantizan su comercialización</li> <li>3. Servicios de asistencia y seguridad.</li> <li>4. Acciones de conservación del patrimonio tangible e intangible.</li> <li>5. Comercialización turística y desarrollo del Producto turístico local.</li> <li>6. Difusión y promoción turística del destino.</li> <li>7. Contar con un sistema de Información Turística Municipal.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cumplimiento con el ejercicio de los Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos.</li> <li>2. Continuación y Consolidación de programas y/o acciones de desarrollo turístico.</li> <li>3. Monitoreo del impacto turístico y económico del nombramiento de la localidad a nivel regional y/o municipal.</li> </ol>
Valor 10%	Valor 40%	Valor 50%

*Fuente: Reglas de Operación, Pueblos Mágicos (SECTUR, 2002:11).*

Adicional a los requisitos previamente descritos se encuentran tres criterios no negociables, siendo estos: La integración de un Comité Pueblos Mágicos, el compromiso de las autoridades estatales y municipales hacia el Programa, y la aplicación del programa de reordenamiento del comercio semifijo y/o ambulante. Si uno de estos puntos no es cumplido, la localidad será acreedora a un apercibimiento. (SECTUR, 2002:11).

Con respecto a uno de estos criterios no negociables, se encuentra la integración de un Comité Pueblos Mágicos ya que representa la voz de todos los habitantes de la comunidad, ante autoridades e instancias gubernamentales. Dicho Comité permite la participación activa de los habitantes de la localidad que ostenta el nombramiento coordinando esfuerzos entre instituciones públicas, privadas y comunitarias, por lo que sus logros y avances serán resultado del trabajo en conjunto que los integrantes de la

misma realicen y cuyo propósito es alcanzar desarrollo local dentro de las localidades que obtengan el nombramiento, entendiendo el término “local” no como algo pequeño, sino como la condición común que comparte una población, con sentido solidario de reciprocidad en un espacio territorial que está conectado con otras localidades, regiones hasta llegar a lo nacional. (Flores, 2008:3).

Bajo la premisa del desarrollo local se puede mencionar, de acuerdo a José Luis Coraggio en Flores (2008:2), que el objetivo del desarrollo local tiene cuatro componentes básicos que son los siguientes:

1. Económico: hace énfasis en el trabajo productivo, ingreso, satisfacción racional de necesidades legítimas, suficiencia y calidad de bienes públicos.
2. Social: se refiere a la integración de condiciones de creciente igualdad, efectiva igualdad de oportunidades, convivencia, justicia social.
3. Cultural: el grado de pertenencia e identidad histórica, integración a comunidades con contención, valores como la Solidaridad como valor moral pero también un componente funcional (nadie puede vivir mejor si su entorno no mejora sensiblemente de manera generalizada).
4. Político: la transparencia, legitimidad y responsabilidad de las representaciones, participación directa, responsable e informada de la ciudadanía en las grandes decisiones colectivas y en la gestión pública.

La integración de los cuatro componentes del desarrollo local y la participación del Comité Pueblos Mágicos es de vital importancia para que se le dé el nombramiento a una localidad y para el buen desempeño de la misma dentro del Programa ya que el Comité debe contar con un programa de trabajo que refleje esta integración previo a la presentación del expediente ante SECTUR, mismo que será evaluado y presentado ante el Comité Interinstitucional de Evaluación y Selección en el momento que se presente a

realizar la visita en la localidad que solicita el nombramiento.

Las reglas de operación vigentes hasta diciembre de 2013 para la integración de Comités Pueblos Mágicos se transcriben textualmente del documento “Reglas de Operación de los Pueblos Mágicos” (SECTUR, 2002:16-18), las cuales son las siguientes:

1. El Comité Pueblo Mágico tendrá la función de ser interlocutor entre los niveles de gobierno y la población de la localidad; como instancia de consulta y análisis de los proyectos turísticos que serán sometidos ante la Secretaría de Turismo Federal como parte de apoyo al Programa Pueblos Mágicos. Asimismo, deberá de contar con un plan de trabajo anual que contemple acciones de acuerdo a lo descrito en el inciso 13.

Cabe destacar que en ningún momento el Comité administrará o tendrá acceso a los recursos que son canalizados a través de los Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos, mismo que es suscrito entre la SECTUR y el Gobierno Estatal.

El objetivo del Comité Pueblo Mágico es el seguimiento permanente a través de reuniones periódicas de trabajo para coadyuvar en el desempeño de la localidad dentro del Programa Pueblos Mágicos.

2. El Comité Pueblo Mágico no podrá realizar bajo ninguna circunstancia acciones de proselitismo y/o ser politizado. En caso de que esta situación se llegara a presentar esta secretaría, la dependencia estatal de turismo y la autoridad municipal determinarán las acciones conducentes de manera conjunta.
3. El Comité Pueblo Mágico debe estar formado por las siguientes partes, teniendo como máximo 10 representantes que contarán con voz y voto.
  - a) Un representante de la dependencia estatal de turismo.
  - b) Un representante de la autoridad municipal.

c) Un representante del Instituto Nacional de Antropología e Historia.

d) Representantes sociales, como pueden ser:

- Asociación de restauranteros.
- Asociación de hoteles.
- Asociación de agencias de viajes.
- Asociaciones y cámaras de comercio.
- Colegio de arquitectos.
- Artesanos.
- Líderes de opinión

En caso de que en alguna localidad se cuente con participación de un mayor número de integrantes, estos podrán tener voz más no voto.

Asimismo, un representante de la SECTUR podrá asistir a las reuniones que así se requiera y contará con voz y voto.

4. Dentro del Comité Pueblo Mágico deberá de ser nombrado un Presidente que sea de representación social, este será elegido por votación de los miembros del mismo en la primera sesión de cada año.

Es necesario que se cuente con mayoría para que el Presidente sea aceptado. No existe impedimento para que quien ocupe el cargo de Presidente pudiese ser reelegido. Una vez elegido el Presidente, se deberá de redactar el acta en donde se le acredite como tal. Dicha acta deberá ser ratificada por todo el Comité.

Dentro de sus funciones se encuentran:

- Proporcionar las facilidades necesarias para que el Programa de Trabajo del Comité se lleve a cabo correctamente.
- Ser el interlocutor entre el Comité y los diferentes niveles de Gobierno.

- Ser el representante de la localidad en las reuniones de trabajo que así lo requieran.
  - Enviar por escrito a SECTUR un reporte semestral del avance del Plan de Trabajo Anual del Comité.
5. Es necesario que dentro del Comité se designe al Secretario, mismo que deberá ser el representante de la Dependencia Estatal de Turismo o el representante de la Autoridad Municipal.

Dentro de sus funciones se encuentran:

- Convocar con un mínimo de 5 días hábiles de anticipación, a las reuniones de trabajo a los integrantes del Comité Pueblo Mágico, especificando lugar, fecha y hora en donde se llevará a cabo la misma.
  - Redactar las minutas de todas las reuniones (figura 9), y de presentarlas ante los integrantes para recabar sus firmas.
  - Todas las minutas permanecerán bajo su resguardo, y deberán estar disponibles en caso de que la SECTUR las requiera.
  - Dar seguimiento a los acuerdos.
6. El Comité Pueblo Mágico deberá establecer un calendario en donde se establecerá la periodicidad de las reuniones, en donde mínimo deberán programarse 3 al año. En dichas reuniones se discutirán los avances del Plan de Trabajo del Comité, y el avance de los proyectos que se realicen en la localidad como parte del apoyo al desarrollo del Programa Pueblos Mágicos.
7. La Dependencia Estatal de Turismo deberá de acreditar por escrito ante la SECTUR la existencia del Comité, así como los datos del Presidente, también los nombres de los Integrantes y al sector que representan.

Asimismo, se deberá de indicar la periodicidad con que sesionará el Comité y se deberá de anexar su Plan de Trabajo Anual.

8. Para que el Comité sesione, será necesario contar con la presencia de la mayoría de sus Integrantes.
9. En las sesiones del Comité podrán participar ciudadanos, mismos que serán considerados como invitados, siempre y cuando se notifique a todos los miembros del Comité y la mayoría de su aprobación. Los invitados tendrán voz pero no voto y no deberá de exceder a 5 invitados por sesión.
10. En cada sesión deberá de hacerse un listado de asistencia. Dicho listado deberá contener la fecha, el nombre, la posición que ejerce y la firma. Este listado deberá de incluir a los invitados que hayan participado en dicha sesión. (Figura 10).
11. Al final de cada reunión se deberá redactar una minuta con los acuerdos correspondientes y esta deberá ser firmada por todas las partes. En caso de que alguno de los integrantes del Comité manifieste su inconformidad con los acuerdos, deberá de incluirse en la minuta.
12. En caso de que hubiese un punto de acuerdo que requiera de voto de calidad, este será emitido por la SECTUR y, en su ausencia por la Dependencia Estatal de Turismo.
13. El Comité Pueblo Mágico, deberá tener un plan de trabajo en donde se implementen los programas de la Secretaría de Turismo.
  - Programas de Competitividad, avalados por la Dirección General de Desarrollo de la Cultura Turística de la SECTUR.
  - Talleres de Desarrollo de Producto.
  - Programas de Capacitación, avalados por la Dirección General de Desarrollo

de la Cultura Turística de la SECTUR.

Figura 9. Formato de reunión de trabajo de Comité Pueblos Mágicos.

**Anexo 1**



**Reunión de Trabajo del Comité Pueblo Mágico**  
Localidad, Estado

Fecha y hora. (Especificar la fecha y hora de la Reunión de Trabajo).  
Lugar. (Especificar el lugar en donde se realiza la Reunión de Trabajo).

**Asistentes.** (Especificar los nombres y cargos dentro del Comité de los asistentes a la Reunión de Trabajo).

- Nombre. Cargo dentro del Comité.

**Orden del día**  
(Especificar los asuntos a tratar durante la Reunión de Trabajo).

**Acuerdos y seguimiento.** (Especificar cada uno de los acuerdos y el responsable del seguimiento).

1. Acuerdo y responsable del seguimiento.
2. Acuerdo y responsable del seguimiento.

**Firmas de los Integrantes del Comité.**

\_\_\_\_\_  
Nombre  
Cargo dentro del Comité

\_\_\_\_\_  
Nombre  
Cargo dentro del Comité

Fuente: Reglas de Operación Pueblos Mágicos (SECTUR, 2002).

Figura 10. Lista de asistencia a la reunión de trabajo del Comité Pueblos Mágicos.

**Anexo 2**



**Reunión de trabajo del Comité Pueblo Mágico**  
Localidad, Estado

Lugar: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

NOMBRE	CARGO DENTRO DEL COMITÉ	TELÉFONOS	E-MAIL	FIRMA

Fuente: Reglas de Operación Pueblos Mágicos (SECTUR, 2002).

Para que una localidad conserve el nombramiento que le otorga SECTUR como Pueblo Mágico, este tendrá que comprobar el cumplimiento mínimo de un 90% en los ejes de planeación, competitividad y fortalecimiento del destino y el cumplimiento en su totalidad de los criterios no negociables, entre los que se encuentra la integración del

Comité Pueblos Mágicos, el porcentaje restante que no logre acreditar se le otorgará un lapso no mayor a 90 días naturales, a partir de la fecha de dictaminación que emita el Comité Interinstitucional de Evaluación y Selección (CIES). Cuando una localidad pierda su nombramiento como Pueblo Mágico, ésta contará con un periodo de 1 año para realizar las acciones que subsanen las problemáticas por las cuales le fue revocado su nombramiento, y con ello podrá iniciar el trámite de solicitud para reincorporarse al Programa.

Cabe mencionar que una localidad solamente podrá reincorporarse al Programa en una ocasión (SECTUR, 2002:11).

El Programa ha sido exitoso, a tal grado que todos los estados del país cuentan con al menos un "Pueblo Mágico" que representa la diversidad cultural y natural de dichos estados (véase la figura 11).

Figura 11. Pueblos Mágicos de México.



*Fuente: Miriam Paredes / Diario en Imagen (2014).  
Gráfico: Gabriela Fernández.*

Actualmente existen 83 Pueblos Mágicos en México, de los cuales Michoacán cuenta con el mayor número de denominaciones, seguido de Puebla con 7 y el Estado

de México, Jalisco, Guanajuato y Zacatecas con 5 denominaciones cada uno (véase figura 12).

Figura 12. Estados con mayor número de denominaciones



Fuente: Arcelia Lortia / El Economista (2013).  
Gráfico: Edgar Zúñiga.

Con motivo del Día Mundial del Turismo, las autoridades federales encargadas de turismo anunciaron el relanzamiento del Programa Pueblos Mágicos, teniendo como ejes básicos la sustentabilidad, competitividad, tecnologías de la información y transversalidad, definidos como componentes del nuevo Modelo Integral de Gestión Inteligente de Destinos, ya que de acuerdo a sus estimaciones, este sector representa un instrumento efectivo que estimula el desarrollo turístico con el desarrollo comunitario. De la misma forma se anunció que por primera vez, en el Proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación 2015, se prevén recursos específicos para este programa del orden de 500 MDP, además se instruyó la elaboración de 83 Agendas de Competitividad y Sustentabilidad, para cada uno de los 83 Pueblos Mágicos (SECTUR, 2014).

## **4. PARTICIPACIÓN DE LOS COMITÉS PUEBLOS MÁGICOS EN EL DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL: CASO TEPOTZOTLÁN Y EL ORO, PUEBLOS MÁGICOS DEL ESTADO DE MÉXICO.**

### **4.1 Resumen**

En México, el turismo forma parte importante como actividad económica complementaria en el sector rural, por lo que toma relevancia en la política turística del país. Por esta razón se destinan apoyos económicos y se crean programas como el denominado Pueblos Mágicos. El Estado de México cuenta con cinco pueblos que recibieron este nombramiento gracias a la existencia de recursos naturales, culturales, humanos, etcétera y por la integración del Comité Pueblo Mágico (CPM), uno de los requisitos no negociables. El objetivo de esta investigación, es conocer la participación de los CPM de Tepotzotlán y el Oro, para destacar su aportación a la generación de desarrollo de las localidades. Se aplicaron 247 encuestas a diferentes actores. Los resultados muestran que: i) Los CPM carecen de un plan de trabajo que involucre a las comunidades rurales; y ii) existe desinformación de los alcances del programa hacia la población local. Se concluye que la falta de claridad en las reglas de operación del Programa Pueblos Mágicos y las escasas evaluaciones del mismo hace que no se cumplan los objetivos del programa y que el nombramiento solo beneficie a sectores urbanos del municipio; abriendo las brechas de desigualdad con la población rural.

**PALABRAS CLAVE:** turismo rural, organización, competitividad, brechas de desigualdad.

### **4.2 Abstract**

In Mexico, tourism is important as a complementary economic activity within the rural sector, taking on relevance in the country's tourism policy. For this reason,

financial support is received and new programs are created as the one called “Pueblos Mágicos”, or Magic Towns. The State of Mexico has five which have received that title thanks to the existing natural, cultural and human resources and given to the integration of a “Comité Pueblos Mágicos” (CPM), one of the non-negotiable requirements. The objective of this research is to know the participation of Tepozotlán’s and El Oro’s CPMs to highlight their contribution to the communities. Two hundred and forty seven different actors were surveyed. The results show that: i) The CPM lacks a work plan involving the rural communities, and ii) they are misinformed regarding the scope of the program toward the local population. It is concluded that the lack of clarity in the CPM’s operation rules, and its limited number of assessments result in the objectives of the program not being met, and the designation being beneficial only to urban sectors of the municipal area, thus widening the inequality gap with the rural population.

KEY WORDS: rural tourism, organization, competitiveness, inequality gap.

### **4.3 Introducción**

Las comunidades rurales, debido a que se encuentran alejadas de los centros urbanos y grandes conglomerados cuentan con una gran diversidad de recursos naturales y culturales que los identifican como comunidad; sin embargo, estas áreas rurales han sido poco desarrolladas y atendidas por sus respectivos gobiernos, por lo que el desarrollo de estas depende en gran medida del adecuado aprovechamiento que hagan de sus recursos.

Para entender mejor el concepto de desarrollo, una referencia se obtiene del primer informe de la ONU (1990), en un esfuerzo por explicar la dimensión humana de dicho concepto. En él se menciona que si bien es necesario aumentar la producción

nacional (PIB) para que las personas alcancen sus objetivos, también lo es el conocer cómo se traduce ese crecimiento en desarrollo humano en los diversos sectores de la sociedad (PNUD, 1990); por lo tanto, el desarrollo humano se define como un proceso en el cual se amplían las oportunidades del ser humano en tres aspectos: i) disfrutar de una vida prolongada y saludable; ii) adquirir conocimientos y iii) tener acceso a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida decente (PNUD, 1990).

Aunque el sector agrícola es la base productiva de las áreas rurales de muchos países, las demandas de las nuevas sociedades contemporáneas han provocado que surjan reestructuraciones en estas zonas, tomando al turismo rural como actividad económica complementaria, por lo que el sector servicios ocupa a la mayor parte de la población activa en el medio rural (Flores, 2011).

Por lo anterior, surgen enfoques como el de las “nuevas ruralidades” resultado de los cambios que ha sufrido el espacio rural debido a la globalización (Martínez, 2013), por lo que se da paso a otras actividades que complementan a las agrícolas y que se adaptan a las exigencias competitivas de los mercados y a sus nuevas necesidades.

Como consecuencia de estas nuevas ruralidades se empieza a tomar en cuenta al turismo rural como fuente de ingresos en las diversas comunidades, que se caracteriza por tratarse de un turismo de pequeña escala, de gestión local, de micro equipamientos recreativos y deportivos, etcétera, el cual estimula que los beneficios económicos y socioculturales generados por esta actividad se queden y se vean reflejados en el espacio rural (Flores, 2011).

De acuerdo con Flores (2011), la población local juega un papel fundamental en el desarrollo local de las comunidades, siendo pieza clave para garantizar un proceso de desarrollo turístico competitivo y sostenible. Para tal efecto, es necesario el desarrollo de

estrategias y enfoques que les den a las comunidades la oportunidad de desarrollar sus capacidades y mejorar la economía local.

El enfoque del desarrollo local destaca los valores territoriales, de identidad, diversidad y flexibilidad que han existido en el pasado en las formas de producción no basadas únicamente en la gran dimensión, sino en las características de un territorio determinado (Llorens, Albuquerque, & Del Castillo, 2002).

La participación activa de la población local permite el buen uso de los recursos y el desarrollo socioeconómico de las comunidades (Tello, 2010), por lo que la participación ciudadana también puede influir en el proceso de desarrollo económico local a través de las “asociaciones” (la cooperación, la colaboración, la coordinación o la asociación) locales entre dos o más grupos de agentes (incluidas las instituciones, las organizaciones comunitarias o privadas y las entidades gubernamentales). Estos comparten objetivos de desarrollo comunes (Tello, 2010) basados en la localización y operan dentro de relaciones sociales, culturales, económicas y políticas configuradas espacialmente.

A raíz de los problemas que enfrentan muchas localidades rurales en el mundo, los gobiernos de diversos países se han organizado para trabajar en conjunto y desarrollar programas y estrategias para combatir esta situación, ya que, de acuerdo a la OCDE (2007), las asociaciones locales son entidades territoriales producto de la necesidad de resolver un problema o alcanzar un objetivo (Tello, 2010).

Un ejemplo de las políticas de desarrollo que se han implementado para mejorar la situación de pobreza y exclusión en las localidades es el Programa LEED (Desarrollo Económico y Empleo Local) de la OCDE, que desde su creación en 1982, ha promovido el intercambio entre sus miembros, y la difusión con los países no miembros de experiencias e innovaciones en materia de desarrollo económico y social integrado,

además de la creación de empleos a nivel local. Esta organización, trabaja de cerca con países no miembros compartiendo conocimientos en el campo de la inclusión social, cooperación económica y desarrollo local (OCDE, CAF, DNP). Otro ejemplo en la Unión Europea es la iniciativa LEADER la cual fomenta el desarrollo sostenible, políticas de desarrollo regional y local que den como resultado la cohesión social y territorial (Tribunal de Cuentas Europeo, 2010). Esta estrategia es una red asociativa de actores públicos y privados locales que trabajan y crean estrategias que permitan el desarrollo local en el medio rural. Esta iniciativa puede ser analizada desde siete aspectos esenciales; el enfoque territorial, el enfoque ascendente, los grupos de acción local (G.A.L.), la innovación, el enfoque integrado, la integración en red y el financiamiento. (LEADER, 2000). En el caso específico de los Grupos de Acción Local (G.A.L.) o Grupos de Desarrollo Rural (G.D.R.) su importancia radica en que se han convertido en verdaderos impulsores del desarrollo del programa en particular y del desarrollo socioeconómico de sus comarcas en general (ReDR, 2008). Este tipo de programas trabajan bajo la premisa de que las regiones deben basar sus estrategias en valores, conocimientos, habilidades y otras ventajas competitivas locales para lograr un desarrollo socioeconómico duradero y sustentable.

En el caso de México, la política turística ha pasado por tres etapas fundamentales que han marcado la evolución de sector turístico, estas son: i) fordista: comienzos del turismo en donde los gobiernos ven a esta actividad capaz de sostener la economía nacional, desarrollo local y bienestar social, se elaboran productos estandarizados a menor costo; ii) posfordista o Nueva Era del Turismo (NET): se empieza a ver al turismo con influencias globalizadoras por lo que los productos se vuelven heterogéneos y se deja de lado al turismo de masas; y iii) La Nueva Política Turística (NPT) o Era de la Globalización: se reformulan las políticas turísticas para dar cabida a

todos los involucrados en la actividad turística (Enríquez, 2012), esta última etapa se divide en tres niveles: El primero se refiere a las Administraciones locales y regionales; nivel en el que se comenzó a tomar en cuenta la opinión de la sociedad en general, se ve al turismo como una industria de rápido crecimiento, creación de empleos y sobre todo que contribuye con el cuidado ambiental y el desarrollo sustentable en áreas rurales Chuch et al, 2000 en Enríquez, 2012; el segundo abarca las Administraciones Nacionales, en este nivel, Enríquez (2012) menciona que la política turística incluye distintos niveles de la Administración Pública, donde la coordinación, cooperación y colaboración se debe llevar en conjunto con las comunidades locales y el sector privado; y finalmente el tercer nivel se relaciona con las administraciones y organismos supranacionales, se enfoca en la inversión extranjera como principal desarrollo de la creación de empleos, sin embargo, Vogler citado por Dredge & Jenkins (2003) menciona que dentro de la sociedad se rechaza la cooperación global para las acciones locales puesto que las decisiones deben estar a cargo de la población local y no deben de intervenir intereses supranacionales.

En México, la Secretaría de Turismo (SECTUR) es la dependencia encargada de formular y conducir la política de desarrollo de la actividad turística nacional, estimular la formación de asociaciones, comités y patronatos de carácter público, privado o mixto de naturaleza turística, entre otras atribuciones (SECTUR, 2014), por lo que, para que se lleve a cabo un desarrollo turístico en el país, se crean una serie de productos turísticos que estimulan la llegada de turistas nacionales, así como internacionales.

Para México, la actividad turística se ha identificado como un sector impulsor de desarrollo nacional. Por mencionar algunas cifras, el Banco de México reportó que el número de turistas internacionales que viajó a México en el 2013 alcanzó los 23.7 millones, registrando un crecimiento con respecto al año anterior de 1.4%, cifra que se

convierte en el nuevo máximo histórico. En cuanto al ingreso de divisas también se registró un máximo histórico con 13.8 mil millones de dólares, con esta cifra se supera lo registrado en 2008 que fue de 13.3 mil millones de dólares (DATATUR, 2013).

Por lo anterior, se puede observar que el turismo es uno de los sectores económicos más importantes y dinámicos en México, por tal razón la Secretaría de Turismo ha desarrollado productos turísticos a lo largo de toda la República Mexicana con el objetivo de detonar un desarrollo social y económico aprovechando tanto sus recursos naturales como culturales. Algunos de estos productos turísticos son: Bloque Pacífico, Frontera Norte, Mundo Maya, Tesoros Coloniales y Virreinal (SECTUR, 2014). De esta misma gestión de destinos y bajo el mismo objetivo se desprende el Programa Pueblos Mágicos, destinado a revalorar a un conjunto de poblaciones que han sabido resguardar la esencia de sus pueblos a través de su historia, leyendas y hechos trascendentes que los hacen únicos e irrepetibles.

El Programa Pueblos Mágicos inició en el año 2001 y para el 2014 hay 83 nombramientos. Una de las reglas para que una localidad sea acreedora al nombramiento es que esta cuente con una población base de 20,000 habitantes. En caso de que las localidades excedan el número de población que establece el programa por sus atributos, riqueza cultural y natural, y manifestaciones históricas puede ser considerada para que forme parte del programa (SECTUR, 2002).

Entre los objetivos del programa se encuentran estructurar una oferta turística complementaria aprovechando la singularidad de las localidades para la creación de productos turísticos, poner en valor los atractivos de las localidades como lo son la gastronomía, artesanías, amenidades y comercio en general; también, algunos de los objetivos más importantes y que alude al desarrollo local de las comunidades, es que las comunidades receptoras de las localidades participantes aprovechen y se beneficien del

turismo como actividad redituable y sean una opción de negocio, de trabajo y de forma de vida (SECTUR, 2002), por lo que el programa en su implementación supone una mejora en la calidad de vida de los habitantes de cada localidad y sobre todo la oportunidad de acceder a los mismo beneficios.

Como se ha mencionado, la participación de la población local en proyectos que beneficien a la comunidad en general es de vital importancia ya que las acciones que se realicen serán por y para los residentes, logrando así una igualdad de oportunidades. Por lo tanto, para que todos los objetivos del programa se lleven a cabo es necesaria la participación e involucramiento de la sociedad y de las autoridades locales, de tal forma que en las reglas de operación del programa se requiere la integración de un Comité Pueblo Mágico que muestre la participación de la población e induzca la acción colectiva. Esto se contempla en el apartado denominado “Compromiso con la sociedad local” ya que al igual que en la estrategia LEADER los Grupos de Acción Local (G.A.L) son los agentes detonantes del desarrollo socioeconómico local en las comunidades (De los Ríos & *et al.*, 2011).

Por lo tanto, esta investigación tiene como objetivo analizar si los Comités Pueblos Mágicos de Tepetzotlán y El Oro trabajan para coadyuvar en el desarrollo local y la disminución de desigualdad entre la población local, logrando así la permanencia del nombramiento para beneficio de las localidades en general. Para ello se presenta la siguiente hipótesis: El Programa Pueblos Mágicos ha permitido, en los municipios de Tepetzotlán y El Oro reducir la brecha de desigualdades que existen entre sus localidades para lograr un desarrollo turístico local generalizado.

#### **4.4 Descripción y Metodología**

Los dos municipios que forman parte de esta investigación son Tepetzotlán y El Oro de Hidalgo, pertenecientes a los cinco Pueblos Mágicos del Estado de México. Se eligió a Tepetzotlán ya que fue el primer municipio del Estado de México en lograr el nombramiento (2002), y actualmente se encuentra en una etapa de desarrollo. El Oro se eligió por ser el Pueblo Mágico del Estado de México con mayor población rural, además por ser de los más recientes en obtener el nombramiento.

La investigación es un estudio de caso con un enfoque Mixto (Cualitativo y Cuantitativo) de diseño transversal. Para la obtención de datos se apoya en tres tipos de encuesta; mismas que fueron aplicadas a los integrantes de cada Comité Pueblos Mágicos, población rural aledaña a los Pueblos Mágicos y comercios de las mismas localidades.

El tamaño de la muestra se determinó por muestreo estratificado de la población y de los comercios; teniendo para Tepetzotlán 115 encuestados y para El Oro 110.

Además de los integrantes por cada Comité Pueblos Mágicos, teniendo un total de 247 cuestionarios.

La ecuación que determina el tamaño de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{N * p * q}{[(N - 1 / Z^2) * d^2] + p * q}$$

Muestreo de proporciones con varianza máxima

n Tamaño de muestra

N Universo de estudio (población beneficiada)

p Probabilidad de éxito

q Probabilidad de fracaso

d Precisión

Z Valor de Z para el nivel de confiabilidad de 90, 95 o 99%

La investigación de campo se realizó del 23 al 30 de julio de 2014 y los resultados obtenidos se analizaron mediante el programa SPSS.

Para el Municipio de Tepetzotlán las comunidades que se visitaron fueron: Lanzarote, Barrio de la Luz, Ejido Santiago Cuautlalpan, San Miguel Cañadas, La Concepción, Cañada de Cisneros y la Cabecera Municipal.

El Municipio de Tepetzotlán tiene una superficie de 209.08 km<sup>2</sup>, se localiza entre las latitudes 19° 38' 50" y 19° 47' 30" al norte del Ecuador y entre las longitudes 99° 11' 30" y 99° 25' 10" al oeste del meridiano de Greenwich. La altitud varía entre los 2250 y los 2950 metros sobre el nivel del mar. La cabecera municipal es el pueblo de Tepetzotlán que se localiza a los 19° 42' 50" de latitud norte y a los 99° 13' 24" de longitud oeste del meridiano de Greenwich. Con una altitud de 2285 msnm.

Este municipio se ubica a 42.5 Km. de la ciudad de México, sobre la autopista México-Querétaro hacia el noreste del Valle Cuautitlán -Texcoco. Pertenece a la región IV Cuautitlán Izcalli, limita al norte con los Municipios de Huehuetoca y Coyotepec, ambos del Estado de México y con Tepeji del Río, del Estado de Hidalgo; al sur con los Municipios de Cuautitlán Izcalli y Nicolás Romero, ambos del Estado de México; al oriente con los Municipios de Coyotepec, Teoloyucan, Cuautitlán y Cuautitlán Izcalli, todos del Estado de México; al poniente con los Municipios de Villa del Carbón y Nicolás Romero, ambos del Estado de México.

Como dato importante y para caracterizar al Municipio de Tepetzotlán, este genera un Producto Interno Bruto (PIB) per cápita (pesos a pesos corrientes de 2005) de 10,545 en dólares y 74,616 en pesos. De acuerdo al Índice de Marginación se registra en "muy bajo", según CONAPO (2010).

La población económicamente activa asciende a 66,652 de los cuales 1,280 se dedican a la agricultura, ganadería, caza y pesca, 11,787 al sector industrial, 20,630 al sector servicios y 619 no está especificado (H. Ayuntamiento Constitucional de Tepetzotlán 2013-2015)

Entre los recursos culturales que convirtieron a Tepetzotlán en Pueblo Mágico se encuentran el Ex Convento de San Francisco Javier, cuya fachada ha sido llamada “La joya de la corona del arte churrigueresco en México” también reconocido por la UNESCO en el 2011 como Patrimonio Cultural de la Humanidad, en este mismo edificio se encuentra el Museo Nacional del Virreinato, el segundo recinto histórico-museístico más relevante de México el cual alberga una amplia colección de pinturas, esculturas, artes decorativas y libros antiguos (INAH, 2007). Entre los recursos naturales se encuentra el Centro Ecoturístico y de Educación Ambiental “Arcos del Sitio” donde se localiza el Acueducto de Xalpa, acueducto monumental del siglo XVII, de cuatro niveles, 43 arcos, 61 metros de altura y 438 metros de longitud en donde se puede practicar el senderismo, el ciclismo de montaña y la contemplación de bellos paisajes; también cuenta con el Parque Ecológico Xochitla donde se realizan diversas actividades culturales y recreativas (Pueblos de México, 2009).

Para el caso del Municipio de El Oro las comunidades visitadas fueron: San Isidro Ejido de Tapaxco, La Mesa, Yomeje, Citeje, Santa Rosa de Guadalupe, Ejido San Nicolás El Oro (Agua Escondida), Tapaxco, Endotejiare, Barrio San Isidro, Pueblo Nuevo de los Ángeles, La Magdalena Morelos, Pueblo Nuevo Los Ángeles, Santa Cruz El Tejocote, Buenavista, Adolfo López Mateos, San Nicolás El Oro, San Nicolás Tultenango, Santiago Oaxtepan, La Concepción y la Cabecera Municipal.

El Municipio de El Oro de Hidalgo cuenta con una superficie de 137,9 km<sup>2</sup>, pertenece a la Región II Atlacomulco y esta ubicado en la serranía de Tlalpujahuá, al

noroeste del Estado de México en los límites con el Estado de Michoacán. Colinda al norte con Temascalcingo, al sur con San Felipe del Progreso y San José del Rincón, al este con Jocotitlán y al oeste con Tlalpujahua (Estado de Michoacán).

La población económicamente activa de El Oro asciende a 11,886; de las cuales la población ocupada en el sector primario es de 2,794, sector secundario 2,349, comercio 149 y servicios 3,093 (H. Ayuntamiento de El Oro, 2013-2015), por lo que el Producto Interno Bruto (PIB) per cápita (pesos a precios corrientes de 2005) del municipio es de 4,895 en dólares y 34,640 en pesos (IGECEM, 2012), mientras que el Índice de Marginación es “medio”, según CONAPO (2010).

Algunos de los recursos culturales con los que cuenta el Municipio son el Museo de Minería, ya que El Oro junto con Tlalpujahua (Michoacán) fueron dos de las provincias mineras más ricas y productivas. Las minas de El Oro fueron explotadas desde el siglo XVII y es hasta fines del siglo XIX que alcanzaron su mayor producción. El Palacio Municipal es de construcción estilo neoclásico francés y art nouveau, en el pórtico se puede admirar un mural intitulado “El Génesis Minero”. Otro recinto es el Teatro Juárez también de estilo neoclásico francés que al interior tiene una decoración morisca con motivos vegetales. No puede faltar la Estación del tren, importante en aquella época de la minería, además de la Casa de Artesanías. Un importante recurso natural es la Presa Brockman rodeada de bosques de pinos y cedros en donde se puede practicar la pesca deportiva de trucha (México Desconocido, 2011).

## **4.5 Resultados y Discusión**

### **4.5.1 Caracterización de la población**

Se encuestaron 134 personas de 7 localidades de Tepetzotlán incluyendo la cabecera municipal y 19 localidades de El Oro incluyendo la cabecera municipal. La edad de los encuestados oscila entre los 18 y 83 años, teniendo una edad promedio de

39 años. El 64% fue femenino y 36% masculino. De los resultados se puede observar que 63% mencionó estar casado mismos que presentan una escolaridad máxima de secundaria terminada. Después de las personas casadas el porcentaje más alto lo presentan las personas solteras que representan 17%; teniendo una escolaridad máxima de universidad terminada.

El desarrollo humano es un proceso dinámico y ligado al contexto local (PNUD, 2014), por lo que de acuerdo al Informe sobre Desarrollo Humano 2010, a nivel mundial México es un país con desarrollo humano alto (0.739), sin embargo, los resultados del Índice de Desarrollo Humano Municipal en México (2010) muestran que existe una desigualdad en desarrollo humano a nivel local.

Con lo que respecta al índice de educación para México, en el 2010 el grado promedio de escolaridad nacional era de 8.6, esto es, el número de grados que en promedio ha cursado la población mayor de 15 años, por lo que el Estado de México se encuentra arriba de la media al registrar 9.1, lo que equivale a la secundaria concluida (INEGI, 2010). En el caso del Municipio de El Oro se tiene un promedio de escolaridad de 7.41 (H. Ayuntamiento de El Oro, 2013-2015); mientras que para el municipio de Tepetzotlán es de 8.8 (CONEVAL, 2010). Ambos promedios dan como resultado que la población mayor de 15 años tiene una escolaridad de secundaria trunca. Lo anterior se corrobora con las encuestas aplicadas, ya que para los municipios de El Oro y Tepetzotlán comparten el mismo nivel de escolaridad que es secundaria terminada, por lo que se deduce que el desarrollo humano de ambos municipios, con respecto a la educación, se encuentra en un nivel medio, ya que entre mayor educación, mayor desarrollo humano (PNUD 2010), aunque de acuerdo con el PNUD (2010), el Índice de Desarrollo Humano de El Oro es de 0.6607 (alto) y Tepetzotlán .7205 (muy alto).

De acuerdo a los lineamientos de la política pública, una manera de combatir las desigualdades de desarrollo en México es atender a los municipios que presentan un menor IDH, por lo que es pertinente unir esfuerzos para la disminución de los rezagos en materia educativa, ya que es la dimensión del desarrollo humano la que presenta mayor desigualdad a nivel nacional (PNUD, 2014).

Las poblaciones que registraron mayor número de encuestados en Tepetzotlán fueron Barrio de la Luz con el 15% y la Concepción con el 8%. Para El Oro fue el ejido de Santiago Cuautlalpan con un 16% y Pueblo Nuevo Los Ángeles con 9%. De acuerdo a CONEVAL (2010) las localidades antes mencionadas pertenecen a zonas rurales por tener menos de 2,500 habitantes, mismas que presentan carencias por rezago educativo.

Lo anterior se debe a que de acuerdo al Índice de ruralidad (OCDE, 2005) El Oro es un municipio rural disperso con un PIB de 2,119.16 (2005) y accesibilidad de 1536 minutos, esto es, el tiempo promedio de recorrido entre la cabecera municipal y sus localidades. Por su parte Tepetzotlán es un municipio urbano intermedio con un PIB 5,345 (2005) y accesibilidad de 25.5 min.

De las personas encuestadas 52% se dedica al hogar, seguido de 13% que representa a los comerciantes y finalmente 8% pertenece a los agricultores. El 69% realiza su actividad económica en su misma localidad o localidades cercanas pero no en la cabecera Municipal. De lo anterior se puede enfatizar que el sector servicios, específicamente turísticos, no figura como actividad económica en las zonas rurales por la falta de proyectos en estas zonas, ya que el Programa Pueblos Mágicos centra su inversión en la imagen urbana de la cabecera municipal. Al invertir todo el apoyo del Programa Pueblos Mágicos en la cabecera municipal se dejan de lado las necesidades de la población rural que también requieren del apoyo del programa para aprovechar los recursos que hay en sus localidades, por lo tanto, las desigualdades entre la cabecera

municipal y las zonas rurales se acentúan. Así mismo, las desigualdades resultantes de los procesos de inclusión/exclusión son producidas por los mismos mecanismos de inclusión (Cathalifaud, 2012), en este caso, por tomar únicamente a la cabecera municipal como beneficiaria del programa.

El discurso que las autoridades de la Secretaría de Turismo mencionan, se refiere a que el turismo se ha convertido en una herramienta importante para el desarrollo social "por su capacidad para integrar la identidad local, una cadena de valores, inversiones en infraestructura, crecimiento de los servicios públicos y por su capacidad para integrar regiones y grupos de personas que han sido tradicionalmente excluidos a ser incluidos en la dinámica de crecimiento social mujeres, indígenas, jóvenes" (Ramírez, 2014); sin embargo, de acuerdo con los resultados obtenidos, el turismo por medio del Programa Pueblos Mágicos no ha logrado reducir los indicadores socioeconómicos del índice de marginación (educación, vivienda, distribución de la población e ingresos) ya que se ha visto la exclusión de diversos grupos sociales, específicamente, las poblaciones rurales, al no gozar de los beneficios del desarrollo que supone el programa; lo que si se observa es una ampliación en la brecha de desigualdades dentro de las comunidades.

La marginación se asocia a la falta de oportunidades sociales, así como a la ausencia de capacidades para adquirirlas o en su defecto generarlas, pero también se relaciona a la inaccesibilidad que tiene la población a bienes y servicios que son fundamentales para lograr un bienestar (CONAPO, 2013). Si bien es cierto que las condiciones territoriales en las que se encuentran las poblaciones rurales hace difícil que los beneficios de dicho programa se hagan presentes debido a que en su mayoría las poblaciones rurales se encuentran en zonas agrestes de difícil acceso; también es cierto que se pueden desarrollar proyectos incluyentes que beneficien a dichas poblaciones

con el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales con los que cuentan las comunidades, que en su mayoría se han conservado en buen estado gracias a la misma lejanía que se tiene de los centros urbanos. De esta manera se puede ejercer la Política Nacional Turística en sus cuatro ejes fundamentales: ordenamiento y transformación sectorial; innovación y competitividad; fomento y promoción; así como sustentabilidad y beneficio social.

En el marco de los festejos por el Día Mundial del Turismo 2014, el Presidente de México, Enrique Peña Nieto, afirmó que “el turismo es una gran herramienta social ya que reduce las brechas de desigualdad y permite el avance de las comunidades, por lo que el Gobierno Federal ha establecido que este sector es prioritario para convertir a México en un destino de clase mundial” (Lara, 2014); sin embargo, de acuerdo a cifras obtenidas del Consejo Nacional de Población (2000, 2005 y 2010), las desigualdades que existen entre las poblaciones rurales y la cabecera municipal en el caso de Tepotztlán se ven reflejados en los índices de marginación y el grado de marginación (cuadro 32), ya que desde el 2002, año en el que la localidad obtuvo el nombramiento, la cabecera municipal ha mantenido un grado de marginación muy bajo en los últimos 10 años, mientras que cuatro de las localidades rurales encuestadas registraron un aumento en el grado de marginación del 2005 al 2010. Es importante señalar que el presupuesto del Programa Pueblos Mágicos, destinado a este municipio se centra en la cabecera municipal.

Cuadro 32. Índice de Marginación y Grado de Marginación, localidades seleccionadas de Tepetzotlán.

Nombre de la Localidad	2000		2005		2010	
	Índice de marginación	Grado de Marginación	Índice de Marginación	Grado de Marginación	Índice de Marginación	Grado de Marginación
Tepetzotlán	-1.910129585	Muy bajo	-1.598789117	Muy bajo	-1.403792837	Muy bajo
Cañada de Cisneros	-1.506374131	Bajo	-1.258726617	Bajo	-1.164916077	Bajo
San Miguel Cañadas	-1.063677848	Medio	-1.115659808	Bajo	-0.993187913	Medio
La Concepción	-1.004859563	Medio	-1.094202182	Bajo	-0.999264772	Medio
Lanzarote	0.268060302	Alto	1.22050558	Muy alto	1.304671319	Muy alto
Ejido Santiago	-1.097363973	Medio	-1.104839159	Bajo	-0.89266969	Medio
Barrio de la Luz	-1.29204244	Medio	-1.028997573	Bajo	-1.090335412	Bajo

*Fuente: Elaboración propia con datos de la CONAPO, Índice de Marginación 2000, 2005 y 2010 (2014).*

Para el caso del Pueblo Mágico de El Oro, hasta el momento no se podría tener una comparación del grado de marginación ya que el nombramiento lo recibió en el año 2011; sin embargo, se puede tener un histórico de las cifras obtenidas desde el 2005 y comparar las cifras del 2010, con las que se obtengan en el 2015 para determinar si se ha disminuido o no el Grado de Marginación a partir de dicho nombramiento (ver Cuadro 33).

Cuadro 33. Índice de Marginación y Grado de Marginación, localidades seleccionadas de El Oro.

Nombre de la Localidad	2000		2005		2010	
	Índice de Marginación	Grado de Marginación	Índice de Marginación	Grado de Marginación	Índice de Marginación	Grado de Marginación
El Oro de Hidalgo	-1.874877291	Muy bajo	-1.513263466	Muy bajo	-1.320978669	Bajo
Adolfo López Mateos	-0.730835265	Alto	-0.677435447	Alto	-0.580008369	Alto
Ejido San Nicolás el Oro (Agua Escondida)	-0.743279148	Alto	-0.705587597	Medio	-0.691836172	Alto
Buenavista (Buenavista Tapaxco)	-0.576758544	Alto	-0.586353201	Alto	-0.472026717	Alto
Citeje	-0.534179028	Alto	-0.377865266	Alto	-0.002760385	Alto
La Concepción (La Concepción Segunda)	-0.499061350	Alto	-0.559634197	Alto	-0.457097575	Alto
Endotejiare	-0.732443191	Alto	-0.620525656	Alto	-0.503543227	Alto
La Magdalena Morelos	-0.312036447	Alto	-0.27117147	Alto	0.039501233	Alto
La Mesa	0.176318553	Alto	-0.335880034	Alto	-0.038059917	Alto
PNuevo de los Angeles (Pueblo Nuevo)	-0.388996668	Alto	-0.342292257	Alto	-0.363111404	Alto
San Nicolás Tultenango	-0.341499091	Alto	-0.385641842	Alto	-0.576684321	Alto
Santiago Oxtempan	0.103392190	Alto	-0.044608099	Alto	0.007319182	Alto
Tapaxco	-1.658714862	Bajo	-1.424646459	Muy bajo	-1.051198557	Medio
Santa Cruz el Tejocote (El Tejocote)	-0.639359026	Alto	-0.384266093	Alto	-0.431431526	Alto
Yomeje	-0.353141094	Alto	-0.219836355	Alto	-0.21784341	Alto
San Isidro Ejido de Tapaxco	-0.059538917	Alto	-0.086088346	Alto	0.051449004	Alto
San Nicolás el Oro (San Nicolás)	-1.512135576	Bajo	-1.197677354	Bajo	-0.999615838	Medio
Santa Rosa de Guadalupe	-0.562584480	Alto	-0.507534524	Alto	-0.488469901	Alto

Fuente: Elaboración propia con datos de la CONAPO, Índices de Marginación 2000, 2005, y 2010 (2014).

#### 4.5.2 Conocimiento sobre los Pueblos Mágicos

Como ya se ha mencionado con anterioridad, el nombramiento como Pueblo Mágico se le otorga a las localidades que han sabido guardar su riqueza natural,

cultural y manifestaciones históricas; así como leyendas y hechos históricos, en esencia, un pueblo original; sin embargo, a pesar de que el programa ya tiene casi 13 años operando, solo el 50% de los encuestados conoce que es y lo que implica que su localidad sea acreedora al nombramiento de Pueblo Mágico, por lo que es importante enfatizar dichos nombramientos mediante campañas de comunicación dirigidas a los habitantes del pueblo (SECTUR, 2008).

Por otro lado, 90% de los encuestados dicen tener conocimiento de que su municipio tiene el nombramiento de Pueblo Mágico. 39% se enteró por medio de los letreros, espectaculares y anuncios que se encuentran en los accesos principales a la cabecera municipal como en algunas carreteras aledañas y sólo 13% sabe con exactitud el año en que se obtuvo dicho nombramiento, lo que muestra que a pesar de saber que su localidad tiene el nombramiento de Pueblo Mágico, desconocen la importancia y alcances que dicho nombramiento implica.

La Secretaría de Turismo en una evaluación realizada en el 2008, menciona que entre los aspectos que no han funcionado del programa, destaca la sensibilización en la comunidad con un 16.2% (SECTUR, 2008), esto debido a la poca o nula información que se le da la población local. Por lo que la coordinación entre los tres niveles de gobierno es de vital importancia para la realización de cursos y talleres para fomentar una cultura turística. Entre los aspectos que deben ser mejorados de acuerdo al estudio de SECTUR (SECTUR, 2008) es la coordinación institucional 17.6%, seguimiento y evaluación del programa 15.6% así como el fortalecimiento del Comité Turístico Pueblo Mágico con un 3.9%, ya que de este último depende en gran medida que los objetivos del programa se empaten con los intereses de la sociedad para lograr un mayor nivel de involucramiento.

Algunos de los cambios positivos que la población ha visto en su localidad a partir del nombramiento es la mejora de los servicios públicos con 44%, esto es la creación de nuevas carreteras, alumbrado público, etcétera seguido de la llegada de turistas con un 36% y finalmente mejora de la imagen urbana con 30%. Este último aspecto es uno de los apartados que si ha funcionado dentro del Programa Pueblos Mágicos de acuerdo a la evaluación de SECTUR (2008).

Con respecto a los cambios negativos, de acuerdo a los encuestados, se encuentra que los turistas que llegan al municipio solo visitan la cabecera municipal 41%, esto se debe en gran medida porque la inversión que se realiza una vez que se da el nombramiento es para la mejora de la imagen urbana y esta se centra únicamente en la cabecera municipal, por lo que para equilibrar los beneficios del programa es un reto desarrollar productos que pongan en valor los recursos de las localidades aledañas para que se logre un desarrollo integral de la población en general, ya que 34% de los encuestados mencionan que hasta el momento la población que se encuentra a los alrededores de la cabecera municipal no ha visto ningún beneficio directo del Programa Pueblos Mágicos en su localidad.

#### **4.5.3 Comité Pueblo Mágico**

Como lo mencionan las reglas de operación, “El Programa Pueblos Mágicos requiere de la participación y coordinación de esfuerzos entre instituciones públicas, privadas y comunitarias” (SECTUR, 2002:16). Por lo tanto, el Comité Pueblo Mágico surge como una herramienta que permite el vínculo entre los tres niveles de gobierno y la población local, razón por la que se vuelve una de las reglas no negociables del programa.

Sin embargo, como ya se mencionó con anterioridad, el desconocimiento que tiene la población con respecto al Programa Pueblos Mágicos hace que 75% de los encuestados también desconozcan la existencia de un Comité Pueblo Mágico, y que de los pocos (8%) que tienen conocimiento de dicho comité se hayan enterado porque están relacionados con autoridades locales y municipales (Presidente Municipal, Delegados, etcétera). Lo anterior evidencia que la información se mueve solamente en ciertos niveles, por lo que es necesario institucionalizar la operación tanto del Comité Interinstitucional, la Comisión de Evaluación y Seguimiento, así como de los Comités locales de Pueblos Mágicos (SECTUR, 2013).

El 25% de los encuestados que dijeron tener conocimiento de la existencia de un Comité Pueblo Mágico mencionó que entre las actividades que debe realizar el Comité se encuentra, fungir como vínculo entre los tres niveles de gobierno y la población local, en la cual, mediante una escala de Likert (escala psicométrica que mide actitudes) con un rango de 1 a 5, en donde 1 nunca, 2 es casi nunca, 3 a veces, 4-Casi siempre, 5-siempre, (se tiene como resultado 3, esto es, que sólo “a veces” el Comité realiza esta función, por lo que es importante definir las reglas para el funcionamiento del Comité Pueblos Mágicos; así como los mecanismos para evaluar su desempeño.

El enfoque descendente representa el poder y la presencia del gobierno central, mientras que, cuando se toma en cuenta a la población para el diseño y ejecución de proyectos se habla del modelo ascendente, el cual responde a las estrategias realizadas por los actores locales (población local) para hacer prevalecer sus intereses locales (Carvajal, 2011). Entre las estrategias del enfoque ascendente destacan: los mecanismos endógenos de innovación; el desarrollo a partir de la iniciativa local; el desarrollo orientado al saber, la acción política, y la nueva gobernabilidad local (Stöhr 2003 en Carvajal, 2011). Por lo que se propone aplicar el enfoque ascendente en las acciones que

realice el Comité Pueblos Mágicos, así como estimular la participación de las localidades aledañas a la Cabecera Municipal, iniciando con las necesidades de la población rural, ya que son las más vulnerables. Para Arocena (1995), se trata de un enfoque que denomina microdesarrollista, el cual “plantea la emergencia de actores locales en el área económica, social o cultural, capaces de imponer el interés local. En esta visión el territorio no se ordena desde el centro, sino que se crean formas político-administrativas que contribuyen a que las sociedades locales se autogobiernen” (Carvajal, 2011: 25).

Con respecto a la participación social requerida por el Programa la Secretaría de Turismo menciona que tampoco es atendida, ya que en un estudio realizado en el 2008 arroja que el 48% de las localidades no cuentan con el Comité Turístico “Pueblos Mágicos”, o no opera con regularidad (SECTUR, 2008), situación que debe remediarse con las nuevas reglas de operación ya que del trabajo que realice el Comité depende el grado de desarrollo que alcancen las comunidades.

En lo que respecta a la participación de los Comités Pueblos Mágicos, los resultados obtenidos muestran que los integrantes están conscientes de que los proyectos turísticos e imagen urbana se ha centrado en la Cabecera Municipal a pesar de que la idea principal del programa era que los turistas aprovecharan su estancia en algún centro turístico, ya sea de ciudad o playa, para conocer poblados atractivos en los alrededores, o que los turistas que viajan por carretera se sintieran atraídos por alguna localidad que encontraran a su paso y se detuvieran para conocer y hacer uso de los servicios ofrecidos por los mismos pobladores (Armenta, 2014). Parte de los recursos que pueden ser atractivos para el turismo se encuentran en las zonas rurales de los municipios; la población local es la que conoce sus recursos y sabe aprovecharlos de una manera sustentable, por lo que es importante que los integrantes del Comité sean

habitantes de dichas localidades, pero no solo de la cabecera municipal, sino representantes de todas las comunidades rurales que externen las necesidades de cada una de ellas y se trabaje en conjunto para lograr un desarrollo integral para así lograr reducir las brechas de desigualdad entre la población.

#### **4.5.4 Conocimiento sobre la comunidad**

Para el desarrollo y creación de productos turísticos, no solo en la cabecera municipal, sino en todas las localidades aledañas a esta, es necesario realizar un diagnóstico de los recursos naturales y culturales con los que cuenta cada una de ellas, por lo que se le preguntó a la población de estas localidades cuales eran los recursos de su comunidad que pudieran integrarse a los atractivos del municipio. En cuanto a recursos naturales se mencionó los cuerpos de agua con un 54%. Ejemplo de estos en Tepetzotlán es la Presa Concepción y para el caso de El Oro están el Río de temporal en Yomejé, Manantial Ojo de Agua, El Chorrillo, pozas en la Jordana, así como la Presa el Salto y Presa Brockman; aunque esta última ya es aprovechada turísticamente por el municipio.

Para el caso de los recursos culturales que pudieran ser aprovechados por el municipio y ser valorados por sus atributos se encuentran las tradiciones, de las cuales sobresalen las fiestas patronales con un 73%. Cada una de las localidades encuestadas guarda costumbres y tradiciones dignas de ser aprovechadas y conocidas por los visitantes. La celebración es dedicada a alguna imagen religiosa vinculada con la tradición católica que se complementa con rituales, danzas, vestimenta especial, etcétera, misma que puede ser un factor avanzado de competitividad turística que contribuya a generar recursos económicos para las localidades receptoras (Perles, 2006).

Otro recurso para el caso del Municipio de El Oro que puede ser aprovechado es la lengua mazahua, ya que la población perteneciente a esta etnia se encuentra asentada

en la parte noroeste del Estado de México y en una pequeña área del oriente del estado de Michoacán. Los municipios que componen la región mazahua son 11, de los cuales 10 se localizan en el Estado de México y uno de ellos es el Oro de Hidalgo (CDI, 2009). Debido a su escaso desarrollo se puede aprovechar la lengua mazahua para diseñar cursos, exclamación de poesía en la misma lengua en eventos culturales, etcétera. que permitan rescatar esta tradición además de dar empleo a las personas pertenecientes a esta etnia.

#### **4.6 Conclusiones**

La situación que se vive en Tepetzotlán y El Oro, ambos Pueblos Mágicos del Estado de México, es similar. La brecha de desigualdades entre la población se ha ampliado al tomar en cuenta únicamente a la Cabecera Municipal como beneficiaria del Programa Pueblos Mágicos, esto es el resultado de los procesos de inclusión/exclusión que han resultado del mismo programa.

La correcta aplicación del enfoque ascendente es una posible vía que tome fuerza gracias al trabajo organizado de la comunidad, misma que debería de ser desarrollada e implementada por los Comités Pueblo Mágico de cada localidad que al ser integrados por miembros de localidades tanto urbanas como rurales pueden desarrollar proyectos aprovechando los recursos con los que cuenta cada una de ellas. Diversificar la oferta turística y repartir los beneficios en todas las localidades independientemente que tan cerca o lejos se encuentren de la cabecera municipal que fue llamada Pueblo Mágico, como una manera de disminuir las desigualdades que actualmente existen al obtener apoyos gubernamentales solo dichas cabeceras.

Es necesario fortalecer la espina dorsal del Programa Pueblos Mágicos, esta es, los Comités Pueblos Mágicos, para que se conviertan en el punto de partida de los proyectos, desde la programación de las actividades a desarrollar, hasta la

identificación, seguimiento y evaluación de los mismos. Así como para que su participación desencadene en un verdadero desarrollo turístico local al reforzar de manera directa la participación de los habitantes de las diferentes comunidades donde se encuentren establecidos los Pueblos Mágicos, ya que son ellos los que conocen cuáles son los recursos naturales y potenciales con los que disponen.

#### **4.7 Literatura Citada**

Armenta, G. 2014. Forbes México. ¿Cuál es la situación real de los Pueblos Mágicos?.

(consultado octubre, 2014) <http://www.forbes.com.mx/develan-misterios-de-los-pueblos-magicos/>

Carvajal, N. 2011. Enfoques ascendentes y descendentes del ordenamiento territorial de Colombia. Cuadernos de Geografía. Revista Colombiana de Geografía enero-junio.

Cathalifaud, M. 2012. El debate sobre las desigualdades contemporáneas: ¿Puede excluirse la exclusión social? Revista Mad, Revista del Magíster en Análisis Sistemático Aplicado a la Sociedad. (consultado septiembre, 2014).

Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI). 2009. (consultado septiembre, 2014). <http://www.cdi.gob.mx>.

Consejo Nacional de Población (CONAPO). 2010. Índice Absoluto de Marginación 2000-2010. México.

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). 2010. Secretaría de Desarrollo Social. (consultado septiembre, 2014). <http://www.sedesol.gob.mx>

De los Ríos, I. et al. 2011. Creación de grupos de acción local para el desarrollo rural en México: Enfoque metodológico y lecciones de experiencia. Revista Agrociencia. Vol 45, Núm 7. 815-829 pp.

- Dredge, D. & Jenkins, J. 2003. Destination place identity and regional tourism policy. *Tourism Geographies*, Vol. 5. No. 4. Australia.
- Enríquez, M. 2012. Hacia una caracterización de la Política Turística. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 10. No. 3. 417-428 pp.
- Flores, D. 2011. Desarrollo Rural, economía social y turismo rural: un análisis de casos. *CIRIEC Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. No.70. 55-80 pp.
- H. Ayuntamiento Constitucional de Tepotzotlán (2013-2015). 2014. *Gaceta de Gobierno* No. II Bando Municipal. Tepotzotlán Estado de México. 65 pp.
- Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).2007. Museo Nacional del Virreinato. CONACULTA. (consultado septiembre, 2014). <http://www.inah.gob.mx/especiales/202-museo-nacional-del-virreinato>
- Lara, C. 2014. LA PRENSA. El Sol de México. (consultado octubre, 2014), <http://www.oem.com.mx/laprensa/notas/n3550858.htm>.
- LEADER. 2000. Capítulo II LEADER, un planteamiento de desarrollo rural. Cuadernos "Innovación en el medio rural". 15 pp. (consultado mayo, 2014). [http://www.ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/dossier\\_p/es/dossier/chap2.pdf](http://www.ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/dossier_p/es/dossier/chap2.pdf).
- Llorens, J. Alburquerque, F. & Del Castillo, J. 2002. Estudio de casos de desarrollo económico local en América Latina. Banco Interamericano de Desarrollo. Washington, D.C. 55 pp.
- Martínez, C. 2013. Pueblos Mágicos y nuevas ruralidades. El caso de Álamos, Sonora. *Diálogos Latinoamericanos*.
- México Desconocido. 2011. Pueblos Mágicos Cultura. (consultado septiembre, 2014). <http://www.mexicodesconocido.com.mx/el-oro-pueblos-magicos-de-mexico.html>

- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). 2005. (consultado agosto, 2014). <http://www.oecd.org>.
- Perles, J. 2006. Análisis del impacto económico de eventos: una aplicación a fiestas populares de proyección turística. Cuadernos de Turismo No. 17. 147-166 pp.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). 1990. Desarrollo Humano Informe. Bogotá, Colombia: Tercer Mundo Editores. (consultado agosto, 2014). <http://www.undp.org>.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). 2014. Índice de Desarrollo Humano Municipal en México: nueva metodología. Oficina de Investigación en Desarrollo Humano del PNUD. 104 pp. (consultado septiembre 2014). <http://www.mx.undp.org>.
- Pueblos de México. 2009. Tepetzotlán Pueblo Mágico Estado de México. (consultado septiembre,2014).[http://www.pueblosmexico.com.mx/pueblo\\_mexico\\_ficha.php?id\\_rubrique=252](http://www.pueblosmexico.com.mx/pueblo_mexico_ficha.php?id_rubrique=252)
- Ramírez, Z. 2014. Informador.mx. Un acierto, política de Pueblos Mágicos en México: OMT (consultado octubre, 2014). <http://www.informador.com.mx/economia/2014/550990/6/un-acierto-politica-de-pueblos-magicos-en-mexico-omt.htm>
- Red Española de Desarrollo Rural (ReDR). 2008. (consultado octubre, 2014). <http://www.redr.es/>
- Secretaría de Turismo (SECTUR). 2002. Pueblos Mágicos. Reglas de Operación. 19 pp. (consultado abril, 2014). [http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/.../Reglas\\_de\\_operacion.pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/.../Reglas_de_operacion.pdf).
- Secretaría de Turismo (SECTUR). 2008. Conjunto de estrategias de competitividad Programa Pueblos Mágicos.

Secretaría de Turismo (SECTUR). 2013. Diagnóstico de la Evaluación y Perspectivas del Programa Pueblos Mágicos. Diagnóstico, en Turismo.

Secretaría de Turismo (SECTUR). 2014. Boletín 210. Presenta SECTUR nuevos lineamientos del Programa Pueblos Mágicos. (consultado noviembre, 2014). <http://www.sectur.gob.mx>.

Sistema Nacional de la Información Estadística del Sector Turismo (DATATUR). 2013. Resultados de la Actividad Turística. Análisis Integral de Turismo, México.

Tribunal de Cuentas Europeo. 2010. Aplicación del enfoque LEADER al desarrollo rural. Informe especial No. 5. Luxemburgo. 106 pp. (consultado septiembre, 2014).[http://www.redcanariarural.org/pdf/desafio\\_2020/TCUE-Leader2010.pdf](http://www.redcanariarural.org/pdf/desafio_2020/TCUE-Leader2010.pdf).

## **5. MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO: CASO TEPOTZOTLÁN Y EL ORO, PUEBLOS MÁGICOS DEL ESTADO DE MÉXICO.**

### **5.1 Resumen**

El turismo es una actividad que se encuentra estrechamente vinculada con el contexto económico, sin embargo, en la mayoría de los casos las estrategias que se desarrollan para la actividad turística se plantean al margen de la sociedad local. El turismo tiene que presentarse no como un objetivo en sí mismo, sino como un instrumento de desarrollo que facilite la cohesión social y el trabajo cooperativo. El problema no es el turismo, sino la aplicación de los mismos modelos en entornos totalmente diferentes, en donde el turismo no debe presentarse como motor exclusivo de desarrollo, sino como el facilitador del resto de las actividades presentes en cada localidad donde este se lleve a cabo. El objetivo de este trabajo de investigación es caracterizar el modelo de desarrollo turístico que impera en Tepotzotlán y El Oro tomando en cuenta los comercios y empleos creados a partir del nombramiento como

Pueblo Mágico, para tal efecto se aplicaron 247 encuestas a diferentes actores. Los resultados obtenidos muestran que el modelo de desarrollo que impera en Tepotzotlán y el Oro con relación al Programa Pueblos Mágicos es parcialmente integrado debido a que el programa sólo enfoca su presupuesto a la imagen urbana de las localidades ubicadas en su área de influencia dejando fuera aspectos importantes como la cohesión social y cooperativismo entre los actores involucrados directamente con el turismo y los que no. Por lo tanto, el turismo por medio del Programa Pueblos Mágicos no ha logrado ser un facilitador para el desarrollo del resto de actividades económicas de la población provocando la ampliación de la brecha de desigualdad entre los comercios dedicados a brindar servicios turísticos y los que no se dedican a esa actividad.

**PALABRAS CLAVE:** capital social, cooperativismo, competitividad.

## **5.2 Abstract**

Tourism is an activity that is closely related to the economic context, however, in most cases the strategies are developed for tourism arise outside the local society. Tourism must be presented not as an end in itself but as a development tool that facilitates social cohesion and teamwork. The problem is not tourism, but the application of these models in completely different environments, where tourism should not be presented as the sole engine of development but as a facilitator of other activities present in each locality where this is carried out. The objective of this research is to characterize the tourism development model prevailing in Tepotzotlán and El Oro regarding the trade and jobs created from appointment as “Pueblo Mágico” for these purpose two hundred and forty seven surveys were applied to different actors. The results show that the model of development that prevails in Tepotzotlán and El Oro relative to “Programa Pueblos Mágicos” is partially integrated because the program only focuses its budget to the urban image of the towns located in its catchment area

leaving out aspects important as social cohesion and cooperative between actors directly involved with tourism and those without. Therefore, tourism through “Programa Pueblos Mágicos” has failed to be a facilitator for the development of other economic activities of the population leading to this expanding inequality gap between businesses dedicated to providing travel services and those without.

**KEYWORDS:** social capital, cooperative, competitive.

### **5.3 Introducción**

En México como en otros países, se ha hecho latente la preocupación por desarrollar estrategias que beneficien a la población en general y a las zonas rurales en particular ya que estas por su ubicación y poco acceso a la educación y empleo se convierten en los sectores más vulnerables.

Como es bien sabido, el turismo es esa estrategia por la que muchos gobiernos han apostado para mejorar la economía tanto de los municipios como de su población local debido al continuo crecimiento que ha experimentado y su profunda diversificación, sin embargo, de la teoría a la práctica todavía existe una brecha que es menester de los gobiernos y de los estudiosos en el tema atender.

La literatura e investigaciones en el tema ponen de manifiesto que las estrategias de desarrollo turístico en los países se ha caracterizado, en su mayoría por modelos que benefician únicamente a los destinos de sol y playa, caracterizados por tener una alta concentración en determinados espacios, suelen concentrar el turismo de masas, además de tener una dependencia del capital extranjero mismo que ocasiona escasos vínculos con la economía local (Tejada, Moreno & Rodríguez, 2013).

De acuerdo con el contexto histórico, el desarrollo turístico se ha abordado desde tres tipos o modelos: a) segregado, b) de integración relativa, y c) integrado o social. El

primero, en el modelo “segregado” se habla de un turismo de enclave, el cual se encuentra operado básicamente por las grandes trasnacionales por lo que requiere de grandes inversiones públicas y privadas. En este modelo las comunidades locales no son tomadas en cuenta para el funcionamiento de este tipo de desarrollo. En el segundo modelo de “integración relativa” alude que cuando por los gustos turísticos o cambios en la política estatal el turismo de enclave migra hacia una integración entre la economía nacional y local, de esta forma se inician interacciones entre los turistas y las comunidades receptoras las cuales no se quedan únicamente en el nivel comercial o económico sino que establecen lazos de comunicación social para compartir su cultura. Finalmente el tercer modelo se refiere a un “turismo integrado” (o social) en el que se habla de un desarrollo turístico de pequeña escala, en el que prevalecen los pequeños negocios familiares o comunales. Por esta razón, los beneficios económicos generados por el turismo se quedan en la propia localidad y se propicia el contacto con las personas de los pueblos locales (Cordero, 2000).

Si bien es cierto que lo ideal sería cambiar del modelo segregado al modelo integrado, este último según Cordero (2000) es de muy escaso desarrollo debido a dos factores: el primero es porque se busca diversificar la oferta turística explorando nuevos sitios turísticos, por tal razón surge el turismo alternativo en donde se practica el ecoturismo, turismo de aventura y el turismo rural. Quienes practican este tipo de turismo son personas con menos recursos monetarios, en su mayoría mochileros que no son tan exigentes en términos de comodidades pero si dispuestos a vivir nuevas experiencias inmersos en las costumbres locales por lo que los servicios brindados al turista son de manera inicial improvisados aunque posteriormente se empiezan a organizar. En segundo lugar se debe tomar en cuenta la disposición de las comunidades locales, que en su mayoría son localidades con altos índices de pobreza y marginación

por lo que insertarse en el turismo surge como una posibilidad más por necesidad que por gusto, sin embargo, para que estas localidades puedan insertarse a la actividad turística deben ser poseedoras de un determinado capital cultural y social. En este sentido, mientras más capital cultural y social tengan las localidades mayor oportunidad tendrán de incorporarse en una modalidad de turismo social (Cordero, 2000).

A pesar de que los modelos anteriormente expuestos son modelos teóricos, el modelo integrado o social es un ideal que en los objetivos del Programa Pueblos Mágicos (PPM) se desea alcanzar, ya que este busca los atributos culturales de las diferentes localidades de México para que se conviertan en una oportunidad de aprovechamiento turístico, sin embargo, para que el modelo integrado se traduzca en un verdadero desarrollo para las localidades, contrario a lo que menciona Cordero (2000), estas deben jugar un papel más activo e involucrarse en la planificación y toma de decisiones que tengan que ver con del desarrollo turísticos de sus municipios. Por lo anterior es necesario tomar en cuenta a las organizaciones, empresas e instituciones locales para que de estas mismas surjan las propuestas de desarrollo.

Organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial (BM) han introducido voluntariamente o por la fuerza, acciones que pretenden fortalecer la economía de mercado, sin embargo, los resultados saltan a la vista; las instituciones económicas y políticas alrededor del mundo han ampliado la brecha de desigualdades entre los países ricos y pobres, en donde el capital se concentra en los ricos y la pobreza en los de por sí, más pobres. Por lo que para tratar de contrarrestar esta lógica mundial, los organismos y gobiernos de países en vías de desarrollo establecen programas y proyectos que ayuden a erradicar o minimizar la pobreza, mediante el reordenamiento de la geografía para el desarrollo de la economía

(Villareal, 2007). Para el Programa Pueblos Mágicos, este reordenamiento de la geografía se ve impulsado por la diversificación de la oferta turística, al promocionar los destinos culturales de pequeñas comunidades y no solo los destinos de sol y playa que siempre han sido la carta de presentación de México ante el mundo.

La Organización Mundial del Turismo (2002) como organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, propone que para lograr un mejor desarrollo en las localidades receptoras, se debe pasar de un enfoque descendente (de arriba hacia abajo) a un enfoque ascendente (de abajo hacia arriba), en donde los proyectos turísticos sean evaluados por los efectos que estos tengan en el desarrollo sostenible local y en la reducción de la pobreza, en lugar de medir únicamente al turismo por medio de su contribución al aumento en el número de llegadas de turistas internacionales o de las rentas brutas que esta actividad genera (Tejada, Moreno, & Rodríguez, 2013). El esfuerzo que hacen los gobiernos por lograr un desarrollo sólo se ha centrado en el fomento de la expansión económica, cuando lo que se debe alcanzar es el desarrollo humano de la población local, el cual abarca de forma interdisciplinaria tres dimensiones: i) disfrutar de una vida prolongada y saludable; ii) adquirir conocimientos y iii) tener acceso a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida decente (PNUD, 1990), mismos que contribuyen a definir la calidad y el bienestar de la vida humana.

Como ya se mencionó con anterioridad, los gobiernos, las empresas y los ciudadanos ven al turismo como un área prioritaria para el desarrollo regional de México, por lo que el turismo que se desarrolle en las comunidades se busca que sea sustentable. En el Programa de Medio Ambiente en el Turismo de las Naciones Unidas (ONU), se establece que “el desarrollo de un turismo sustentable deberá cubrir las necesidades de los turistas actuales y de las regiones anfitrionas, al mismo tiempo que

debe proteger e incrementar las oportunidades para el futuro” (Ruiz, 2008:2). Para alcanzar este objetivo en las comunidades con actividad turística, tal es el caso de los Pueblos Mágicos, es necesario garantizar que se satisfagan las necesidades sociales, políticas, ambientales y sobre todo económicas de la población local en general y no solo de las que están directamente involucradas con el turismo. De tal forma que el problema no es en sí mismo el turismo, sino los modelos aplicados donde el turismo no debe aparecer como motor exclusivo, sino como facilitador del resto de actividades (López, 2006). Esto se logra apoyando e incentivando la creación o ampliación de las pequeñas, medianas y grandes empresas que se encuentran en los municipios para crear empleos, capacitación, etcétera, que beneficien a la población local en general.

Cuando se habla de aspectos económicos y de empresas (independientemente del tamaño o giro) es indispensable tocar el tema de la competitividad y para el caso de turismo, este aspecto se vuelve relevante para la planificación del desarrollo turístico de cualquier destino.

La OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) en su reporte de competitividad mundial define el concepto como “el grado en el que un país bajo condiciones de libre mercado produce bienes y servicios con estándares internacionales y que al mismo tiempo mantiene y expande los ingresos reales de sus habitantes en el largo plazo” (Tello, Cerda & Pardo, 2012:12). Para el caso de los Pueblos Mágicos de Tepotzotlán y El Oro, difícilmente sus bienes y servicios pueden llegar a estándares internacionales, menos aún los comercios que no son turísticos, por lo que, para el caso de los comercios de los Pueblos Mágicos se retoma el concepto de competitividad a nivel estatal del índice de competitividad turística de los Estados Mexicanos (2012), la cual se refiere al conjunto de habilidades y capacidades que le

permiten alcanzar sus objetivos en un marco de competencia frente a otros estados, generando así desarrollo económico y social en su territorio.

El concepto de competitividad turística implica tres elementos básicos:

1. Rentabilidad: Generar riqueza a través del uso eficiente y eficaz de los recursos.
2. Sustentabilidad: Asegurar que el desarrollo se logre en equilibrio con los recursos ecológicos, sociales y económicos de la región.
3. Comparabilidad: Definir conceptos medibles y consistentes que sean comparables a través del tiempo y el espacio

El Índice de Competitividad Turística de los estados que conforman el país mide la competitividad por medio de 125 variables divididas en 10 dimensiones: 1) Recursos y actividad cultural, 2) Recursos naturales y Protección al ambiente, 3) Recursos humanos e indicadores educativos, 4) Infraestructura y profesionalización del sector hotelero, 5) Flujo de personas y medios de transporte, 6) Servicios complementarios al turismo, 7) Seguridad pública y protección al ciudadano, 8) Rentabilidad y aspectos económicos, 9) Promoción turística, y 10) Participación y eficiencia gubernamental). Para el caso del Estado de México este se encuentra en el lugar número 20 a nivel Nacional con un índice de Competitividad Turística de 32.9. El Estado con mayor índice es Quintana Roo con 50.6 gracias a su principal atractivo que es Cancún, y el menor índice lo tiene Hidalgo con 28.8 (Tello, Cerda & Pardo, 2012).

Con respecto a lo anterior, Molano (2014) hace una aclaración entre competitividad y productividad. La productividad implica la eficiente asignación de los factores productivos; mientras que la competitividad implica una agenda amplia de políticas públicas para que las empresas y las personas con actividades productivas puedan competir en un entorno cada vez más complejo, a su vez, para el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), la competitividad es la capacidad para atraer

inversión y talento (Molano, 2014), por lo tanto, para ser productivos primero se tiene que ser competitivos creando políticas públicas que permitan aprovechar al máximo los recursos naturales, culturales, humanos, económicos de un país, estado, región o localidad.

Por lo tanto, y en lo que se refiere a los programas destinados al desarrollo turístico, caso Pueblos Mágicos, se recomienda que los presupuestos nacionales que están destinados a los gobiernos locales jueguen un papel más relevante. La forma más eficiente de lograr productividad y competitividad es estableciendo una mayor correlación entre el presupuesto asignado y las necesidades de la población local en cuanto a comercios se refiere, apoyando con capacitación, créditos, etcétera. a los diferentes sectores económicos de Tepetzotlán y El Oro sean turísticos o no (Instituto Mexicano de Contadores Públicos).

Por lo tanto, los programas turísticos que buscan ser exitosos necesariamente requieren adaptarse a las condiciones sociales, económicas, políticas y ambientales locales. Involucrar a las comunidades urbanas y rurales para que ambas participen de los beneficios, además de tomar en cuenta tanto a los empresarios turísticos como a los pequeños comerciantes que directa o indirectamente participan en la actividad turística y que indudablemente forman parte de la actividad económica que provee de beneficios a los municipios.

Debe ser prioridad de los gobiernos municipales erradicar el individualismo del empresariado local, ya que si los actores locales se concientizaran de los problemas derivados de la fragmentación social y el individualismo, se podría en adelante impulsar formas de colaboración que contribuyan a desarrollar la solidaridad y el desempeño económico de los negocios locales (Juárez & Ramírez, 2012). Un negocio con vocación turística como es el caso de hoteles, restaurantes, agencias de viajes, etcétera.

no necesariamente tiene que estar desvinculado de otro que no lo es. Se puede crear el cooperativismo como una alternativa viable de negocios entre los comercios del mismo giro para mejorar factores como: desarrollo organizacional, resistencia al cambio, calidad, capacitación, financiamiento y alianzas estratégicas interempresariales (López, 2011).

De tal forma que se debe trabajar en la articulación y complementariedad entre los tres niveles de gobierno (federal, estatal y municipal), así como entre los sectores público, privado y social; es decir, todos los actores que participan de forma directa e indirecta en la actividad turística y la actividad económica en general para crear corresponsabilidad e involucramiento de la población local, los empresarios y pequeños comercios, factores que resultan indispensables para lograr un Pueblo Mágico integral que fomente la participación, inclusión y competitividad.

Por lo tanto, esta investigación tiene como objetivo caracterizar el modelo de desarrollo turístico que impera en Tepetzotlán y El Oro con respecto a los comercios y empleos creados a partir del nombramiento como Pueblo Mágico. Para ello se presenta la siguiente hipótesis: El modelo de desarrollo que prevalece en los Pueblos Mágicos de Tepetzotlán y el Oro es de integración relativa, debido a que el turismo por medio del Programa Pueblos Mágicos no ha logrado ser un facilitador para el desarrollo del resto de actividades económicas de la población, por lo que la brecha de desigualdad entre los comercios se ha ampliado entre los que se benefician directamente de los servicios turísticos y los que no.

#### **5.4 Descripción y Metodología**

El estudio de caso se centra en dos Municipios: Tepetzotlán y El Oro de Hidalgo ubicados en el Estado de México. Estos forman parte de las cinco localidades con el nombramiento de Pueblos Mágico del estado. Tepetzotlán forma parte de esta

investigación por ser el primer municipio del Estado de México en lograr el nombramiento (2002), por su parte, El Oro se eligió por ser el Pueblo Mágico del Estado de México con mayor población rural, ya que la cabecera Municipal es la única zona urbana.

La investigación es un estudio de caso con un enfoque Mixto (Cualitativo y Cuantitativo) con un diseño transversal. La población objetivo son los comités Pueblo Mágico así como la población local y los comercios que se ubican tanto en la cabecera municipal como en las zonas rurales. La información se obtuvo mediante trabajo de campo utilizando la técnica de encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario.

El tamaño de la muestra se determinó por muestreo estratificado de la población y de los comercios teniendo para Tepetzotlán 115 encuestados y para El Oro 110. Además de 22 integrantes encuestados de los Comités Pueblos Mágicos, teniendo un total de 247 cuestionarios.

La ecuación que determinó el tamaño de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{N * p * q}{[(N - 1 / Z^2) * d^2] + p q}$$

Muestra de proporciones con varianza máxima

n Tamaño de muestra

N Universo de estudio (población beneficiada)

p Probabilidad de éxito

q Probabilidad de fracaso

d Precisión

Z Valor de Z para el nivel de confiabilidad de 90, 95 o 99%

La investigación de campo se realizó del 23 al 30 de julio de 2014 y la información obtenida se analizó mediante el programa SPSS. La investigación tuvo lugar tanto en la Cabecera Municipal de Tepotzotlán como en las comunidades de Lanzarote, Barrio de la Luz, Ejido Santiago Cuautlalpan, San Miguel Cañadas, La Concepción, Cañada de Cisneros y la Cabecera Municipal. Para el caso del Municipio de El Oro se encuestó en la Cabecera Municipal así como en las localidades de San Isidro Ejido de Tapaxco, La Mesa, Yomeje, Citeje, Santa Rosa de Guadalupe, Ejido San Nicolás El Oro (Agua Escondida), Tapaxco, Endotejiare, Barrio San Isidro, Pueblo Nuevo de los Ángeles, La Magdalena Morelos, Pueblo Nuevo Los Ángeles, Santa Cruz El Tejocote, Buenavista, Adolfo López Mateos, San Nicolás El Oro, San Nicolás Tultenango, Santiago Oxtempan, La Concepción y la Cabecera Municipal.

### **Tepotzotlán, Estado de México**

Tepotzotlán obtuvo el nombramiento de Pueblo Mágico en 2002, siendo el cuarto a nivel nacional y el primero a nivel estado. El Municipio cuenta con una población de 88,559 habitantes dividido en 74,198 viviendo en áreas urbanas y 14,361 en áreas rurales (Consejo Nacional de Población, 2010).

Pertenece a la región IV Cuautitlán Izcalli y se ubica a 42.5 Km. de la ciudad de México, sobre la autopista México-Querétaro hacia el noreste del Valle Cuautitlán - Texcoco. Limita al norte con los Municipios de Huehuetoca y Coyotepec, ambos del Estado de México y con Tepeji del Río, del Estado de Hidalgo; al sur con los Municipios de Cuautitlán Izcalli y Nicolás Romero, ; al oriente con los Municipios de Coyotepec, Teoloyucan, Cuautitlán y Cuautitlán Izcalli,; al poniente con los Municipios de Villa del Carbón y Nicolás Romero, todos del Estado de México.

La población económicamente activa asciende a 66,652 personas de las cuales 1,280 se dedican a la agricultura, ganadería, caza y pesca, 11,787 al sector industrial, 20,630 al

sector servicios y 619 no está especificado (H. Ayuntamiento Constitucional de Tepetzotlán 2013-2015).

Entre los recursos culturales del municipio se encuentran el Ex Convento de San Francisco Javier, cuya fachada ha sido llamada “La joya de la corona del arte churrigueresco en México” también reconocido por la UNESCO en el 2011 como Patrimonio Cultural de la Humanidad, en este mismo edificio se encuentra el Museo Nacional del Virreinato, el segundo recinto histórico-museístico más relevante de México el cual alberga una amplia colección de pinturas, esculturas, artes decorativas y libros antiguos (INAH, 2007). Entre los recursos naturales se encuentra el Centro Ecoturístico y de Educación Ambiental “Arcos del Sitio” donde se localiza el Acueducto de Xalpa, acueducto monumental del siglo XVII, de cuatro niveles, 43 arcos, 61 metros de altura y 438 metros de longitud en donde se puede practicar el senderismo, el ciclismo de montaña y la contemplación de bellos paisajes; también cuenta con el Parque Ecológico Xochitla donde se realizan diversas actividades culturales y recreativas (Pueblos de México, 2009).

### **El Oro, Estado de México**

El Oro obtuvo el nombramiento como Pueblo Mágico en 2011 siendo el número 45 a nivel nacional y el cuarto a nivel estado. El municipio cuenta con una población de 34,446 habitantes de los cuales 5,776 habitan en áreas urbanas y 28,670 ocupan áreas rurales. Cabe mencionar que la cabecera municipal de El Oro es la única zona urbana.

El Municipio de El Oro de Hidalgo cuenta con una superficie de 137,9 km<sup>2</sup>, pertenece a la Región II Atlacomulco y está ubicado en la serranía de Tlalpujahuá, al noroeste del Estado de México en los límites con el Estado de Michoacán. Colinda al norte con Temascalcingo, al sur con San Felipe del Progreso y San José del Rincón, al este con Jocotitlán y al oeste con Tlalpujahuá (Estado de Michoacán).

La población económicamente activa de El Oro asciende a 11,886 personas; de las cuales la población ocupada en el sector primario es de 2,794, sector secundario 2,349, comercio 149 y servicios 3,093 (H. Ayuntamiento de El Oro, 2013-2015), por lo que el Producto Interno Bruto (PIB) del municipio es de 568.8 millones de pesos (IGECEM, 2012), mientras que el Índice de Marginación es “medio”, según CONAPO (2010).

Algunos de los recursos culturales con los que cuenta el Municipio son el Museo de Minería, ya que El Oro junto con Tlalpujahua (Michoacán) fueron dos de las provincias mineras más ricas y productivas. Las minas de El Oro fueron explotadas desde el siglo XVII y es hasta fines del siglo XIX que alcanzaron su mayor producción. El Palacio Municipal es de construcción estilo neoclásico francés y art nouveau, en el pórtico se puede admirar un mural intitulado “El Génesis Minero”. Otro recinto es el Teatro Juárez también de estilo neoclásico francés que al interior tiene una decoración morisca con motivos vegetales. No puede faltar la Estación del tren, importante en aquella época de la minería, además de la Casa de Artesanías. Un importante recurso natural es la Presa Brockman rodeada de bosques de pinos y cedros en donde se puede practicar la pesca deportiva de trucha (México Desconocido, 2011).

## **5.5 Resultados y Discusión**

### **5.5.1 Características de la Población**

Se encuestó a trabajadores y propietarios de comercios ubicados en la cabecera municipal y localidades, dando como resultado una población femenina del 58% y masculina del 42%. La edad de los encuestados oscila entre 18 y 80 años, teniendo una media de 33 años. Con respecto al estado civil de la población encuestada 42% es casada y con una escolaridad máxima de 12 años, esto es, el número de grados que ha cursado, lo que equivale a preparatoria o carrera técnica.

Si se compara la escolaridad máxima obtenida de la población local que es secundaria terminada, con la obtenida de los pequeños comercios y trabajadores, se tiene que estos últimos superan el grado promedio de escolaridad nacional, que para el 2010 era de 8.6, mientras que para el Estado de México era de 9.1 (INEGI, 2010).

Con relación al lugar de residencia de los encuestados, la mayor parte de estos pertenece a la cabecera municipal de Tepotzotlán y El Oro ya que ambos obtuvieron 20%, mientras que la localidad Ejido de Santiago Cuautlalpan perteneciente al municipio de Tepotzotlán obtuvo el 18%, seguido de Yomejé y Buenavista con el 6% respectivamente, estos últimos pertenecen al municipio de El Oro.

### **5.5.2 Características del comercio**

Para satisfacer las necesidades básicas de alimentos, vestido, calzado y demás bienes de consumo de la población que habita las localidades de Tepotzotlán y El Oro estos cuentan con mercados, rastros, tianguis y un sin fin de establecimientos de ventas al por menor y al por mayor para cubrir dichas necesidades.

Al iniciar el Programa Pueblos Mágicos y ser beneficiados con dichos nombramientos en Tepotzotlán y El Oro las administraciones municipales realizan una serie de construcciones y adecuaciones para recibir a los turistas además de ampliar la oferta de hoteles, restaurantes y demás servicios que satisfagan las necesidades del visitante. En lo que respecta al comercio, específicamente al semifijo y/o ambulante, de acuerdo a las reglas de operación del programa, en él se marca que debe ser reubicado para no ocupar zonas de alta concentración de visitantes o sitios de interés turístico. Por la relevancia que tiene el comercio semifijo en la imagen urbana del sitio, este aspecto se vuelve uno de los puntos no negociables del programa, mismo que tiene que ser solventado en su totalidad para que el expediente de dicha localidad sea tomado en cuenta para recibir el nombramiento de Pueblo Mágico.

Como se ha mencionado, la actividad económica y sustento de las localidades denominadas Pueblos Mágicos se basa en la prestación de servicios turísticos y el comercio para satisfacer las necesidades tanto de los visitantes como de la población local. Ambos sectores, turístico y población local, deben ser atendidos con la misma importancia ya que la base del desarrollo de cualquier localidad la marcan sus habitantes y el desarrollo que estos puedan alcanzar. Por lo anterior, se debe implementar un modelo de desarrollo turístico acorde a los recursos y necesidades de la localidad, ya que si el discurso sobre desarrollo se orienta al tipo “discurso colonial” en donde se privilegia únicamente al empresario, se limita la posibilidad de que otros esquemas más acordes a la realidad regional sean aplicados, en este caso, el desarrollo de los pequeños comercios (Juárez & Ramírez, 2012).

El tipo de mercado en el que opera la población encuestada es ventas al por menor (minoristas) representando 65%, esto es pequeños comercios como carnicerías, papelerías, tortillerías, panaderías, peleterías, abarrotes, etcétera.

De acuerdo con el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas, del INEGI, en México hay 975,760 negocios de comercialización de abarrotes al menudeo. Esta cifra podría aumentar cada día si se considera que 56% de los mexicanos sueña con abrir un negocio propio, según el Reporte Global de Emprendedores Amway (Mendoza, 2014).

Lo anterior se corrobora ya que el 73% de los comercios encuestados se establecieron gracias a los ahorros obtenidos por medio de trabajos anteriores, liquidación de alguna empresa o recursos de jubilación. Sólo 6% de los encuestados recurrió al financiamiento de cajas de ahorro y crédito para poner su negocio.

La correcta articulación de los recursos es indispensable para el desarrollo de una localidad y de sus habitantes, por lo que es necesaria también la participación de los

recursos sociales. De las Heras y Cortajarena (1978) lo definen como “los medios humanos, materiales, técnicos, financieros, institucionales, etcétera, de que dota a sí misma una sociedad para dar respuesta a las necesidades de sus individuos, grupos y comunidades en cuanto integrantes de ella” (Espadas, 2005:3). De tal forma que las comunidades locales que se enfrentan al fenómeno turístico mientras cuenten con diversas redes sociales y entre más fuertes sean sus recursos culturales, mayores posibilidades tendrán para incidir en la determinación del modelo de desarrollo turístico y lograr mayores niveles de “rentabilidad social” (Baldárrago, 2007), por lo tanto, para que los beneficios del turismo sean aprovechados en localidades rurales con altos índices de pobreza, se requiere de una estrecha cooperación entre las comunidades y el Estado (OMT, 2003).

El sector servicios para Tepetzotlán y El Oro representó el segundo lugar al registrar 23% del mercado en el que operan los encuestados. Esto se debe en gran medida al impulso del turismo en la región, sin embargo, los comercios de venta al por menor siguen representando la base de la economía en las localidades.

Para Tepetzotlán, los comercios encuestados que se abrieron antes del nombramiento como Pueblo Mágico representan 42% abiertos entre 1950 y el año 2000, mientras que 58% de los comercios se abrieron después del nombramiento, entre el año 2002 al 2014. Para el caso de El Oro, 67% de los comercios se abrieron antes del nombramiento, entre los años 1917 al 2010; mientras que 33% lo hicieron después del nombramiento, entre 2011 y 2014.

De lo anterior, se puede observar que el nombramiento como Pueblo Mágico ha beneficiado en mayor medida a Tepetzotlán al registrar un número mayor de apertura de negocios después de haber recibido el nombramiento, caso contrario ocurre con El Oro, sin embargo, hay que tomar en cuenta que Tepetzotlán tiene más años con el

distintivo de Pueblo Mágico. Otro dato importante que también se tendría que tomar en cuenta es el porcentaje de nacimientos y muertes de establecimientos antes y después de los nombramientos, ya que de acuerdo a los resultados del Análisis de la demografía de los establecimientos (2012), el porcentaje de nacimientos de establecimientos es de 28.3%; mientras que las muertes de los establecimientos registran el 22%. De tal forma que el crecimiento neto se encuentra en un 6.2% (INEGI, 2013).

Los años de experiencia en la actividad económica de los dueños y trabajadores de comercios van desde uno hasta 35, registrando una media de nueve años, por lo que gran parte de los encuestados han permanecido en la misma actividad económica. Los años de experiencia que una persona tenga en determinada actividad económica puede convertirse en una herramienta a partir del enfoque de inclusión en la cadena de valor, ya que puede aportar al desarrollo responsable y competitivo de los comercios ubicados en los Pueblos Mágicos y localidades aledañas de Tepetzotlán y El Oro. Este enfoque trabaja en la mejora y generación de empresas, así como de empleos de calidad que tengan como resultado una mejor distribución del ingreso, además de contribuir a la reducción de la pobreza y la exclusión social. En este sentido y retomando el tema de competitividad, se podría decir que un destino turístico competitivo depende de la competitividad de su cadena de valor y a la inversa (Santandres, 2014).

En lo que respecta a la venta mensual aproximada que estos comercios registraron en la encuesta, se tiene que el mínimo es de \$1,000 pesos, mientras que el máximo asciende a \$105,000 pesos, sin embargo, la media en venta mensual se registró en \$12,672.53. De la venta mensual, los comerciantes dicen reinvertir el 50% de las ganancias para la compra de insumos y surtir nuevamente sus comercios.

Para la compra de insumos necesarios para surtir los comercios, 46% de los comerciantes encuestados mencionan que realiza sus compras en otro municipio;

mientras que 37% las realiza en el municipio donde vive. Lo anterior se podría subsanar si se crearan cadenas de valor incluyentes, para que los beneficios económicos se distribuyan en las mismas localidades del municipio en donde las comercios mayoristas provean a los minoristas y estos a su vez distribuyan sus productos a los comercios dedicados a la prestación de servicios turísticos, de esta manera el turismo beneficia tanto a los que se encuentran directamente vinculados con la atención del turista, como los que indirectamente los proveen de productos y servicios.

La creación de empleos para los comercios de Tepotzotlán y El Oro ha sido poca, ya que 99% de los encuestados sólo han creado de uno a cinco empleos nuevos, tomando en cuenta que en su mayoría el único empleado del negocio es el dueño, mientras que 1% creó 23. En promedio los comercios sólo han creado un empleo nuevo a partir del nombramiento como Pueblo Mágico.

El nivel de escolaridad que presentan los empleados de dichos comercios se encuentra en 12 años, equivalente a la preparatoria terminada o carrera trunca, lo que representa que los empleadores buscan a personas con mayor nivel académico, situación que puede contribuir a una mejor productividad y competitividad de los comercios. El 26% de los empleados viven en la localidad donde se encuentra el comercio, mientras que 19% trabajan en comercios que se encuentran en la cabecera municipal.

El 91% de clientes que atienden los comercios de Tepotzotlán y El Oro son de procedencia local, esto es, personas de la misma localidad activan la economía de ambos municipios, sin embargo, en cuanto a las tecnologías que dichos comercios aplican a sus negocios se encuentra que 23% de estos no aplica ninguna tecnología como lo es maquinaria, computadoras, internet, etcétera. que ayuden a mejorar procesos o tiempo para atender a los clientes. Lo anterior se podría explicar debido a

que como los clientes son locales, no hay una exigencia de estos por una mejor atención o actualización de los comercios, sin embargo, para que los pequeños comercios sean turísticos o no, y puedan ser productivos, es necesaria la utilización de tecnologías que permitan desarrollar las capacidades de los dueños como de los empleados, por lo menos para crear los medios necesarios para dar a conocer el negocio, por ejemplo páginas web, redes sociales, etcétera, ya que 54% de los encuestados solo basa la promoción de su negocio mediante la recomendación de los mismos clientes.

La adquisición de nuevos conocimientos tanto teóricos como prácticos son necesarios para incrementar el desempeño de las actividades que se realizan dentro de cualquier organización o negocio, por lo que capacitación es de vital importancia para los empleados como para empleadores. Al respecto se le preguntó a los comerciantes sobre el tipo de capacitación que habían recibido, relacionada a su negocio, en el último año, por lo que 67% de los encuestados dijo no haber recibido una capacitación, mientras que 13% se capacitó en temas de mejora del negocio y 12% en atención a clientes. De acuerdo a los resultados obtenidos, la capacitación que estos últimos recibieron la otorgó el sector privado con un 14% seguido del Gobierno Estatal con 9%. En este rubro no figura el Comité Pueblos Mágicos como dependencia u organismo que otorgue capacitación a los comercios.

La capacitación, no importando el tamaño de la empresa o comercio, debe ser una prioridad, tanto para el mismo empresario como para los municipios, ya que al brindarla se desarrollan conocimientos, habilidades y actitudes que son necesarias para lograr un desempeño óptimo a nivel personal y empresarial (Barrios, 2012).

Alguno de los beneficios que trae la capacitación son los siguientes:

- Provoca un incremento de la productividad y calidad de trabajo

- Aumenta la rentabilidad de la organización
- Desarrolla una alta moral en los empleados
- Ayuda a solucionar problemas
- Reduce la necesidad de supervisión
- Ayuda a prevenir accidentes de trabajo
- Mejora la estabilidad de la organización y su flexibilidad
- Facilita que el personal se identifique con la empresa

La percepción de beneficio que para los comerciantes trajo el Programa Pueblos Mágicos es relativo, ya que este se tendría que ver reflejado en su calidad de vida y acceso a oportunidades de incrementar su propio negocio o diversificarlo, sin embargo, no es así.

Antes de que las localidades de Tepetzotlán y El Oro fueran integradas al Programa Pueblos Mágicos, 37% de los comerciantes menciona que siempre encontraba todos los insumos o materia prima para realizar su actividad económica, 30% dice que en regulares ocasiones había buenas ventas. Con relación a las oportunidades otorgadas por parte del municipio para capacitación, 63% refiere a que el municipio nunca se ha acercado a ellos para ofrecer capacitaciones; y por último, 62% comenta que nunca se les presentó la oportunidad para invertir en otro negocios o incrementar el número de sucursales.

A partir de que las localidades de Tepetzotlán y El Oro logran el nombramiento de Pueblo Mágico, se pensaría que la situación antes descrita que vivían los comercios mejoraría, sin embargo, 49% dice vivir la misma situación, por lo que para ellos el nombramiento no les significa ningún beneficio.

Algunos de los problemas que actualmente enfrentan estos negocios son en un

42% la falta de clientes, seguido del 22% en las bajas ganancias y por último con 18% la competencia excesiva. La falta de clientes se relaciona con la competencia excesiva, ya que al abrir nuevos negocios del mismo giro los clientes se distribuyen y los comerciantes experimentan la pérdida de sus clientes frecuentes debido a diferentes factores: atención, precios, disponibilidad de artículos, cercanía con el domicilio del cliente, etcétera.

A pesar de los problemas que enfrentan actualmente los comercios, 47% de estos tienen planes de hacer crecer su negocio ya que es el único sustento familiar. Una alternativa viable para que los negocios crezcan y se fortalezcan se encuentra en el cooperativismo, para erradicar el individualismo empresarial, ya que el 89% de estos negocios no pertenecen a ninguna organización; mientras que el 11% restante pertenece a una organización que agrupa comercios del mismo giro.

Entre los beneficios que estos comercios tienen al pertenecer a una organización se encuentra mayor participación en el mercado, así como mejor comunicación entre su negocio y las autoridades municipales, con 3% respectivamente y asesoría especializada con 2%.

En México, la práctica del cooperativismo es muy escasa, sin embargo, en sus bases se pueden encontrar estrategias efectivas que puedan ayudar a mejorar factores tales como: desarrollo organizacional, resistencia al cambio, calidad, capacitación, financiamiento y alianzas estratégicas interempresariales, lo que permite a corto plazo soluciones a problemas imperantes en la sociedad como lo son el desempleo y el escaso desarrollo social de la población mediante la implementación de principios cooperativos en los comercios de Tepetzotlán y El Oro (López, 2011).

## **5.6 Conclusiones**

El poco impacto y trascendencia que el Programa Pueblos Mágicos ha tenido en

un gran número de localidades rurales de Tepotzotlán y El Oro se debe en primer lugar a la dispersión geográfica que guarda la cabecera municipal con sus localidades, mayor aún, con sus localidades rurales, y en segundo lugar a los recursos financieros limitados, que sólo se centran en la cabecera municipal y no permiten una estrategia integral que beneficie tanto a los prestadores de servicios turísticos como a los comercios que directa o indirectamente apoyan a la actividad turística.

La derrama económica obtenida del turismo no se ve reflejada en las condiciones de vida de los habitantes ni en las oportunidades que estos tienen para el acceso a un mejor empleo o capacitación, ya que a pesar de contar con recursos y atractivos de gran envergadura, las localidades cercanas a estos recursos no han logrado un desarrollo equilibrado e inclusivo, que permita pensar que el turismo es una herramienta que aporta a la equidad social y a la disminución de brechas de desigualdad.

Es necesario diseñar políticas públicas, programas e iniciativas específicas de apoyo a las pequeñas empresas y comercios locales, teniendo en cuenta que son y serán el motor del crecimiento económico de una región o localidad, además de generadoras de empleo. Evitar que estas se queden al margen de las medianas y grandes empresas turísticas, siendo que pueden ser complementarias una de otra al vincularse mediante el enfoque de inclusión en la cadena de valor.

El modelo de desarrollo que impera en Tepotzotlán y el Oro con relación al Programa Pueblos Mágicos es parcialmente integrado, debido a que el programa sólo enfoca su presupuesto a la imagen urbana de las localidades ubicadas en su área de influencia, dejando fuera aspectos importantes como la cohesión social y cooperativismo entre los actores involucrados directamente con el turismo y los que no. Por lo tanto, el turismo por medio del Programa Pueblos Mágicos no ha logrado ser un facilitador para el desarrollo del resto de actividades económicas de la población,

provocando con esto ampliar las brecha de desigualdad entre los comercios dedicados a brindar servicios turísticos y los que no se dedican a esta actividad.

### **5.7 Literatura Citada**

Baldárrago, E. 2007. Turismo y desarrollo económico local: El caso del Cañón del Colca en la Provincia de caylloma-Arequipa. Consorcio de Investigación Económica y Social - CIES. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa - UNSA , 55 pp.

Barrios, Y. 2012. La importancia de la capacitación. (consultado noviembre ,2014). <http://www.pymempresario.com>.

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). 2010. Secretaria de Desarrollo Social. (consultado septiembre, 2014). <http://www.sedesol.gob.mx>.

Cordero, A. 2000. Turismo y dinámicas locales: el caso de Flores, El Petén, Guatemala. En J. P. Sáinz, Encuentros inciertos: globalización y territorios locales en centroamérica. San José, Costa Rica. FLACSO Ecuador. 272 pp. (consultado septiembre, 2014). <https://www.flacso.org.ec/biblio/catalog/resGet.php?resId=18503>.

Espadas, M. 2005. Universidad de Jaén. Escuela Universitaria de Trabajo Social (consultado octubre, 2014). <http://www4.ujaen.es/aespadas/>.

H. Ayuntamiento Constitucional de Tepotzotlán (2013-2015). 2014. Gaceta de Gobierno No. II Bando Municipal. Tepotzotlán Estado de México. 65 pp.

Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). 2007. Museo Nacional del Virreinato. CONACULTA. (consultado septiembre, 2014). <http://www.inah.gob.mx/especiales/202-museo-nacional-del-virreinato>.

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). 2010. Censo de Población y Vivienda 2010. (consultado septiembre 2014). <http://www.microregiones.gob.mx>.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). 2013. Análisis de la demografía de los establecimientos 2012. (consultado octubre, 2014). <http://www.inegi.org.mx>.
- Juárez, J., & Ramírez, B. 2012. Turismo Rural: Experiencias y desafíos en Iberoamérica. Agricultura, Sociedad y Desarrollo. Vol. 9. No.3.
- López, D. 2006. El modelo turísticos de carácter sistémico e integrado como faciitador del desarrollo en los países Centroamericanos: el caso de Nicaragua. Universitat Jaume I. Departament d'História, Geografia i Art. 69-91 pp.
- López, K. 2011. El Cooperativismo en México como enfoque estratégico para la creación, desarrollo y/o permanencia de las Pyme. México.
- Mendoza, V. 2014. Forbes México. Economía y Finanzas. (consultado octubre, 2014). <http://www.forbes.com.mx/se-aproxima-la-desaparicion-de-las-tienditas/>.
- México Desconocido. 2011. Pueblos Mágicos Cultura. (consultado septiembre, 2014). <http://www.mexicodesconocido.com.mx/el-oro-pueblos-magicos-de-mexico.html>.
- Molano, M. 2014. Instituto Mexicano para la Competitividad A.C. (consultado octubre, 2014). <http://www.imco.org.mx>.
- Organización Mundial de Turismo (OMT). 2003. (consultado septiembre, 2014). <http://www.media.unwto.org>.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).1990. Desarrollo Humano Informe. Bogotá, Colombia: Tercer Mundo Editores. (consultado agosto, 2014). <http://www.undp.org>.

Pueblos de México. 2009. Tepetzotlán Pueblo Mágico Estado de México. (consultado septiembre,2014).

[http://www.pueblosmexico.com.mx/pueblo\\_mexico\\_ficha.php?id\\_rubrique=252](http://www.pueblosmexico.com.mx/pueblo_mexico_ficha.php?id_rubrique=252)

Ruiz, O. 2008. Turismo: Factor de Desarrollo y Competitividad en México. Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.

Santandres, M. 2014. La cadena de valor inclusiva como herramienta para el desarrollo responsable y competitivo. Es Posible. La Revista de la gente que actúa (consultado noviembre, 2014). <http://www.revistaesposible.org/voces-amigas/85-la-cadena-de-valor-inclusiva-como-herramienta-para-el-desarrollo-responsable-y-competitivo#.VFgFOxazom0>.

Tejada, P. Moreno, P. & Rodríguez, M. 2013. Contribución de las PYMES turísticas al desarrollo. Revista de Economía Mundial.

Tello, J. Cerda, G. & Pardo, P. 2012. Índice de competitividad turística de los estados mexicanos (ICTEM). Tecnológico de Monterrey. Centro de Investigación y Estudios Turísticos. 353 pp.

Villareal, L. 2007. El turismo en comunidades rurales. Práctica soacial y estrategia económica. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Tesis Doctoral.

## **5. CONCLUSIONES GENERALES**

La situación que se vive en Tepetzotlán y El Oro, ambos Pueblos Mágicos del Estado de México, es similar. La brecha de desigualdades entre la población se ha ampliado al tomar en cuenta únicamente a la Cabecera Municipal como beneficiaria del Programa Pueblos Mágicos, esto es el resultado de los procesos de inclusión/exclusión que han resultado del mismo programa.

La correcta aplicación del enfoque ascendente puede convertirse en una vía que tome fuerza gracias al trabajo organizado de la comunidad, misma que puede ser

desarrollada e implementada por los Comités Pueblo Mágico de cada localidad que al ser integrados por miembros de localidades tanto urbanas como rurales pueden desarrollar proyectos aprovechando los recursos con los que cuenta cada una de ellas.

Diversificar la oferta turística y repartir los beneficios en todas las localidades independientemente que tan cerca o lejos se encuentren de la Cabecera Municipal que fue llamada Pueblo Mágico, como una manera de disminuir las desigualdades que actualmente existen al otorgarse apoyos gubernamentales solo a dichas cabeceras.

Es necesario fortalecer la espina dorsal del Programa Pueblos Mágicos, esta es, los Comités Pueblos Mágicos, para que se conviertan en el punto de partida de los proyectos, desde la programación de las actividades a desarrollar, hasta la identificación, seguimiento y evaluación de los mismos. Así como para que su participación desencadene en un verdadero desarrollo turístico local al reforzar de manera directa la participación de los habitantes de las diferentes comunidades donde se encuentren establecidos los Pueblos Mágicos, ya que son ellos los que conocen cuáles son sus recursos naturales y potenciales con los que disponen.

El poco impacto y trascendencia que el Programa Pueblos Mágicos ha tenido en un gran número de localidades rurales de Tepotztlán y El Oro se debe en primer lugar a la dispersión geográfica que guarda la cabecera municipal con sus localidades, mayor aún, con sus localidades rurales, y en segundo lugar a los recursos financieros limitados, que sólo se centran en la cabecera municipal y no permiten una estrategia integral que beneficie tanto a los prestadores de servicios turísticos como a los comercios que directa o indirectamente apoyan a la actividad turística.

La derrama económica obtenida del turismo no se ve reflejada en las condiciones de vida de los habitantes ni en las oportunidades que estos tienen para el acceso a un mejor empleo o capacitación ya que a pesar de contar con recursos y atractivos de gran

envergadura las localidades cercanas a estos recursos no han logrado un desarrollo equilibrado e inclusivo que permita pensar que el turismo es una herramienta que aporta a la equidad social y a la disminución de brechas de desigualdad.

Es necesario diseñar políticas públicas, programas e iniciativas específicas de apoyo a las pequeñas empresas y comercios locales, teniendo en cuenta que son y serán el motor del crecimiento económico de una región o localidad además de generadoras de empleo. Evitar que estas se queden al margen de las medianas y grandes empresas turísticas siendo que pueden ser complementarias una de otra al vincularse mediante el enfoque de inclusión en la cadena de valor.

El modelo de desarrollo que impera en Tepetzotlán y el Oro con relación al Programa Pueblos Mágicos es parcialmente integrado debido a que el programa sólo enfoca su presupuesto a la imagen urbana de las localidades ubicadas en su área de influencia dejando fuera aspectos importantes como la cohesión social y cooperativismo entre los actores involucrados directamente con el turismo y los que no lo están. Por lo tanto, el turismo por medio del Programa Pueblos Mágicos no ha logrado ser un facilitador para el desarrollo del resto de actividades económicas de la población provocando con esto ampliar la brecha de desigualdad entre los comercios dedicados a brindar servicios turísticos y los que no lo hacen.

## **6. LITERATURA CITADA GENERAL**

Armenta, G. 2014. Forbes México. ¿Cuál es la situación real de los Pueblos Mágicos?.

(consultado octubre, 2014). <http://www.forbes.com.mx/develan-misterios-de-los-pueblos-magicos/>.

Baldárrago, E. 2007. Turismo y desarrollo económico local: El caso del Cañón del Colca en la Provincia de caylloma-Arequipa. Consorcio de Investigación Económica y Social - CIES. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa - UNSA , 55 pp.

- Barrera, E., & Muñoz, R. 2003. Manual de turismo rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales. Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA). 101 pp. (consultado septiembre, 2014). <http://www.portal.mda.gov.br/o/3434816>.
- Barrios, Y. 2012. La importancia de la capacitación. (consultado noviembre ,2014). <http://www.pymempresario.com>.
- Carvajal, N. 2011. Enfoques ascendentes y descendentes del ordenamiento territorial de Colombia. Cuadernos de Geografía. Revista Colombiana de Geografía enero-junio.
- Cathalifaud, M. 2012. El debate sobre las desigualdades contemporáneas: ¿Puede excluirse la exclusión socila? Revista Mad, Revista del Magíster en Análisis Sistémico Aplicado a la Sociedad. (consultado septiembre, 2014).
- Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI). 2009. (consultado septiembre, 2014). <http://www.cdi.gob.mx>.
- Centro de Desarrollo Rural Alicante (CEDER). 2013. ¿Qué es LEADER?. Alicante, España. (consultado octubre, 2014). <http://www.cederalicante.es>.
- Consejo Nacional de Población (CONAPO). 2010. Índice Absoluto de Marginación 2000-2010. México.
- Consejo Nacional de Población (CONAPO). 2013. Índice absoluto de marginación 2000-2010. Secretaría de Gobenación, México. 119 pp. (consultado septiembre 2014). [http://wwwconapo.gob.mx/work/models/CONAPO/Resource/1755/1/images/IAM\\_00-04.pdf](http://wwwconapo.gob.mx/work/models/CONAPO/Resource/1755/1/images/IAM_00-04.pdf).
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). 2010. Secretaria de Desarrollo Social. (consultado septiembre, 2014). <http://www.sedesol.gob.mx>.

- Cordero, A. 2000. Turismo y dinámicas locales: el caso de Flores, El Petén, Guatemala. En J. P. Sáinz, Encuentro inciertos: globalización y territorios locales en centroamérica. San José, Costa Rica. FLACSO Ecuador. 272 pp. (consultado septiembre, 2014). <https://www.flacso.org.ec/biblio/catalog/resGet.php?resId=18503>.
- Crosby, A. 2009. Re-inventando el turismo rural, gestión y desarrollo. 13-20 pp. ISBN 978-84-7584-643-9. (consultado octubre, 2014). <http://www.dialnet.unirioja.es>.
- De los Ríos, I. et al. 2011. Creación de grupos de acción local para el desarrollo rural en México: Enfoque metodológico y lecciones de experiencia. En: Agrociencia. Vol 45, Núm 7. 815-829 pp.
- De la Torre, O. 1992. El Turismo. Fenómeno Social. México: Fondo de Cultura Económica. 134 pp.
- De Oliveira, G. E. 2007. Modelos teóricos aplicados al turismo. Estudios y Perspectivas en Turismo. Vol. 16, No. 1, 96-108 pp.
- Dredge, D. & Jenkins, J. 2003. Destination place identity and regional tourism policy. Tourism Geographies, Vol. 5. No. 4. Australia.
- Dubois, A. 2006. Un concepto de desarrollo para el siglo XXI. Universidad de Deusto, País Vasco, España. 11 pp. (consultado noviembre 2014). <http://www.umanizales.edu.co/programs/economia/publicaciones/8/concepdesar.pdf>.
- Enríquez, M. 2012. Hacia una caracterización de la Política Turística. Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 10. No. 3. 417-428 pp.
- Espadas, M. 2005. Universidad de Jaén. Escuela Universitaria de Trabajo Social (consultado octubre, 2014). <http://www4.ujaen.es/aespadas/>.
- Fernández, C. 2006. El Turismo rural en el desarrollo local. En J. Á. José León García Rodríguez (Ed.), Teoría y práctica del desarrollo local en Canarias. España. 575-612

- pp. (consultado junio, 2014). [http://www.redcanariarural.org/pdf/26\\_fernandez\\_hernandez.pdf](http://www.redcanariarural.org/pdf/26_fernandez_hernandez.pdf).
- Flores, D. 2011. Desarrollo Rural, economía social y turismo rural: un análisis de casos. CIRIEC Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa. No.70. 55-80 pp.
- Flores, C. 2008. Desarrollo local y Turismo. Instituto de Investigación Servicios y Consultoría Turística. Bolivia. 8 pp. (consultado agosto, 2014). <http://www.turismoruralboivia.com>.
- Foro Económico Mundial (FEM). 2009. (consultado septiembre, 2014). <http://www.weforum.org/>.
- Garduño, M., Guzmán, C., & Zizumbo, L. 2009. Turismo rural: Participación de las comunidades y programas federales. Periplo sustentable, 5-30 pp.
- Gobierno del Estado de México. 2014. Regiones del Estado de México (consultado septiembre 2014). <http://portal2.edomex.gob.mx/edomex/estado/geografíayestadística/regiones/index.htm>.
- H. Ayuntamiento Constitucional de Tepotzotlán (2013-2015). 2014. Gaceta de Gobierno No. II Bando Municipal. Tepotzotlán Estado de México. 65 pp.
- H. Ayuntamiento de El Oro (2013-2015) 2014. Plan de Desarrollo Municipal de El Oro. Estado de México. 198 pp.
- Hiernaux-Nicolas, D. Cordero, A. Van Duynen L. 2002. Imaginarios Sociales y Turismo Sostenible. Cuaderno de Ciencias Sociales No.123. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). Sede Académica, Costa Rica. 130 pp. (consultado junio, 2014). <http://www.biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/costar/cua123.pdf>.
- Instituto Mexicano para la Competitividad A.C. (IMCO). s/f. (consultado noviembre, 2014). <http://www.imco.org.mx>.

- Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). 2007. Museo Nacional del Virreinato. CONACULTA. (consultado septiembre, 2014). <http://www.inah.gob.mx/especiales/202-museo-nacional-del-virreinato>.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). 2010. Censo de Población y Vivienda 2010. (consultado septiembre 2014). <http://www.microregiones.gob.mx>
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED) 2010. Sistema Nacional de Información Municipal (SNIM). (consultado noviembre 2014) <http://www.snim.rami.gob.mx>.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). 2013. Análisis de la demografía de los establecimientos 2012. (consultado octubre, 2014). <http://www.inegi.org.mx>.
- Inostroza, G. 2008. Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la Región Andina. Ensayos. Gestión Turística No.10. ISSN 0717-1811. 77-90 pp. (consultado octubre, 2014) <http://www.mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n10/art06.pdf>.
- Jaén, J. 2005. Concepto de Turismo, el Producto Turístico de la empresa turística y del turista. Jornadas de Turismo. Universidad de Huelva, España. 41 pp. (consultado septiembre, 2014). <http://www.uhu.es/.../JORNADAS%20TURISMO%20UHU%20JUAN%20M%20JAEN.pdf>.
- Juárez, J., & Ramírez, B. 2012. Turismo Rural: Experiencias y desafíos en Iberoamérica. Agricultura, Sociedad y Desarrollo. Vol. 9. No.3.
- Jurado, J. 2010. Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México. Cronista municipal de El Oro. Atractivos culturales y turístico (consultado noviembre, 2014). <http://www.e-local.gob.mx>.

- Lara, C. 2014. LA PRENSA. El Sol de México. (consultado octubre, 2014), <http://www.oem.com.mx/laprensa/notas/n3550858.htm>.
- LEADER. 2000. Capítulo II LEADER, un planteamiento de desarrollo rural. Cuadernos "Innovación en el medio rural". 15 pp. (consultado mayo, 2014). [http://www.ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/dossier\\_p/es/dossier/chap2.pdf](http://www.ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/dossier_p/es/dossier/chap2.pdf).
- López, K. 2011. El Cooperativismo en México como enfoque estratégico para la creación, desarrollo y/o permanencia de las Pyme. México.
- López, D. 2006. El modelo turísticos de carácter sistémico e integrado como facilitador del desarrollo en los países Centroamericanos: el caso de Nicaragua. Universitat Jaume I. Departament d'Història, Geografia i Art. 69-91 pp.
- Lortia, A. 2013. Pueblos Mágicos, bajo la lupa. El economista. (consultado junio, 2014). <http://www.eleconomista.com.mx/industrias/2013/04/02/pueblosmagicosbajolupa>.
- Llorens, J. Alburquerque, F. & Del Castillo, J. 2002. Estudio de casos de desarrollo económico local en América Latina. Banco Interamericano de Desarrollo. Washington, D.C. 55 pp.
- Martínez, C. 2013. Pueblos Mágicos y nuevas ruralidades. El caso de Álamos, Sonora. Diálogos Latinoamericanos.
- Mendoza, V. 2014. Forbes México. Economía y Finanzas. (consultado octubre, 2014). <http://www.forbes.com.mx/se-aproxima-la-desaparicion-de-las-tienditas/>.
- México Desconocido. 2011. Pueblos Mágicos Cultura. (consultado septiembre, 2014). <http://www.mexicodesconocido.com.mx/el-oro-pueblos-magicos-de-mexico.html>.

- Molano, M. 2014. Instituto Mexicano para la Competitividad A.C. (consultado octubre, 2014). <http://www.imco.org.mx>.
- Neri, G. 2010. Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México. Cronista municipal de Tepetzotlán. Atractivos culturales y turísticos (consultado noviembre, 2014) <http://www.e-local.gob.mx>.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). 2005. (consultado agosto, 2014). <http://www.oecd.org>.
- Organización Mundial de Turismo (OMT). 2003. (consultado septiembre, 2014). <http://www.media.unwto.org>.
- Organización Mundial de Turismo (OMT). 2005-2007. Entender el turismo: Glosario básico. (consultado noviembre, 2014). <http://www.media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>.
- Paredes, M. 2014. Pueblos Mágicos de México. Diario en Imagen (consultado junio, 2014). <http://www.diarioenimagen.com.mx>.
- Pérez, A., Caballero, J. M., & Agostini, P. 2003. La nueva ruralidad en Europa y su interés para América Latina. FAO. 29 pp. (consultado junio, 2014). <http://www.fao.org/3/a-y4524s.pdf>.
- Perles, J. 2006. Análisis del impacto económico de eventos: una aplicación a fiestas populares de proyección turística. Cuadernos de Turismo No. 17. 147-166 pp.
- Petit, J. G. 2013. La teoría económica de desarrollo desde Keynes hasta el nuevo modelo neoclásico del crecimiento económico. Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura. Vol. XIX. No. 1 enero-junio. 123-142 pp. (consultado agosto, 2014). [http://www.saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev\\_ac/article/download/5398/5191](http://www.saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_ac/article/download/5398/5191).

- Plan Nacional de Desarrollo. 2013-2018. Programa Sectorial de Turismo. México: Gobierno de la República. (consultado agosto, 2014). [http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle\\_popup.php?codigo=5299465](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=5299465).
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).1990. Desarrollo Humano Informe. Bogotá, Colombia: Tercer Mundo Editores. (consultado agosto, 2014). <http://www.undp.org>.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). 2013. Informe sobre desarrollo humano 2013. El ascenso del Sur: progreso humano en un mundo diverso. 204 pp. (consultado julio, 2014). [http://www.hdr.undp.org/sites/default/files/hdr2013\\_es\\_complete.pdf](http://www.hdr.undp.org/sites/default/files/hdr2013_es_complete.pdf).
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). 2014. Índice de Desarrollo Humano Municipal en México: nueva metodología. Oficina de Investigación en Desarrollo Humano del PNUD. 104 pp. (consultado septiembre 2014). <http://www.mx.undp.org>.
- Pueblos de México. 2009. Tepetzotlán Pueblo Mágico Estado de México. (consultado septiembre ,2014). [http://www.pueblosmexico.com.mx/pueblo\\_mexico\\_ficha.php?id\\_rubrique=252](http://www.pueblosmexico.com.mx/pueblo_mexico_ficha.php?id_rubrique=252).
- Ramírez, Z. 2014. Informador.mx. Un acierto, política de Pueblos Mágicos en México: OMT (consultado octubre, 2014). <http://www.informador.com.mx/economia/2014/550990/6/un-acierto-politica-de-pueblos-magicos-en-mexico-omt.htm>.
- Red Española de Desarrollo Rural (ReDR). 2008. (consultado octubre, 2014). <http://www.redr.es/>.
- Rodríguez, J. A., Caldera, A. R. 2013. Índice de desarrollo humano. Un acercamiento desde la región centro-bajío. Acta Universitaria, vol.23 No.6, noviembre-

- diciembre. Universidad de Guanajuato. 34-42 pp. (consultado octubre 2014).  
<http://www.academia.edu>.
- Ruiz, O. 2008. Turismo: Factor de Desarrollo y Competitividad en México. Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.
- Santandres, M. 2014. La cadena de valor inclusiva como herramienta para el desarrollo responsable y competitivo. Es Posible. La Revista de la gente que actúa (consultado noviembre, 2014). <http://www.revistaesposible.org/voces-amigas/85-la-cadena-de-valor-inclusiva-como-herramienta-para-el-desarrollo-responsable-y-competitivo#.VFgFOxazom0>.
- Secretaría de Turismo (SECTUR). 2002. Pueblos Mágicos. Reglas de Operación. 19 pp. (consultado abril, 2014). [http://www.sectur.gob.mx /work/models/sectur/.../Reglas\\_de\\_operacion.pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/.../Reglas_de_operacion.pdf).
- Secretaría de Turismo (SECTUR). 2008. Conjunto de estrategias de competitividad Programa Pueblos Mágicos.
- Secretaría de Turismo (SECTUR). 2013. Diagnóstico de la Evaluación y Perspectivas del Programa Pueblos Mágicos. Diagnóstico, en Turismo.
- Secretaría de Turismo (SECTUR). 2014. Boletín 210. Presenta SECTUR nuevos lineamientos del Programa Pueblos Mágicos. (consultado noviembre, 2014). <http://www.sectur.gob.mx>.
- Sistema Nacional de la Información Estadística del Sector Turismo (DATATUR). 2013. Resultados de la Actividad Turística. Análisis Integral de Turismo, México.
- Sung, H. (s/f). Organización de las Naciones Unidas. Asamblea General de las naciones Unidas. (consultado noviembre, 2014). <http://www.un.org>.
- Tejada, P. Moreno, P. & Rodríguez, M. 2013. Contribución de las PYMES turísticas al desarrollo. Revista de Economía Mundial.

- Tello, J. Cerda, G. & Pardo, P. 2012. Índice de competitividad turística de los estados mexicanos (ICTEM). Tecnológico de Monterrey. Centro de Investigación y Estudios Turísticos. 353 pp.
- Tribunal de Cuentas Europeo. 2010. Aplicación del enfoque LEADER al desarrollo rural. Informe especial No. 5. Luxemburgo. 106 pp. (consultado septiembre, 2014). [http://www.redcanariarural.org/pdf/desafio\\_2020/TCUE-Leader-2010.pdf](http://www.redcanariarural.org/pdf/desafio_2020/TCUE-Leader-2010.pdf).
- Villareal, L. 2007. El turismo en comunidades rurales. Práctica social y estrategia económica. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Tesis Doctoral.
- World Economic Forum. 2008. World Economic Forum Annual Meeting 2008. (consultado noviembre, 2014). <http://www.weforum.org/.../world-economic-forum-annua>.

## **7. ANEXOS**



Campus Montecillo

**ENCUESTA PARA EL COMITÉ PUEBLO MÁGICO DE  
 TEPOTZOTLÁN Y EL ORO, ESTADO DE MÉXICO.**

**Estimado integrante del Comité Pueblo Mágico:**

El objetivo de esta investigación es analizar si los Comités Pueblos Mágicos del Estado de México son un factor determinante para la permanencia del nombramiento de Pueblos Mágicos y para el desarrollo local de las 2 comunidades.

Este estudio forma parte del trabajo de tesis de la estudiante de posgrado María Isabel Rosas Jaco.

Así mismo hago de su conocimiento que la información proporcionada será utilizada exclusivamente para fines académicos y tendrá carácter confidencial. Esperando contar con su apoyo le reitero mi más sincero agradecimiento.



Número de cuestionario: \_\_\_\_\_ ID1  
 Fecha: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / 2014

**Encuestador (a):** \_\_\_\_\_

**Pueblo Mágico**      1) Tepotzotlán      2) El Oro      (   ) ID 2

**I.- DATOS PERSONALES**

- 1. **Nombre** \_\_\_\_\_ ID3
- 2. **Edad** \_\_\_\_\_ (   ) X 1
- 3. **Sexo**                      1) Femenino      2) Masculino      (   ) Y 1
- 4. **Estado Civil** \_\_\_\_\_ (   ) Y 2
  - 1) Soltero (a)
  - 2) Casado (a)
  - 3) Unión libre
  - 4) Viudo (a)
  - 5) Divorciado (a)
  - 6) Otro
- 5. **Escolaridad** \_\_\_\_\_ (   ) Y 3
  - Primaria 1 – 6
  - Secundaria 7 – 9
  - Preparatoria o carrera técnica 10 – 12
  - Universidad 13 – 17
  - Posgrado 18 - 23
- 6. **Lugar de residencia actual**
  - 1) Municipio \_\_\_\_\_ (   ) Y 4
  - 2) Localidad \_\_\_\_\_ (   ) Y 5

**II. INTEGRACIÓN DEL COMITÉ PUEBLOS MÁGICOS (CPM)**

7. **¿Cuántos representantes integran el Comité Pueblos Mágicos?** ( ) **Y 6**  
 1) De 1 a 5 (pase a la pregunta 9)  
 2) De 6 a 10 (pase a la pregunta 9)  
 3) De 11 a 15 (pase a la pregunta 8)  
 4) Más de 16 (pase a la pregunta 8)
8. **Si los representantes del CPM son más de 10, ¿Cuentan con voz y voto?** ( ) **Y 7**  
 1) Si  
 2) No  
 3) Sólo cuentan con voz  
 4) Sólo cuentan con voto
9. **Puesto que ocupa dentro del CPM** ( ) **Y 8**  
 1) Presidente  
 2) Secretario  
 3) Representante de la Dependencia Estatal de Turismo.  
 4) Representante de la Autoridad Municipal.  
 5) Representante del Instituto Nacional de Antropología e Historia.  
 6) Representante social ¿Cuál? \_\_\_\_\_
10. **Como fue elegido el Presidente del CPM?** ( ) **Y 9**  
 1) Mayoría de votos  
 2) Recomendación  
 3) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_
11. **¿El Presidente del CPM es miembro de la representación social?** ( ) **Y 10**  
 1) Si (pase a la pregunta 12)  
 2) No (pase a la pregunta 13)
12. **¿A qué representación social pertenece el Presidente del CPM?** ( ) **Y 11**  
 1) Asociación de Restauranteros.  
 2) Asociación de Hoteles.  
 3) Asociación de Agencias de Viajes.  
 4) Asociaciones y Cámaras de Comercio.  
 5) Colegio de Arquitectos.  
 6) Artesanos.  
 7) Líderes de opinión  
 8) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_
13. **¿En qué momento fue elegido el Presidente del CPM?** ( ) **Y 12**  
 1) Primera sesión del año  
 2) Segunda sesión del año  
 3) Tercera sesión del año  
 4) En otro momento ¿Cuál? \_\_\_\_\_
14. **¿Cuántas veces ha sido reelegido el Presidente del CPM?** ( ) **Y 13**  
 1) Ninguna  
 2) 1 vez  
 3) De 2 a 5 veces  
 4) Más de 6 veces
15. **¿Se redactan actas en el momento que es elegido un Presidente del CPM?** ( ) **Y 14**  
 1) Si  
 2) No
16. **De las siguientes funciones del Presidente del CPM, menciona la frecuencia con las que las realiza:**

Funciones	1 Nunca	2 Casi Nunca	3 A veces	4 Casi Siempre	5 Siempre	
1) Proporciona las facilidades necesarias para que el Programa de Trabajo del Comité se lleve a cabo correctamente						Y 15
2) Es interlocutor entre el Comité y los diferentes niveles de Gobierno						Y 16
3) Es el representante de la localidad en las reuniones de trabajo requeridas						Y 17
4) Envía por escrito a SECTUR un reporte semestral del avance del Plan de Trabajo Anual del Comité						Y 18

17. ¿Cómo fue elegido el Secretario del CPM? ( ) Y 19

- 1) Mayoría de votos
- 2) Recomendación
- 3) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

18. ¿A qué dependencia pertenece el Secretario del CPM? ( ) Y 20

1. Dependencia Estatal de Turismo
2. Representante de la Autoridad Municipal
3. Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

19. De las siguientes funciones del Secretario del CPM, menciona la frecuencia con las que las realiza

Funciones	1 Nunca	2 Casi Nunca	3 A veces	4 Casi Siempre	5 Siempre	
1) Convoca a los integrantes del CPM con un mínimo de 5 días hábiles de anticipación a las reuniones de trabajo.						Y 21
2) Especifica lugar, fecha y hora en donde se llevará a cabo la reunión						Y 22
3) Redacta las minutas de todas las reuniones						Y 23
4) Presenta las minutas ante los integrantes del Comité para la recabación de firmas						Y 24
5) Da seguimiento a los acuerdos establecidos en las reuniones						Y 25

20. ¿Quién resguarda las minutas de cada reunión? ( ) Y 26

- 1) Presidente
- 2) Secretario
- 3) Otro ¿Quién? \_\_\_\_\_

21. ¿Las minutas están disponibles en caso de que la SECTUR las requiera? ( ) Y 27

- 1) Si
- 2) No
- 3) No tengo conocimiento

22. ¿La Dependencia Estatal de Turismo acreditó por escrito ante la SECTUR la existencia del CPM? ( ) Y 28

- 1) Si
- 2) No
- 3) No tengo conocimiento

23. ¿La SECTUR tiene conocimiento de los datos actualizados de todos los integrantes del CPM? ( ) Y 29

- 1) Si
- 2) No
- 3) No tengo conocimiento

24. ¿SECTUR tiene conocimiento de la periodicidad con que sesiona el CPM? ( ) Y 30

- 1) Si
- 2) No
- 3) No tengo conocimiento

25. ¿Al integrar el CPM se anexo su Plan de Trabajo Anual? ( ) Y 31

- 1) Si
- 2) No
- 3) No tengo conocimiento

### III. FUNCIONES DEL COMITÉ PUEBLO MÁGICO (CPM)

26. **¿Qué aspectos integra el Plan de Trabajo Anual del CPM?**
- 1) Desarrollo de capacidades locales ( ) Y 32
  - 2) Preservación del entorno Natural y Cultural (Desarrollo sustentable) ( ) Y 33
  - 3) Imagen Urbana ( ) Y 34
  - 4) Creación de nuevas empresas ( ) Y 35
  - 5) Apoyo a la artesanía ( ) Y 36
  - 6) Publicidad ( ) Y 36
  - 7) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) Y 37  
( ) Y 38
27. **¿Qué mecanismos utiliza el CPM para ser interlocutor entre los 3 niveles de gobierno?**
- 1) Reuniones con los representantes de cada nivel de gobierno ( ) Y 39
  - 2) Entrega de reportes mensuales a nivel municipal, estatal y federal sobre los avances alcanzados ( ) Y 40
  - 3) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) Y 41
28. **¿El CPM establece un calendario donde se indique la periodicidad de las reuniones?** ( ) Y 42
- 1) Si
  - 2) No
29. **¿Cuántas reuniones se programan al año?** ( ) Y 43
- 1) De 1 a 3
  - 2) De 4 a 6
  - 3) Más de 7
30. **¿Qué se necesita para que el CPM sesione?** ( ) Y 44
- 1) Presencia de la mayoría de los integrantes incluyendo al Secretario y Presidente
  - 2) Que esté presente el Presidente del CPM
  - 3) Que esté presente el Secretario del CPM
  - 4) Se realiza con los integrantes que lleguen
  - 5) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_
31. **¿Qué aspectos se discuten en las sesiones del CPM?**
- 1) Objetivos del Plan de Trabajo del CPM ( ) Y 45
  - 2) Avances de los proyectos que se realizan en las localidades ( ) Y 46
  - 3) Permanencia de los miembros del CPM ( ) Y 47
  - 4) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) Y 48
32. **¿En las sesiones del CPM asisten invitados?**
- 1) Si (pase a la pregunta 33) ( ) Y 49
  - 2) No (pase a la pregunta 37)
33. **¿Cómo se decide la asistencia de invitados en las sesiones del CPM?** ( ) Y 50
- 1) Que la mayoría del CPM de su aprobación
  - 2) Que sea familiar de algún representante del CPM
  - 3) Pueden asistir sin invitación
  - 4) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_
34. **¿Cuando hay invitados en las sesiones del CPM, estos tienen voz y voto?** ( ) Y 51
- 1) Si                      3) Solo voz
  - 2) No                      4) Solo voto
35. **¿Cuando hay invitados en las sesiones del comité, se le notifica a todos los integrantes del CPM?** ( ) Y 52
- 1) Si
  - 2) No
36. **¿Cuántos invitados pueden asistir a las sesiones del CPM?** ( ) Y 53
- 1) De 1 a 5
  - 2) De 6 a 10
  - 3) No hay límite de invitados

#### IV. OPERACIÓN DEL COMITÉ PUEBLO MÁGICO (CPM)

37. ¿Cuántas veces al año el CPM tienen reuniones de trabajo? \_\_\_\_\_ ( ) **X 2**
38. ¿En las reuniones del CPM se realiza un listado de asistencia? ( ) **Y 54**  
 1) Si  
 2) No
39. ¿En la lista de asistencia de cada reunión del CPM también se incluyen a los invitados? ( ) **Y 55**  
 1) Si  
 2) No
40. ¿Asiste un representante de la SECTUR a las reuniones del CPM? ( ) **Y 56**  
 1) Siempre  
 2) A veces  
 3) Nunca
41. ¿Al final de cada reunión, se redacta una minuta con los acuerdos establecidos en dicha reunión? ( ) **Y 57**  
 1) Siempre  
 2) A veces  
 3) Nunca
42. ¿Quién (es) realiza (n) el Plan de Trabajo Anual del CPM? ( ) **Y 58**  
 1) Todos los integrantes del CPM  
 2) El Presidente del CPM  
 3) El Secretario del CPM  
 4) Otro ¿Quién? \_\_\_\_\_
43. ¿En qué aspectos puede intervenir el CPM? ( ) **Y 59**  
 1) Solicitud de recursos económicos (SECTUR, Gobierno Municipal, Estatal, Otro)  
 2) Aprobación o rechazo de proyectos  
 3) Organización de cursos y talleres  
 4) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_
44. ¿Cuántos cursos ha organizado el CPM este año? \_\_\_\_\_ ( ) **X 3**
45. Mencione los 4 cursos en los que se haya tenido mayor participación de la población.

No	Nombre del curso	Dirigido a:	Impartido por:	Núm. de asistentes
1	A 1	A 2	A 3	X 4
2	A 4	A 5	A 6	X 5
3	A 7	A 8	A 9	X 6
4	A 10	A 11	A 12	X 7

46. ¿Cuántos talleres de desarrollo de producto ha organizado el CPM este año? \_\_\_\_\_ ( ) **X 8**
47. Mencione 4 talleres impartidos este año en los que se haya tenido mayor participación de la población.

No	Nombre del taller	Dirigido a:	Impartido por:	Núm. de asistentes aprox.
1	A 13	A 14	A 15	X 9
2	A 16	A 17	A 18	X 10
3	A 19	A 20	A 21	X 11
4	A 22	A 23	A 24	X 12

48. ¿Que dependencia u organización gestiona los recursos para que se lleven a cabo los cursos y talleres? ( ) Y 60

- 1) Presidencia Municipal
- 2) Dirección de Turismo del Municipio
- 3) Comité Pueblo Mágico
- 4) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

49. ¿Qué dependencia otorga los recursos para que se lleven a cabo los cursos y talleres? ( ) Y 61

- 1) Presidencia Municipal
- 2) Secretaría de Economía
- 3) SECTUR
- 4) Organizaciones privadas
- 5) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

#### V. LOGROS Y DIFICULTADES DEL COMITÉ PUEBLO MÁGICO (CPM)

50. ¿Qué porcentaje del Plan de trabajo de este año considera que han llevado a cabo hasta la fecha? ( ) Y 62

- 1) Entre el 1 y 20%
- 2) Entre el 21 y 40%
- 3) Entre el 41 y 60%
- 4) Entre el 61 y 80 %
- 5) Más del 80%

51. ¿Mencione que recursos con potencial turístico de su municipio cree que no está lo suficientemente reconocido y/o aprovechado?

Recurso Cultural		Recurso Natural	
1)	A 25	1)	A 29
2)	A 26	2)	A 30
3)	A 27	3)	A 31
4)	A 28	4)	A 32

52. ¿El Comité Pueblo Mágico tiene un Plan Estratégico que le permita cumplir con sus objetivos? ( ) Y 63

- 1) Si
- 2) No

53. ¿Hay un seguimiento por parte del Comité en cada una de las actividades para el cumplimiento de objetivos? ( ) Y 64

- 1) Si
- 2) No

54. ¿Quién es el responsable de dar seguimiento a cada una de las actividades a realizar? ( ) Y 65

- 1) Presidente del Comité Pueblo Mágico
- 2) Hay un responsable por cada proyecto
- 3) Dirección de Turismo del Municipio
- 4) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

55. **Mecanismo de evaluación utilizado por el Comité Pueblo Mágico para conocer sus logros y avances** ( ) Y 66
- 1) Evaluación al término de cada proyecto ( ) Y 66
  - 2) Evaluaciones intermedias hasta el termino del proyecto ( ) Y 67
  - 3) Evaluación ex post para apreciar los efectos a largo plazo ( ) Y 68
  - 4) Evaluaciones participativas con los beneficiarios del proyecto ( ) Y 69
  - 5) Otro ¿Cuál? ( ) Y 70
56. **¿Tipo de indicadores utilizados por el Comité Pueblo Mágico para realizar evaluaciones de sus proyectos?** ( ) Y 71
- 1) Cualitativos (Ej.: habilidades, desempeño en el trabajo realizado, etc.)
  - 2) Cuantitativos (Ej.: indicadores económicos, numero de proyectos, etc.)
  - 3) Cualitativos y Cuantitativos
57. **¿Qué dependencia u organismo se encarga de dar seguimiento y evaluar el trabajo realizado por parte de Comité Pueblo Mágico?** ( ) Y 72
- 1) Dirección de Turismo del Municipio
  - 2) Secretaría de Turismo Estatal
  - 3) Secretaría de Turismo Federal
  - 4) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_
58. **¿El Comité Pueblo Mágico del que forma parte ha tenido evaluaciones?** ( ) Y 73
- 1) Si
  - 2) No (Pase a la pregunta 61)
59. **¿Cuántas evaluaciones ha tenido el Comité Pueblo Mágico con relación al trabajo desempeñado desde su inicio en funciones?** \_\_\_\_\_ ( ) X 13
60. **¿Resultado de la última evaluación obtenida por el trabajo del Comité Pueblo Mágico?** ( ) Y 74
- 1) Satisfactorio
  - 2) Aceptable
  - 3) Reprobado
61. **¿Cómo calificaría usted el desempeño del Comité Pueblo Mágico con relación al trabajo hasta ahora realizado?** ( ) Y 75
- 1) Excelente
  - 2) Satisfactorio
  - 3) Regular
  - 4) Deficiente
  - 5) Malo
62. **¿Cuáles son los 3 principales problemas que ha identificado y que no permite al Comité Pueblo Mágico alcanzar sus objetivos?**
- 1) Falta de un Plan Estratégico con objetivos claros ( ) Y 76
  - 2) Poco o nulo liderazgo del Presidente del Comité Pueblo Mágico ( ) Y 77
  - 3) Falta de compromiso por parte de los compañeros que integran el Comité Pueblos Mágicos ( ) Y 78
  - 4) Falta de apoyo por parte de las autoridades de Turismo del Municipio ( ) Y 79
  - 5) Falta de apoyo por parte de la Secretaría de Turismo Estatal ( ) Y 80
  - 6) Falta de apoyo por parte de la Secretaría de Turismo Federal ( ) Y 81
  - 7) Poco presupuesto para los proyectos, cursos, talleres, etc. ( ) Y 82
  - 8) Poca o nula participación de los pobladores ( ) Y 83
  - 9) Falta de competitividad en la oferta turística ( ) Y 84
  - 10) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) Y 85
63. **Observaciones** ( ) Y 86

¡Gracias por su participación!



Trabajo Asalariado			
Actividad temporal	Y 6	Actividad permanente	Y 7
1) Jornalero (a)		1) Jornalero (a)	
2) Obrero (a) industrial		2) Obrero (a) industrial	
3) Empleado (a) público		3) Empleado (a) público	
4) Empleado (a) privado		4) Empleado (a) privado	
5) Construcción (albañil, yesero, etc.)		5) Construcción (albañil, yesero, etc.)	
6) Oficios (electricista, plomero, etc.)		6) Oficios (electricista, plomero, etc.)	
7) Artesano (a)		7) Artesano (a)	
8) Empleada doméstica		8) Empleada doméstica	
9) Servicios turísticos		9) Servicios turísticos	
10) Otro ¿Cuál? _____		10) Otro ¿Cuál? _____	

Actividad propia Agropecuaria	Y 8	Actividad propia No agropecuaria	Y 9
1) Agricultor		1) Comercio	
2) Ganadero		2) Taller	
3) Otro ¿Cuál? _____		3) Transporte	
		4) Costura	
		5) Panadería	
		6) Artesanía	
		7) Servicios turísticos	
		8) Otro ¿Cuál? _____	

**8. Lugar de trabajo**

( ) Y 10

- 1) Cabecera Municipal
- 2) Localidad del Municipio ¿Cuál? \_\_\_\_\_
- 3) Otro Municipio ¿Cuál? \_\_\_\_\_
- 4) Ciudad de México
- 5) En otro Estado de México
- 6) En otro país
- 7) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**II. CONOCIMIENTO SOBRE LOS PUEBLOS MÁGICOS**

**9. ¿Conoce que es un Pueblo Mágico?**

1) Si      2) No (Pase a la pregunta 11)

( ) Y 11

**10. De acuerdo a su conocimiento ¿Qué es un Pueblo mágico?**

( ) Y 12

- 1) Localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia y hechos trascendentes.
- 2) Localidades con riqueza cultural, natural y manifestaciones históricas.
- 3) Localidades que cuenten con una población base de 20,000 habitantes.
- 4) Todas las anteriores

**11. ¿Tiene conocimiento de que su Municipio es un Pueblo Mágico?**

( ) Y 13

- 1) Si (pase a la pregunta 12)
- 2) No (Pase a la pregunta 14)

**12. ¿Cómo se enteró de que su Municipio había sido nombrado como Pueblo Mágico?**

( ) Y 14

- 1) Boletín del Municipio
- 2) Aviso del Comité Pueblos Mágicos
- 3) Noticias en la televisión
- 4) Periódico
- 5) Medios electrónicos
- 6) Cometarios de amigos y/o vecinos
- 7) Volantes repartidos a las casa
- 8) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**13. ¿Sabe en que año su Municipio fue nombrado Pueblo Mágico?** ( ) Y **15**  
 1) Si a) ¿En qué año? \_\_\_\_\_  
 2) No

**14. ¿Que cambios positivos ha visto en el Municipio a partir del nombramiento como Pueblo Mágico?**

- 1) Mejores servicios públicos (alumbrado, cajeros, clínicas, etc.) ( ) Y **16**
- 2) Más empleos ( ) Y **17**
- 3) Más seguridad ( ) Y **18**
- 4) Menos basura ( ) Y **19**
- 5) Mejor imagen urbana ( ) Y **20**
- 6) Disminución en el comercio informal ( ) Y **21**
- 7) Llegada de turistas ( ) Y **22**
- 8) Visita de turistas a las comunidades rurales ( ) Y **23**
- 9) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) Y **24**
- 10) Ningún cambio ( ) Y **25**

**15. ¿Que cambios negativos ha visto en el Municipio a partir del nombramiento como Pueblo Mágico?**

- 1) Deficiencias en los servicios públicos ( ) Y **26**
- 2) No hay empleos ( ) Y **27**
- 3) Empleos mal pagados ( ) Y **28**
- 4) Inseguridad ( ) Y **29**
- 5) Turista sólo visita la Cabecera Municipal ( ) Y **30**
- 6) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) Y **31**
- 7) Ningún cambio ( ) Y **32**

**16. ¿Qué beneficios directos del Programa Pueblos Mágicos ha visto en su comunidad?**

- 1) Menos migración ( ) Y **33**
- 2) Más empleo ( ) Y **34**
- 3) Apertura de nuevos negocios ( ) Y **35**
- 4) Mejores servicios públicos ( ) Y **36**
- 5) Mejora en las fachadas de las avenidas principales ( ) Y **37**
- 6) Mayor venta de artesanías locales ( ) Y **38**
- 7) Más visitas de los turistas a la comunidad ( ) Y **39**
- 8) Capacitación en mi actividad económica ( ) Y **40**
- 9) Mayor seguridad ( ) Y **41**
- 10) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) Y **42**
- 11) Ningún beneficio ( ) Y **43**

### III. CONOCIMIENTO SOBRE EL COMITÉ PUEBLOS MÁGICOS

**17. ¿Tiene conocimiento de la existencia de un Comité Pueblos Mágicos en su Municipio?** ( ) Y **44**  
 1) Si (Pase a la pregunta 18)  
 2) No (Pase a la pregunta 22)

**18. ¿Cómo se enteró de la existencia del Comité Pueblos Mágicos de su Municipio?** ( ) Y **45**

- 1) Por las reuniones que tienen con las comunidades
- 2) Boletín del Municipio
- 3) Un conocido forma parte del Comité Pueblos Mágicos
- 4) Comentarios de amigos y/o vecinos de la comunidad
- 5) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**19. ¿Tiene conocimiento de quienes integran el Comité Pueblo Mágico?** ( ) Y **46**  
 1) Si (Pase a la pregunta 20)                      2) No (Pase a la pregunta 22)

**20. Mencione los integrantes que conforman el Comité Pueblo Mágico de su Municipio**

- 1) Presidente ( ) Y 47
- 2) Secretario ( ) Y 48
- 3) Representantes de la Dependencia Estatal de Turismo. ( ) Y 49
- 4) Representantes de la Autoridad Municipal. ( ) Y 50
- 5) Representantes del Instituto Nacional de Antropología e Historia. ( ) Y 51
- 6) Representantes sociales ( ) Y 52

**21. De acuerdo a su conocimiento, identifique las actividades que realiza el Comité Pueblos Mágicos en su comunidad:**

Actividades realizadas por el Comité Pueblos Mágicos en la comunidad:	1 Nula	2 Casi Nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre	
Reuniones periódicas con los representantes de la comunidad						Y 53
Enlace entre la comunidad y el gobierno municipal para dar a conocer las necesidades de la comunidad						Y 54
Organización de cursos de capacitación						Y 55
Organización de talleres						Y 56
Organización de Congresos para dar a conocer los atractivos de las localidades						Y 57
Seguimiento de proyectos realizados en la localidad						Y 58
Otro ¿Cuál?						Y 59

**22. ¿Qué proyectos se han llevado a cabo en su localidad a partir del nombramiento como Pueblo Mágico?**

- 1) Rutas Turísticas a pie ( ) Y 60
- 2) Rutas turística por medio de trasportes turísticos ( ) Y 61
- 3) Actividades de turismo alternativo ( ) Y 62
- 4) Actividades de turismo cultural ( ) Y 63
- 5) Apertura de hoteles ( ) Y 64
- 6) Apertura de restaurantes ( ) Y 65
- 7) Apertura de negocios para la realización de actividades turísticas ( ) Y 66
- 8) Ferias ( ) Y 67
- 9) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) Y 68

**IV. CONOCIMIENTO SOBRE SU COMUNIDAD**

**23. ¿Qué recursos naturales hay en su comunidad que puedan integrarse a los atractivos del Municipio?**

- 1) Cascadas ¿Cuáles? \_\_\_\_\_ ( ) Y 69
- 2) Grutas ¿Cuáles? \_\_\_\_\_ ( ) Y 70
- 3) Ríos ¿Cuáles? \_\_\_\_\_ ( ) Y 71
- 4) Avistamiento de aves ¿Cuáles? \_\_\_\_\_ ( ) Y 72
- 5) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) Y 73

**24. ¿Qué recursos culturales hay en su comunidad que puedan integrarse a los atractivos del Municipio?**

- 1) Tradiciones ¿Cuáles? \_\_\_\_\_ ( ) Y 74
- 2) Comida ¿Cuáles? \_\_\_\_\_ ( ) Y 75
- 3) Bebidas ¿Cuáles? \_\_\_\_\_ ( ) Y 76
- 4) Dulces típicos ¿Cuáles? \_\_\_\_\_ ( ) Y 77
- 5) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) Y 78

¡Gracias por su participación!



**COLEGIO DE POSTGRADUADOS**

Institución de Enseñanza e Investigación en Ciencias Agrícolas  
 Socioeconomía, Estadística e Informática  
 Programa de Estudios del Desarrollo Rural  
 Campus Montecillo



**ENCUESTA PARA LOS COMERCIOS DE LOS PUEBLO MÁGICO DE  
 TEPOTZOTLÁN Y EL ORO, ESTADO DE MÉXICO.**

**Estimado comerciante:**

El objetivo de este cuestionario es caracterizar el modelo de desarrollo turístico que impera en Tepotzotlán y El Oro con respecto a los comercios y empleos creados a partir del nombramiento como Pueblo Mágico.

Este estudio forma parte del trabajo de tesis de la estudiante de posgrado María Isabel Rosas Jaco.

Así mismo hago de su conocimiento que la información proporcionada será utilizada exclusivamente para fines académicos y tendrá carácter confidencial. Esperando contar con su apoyo le reitero mi más sincero agradecimiento.



Número de cuestionario: \_\_\_\_\_ ID1

Fecha: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / 2014

Encuestador (a): \_\_\_\_\_

Pueblo Mágico      1) Tepotzotlán      2) El Oro      ( ) ID 2

**I.- DATOS PERSONALES**

- |                                      |   |     |                        |
|--------------------------------------|---|-----|------------------------|
| <b>1. Nombre</b>                     | _____   | ( ) | <b>ID3</b>             |
| <b>2. Edad</b>                       | _____   | ( ) | <b>X1</b>              |
| <b>3. Sexo</b>                       | 1) Femenino      2) Masculino   | ( ) | <b>Y1</b>              |
| <b>4. Estado Civil</b>               | 1) Soltero (a)<br>2) Casado (a)<br>3) Unión libre<br>4) Viudo (a)<br>5) Divorciado (a)<br>6) Otro   | ( ) | <b>Y2</b>              |
| <b>5. Escolaridad</b>                | No sabe leer ni escribir 0<br>Primaria 1 – 6<br>Secundaria 7 – 9<br>Preparatoria o carrera técnica 10 – 12<br>Universidad 13 – 17<br>Posgrado 18 - 23 | ( ) | <b>Y3</b>              |
| <b>6. Lugar de residencia actual</b> | 1) Municipio _____<br>2) Localidad _____  | ( ) | <b>Y4</b><br><b>Y5</b> |

## II. CARACTERÍSTICAS DEL COMERCIO

- 7. Tipo de mercado en el que opera** ( ) **Y 6**
- 1) Servicios
  - 2) Producción o manufactura
  - 3) Extracción
  - 4) Ventas al por menor (minoristas)
  - 5) Ventas al por mayor (mayoristas)
- |  |  |  |   |   |
|--|--|--|---|---|
| <b>Servicios ( ) Y6 A</b><br>1. Hotel<br>2. Restaurante<br>3. Salón de belleza<br>4. Spa<br>5. Gimnasio<br>6. Agencia de viajes<br>7. Empresa de transporte<br>8. Empresa consultora<br>9. Otro ¿Cuál? | <b>Producción o manufactura ( ) Y6 B</b><br>1. Fábrica de muebles<br>2. Fábrica de textiles<br>3. Artesanías<br>4. Otro ¿Cuál? | <b>Extracción ( ) Y6 C</b><br>1. Agricultura<br>2. Ganadera<br>3. Maderas<br>4. Minería<br>5. Pesquera<br>6. Otro ¿Cuál? | <b>Minoristas ( ) Y6 D</b><br>1. Tienda de ropa<br>2. Ferretería<br>3. Farmacia<br>4. Abarros<br>5. Otro ¿Cuál? | <b>Mayoristas ( ) Y6 E</b><br>1. Distribuidor de bebidas<br>2. Distribuidor de alimentos<br>3. Distribuidor de materias de construcción<br>4. Otro ¿Cuál? |
|--|--|--|---|---|
- 8. ¿En qué año abrió su negocio?** \_\_\_\_\_ ( ) **X 2**
- 9. Años de experiencia en su actividad económica** \_\_\_\_\_ ( ) **X 3**
- 10. Venta Mensual aproximada \$** \_\_\_\_\_ ( ) **X 4**
- 11. Número de empleados** \_\_\_\_\_ ( ) **X 5**
- 12. Nivel de escolaridad de sus empleados** ( ) **Y 7**
- No sabe leer ni escribir 0
- Primaria 1 – 6
- Secundaria 7 – 9
- Preparatoria o carrera técnica 10 – 12
- Universidad 13 – 17
- Posgrado 18 - 23
- 13. Lugar de residencia de los empleados**
- 1) Cabecera Municipal ( ) **Y 8**
  - 2) Localidad del Municipio ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) **Y 9**
  - 3) Otro Municipio ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) **Y 10**
  - 4) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) **Y 11**
- 14. Lugar de procedencia de los empleados**
- 1) Del Municipio ( ) **Y 12**
  - 2) De otro Municipio ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) **Y 13**
  - 3) De otro Estado ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) **Y 14**
  - 4) De otro País ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) **Y 15**
  - 5) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) **Y 16**
- 15. Número de empleos creados a partir del nombramiento del Municipio como Pueblo Mágico** ( ) **X 6**
- 16. Tipo de clientes que atiende en su negocio**
- 1) Local ( ) **Y 17**
  - 2) Nacional ( ) **Y 18**
  - 3) Extranjero ( ) **Y 19**
  - 4) Otro ¿Cuál? ( ) **Y 20**
- 17. Tecnologías que aplica en su negocio**
- 1) Maquinaria ( ) **Y 21**
  - 2) Computadoras ( ) **Y 22**
  - 3) Internet ( ) **Y 23**
  - 4) Otro ¿Cuál? ( ) **Y 24**

- 18. Medio por el cual da a conocer su negocio**
- 1) Internet ( ) Y 25
  - 2) Gaceta impresa ( ) Y 26
  - 3) Volantes ( ) Y 27
  - 4) Recomendación de los mismo clientes ( ) Y 28
  - 5) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) Y 29
  - 6) Ninguno ( ) Y 30

- 19. Dónde compra los insumos necesarios para elaborar o llevar a cabo su actividad económica?**
- 1) Municipio ( ) Y 31
  - 2) Otro Municipio ( ) Y 32
  - 3) Localidad donde vivo ( ) Y 33
  - 4) Distrito Federal ( ) Y 34
  - 5) En otro Estado de la República ( ) Y 35
  - 6) En otro país ( ) Y 36

**20. Monto mensual que gasta en la compra de sus insumos \$ \_\_\_\_\_ . \_\_\_\_\_** ( ) X 7

- 21. ¿Qué tipo de capacitación relacionada con su negocio ha recibido en el último año?**
- 1) Manejo de materiales, herramientas y equipo ( ) Y 37
  - 2) Reparación de maquinaria, equipo y herramientas ( ) Y 38
  - 3) Aspectos administrativos / contables / fiscales / jurídica ( ) Y 39
  - 4) Control de calidad de la producción ( ) Y 40
  - 5) Computación ( ) Y 41
  - 6) Seguridad e higiene ( ) Y 42
  - 7) Atención a clientes ( ) Y 43
  - 8) Mejora del negocio ( ) Y 44
  - 9) Otro ¿Cuál? ( ) Y 45
  - 10) Ninguna ( ) Y 46

- 22. ¿Qué dependencia le otorgó la capacitación?**
- 1) Gobierno Municipal ( ) Y 47
  - 2) Gobierno Estatal ( ) Y 48
  - 3) Comité Pueblos Mágicos ( ) Y 49
  - 4) Proveedor ( ) Y 50
  - 5) Privado ¿Quién? \_\_\_\_\_ ( ) Y 51
  - 6) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_ ( ) Y 52

- 23. Medio por el cual obtuvo el capital para poner su negocio** ( ) Y 53
- 1) Venta de terrenos
  - 2) Venta de bienes materiales
  - 3) Préstamo del banco
  - 4) Financiamiento (Pase a la pregunta 24 )
  - 5) Otro ¿Cuál?

- 24. ¿De dónde obtuvo el financiamiento?** ( ) Y 54
- 1) Institución financiera
  - 2) Cajas de ahorro y crédito
  - 3) Programas gubernamentales ¿Cuál? \_\_\_\_\_
  - 4) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**25. Monto del financiamiento otorgado \$ \_\_\_\_\_ . \_\_\_\_\_** ( ) X 8

**26. De acuerdo a su consideración, identifique las situaciones que vivía su negocio antes del nombramiento del Municipio como Pueblo mágico**

Situaciones	1 Siempre	2 Algunas veces	3 Regular	4 Casi nunca	5 Nunca	
1) Todos los días había buenas ventas						Y 55

2) Encontraba todos los insumos o materia prima para realizar mi trabajo						Y 56
3) Recibía capacitación por parte del Municipio para mejorar su actividad económica						Y 57
4) Oportunidades de invertir en otros negocios						Y 58
5) Oportunidades de incrementar el número de sucursales						Y 59

**27. De acuerdo a su consideración, identifique los cambios que experimentó su negocio después del nombramiento del Municipio como Pueblo Mágico**

Situaciones	1. Empeoró	2. Igual	3. Mejoró	
1) Todos los días había buenas ventas				Y 60
2) Encontraba todos los insumos o materia prima para realizar mi trabajo				Y 61
3) Recibía capacitación por parte del Municipio para mejorar su actividad económica				Y 62
4) Oportunidades de invertir en otros negocios				Y 63
5) Oportunidades de incrementar el número de sucursales				Y 64

**28. ¿Cuál es el problema más importante que enfrenta su negocio actualmente? (Mencione 3 principales, si es que las hay)** ( ) Y 65

- ( ) Y 66
- ( ) Y 67
- 1) Falta de clientes
  - 2) Bajas ganancias
  - 3) Competencia excesiva
  - 4) Problemas con las autoridades
  - 5) Problemas administrativos
  - 6) Problemas con empleados
  - 7) Pocas oportunidades de capacitación
  - 8) Inseguridad en la zona
  - 9) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_
  - 10) No tiene ningún problema

**29. ¿Cuáles son los planes sobre su negocio?** ( ) Y 68

- 1) Continuar en el mismo negocio
- 2) Hacer crecer el negocio
- 3) Diversificar el negocio
- 4) Cambiar de actividad
- 5) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**30. ¿Pertenece a alguna organización ?** ( ) Y 69

- 1) Si                      2) No (Gracias por su participación)

**31. ¿A qué tipo de organización pertenece?** ( ) Y 70

- 1) Sindicato
- 2) Organización que agrupa comercios del mismo giro que el mío
- 3) Comité
- 4) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**32. ¿Qué beneficio le proporciona ser miembro de la organización? (Mencione 3 si es que las hay)** ( ) Y 71

- ( ) Y 72
- ( ) Y 73
- 1) Mejores precios en los insumos
  - 2) Mayor participación en el mercado
  - 3) Asesorías especializadas
  - 4) Mejor comunicación entre mi negocio y las autoridades municipales
  - 5) Participación en ferias, congresos, etc.
  - 6) Mayor claridad en la toma de decisiones
  - 7) Otro ¿Cuál?

**¡Gracias por su participación!**