



LOS PUEBLOS MAGICOS EN MEXICO, UN ANÁLISIS DESDE EL TURISMO CULTURAL.

“El turismo representa el medio por excelencia para preservar la identidad y poner en justo valor el patrimonio nacional” - Enrique de la Madrid

Elaborador por: Daniela García Viasus¹

Dirigido por: Carolina Garzón Medina

Resumen

México es uno de los países más atractivos culturalmente en el mundo, este cuenta con un gran patrimonio cultural el cual le permite fortalecer su identidad nacional y a su vez promocionar y promover el turismo como una manera de atraer recursos, esta riqueza cultural es posible de apreciar en sus diferentes destinos turísticos, historia, gastronomía, arquitectura, tradiciones. El gobierno mexicano invierte constantemente en el desarrollo de acciones que buscan diversificar la oferta turística del país, el objetivo del presente ensayo es , el Programa Pueblos Mágicos busca promover el desarrollo sustentable de localidades rurales mediante el turismo.

Palabras claves: pueblos mágicos, turismo, cultura, México, patrimonio

El turismo en México es una de las actividades más importantes en su economía, lo que la ha convertido en una gran oportunidad de desarrollo y crecimiento para el país. El turismo en México representa directamente el 8.5% del PIB y genera un valor por encima del promedio de la economía, contribuye adicional a ello con empleos para millones de mexicanos. Si bien los datos indican que el sector genera 2.3 millones de empleos directos (5.8%), la cifra real es significativamente más alta en cuanto al empleo indirecto (OCDE, 2017). Las políticas del Estado mexicano en primera instancia privilegiaban a los destinos de sol y playa, en años recientes se ha empezado a modificar ese patrón de comportamiento y se ofrecen otras opciones, otros atractivos

¹ Estudiante de Mercadeo, correo electrónico: daniela.garciav@usantotomas.edu.co



para el turismo nacional y también para los turistas extranjeros que buscan nuevos escenarios: ciudades coloniales, “rutas” arqueológicas, pueblos rehabilitados bajo el nombre de “pueblos mágicos”, ecoturismo, turismo rural Hurtado (2016).

Hoy en día los turistas pueden encontrar una amplia oferta cultural disponible en México, al respecto Rivera (2016) expone que los turistas pueden encontrar una nueva manera de desplazarse en busca no sólo de descanso o entretenimiento, sino de un intenso y vivencial aprendizaje, adquirido en la cotidianidad de las comunidades con personas auténticas y expresiones culturales genuinas. Con base en lo anterior una de las fuentes de crecimiento económico en México, está dado a través de lo que significan *los pueblos mágicos* como atractivo principal del denominado turismo cultural, que de acuerdo con Valdéz (2012) es definido como la visita de una persona fuera de su lugar de origen motivada por intereses históricos, artísticos, científicos, estilos de vida o patrimoniales que una comunidad, región, grupo o institución ofrece.

En línea con lo anterior, de acuerdo con la Secretaría de Turismo (2015), el turismo cultural es un medio eficaz para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico del país. Sus efectos traen como consecuencia la satisfacción del cliente, la conservación del patrimonio cultural de carácter turístico y el desarrollo económico y social de las comunidades, además de ofrecer al visitante una experiencia espiritual y estética de enriquecimiento histórico y cultural. Al respecto es importante denotar que los turistas con interés especial en la cultura mexicana, han visto en los pueblos mágicos un atractivo de incalculable valor histórico e inmaterial, ya que es precisamente como a través de estos pueblos mágicos se perpetua la cultura de un lugar, sus tradiciones, creencias, paisajes, gastronomía y atractivos más importantes. Para el 2019 la secretaria de turismo invirtió US\$4.865 millones en diversos proyectos en el sector, actualmente México se ubica en el sexto lugar en recepción de turistas internacionales, con 41.5 millones de turistas (Sectur, 2019). A partir de ello surgen los siguientes interrogantes ¿Cómo han venido aportando los pueblos mágicos al desarrollo del turismo cultural en México? ¿Cómo ha venido contribuyendo el turismo cultural al cuidado del patrimonio de la nación? ¿Cómo aporta el marketing desde la perspectiva del turismo cultural? Estos interrogantes dan la pauta que sustentar el objetivo principal de este escrito que parte de generar un análisis de los pueblos mágicos de México desde la perspectiva del turismo cultural.

En primer lugar es importante destacar que el turismo cultural se convierte en una herramienta muy poderosa a través de la cual los viajeros pueden apreciar y comprender mejor el patrimonio cultural, que desde luego permite para el país un significativo crecimiento económico, ya que a través de este se promueve constantemente la conservación y el desarrollo de los diferentes lugares turísticos; en ese sentido el patrimonio cultural es lo que cada pueblo tiene en común y a partir del cual se otorga identidad a un grupo o comunidad, y por medio de este se incentivan valores tales como el sentido de pertenencia, la memoria colectiva, histórica, sustento para crear, innovar y construir su visión de futuro(Conaculta, 2013).

En línea con el anterior planteamiento, el gobierno mexicano, a través del Programa Pueblos Mágicos, ha incentivado a través de la promoción de lo que representan estos para la cultura del país, una forma de visibilizar la riqueza cultural que posee estos pueblos. Al respecto es importante destacar que los Pueblos Mágicos son sitios cargados de símbolos y leyendas, poblados con historia que en muchos casos han sido escenario de hechos trascendentes para el propio país, son lugares que muestran la identidad nacional en cada uno de sus rincones, con una magia que emana de sus atractivos naturales, su arquitectura, tradiciones y códigos culturales subyacentes, visitarlos es una oportunidad para descubrir el encanto de México (Secretaría de turismo, 2019).

Actualmente, México posee 121 Pueblos Mágicos, la promoción y puesta en marcha del Programa es que propicia la coordinación interinstitucional y la coordinación con Estados y municipios, adicional a que diversifica y mejora la calidad de los destinos, productos y servicios turísticos, estimulando y fomentando la inversión pública y privada para generar un incremento en la economía y en el de empleo; además de potenciar el desarrollo social y económico en beneficio de la comunidad receptora (DDOF, 2014). Ejemplo de ello se puede apreciar con el pueblo mágico de Comala, el cual fue puesto en los ojos de los visitantes nacionales e internacionales por la novela de Juan Rulfo, “Pedro Páramo”, escrita en 1955. En 2002, la Secretaria de Turismo incluyó a la cabecera municipal en el Programa de Pueblos Mágicos, contribuyendo también con el aumento de visitantes y, consecuentemente, la oferta de servicios turísticos. Antes de la inclusión en el programa de Pueblos Mágicos, en la cabecera municipal no

existían opciones de hospedaje, por lo que se implementó el programa de hostales, mediante el acondicionamiento de casas típicas. En lo referente a la oferta de alimentos y bebidas, el municipio tiene registrados 25 establecimientos en la categoría de restaurantes, restaurantes bares y cenadurías, localizadas principalmente en la cabecera municipal, con lo cual se puede observar el fortalecimiento de su cultural, sus tradiciones y su visibilidad dada a través del apoyo Estatal. (Covarrubias, Vargas, & Rodríguez, 2010).

En línea con el anterior ejemplo, el gobierno de México en los últimos años ha venido impulsando la riqueza cultural que poseen los pueblos mágicos con el fin de generar una mayor cantidad de ingresos en el país, para ello tienen varios planes, como diversificar la oferta de productos y servicios, posicionar la marca país cada vez más, promocionando la idea de que México cuenta con destinos turísticos con un gran patrimonio cultural, fomentando cada vez más las inversiones en el sector turismo.

Además de la inversión al sector turístico, también ha venido siendo relevante para el gobierno mexicano impulsar la preservación del patrimonio cultural, para ello ha venido orientando políticas de turismo con un enfoque de bienestar social, creando programas beneficiosos para los mexicanos, promoviendo la accesibilidad al turismo, así como la seguridad tanto para las comunidades que pertenecen al Programa de Pueblos Mágicos, como para los turistas. El programa ha ayudado a impulsar en gran manera el turismo local, en promedio 8.5 millones de viajeros mexicanos llegan a hoteles ubicados en estos destinos (Sectur. 2019)

La SECTUR creó el Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos (PRODERMAGICO), el cual contribuye a mejorar las condiciones de la infraestructura y equipamiento en las localidades, la capacitación de los prestadores turísticos, el apoyo a la movilidad de turistas, buscando el fomento del producto por conducto de la diversificación de su oferta (DOF, 2017). El Programa no es solo un impulsador del turismo, también buscar diversificar la demanda de los productos ofrecidos por las comunidades pertenecientes a los diferentes pueblos mágicos. con el fin de incrementar los ingresos en cuanto al comercio de los productos ofertados por los pueblos.

En lo que se refiere al Programa Pueblos Mágicos, Rosas-Jaco, Almeraya-Quintero, & Guajardo-Hernández (2015) recomienda que los presupuestos nacionales que están destinados a los gobiernos locales deben jugar un papel más relevante, ya que una de las maneras más eficientes para alcanzar una mejor productividad y competitividad es creando una relación entre el presupuesto asignado y las necesidades halladas de la población local en cuanto a comercio, capacitación, créditos. De esta forma, los proyectos de turismo cultural deben sustentarse en la instauración y la integración de estructuras de acogida y servicios de apoyo con los niveles de calidad necesario para satisfacer ampliamente las demandas de los turistas, en línea con lo anterior Shaadi (2007) refiere que el Programa Pueblos Mágicos es muy llamativo y cuenta con una oferta de atractivos y actividades en extremo motivadoras, pero, si no se cuenta con los servicios que permitan satisfacer necesidades básicas como descanso y alimentación, entonces decaerá la competitividad del destino.

Con respecto a lo anterior se debe destacar que se han encontrado algunos lugares en mal estado e inmuebles patrimoniales con escaso mantenimientos, mala infraestructura, los turistas que llegan a conocer estos destinos lo hacen por recomendaciones de terceros, muchos de estos siguiendo únicamente la señalización de las carreteras o con ayuda de mapas, algunas observaciones constantes por parte de los turistas son la falta de oferta suficiente y variada de hospedaje y de servicios de mantenimiento, salud, seguridad y de otros servicios que se necesitan para desarrollar un buen turismo.

Para lograr un buen desarrollo en el sector turístico además de invertir en las mejoras que requiere el programa mencionadas anteriormente, también se debe implementar un marketing turístico para así de esta manera poder llegar a nuevos mercados, al respecto, según Chhabra (2010), sustenta que el enfoque principal del marketing de turismo patrimonial, consiste en diseñar estrategias de promoción y contenido de mensajes apropiados para mercados objetivo seleccionados o sugeridos. Los mensajes deben estar diseñados para atraer a los mercados objetivos para que se puedan generar más ganancias.

También es de vital importancia sobre todo en el sector de turismo introducir el marketing ecológico, en las estrategias de comunicación que se implante, con el fin de preservar el patrimonio natural, el cual puede estar en riesgo si no se desarrolla un turismo responsable, según la ONU (2010) el patrimonio cultural y el patrimonio natural están cada vez más amenazados de

destrucción, no sólo por las causas tradicionales de deterioro sino también por la evolución de la vida social y económica que las agrava con fenómenos de alteración o de destrucción aún más terribles.

En línea con lo anterior Silva (2017) destaca que hoy en día el mundo y las personas son mucho más eco conscientes y apoyan todo lo que tenga que ver con el cuidado del medio ambiente, esto genera un valor agregado para el producto o servicio que se esté ofreciendo, en este caso en los hoteles deben existir políticas ambientales. Según la Comisión Nacional para el desarrollo de los pueblos indígenas (2013), México se encuentra entre los países con mayor diversidad biológica a nivel mundial esto le otorga un gran potencial para desarrollar el turismo alternativo. Es de destacar, que gran parte de esa riqueza biológica y cultural se encuentra en las regiones indígenas, esta característica potencializa el desarrollo de la actividad turística en los pueblos y comunidades indígenas.

Como finalidad, además de la inversión turística que el Estado busca, a manera de crecimiento social como beneficio para las comunidades pertenecientes al programa, se busca que en un corto y mediano plazo, las localidades que reciben los beneficios del nombramiento Pueblo Mágico puedan fortalecer la infraestructura, la calidad de los servicios, la diversificación de sus productos turísticos, la creación y modernización de herramientas comerciales, acciones que contribuirán a detonar el crecimiento del mercado interno. Al respecto Figueroa (2015), sustenta que estos mercados deben buscar la manera de implementar la tecnología en sus procesos si quieren seguir vivos en esta era tecnológica, claro está conservando su cultura y su historia, esto con el fin de brindarle a los turistas una mayor facilidad en cuanto a pagos, desarrollo en sus productos, innovación en cuanto al sector hotelero, brindando una mayor comodidad y una mejor experiencia, ya que según Mendoza (2014) las nuevas tendencias tecnológicas implicaran impactos que las tienditas deberán sortear para mantenerse a flote. Las comunidades de los pueblos mágicos deben crear estrategias de marketing de servicios con el fin de crear experiencias en los clientes, de esta manera se logra una recordación y los clientes regresan, se debe innovar en servicios de telecomunicaciones, Softwares online, servicios de publicidad, servicios financieros, todo tipo de servicios de hospitalidad, viajes, salud y servicios profesionales con el objetivo de que los turistas encuentren una variada oferta de servicios en cada uno de los pueblos. Es importante contar con personas que le den atención al turista, tener centros de información en los que se otorgan mapas



y folletos con todas las atracciones y puntos para visitar en su estancia, lo cual le facilitará su acceso, así como como la reducción de costos y tiempos implicados. Una característica distintiva de la magia que hacen sentir estos pueblos radica en las personas, estos son reconocidos por la calidez y el afecto de la gente que habita y trabaja en ellos, de esta forma se hace sentir bienvenido al turista y es una de las razones por las que se logran crear los lazos afectivos.

Durante las vacaciones de verano 2019, algunos pueblos mágicos se posicionaron entre los favoritos de la temporada, como fue el caso de Loreto, el cual registró un crecimiento de más del 300% en reservaciones de hotel, en comparación con el mismo periodo del año anterior. Pátzcuaro, Taxco y Parras de la Fuente, de igual forma tuvieron un incremento de reservas, con lo que podemos confirmar que los Pueblos Mágicos son parte vital para el desarrollo del turismo nacional. (Forbes,2019)

La participación ciudadana es válida únicamente como un proceso de consulta y análisis, por tal razón no representa un mecanismo de participación oficial entre el estado y la sociedad, a partir de esta se pueden conocer los intereses colectivos de las comunidades, los cuales pueden ser de gran ayuda al gobierno para lograr conocer sus necesidades y requerimientos, constituyéndose en un ámbito donde solo se intercambia información y no se cuenta con capacidades decisorias (Muñoz, 2019). No obstante es de gran importancia que el Estado tenga en cuenta las opiniones, puntos de vista de las comunidades como una participación con carácter decisorio, ya que las comunidades son las que tienen más conocimiento de los requerimientos y necesidades que se presentan en cada uno de los diferentes pueblos mágicos. Con el fin de entablar una relación entre Estado-comunidad la cual logre contribuir al mejoramiento de dicho programa, generando beneficios tanto para el Estado, la población y los turistas, René Rivera. (2016). dice que es relevante que los actores involucrados en la gestión del destino formen parte de su comunidad, ya que ellos tienen un mayor conocimiento de su contexto real, sin dejar de lado la intervención de algunos agentes externos que aporten propuestas de mejora.

Finalmente se puede decir que el Programa Pueblos Mágicos es un impulsador del turismo en Mexico ya que atrae a muchos turistas todos los años, debido al crecimiento que ha tenido y la gran acogida que se ha presentado en el mundo la SECTUR debe tener un mayor compromiso asegurando un desarrollo permanente en el programa, fomentar el cuidado y la prolongación de estos destinos, para ello, se requiere el compromiso formal de los gobiernos estatales para realizar

la asignación presupuestaria destinada para la puesta en marcha de los planes de acción para el mejoramiento de estos, una ayuda para este tipo de decisiones el lograr implementar mesas de dialogo con las comunidades pertenecientes al programa donde en este espacio se pueda deliberar las necesidades que ellos tienen y las falencias que ven reflejadas a diario, ya que estas son las personas las cuales tienen el contacto directo con los turistas los cuales son el mercado objetivo del programa, mediante estos espacios se pueden crear en conjunto estrategias de marketing territorial con el objetivo de posicionar la imagen del programa, creando un reconocimiento de cada uno de los pueblos mágicos, basándose en las ventajas competitivas que poseen, detallan las líneas que pretenden alcanzar una mejora de la calidad de vida y las oportunidades de los ciudadanos, basándose en una perspectiva de desarrollo sostenible.

También es importante lograr una participación activa de la SECTUR para la puesta en marcha de sus lineamientos en el Programa de Pueblos Mágicos. Adicionalmente, es responsabilidad y tarea de la SECTUR la creación, implantación y seguimiento de mecanismos eficaces de monitoreo y de evaluación que permitan determinar el nivel de eficacia de los programas implantados para poder definir las acciones pertinentes de reforzamiento, ajuste, rediseño o incluso de cancelación de aquellos cuyos objetivos no hayan sido alcanzados.

Como recomendación es de gran importancia que tanto el gobierno de Mexico como las comunidades pertenecientes al Programa Pueblos Mágicos, impulsen la diversificación de productos y servicios al momento de desarrollar las estrategias de marketing turístico ya que esto es de vital importancia a la hora de penetrar en nuevos mercados, al identificar las oportunidades de los mercados esto permite que se minimice en gran medida las amenazas que puedan existir en el entorno competitivo.

Referencias

- Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo, Conaculta. (2013). Funcionamiento de los programas de turismo en México. Recuperado de: https://patrimonioculturalyturismo.cultura.gob.mx/publi/ABC_patrimonio/ABC_Patrimonio%20Cultural_2013.pdf
- Comisión Nacional para el desarrollo de los pueblos indígenas. (2013). Programa turismo alternativo en zonas indígenas. Recuperado de: <http://www.cdi.gob.mx/programas/2013/cdi-reglas-de-operacion-PTAZI-2013.pdf>
- Covarrubias, R. R., Vargas, V. A., & Rodríguez, H. I. M. (2010). Satisfacción de residentes con el desarrollo de la actividad turística en los pueblos mágicos de México; un indicador de competitividad: Casos de comala en colima y de real de asientos en aguascalientes. en: gestión turística,14. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com> Recuperado en : 08/12/2019
- Chhabra, D. (2010). *Sustainable marketing of cultural and heritage tourism*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com> Recovered in: 08/12/2019
- Diario Oficial de la Federación (DOF). (2014). Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos generales para la incorporación y permanencia al Programa Pueblos Mágicos. Recuperado de: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5361690&fecha=26/09/2014
- Diario Oficial de la Federación (DOF). (2017). Acuerdo por el que se emiten las reglas de operación del programa de desarrollo regional turístico sustentable y pueblos mágicos (Prodermagico). Recuperado de: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5509139&fecha=27/12/2017
- FERNÁNDEZ, J. I., VARGAS VÁZQUEZ, A., & ANGÉLICA SHAADI RODRÍGUEZ, R. M. (2018). Dinámica Relacional en Los Pueblos Mágicos De México. Estudio De Las Implicaciones De La Política Turística a Partir Del Análisis De Redes. 22, 85–104. Recuperado de: <https://doi-org.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/10.18601/01207555.n22.05>

Forbes (2019). Los pueblos mágicos, los actuales protagonistas.

Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/los-pueblos-magicos-los-actuales-protagonistas/>

Hurtado, A. (2016). Espacio y ocio: el turismo en Mexico. Universidad nacional autónoma, Mexico. Recuperado de:

http://www.igg.unam.mx/sigg/utilidades/docs/pdfs/publicaciones/temas_sele/TSG_turismo_ocio.pdf

María Elena Figueroa Díaz. (2015). EL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS EN TIEMPOS DEL EMPRENDIMIENTO. Recuperado de:

<http://148.228.173.140/topofiliaNew/assets/figueroa-et-al.pdf>

MUÑOZ ARÉYZAGA, E. (2019). Participación ciudadana Y Patrimonio Cultural en La Planificación Turística De Los Pueblos Mágicos (México): Alcances Y Limitaciones. Anuario Turismo y Sociedad, 25, 29–50. Recuperado de: <https://doi-org.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/10.18601/01207555.n25.02>

OCDE. (2017). Estudio de la política turística de México. Secretaria de turismo.

Recuperado de:

http://www.oecd.org/industry/tourism/MEXICO%20TOURISM%20POLICY%20REVIEW_EXEC%20SUMM%20ASSESSMENT%20AND%20RECOMMENDATIONS_ESP.pdf

ONU. (2010). Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural”. Recuperado de:

[https://patrimonioculturalyturismo.cultura.gob.mx/documentos/pdf/convention-es%20\(1\).pdf](https://patrimonioculturalyturismo.cultura.gob.mx/documentos/pdf/convention-es%20(1).pdf)

Raúl Valdéz Muñoz. (2012). Funcionamiento de los programas de turismo en Mexico. Gobierno de Mexico. Recuperado de:

<https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf19/articulo3.pdf>

René Rivera. (2016). Turismo cultural en Mexico. Anáhuac Mexico.

Recuperado de:

<https://www.anahuac.mx/mexico/EscuelasyFacultades/turismo/sites/default/files/inline-files/Reporte04TurCultural.pdf>

Rosa María Angélica Shaadi Rodríguez. (2007). Desarrollo turístico en los pueblos mágicos de México. Recuperado de:

http://ruja.ujaen.es/jspui/bitstream/10953/875/1/Tesis%20doctoral_RMA%20Shaadi%20Rodriguez.pdf

Rosas-Jaco, M. I., Almeraya-Quintero, S. X., & Guajardo-Hernández, L. G. (2015). Modelo de desarrollo turístico: Caso Tepotzotlán y El Oro, Pueblos Mágicos del Estado de México.

Recuperado de <https://doi-org.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/10.5261/2015.ESP1.04>,

Secretaria de turismo. (2015). Turismo cultural.

Recuperado de: <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>

Secretaria de turismo. (2019). Pueblos mágicos de México.

Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/articulos/pueblos-magicos-206528>

Secretaria de turismo. (2019). Estrategia Nacional De Turismo 2019-2024 Tendrá Un Sentido

Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/articulos/pueblos-magicos-206528>

Silva Moreno, L. A. (2017). Marketing turístico.

Recuperado de: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ir01372a&AN=rin.11634.4524&lang=es&site=eds-live>

Viridiana Mendoza Escamilla (2014). ¿Se aproxima la desaparición de las tienditas?

Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/se-aproxima-la-desaparicion-de-las-tienditas/>