

**“ANÁLISIS DEL IMPACTO EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA
TURÍSTICO PM SOBRE LOS ACTORES SOCIALES DE LAS
MUNICIPALIDADES DE MASCOTA Y TALPA DE ALLENDE, MÉXICO”**

JUAN CAMILO VICTORIA SALAZAR

KEYDI VANESA VILLA CUARTAS

UNIVERSIDAD DEL VALLE

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (3845)

ÁREA DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ZARZAL VALLE

2019

**“ANÁLISIS DEL IMPACTO EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA
TURÍSTICO PM SOBRE LOS ACTORES SOCIALES DE LAS
MUNICIPALIDADES DE MASCOTA Y TALPA DE ALLENDE, MÉXICO”**

JUAN CAMILO VICTORIA SALAZAR

KEYDI VANESA VILLA CUARTAS

Monografía para optar por el título de Administrador de Empresas

TUTORES:

Rodrigo Espinoza Sánchez, PhD

Roberto Lucien Larmat González, MSc

UNIVERSIDAD DEL VALLE

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (3845)

ÁREA DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ZARZAL VALLE

2019

Nota de aceptación:

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Zarzal Valle 2019

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	12
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1 APROXIMACIÓN TEÓRICA	14
1.2 ANTECEDENTES.....	20
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	25
1.3.1 Pregunta problémica	26
1.3.2 Sistematización	26
2. OBJETIVO GENERAL	27
2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	27
3. JUSTIFICACIÓN	28
4. MARCO TEÓRICO	30
5. DISEÑO METODOLÓGICO	43
5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	43
5.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
5.3 TIPO DE ANÁLISIS	43
5.4 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	44
5.5 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	44
5.6 ANÁLISIS PROBABILÍSTICO.....	45
5.6.1 Muestreo	45
5.6.2 Características de la muestra.....	45
5.7 MANEJO Y CRUCE DE LA INFORMACIÓN	46
6. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR TURISMO DE LOS PUEBLOS MÁGICOS TALPA DE ALLENDE Y MASCOTA	48
6.1 CARACTERIZACIÓN SECTOR TURISMO TALPA DE ALLENDE.....	55
6.2 CARACTERIZACIÓN SECTOR TURISMO MASCOTA.....	62
7. ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LOS ACTORES SOCIALES DE LOS MUNICIPIOS DE MASCOTA Y TALPA DE ALLENDE FRENTE A LOS CAMBIOS QUE HA TENIDO LA POBLACIÓN TRAS LA DENOMINACIÓN DE PM	71
8. DESCRIPCIÓN DE CÓMO SE HAN VISTO AFECTADAS LAS VARIABLES SOCIALES FRENTE A LA DENOMINACIÓN DE PM	110

9. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN PARA MEJORAR LA PARTICIPACIÓN DE LOS ACTORES INVOLUCRADOS EN EL PROCESO DE DESARROLLO TURÍSTICO PM	115
10. CONCLUSIONES	121
11. RECOMENDACIONES	124
12. ANEXOS	126
13. BIBLIOGRAFÍA	135

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Inversión turística del sector privado.....	54
Tabla 2 Inversión en infraestructura turística. (Pesos MXN).....	61
Tabla 3 Oferta de alojamiento Mascota. 2013-2016	64
Tabla 4 Afluencia turística conforme a los meses del año	67
Tabla 5 Derrama económica.....	68
Tabla 6 Ingresos económicos en los principales sectores productivos del municipio de Mascota, Jalisco	68
Tabla 7 Personas que viven del turismo	69

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1 Lugar de procedencia de los turistas.....	65
Gráfica 2 Edad promedio del turista.....	66
Gráfica 3 Comportamiento de Afluencia Turística.....	67
Gráfica 4 Género	71
Gráfica 5 Edades	71
Gráfica 6 Nivel de escolaridad	72
Gráfica 7 Residente	73
Gráfica 8 Ocupación	73
Gráfica 9 Tiempo de residencia	73
Gráfica 10 Conoce el programa pueblos mágicos	75
Gráfica 11 Calidad del medio ambiente	76
Gráfica 12 Calidad de servicios públicos (Salud y Educación)	77
Gráfica 13 Cantidad de viajeros.....	77
Gráfica 14 Ingresos económicos.....	78
Gráfica 15 El turismo lo ha beneficiado económicamente	79
Gráfica 16 Influencia del turismo en el patrimonio Cultural	80
Gráfica 17 Ha habido mejoras económicas sustanciales.....	80
Gráfica 18 Aspectos que han mejorado con ser pueblo mágico	81
Gráfica 19 Cambios negativos por el turismo	82
Gráfica 20 Beneficios para usted	82
Gráfica 21 El turismo ha aumentado el costo de vida.....	83
Gráfica 22 . Vivienda y ambiente del lugar de residencia	84
Gráfica 23 Género	90
Gráfica 24 Edades	90
Gráfica 25 Nivel de escolaridad	91
Gráfica 26 Ocupación	91
Gráfica 27 Conoce el programa pueblos mágicos	93

Gráfica 28 Es residente	93
Gráfica 29 Tiempo de residencia	93
Gráfica 30 Ingresos.....	94
Gráfica 31 Calidad del medio ambiente	95
Gráfica 32 Calidad de servicios públicos (Salud y Educación)	96
Gráfica 33 Cantidad de viajeros.....	96
Gráfica 34 Cambios negativos por el turismo	98
Gráfica 35 El turismo ha aumentado el costo de vida.....	99
Gráfica 36 Beneficios de ser pueblo mágico.....	100
Gráfica 37 Aspectos que han mejorado con el hecho de ser pueblo mágico	101
Gráfica 38 El turismo lo ha beneficiado económicamente	102
Gráfica 39 Influencia del turismo en el patrimonio	103
Gráfica 40 Ha habido mejoras económicas	103
Gráfica 41 Vivienda y ambiente del lugar de residencia	105
Gráfica 42 Nivel de escolaridad Talpa	118
Gráfica 43 Nivel de escolaridad de Mascota.....	119

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Personas que viajaron por el mundo en el 2018.....	50
Figura 2 Agrupación de los actores como elementos del sistema y su definición como componente	116

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. Catedral Basílica de Nuestra Señora del Rosario, Talpa de Allende, Jalisco, México.....	126
Anexo B. Canasta de flores y Rosario elaborado en chicle	127
Anexo C. Museo arqueológico de Mascota (Casa de la cultura)	128
Anexo D. Cuestionario estructurado dirigido a la comunidad de Talpa de Allende y Mascota	129
Anexo E. Guion de observación.....	132
Anexo F. Base datos encuestas	134

RESUMEN

El turismo se presenta como una estrategia de desarrollo para las comunidades, esta mejora las condiciones de vida de dichas poblaciones, así mismo existen programas que impulsan al turismo como lo es Pueblo Mágico (PM), el cual llega en el 2015 a los municipios de Mascota y Talpa de Allende, Jalisco. Se presentaron resultados mixtos ya que tuvo aportes *cuantitativos* y *cualitativos* puesto que se hizo medición de las características de los fenómenos sociales, basado en los números, para esto se utilizó una encuesta aplicada a una muestra de 40 residentes de las cabeceras municipales; con el fin de triangular con otros instrumentos, se aplicó un guion de observación participante y dos entrevistas a profundidad a los directores de turismo, así mismo para contrastar su información con la percepción de la población. Los principales resultados muestran que Mascota no se siente aun preparado para ser PM y a su vez declara que no se han obtenido los beneficios esperados con este programa; a diferencia de Talpa, en donde ellos resaltan que su economía ha mejorado. Se puede concluir que en Mascota hubo una mala planificación e implementación del programa, siendo este el detonante para que la comunidad no perciba mayores cambios en su modelo social, económico y cultural; mientras que en Talpa Allende se perciben beneficios económicos, sociales y culturales. Por otro lado, algunos análisis importantes han planteado cierta apatía por parte de un buen segmento poblacional con la implementación del programa

Palabras claves: turismo, pueblo mágico, calidad de vida, percepción.

INTRODUCCIÓN

El turismo está estrechamente relacionado con el crecimiento económico y en esa misma medida con la cultura, el medio ambiente y en general, con la sociedad. Por eso se han creado diversos programas que ayuden a impulsar el desarrollo local como lo es en este caso la denominación de PM, el cual surge en el año 2001 en los Estados Unidos Mexicanos con la firme intención de estructurar una oferta turística complementaria y así diversificarla hacía el interior del país, basada en atributos históricos y culturales de localidades que son consideradas únicas. Dicho programa se analiza en esta investigación desde la experiencia de los Municipios de Mascota y Talpa de Allende ubicados en el estado de Jalisco, México.

Mascota y Talpa de Allende son dos municipios del estado de Jalisco, denominados PM en el año 2015. A Mascota se les atribuye esta calificación gracias a sus recursos naturales ya que cuenta con la laguna de Juanacatlán enclavada en el cráter de un volcán y a Talpa por tener una de las tradiciones religiosas más importantes de Jalisco, además de otras particularidades con las que ambas poblaciones cuentan que los hacen territorios aplicables para incluirse en la larga lista que impulsa el turismo desde distintas perspectivas de desarrollo estatal y local.

De este modo, es importante entender el papel que juega la población directamente relacionada con la difusión e implementación de dicho programa, que busca impulsar una serie de características que poseen los territorios en materia turística. Por esto, las partes interesadas con la aplicación de la medida se engloban bajo fundamentos de aceptación y receptividad frente a los cambios que esta denominación puede traer para su modo de vida. Los cambios que pueden surgir en alguna medida se pueden interpretar desde distintas experiencias, es decir todos los actores sociales no pueden encontrar en esta denominación una oportunidad de

desarrollo, sino que es allí donde entra en discusión la aplicabilidad de la misma con relación a los beneficios que esta puede traer para los relacionados.

En este orden de ideas el objetivo de esta investigación fue analizar el impacto que tiene la implementación del programa turístico PM en los actores sociales de las municipalidades de Mascota y Talpa de Allende, de tal manera que se pudieran establecer condiciones de satisfacción e insatisfacción generadas a partir del desarrollo socio-económico surgido después de la inclusión de dichos municipios al programa PM". La anterior identificación, pretende conocer desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo la percepción de la población en torno a los posibles impactos que se generan a partir de este relevante renglón económico, como lo es el turismo y su modo de generar desarrollo para las comunidades involucradas. Para la recolección de datos de información se hizo necesario emplear técnicas como lo son la *entrevista*, *encuesta observación no participante* y *análisis documental*, con el fin de ayudar a generar un soporte investigativo con los fundamentos necesarios para generar resultados aplicables desde una perspectiva teórico-práctica.

Es así, como los posibles cambios venideros parten de articular a los actores sociales, desde unas acciones de trabajo mancomunadas, que van desde implementar capacitaciones, reuniones, certificaciones y otros métodos pedagógicos que resultan de gran ayuda en la tarea de cambiar la perspectiva de los habitantes. Es por esto, que es indispensable generar propuestas de intervención que sean reales, prácticas y que generen una aceptación secuencial del programa PM en las esferas de la sociedad que lo requieran. Es decir, la implementación implica una alineación de las corrientes (estatales, poblacionales, empresariales y educativas) para que el mismo empiece a generar impactos significativos en los mismos.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 APROXIMACIÓN TEÓRICA

Orientado a mejorar la comprensión del contexto del objeto de estudio se hace una extracción de aportes significativos que dan soporte al tema principal de esta investigación, como lo es calidad de vida y su influencia en las comunidades hacia las cuales se encuentra encaminada.

Mencionado lo anterior Espinoza, et al (s.f) expone en su investigación titulada “Pueblo mágico, desarrollo turístico y calidad de vida en Talpa de Allende Jalisco” las transformaciones estructurales que ha tenido este municipio en cuanto a políticas gubernamentales y como estas han sido confundidas con las políticas públicas; también se le añaden los grupos de interés de las comunidades regionales y locales impuestos por los mismos gobiernos y los cuales están siendo presionados. Al final, en muchas ocasiones no obtienen los beneficios esperados y aparte de esto deben soportar los impactos negativos generados por la carga turística, los autores hacen alusión al concepto relacionado con que son pueblos mágicos, asimismo menciona datos de interés relacionados con el municipio en mención y como el turismo se transforma en una estrategia para incentivar el desarrollo económico, ambiental y social en el ámbito local.

Varisco (2008) en su investigación “Desarrollo turístico y desarrollo local: la competitividad de los destinos turísticos de Sol y Playa”, esta se orienta a formular dos grandes interrogantes, uno referido al grado de consenso teórico sobre la noción de desarrollo local y otro relacionado con la posible diversidad de modelos de desarrollo turístico. Donde se aborda desde una perspectiva económica los diferentes modelos de desarrollo turístico en las localidades de Villa Gesell y

Pinamar, analizando el impacto de los mismos en el desarrollo local. Esta buscó describir las principales características del desarrollo turístico en las localidades anteriormente mencionadas a partir del concepto de cluster y también se analizó el impacto de la actividad turística respecto del desarrollo local.

Molina (2011) en su investigación “Ecoturismo en Colombia: una respuesta a nuestra invaluable riqueza natural” analiza el gran potencial natural y étnico que posee Colombia, donde se manifiesta en su riqueza hídrica y su diversidad biológica, ecosistémica y cultural, que requieren para su protección, actividades de preservación, uso, manejo y aprovechamiento sostenible, siendo el ecoturismo la mejor estrategia para su implementación. Por ello el gobierno nacional ha encaminado sus esfuerzos en desarrollar este tipo de turismo, que permite abrir nuevas posibilidades económicas que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de la población, protegiendo al mismo tiempo el medio ambiente.

En la investigación de Cassani (2012) La incorporación de la semilla del Pehuén en el turismo gastronómico: ¿Desarrollo sustentable local o estrategia de marketing?, en este estudio se pretende indagar sobre la razón de la incorporación del piñón al turismo gastronómico de Villa Pehuenia; donde se determina si el desarrollo que se plantea actualmente con base a la semilla proviene de un verdadero fenómeno local, surgido desde la comunidad misma, o si se trata de una estrategia de marketing para desarrollar una imagen provocada que influya en las percepciones de los turistas sobre el destino. Al mismo tiempo, se busca dejar en evidencia si realmente es viable el uso sustentable del piñón del pehuén en la villa turística para el desarrollo del turismo gastronómico.

En su investigación González (2012) muestra el aporte del turismo rural en el cambio del estado de desarrollo de los habitantes del municipio de La Mesa (Cundinamarca), bajo el enfoque de “desarrollo humano sostenible”. Con la

metodología de Sistemas Suaves adaptada de Checkland se construyó un modelo ideal de un turismo rural que contribuyera al “desarrollo humano sostenible”. El modelo se contrastó con lo encontrado en el Municipio, donde, a través de la misma metodología en conjunto con la “inmersión social” se caracterizó el sistema turístico de la Mesa en el momento de la investigación. Al realizar el análisis se evidenciaron conflictos originados por las cosmovisiones divergentes sobre el turismo rural en el territorio, de diferentes grupos de actores locales interesados o afectados por la actividad turística. Se encontró que en el municipio no existía un sistema de turismo rural claramente delimitado y que el modelo de turismo que se realizaba no estaba contribuyendo al desarrollo sostenible de sus habitantes de manera generalizada.

Castillo, Osuna y López (2012) desarrollan una investigación que titulan: Percepción y actitudes del residente acerca del turismo en la Isla Santiago (Cabo Verde), en donde se analiza la actitud del residente local con respecto al turismo, con especial énfasis en la percepción de los impactos que podría tener para la comunidad y personalmente, y al mismo tiempo su influencia para contribuir hacia mayores niveles de desarrollo. El desarrollo turístico de una determinada zona, requiere de la interacción de una serie de agentes, en este marco no hay duda que los residentes no pueden quedar al margen de los procesos de planificación turística, de ahí la importancia de conocer sus percepciones y expectativas. Los principales resultados muestran que los residentes de Santiago ven en el turismo una esperanza de futuro que les puede permitir un mayor bienestar general.

Bravo y Rincón (2013) en su investigación de “Estudio de competitividad en el sector turismo en Colombia” el cual se realizó con el objetivo de conocer la evolución que ha tenido el sector turismo en el mundo y en Colombia para analizar el impacto que este ha generado en la economía nacional. La información obtenida de fuentes secundarias permitió conocer el desarrollo y el avance del sector a través de cifras y estadísticas con las cuales se identificaron las oportunidades y ventajas que tiene

Colombia para lograr ser un país turísticamente competitivo y a su vez se evidenciaron los factores de mejora. Las Políticas Sectoriales ayudaron a identificar la normativa del sector y la manera en que cada uno de los procedimientos se debe llevar.

Espinoza, Dagostino y Andrade (2013) en su investigación “Percepción del desarrollo turístico y la calidad de vida. caso “chacala” en la rivierra Nayarit”. se analiza la percepción de la población local de Chacala Nayarit, con respecto al desarrollo turístico de la Riviera Nayarit, proyecto hegemónico del gobierno del estado para impulsar el desarrollo regional. Se analizan los resultados obtenidos a través de la aplicación de una encuesta de calidad de vida, entrevistas, y observación de campo, se pudo interpretar como el turismo ha influido en el desarrollo local de la comunidad de Chacala, Nayarit, México. Por tanto, dicha apreciación de que el turismo de la Riviera Nayarit generará ciertos beneficios a dicha población muestra ciertas dudas, y no se manifiesta como la actividad que viene a dinamizar la economía, sino todo lo contrario ha generado pérdidas de posición de patrimonios y remociones de residentes locales.

Simón (2014) en su investigación sobre Neoparadigmas del Turismo: “Calidad, Competitividad y Sustentabilidad”. Análisis de las aplicaciones discursivas del Dispositivo Turístico en la formación académica en Turismo; dicho estudio tiene la intención de encontrar relaciones entre la formación académica y disciplinar que reciben los estudiantes de turismo sobre los paradigmas señalados, la sujeción a la que se pueden ver sometidos y consecuentemente la configuración de sus propias perspectivas. De este modo, se presentan las apreciaciones existentes sobre los neoparadigmas, también se seleccionaron y analizaron 5 planes de estudio de carreras de licenciatura en Turismo para ver de qué modo se visualiza la impronta de estos paradigmas en su conformación y por último se profundiza el análisis, tomando a estudiantes de cada unidad académica seleccionada para determinar

cómo influyeron los contenidos específicos de los paradigmas en su propia visión de la actividad turística.

Otra investigación que hace mención del turismo, es el artículo realizado por Giacosa, Molinari y Charme, (2014) titulada “Turismo y agronegocios: alternativas para mejorar la calidad de vida en los pueblos originarios” donde se describen dos pueblos originarios, uno de Argentina (Tartagal) y el segundo de África (Kenia) los cuales tienen grandes atractivos turísticos pero con problemáticas en cuanto a sus altos niveles de pobreza; dejando a la comunidad sin oportunidades de desarrollo y con una alta desnutrición la cual repercute desde la edad temprana en lesiones en el desarrollo físico e intelectual de manera continua y perdurable. Tartagal, en la provincia de Salta, Argentina es la tercera ciudad en importancia económica, teniendo como principal actividad económica la extracción petrolera y gasífera; asimismo, ofrece al turismo conocer la cultura de sus etnias aborígenes, safaris y entre otras actividades; pero su comunidad presenta un déficit nutricional. En Kenia el turismo es muy marcado, siendo este una de sus principales actividades económicas; estos dos lugares tienen una gran riqueza en cuanto a recursos naturales y diversidad natural, factores necesarios para desarrollar una actividad turística, que representa un importante porcentaje de ingresos y a su vez dicha actividad debería contribuir con el desarrollo del país en conjunto, pero la realidad es otra, los habitantes ceden sus tierras con la esperanza de obtener una mejora en su calidad de vida y al final solo quedan con altos índices de desnutrición infantil y bajas probabilidades de darles un mejor futuro a sus niños.

Espinoza, Barreras, Andrade y Cornejo (2017) en su investigación titulada “Percepción de la población local sobre los impactos del desarrollo turístico del Pueblo Mágico de Mascota Jalisco” los autores hablan sobre el programa de pueblos mágicos y como este trae múltiples beneficios tanto económicos como de

conservación del patrimonio local, haciendo que estos puedan mostrarse y ser conocidos por los visitantes, al mismo tiempo que aumentan los ingresos del municipio, además de sus características naturales y su hermosa arquitectura, siendo estos los factores determinantes para que fuera denominado pueblo mágico en el año 2015.

Díaz (2017), en su investigación titulada “Turismo y desarrollo local” menciona como el turismo se transforma en un motor de desarrollo local en áreas rurales, en dicha investigación toman como referencia al municipio de San Francisco Zapotitlán, en el departamento de Retalhuleu, en Guatemala, donde se ubica el centro recreativo IRTRA, este lugar ha hecho que aumente el turismo en la localidad y con él la disminución en los niveles de pobreza, ha traído consigo no solo aportes económicos solo para los entes gubernamentales sino para la localidad en sí y se ha visto reflejada en el buen desarrollo local y aprovechamiento de sus atractivos turísticos como estrategias de mejoras.

1.2 ANTECEDENTES

Talpa de Allende

Talpa de Allende se fundó en el año de 1599 a raíz de los descubrimientos de minerales en Aranjuez, por Decreto de la Real Audiencia de Guadalajara recibió el título de Santiago de Talpa. Posteriormente por decreto número 155 de fecha 18 de septiembre de 1885 se concede a Talpa el Título de Villa con la denominación de Talpa de Allende.

Es una localidad de origen minero que posteriormente se transformó en un santuario debido a la fe religiosa suscitada por la virgen del lugar, presentando un dinamismo económico y con buena infraestructura. Tiene una población de 7,500 habitantes, su base económica eminentemente primaria y artesanal se potencializa con la actividad terciaria derivada del turismo religioso, que asiste a la veneración de la virgen del lugar conocida como virgen del rosario o virgen de talpa. Esta localidad recibe alrededor de tres millones de visitantes al año, cuya cúspide se concentra en el periodo de semana santa y pascua lo que en términos reales significa que durante dos semanas se recibe los tres millones de visitantes.

Esta situación marca con claridad el carácter estacional de la actividad, el resto del año la economía se repliega a las actividades primarias (agropecuarias), sin embargo en un esfuerzo emprendedor y en aras de romper la estacionalidad, el gobierno estatal puso en marcha el programa “La Ruta del Peregrino”, el cual tiene por objetivo romper la dinámica de afluencia estacional que se tiene en la Ruta durante las fechas tradicionales de festividades religiosas, de manera que haya un flujo adicional de turistas en todo el año. El proyecto con más de 200 años de tradición se compone de tres miradores (dos en Atenguillo y uno en Ameca) en sitios propicios para apreciar el paisaje jalisciense de la Sierra Madre Occidental, tres ermitas laicas (Ameca, Mixtlán y Mascota), seis sitios de descanso, dos albergues

(Guachinango y Atenguillo) para el hospedaje de los peregrinos, una escultura de 18 metros dedicada a la virtud de la gratitud, en respuesta a las vivencias religiosas de gran parte de quienes realizan el camino a Talpa.

La participación del gobierno, como tal en estos procesos estatales ha sido notable, porque ha reconocido la importancia de incentivar el turismo en esta región, y de alguna manera ha impulsado la inversión tanto nacional como extranjera a que desarrollen políticas direccionadas a generar empleos, y desarrollo en distintos campos del municipio. Se entiende que Talpa ha basado sus esfuerzos en fortalecer el plano turístico desde el tema religioso como conductor de progreso.

Otro punto importante es el del papel protagónico que juega el sector empresarial, puesto que este de la mano del estado y otros entes gubernamentales de alguna manera puede crear planes que direccionen a la población a obtener mayores beneficios de su situación turística actual y futura. En Talpa de Allende, no se observa un apoyo firme de este sector, ya que se dedica a fortalecer otro tipo de actividades económicas, y olvidan un poco la importancia e impacto de este en las comunidades. El avance significativo ha estado predominado por la traducción desde la cultura que la población ha hecho del impacto del turismo en el territorio, puesto que ha entendido que desde el punto de vista comercial existe un vasto terreno de oportunidades para ellos.

“El Programa Pueblos Mágicos (PM) contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros”. Secretaria de turismo (Sectur, 2016)

Un acontecimiento importante que marca el antecedente es el punto de inflexión generado a partir de la denominación de PM a los municipios del estado de Jalisco de Talpa de Allende y Mascota en el año 2015 por el programa que lleva el mismo

nombre, y que es impulsado por la secretaria de turismo mexicano (Sectur), siendo estos los últimos municipios del estado beneficiados con dicho nombramiento.

Cabe resaltar que esta decisión gubernamental ha traído consigo hechos de cambio de alta relevancia para la comunidad, en el caso de Talpa de Allende no solo en el aspecto turístico se percibe que claramente ha traído desde la denominación a hoy, beneficios económicos, sociales y culturales. Por otro lado, algunos análisis importantes han planteado cierta apatía por parte de un buen segmento poblacional con la implementación del programa, puesto que se ha referido que esta ha generado problemas en aspectos de la contaminación, seguridad y la inversión a temas de desarrollo local.

Mascota

Por decreto del 27 de marzo de 1824, se dispuso la creación del departamento de Mascota. Asimismo, se le concedió el título de villa a dicha población. Para 1825, seguía conservando su carácter de capital del departamento y tenía ayuntamiento. Por decreto del 25 de julio de 1843, se estableció el Juzgado de Primera Instancia en Minería, en los minerales de mascota.

El 18 de septiembre de 1846, Mascota fue nombrada capital del 6° Cantón del Estado. Por decreto número 182, publicado el 18 de junio de 1870, se erigió en 10° Cantón del Estado el departamento de Mascota, con los límites que en ese entonces tenía, siendo cabecera Mascota. Con fecha del 10 de abril de 1885 se publicó el decreto número 129, en el que se concede el título de ciudad a la Villa de Mascota.

Esta localidad se caracteriza por su potencial agroindustrial ya que la base de su economía se concentra en las actividades agropecuarias, cuenta con una población aproximada de 7,200 habitantes sin embargo su condición su importancia económica se debe al buen desempeño agrario y a las cualidades territoriales que lo caracterizan, esto le ha permitido impulsar el turismo de manera paralela, lo que le ha significado cargas y beneficios.

De las tres localidades que forman esta subregión, Mascota presenta más ventajas al establecer una incipiente infraestructura turística de contacto con la naturaleza, el contar con la presa de corrinchis y la pequeña laguna natural de juanacatlan ha facilitado el establecimiento de la hotelería como atractivo para el turista, la cabecera municipal se debate entre la permanencia de la tradición y las intervenciones que modifican su paisaje urbano, hay que considerar que esta localidad es la conexión a través de la sierra entre Guadalajara y Puerto Vallarta lo que ha incidido su incremento en visitantes de manera progresiva.

Cabe resaltar que Mascota en sus políticas de desarrollo, no establece el turismo como una actividad que constituya una fuente primaria de recursos. Es decir, se ha pensado en el turismo no como fuente de desarrollo, sino como un esfuerzo paralelo que no converge mayor importancia tanto para el estado, como para la comunidad. La ironía renace cuando se observa que Mascota posee una serie de características únicas en materia de naturaleza, y de infraestructura colonial, que, ajustada a unas buenas decisiones por parte del estado, y la inversión empresarial puede lograr un posicionamiento estratégico del mismo en esta materia.

El aprovechamiento de esta posición privilegiada, por el contrario, si ha estado impulsada desde la academia que, con sus investigaciones, ha logrado entender que Mascota, es el puente principal y corredor turístico de suma importancia para la región, y que, si se suman esfuerzos desde distintas corrientes tanto públicas, como privadas, se puede acarrear beneficios no solo de interés particular, sino que relaciona unos beneficios colectivos destacables.

Su proximidad con Puerto Vallarta la liga profundamente con una parte de los turistas que llegan al puerto y buscan un contacto con la cultura de la sierra, de forma tal que paulatinamente se transforma y va perdiendo atributos fisonómicos de la arquitectura tradicional y por lo tanto de su patrimonio edificado, esta es la impronta que hace evidente el papel del turismo como actividad emergente para esta región, se pretende que sean los habitantes de esta localidad quienes puedan

recibir los beneficios económico y las cargas que esta actividad lleva de manera implícita.

Por otro lado, las tendencias a adoptar el turismo como actividad que contribuye a mejorar la economía de la población, ha llevado a la misma a adoptar posturas culturales ajenas, desconociendo ciertas tradiciones propias de la población como son algunas de ellas en temas gastronómicos, religiosos, artísticos, entre otros; los cuales afectan gradualmente la calidad de vida de esta comunidad, en tanto dicho turismo transforma de cierta forma el estilo de vida de las personas con el fin de ajustarse a lo que agrada a los visitantes. Además de esto, es evidente también, el cambio ambiental tras la llegada del sin número de turistas a la región y especialmente a Mascota, dadas sus condiciones geográficas que se vuelven atractivas para la práctica de otras actividades.

Un acontecimiento importante que marca el antecedente es el punto de inflexión generado a partir de la denominación de PM a los municipios del estado de Jalisco de Talpa de Allende y Mascota en el año 2015 por el programa que lleva el mismo nombre, y que es impulsado por la secretaria de turismo mexicano (Sectur), siendo estos los últimos municipios del estado beneficiados con dicho nombramiento.

Desde el punto de vista de la transformación que ha podido desencadenar la denominación de pueblo mágico para la municipalidad de mascota, se plantea una mala planificación e implementación del programa, siendo este el detonante para que la comunidad no perciba mayores cambios en su modelo social, económico y cultural. Es clave entender que desde el 2015 al 2019, el impulso que se le ha dado al programa no ha sido suficiente, ausentando cierta sintonía entre lo pactado con la denominación y la realidad de la demanda tanto turística como los aspectos socioeconómicos del municipio.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Mascota y Talpa de Allende se consideran zonas estratégicas para el desarrollo del turismo en el estado de Jalisco, es así como el gobierno mexicano a través de la planeación e implementación del programa PM considera importante potenciar dicho sector, entendiendo que al hacer la respectiva denominación posiblemente se mejoren de manera sustancial las condiciones sociales, económicas, políticas, culturales y ambientales de los habitantes que están siendo directamente impactados. De este modo, las decisiones y propuestas gubernamentales se consideran un dinamizador del desarrollo local (DL) y el avance hacia nuevas tendencias en materia tecnológica que acarreen mayores exigencias y requerimientos para el sector.

El fomento del turismo comprende la vinculación de los diferentes actores sociales que intervienen en el DL de las comunidades, a su vez es el estado el encargado de administrar y aprovechar de manera responsable la identidad turística del territorio; es por ello que una buena planificación asegura la correcta distribución de los recursos provenientes de dicha actividad como un eslabón del desarrollo económico, además de analizar los posibles impactos, riesgos y beneficios de su implementación.

Por otro lado, la denominación de PM trae una serie de transformaciones ya mencionadas, estas pueden ser más o menos aceptadas por las poblaciones donde se desarrollan las estrategias de desarrollo turístico, en la mayoría de los casos esta decisión no es consensuada, ni discutida, ni socializada; lo cual genera en algunos actores resistencia por su imposición. Estas se pueden ver reflejadas en acciones negativas que pueden estar basadas en percepciones desfavorables del proceso, simplemente dicha negación se da por la ausencia de la opinión como un punto de partida para la correcta implementación del programa en las comunidades.

Esto puede dar al traste con estrategias que pueden ser importantes, pero al no ser aplicadas de manera exitosa, pueden acarrear más efectos negativos que positivos; yendo a contraposición del fin que persigue el turismo que es la mejora sustancial de las condiciones de vida de los involucrados.

Por lo tanto, este documento pretende dar cuenta de la percepción de los habitantes de una manera general frente a la denominación de PM. Siendo menester responder al siguiente interrogante:

1.3.1 Pregunta problémica

¿Qué impacto tiene la implementación del programa turístico PM en los actores sociales de las municipalidades de Mascota y Talpa de Allende?

1.3.2 Sistematización

- ¿Qué características presenta el sector turismo en las municipalidades de Mascota y Talpa de Allende?
- ¿Cuál es la percepción de los actores sociales de los municipios de Mascota y Talpa de Allende frente a los cambios que ha tenido la población tras la denominación de PM?
- ¿Cómo se han visto afectadas las variables sociales frente a la denominación de PM?
- ¿Qué propuesta de intervención se debería llevar a cabo para mejorar la participación de los actores sociales de las municipalidades de Mascota y Talpa de Allende frente al programa de PM?

2. OBJETIVO GENERAL

Analizar el impacto que tiene la implementación del programa turístico PM en los actores sociales de las municipalidades de mascota y Talpa de allende

2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las principales características que presenta el sector turismo en las municipalidades de Mascota y Talpa de Allende
- Analizar la percepción de los actores sociales de los municipios de Mascota y Talpa de Allende frente a los cambios que ha tenido la población tras la denominación de PM.
- Describir cómo se han visto afectadas las variables sociales frente a la denominación de PM.
- Plantear una propuesta de intervención que se debería llevar a cabo para mejorar la participación de los actores sociales de las municipalidades de Mascota y Talpa de Allende frente al programa de PM

3. JUSTIFICACIÓN

El turismo como eje de desarrollo, ha sido una herramienta que vincula e impacta distintas esferas de la sociedad, este ha surgido como una oportunidad para que los gobiernos integren y mejoren aspectos transversales a sus programas de desarrollo social y territorial. Este se integra como una estrategia de desarrollo para las comunidades locales, puesto que mejora sustancialmente la calidad de vida de las mismas. Es tal el impacto que el turismo genera en las poblaciones que las políticas territoriales parten del mismo para impulsar la economía, la cultura, la gastronomía y otros temas que resultan de suma importancia para el desarrollo de las poblaciones que pueden enfrentar en algún momento una problemática en cuestión.

En este caso es de suma importancia entender como la investigación se engloba en analizar cómo ha sido el cambio que generan las denominaciones de PM en México y en particular para este proyecto las municipalidades de Mascota y Talpa de Allende en el estado de Jalisco, esto con el fin de generar unos beneficios para la población que de algún modo permiten gestionar recursos en pro de mejorar las condiciones socioeconómicas a través del turismo como renglón económico. La implementación del programa que pretende impulsar el turismo como fuente de desarrollo económico y social ha tenido algunos inconvenientes en materia de socialización, puesto que los actores vinculados en el proceso han mostrado inconformismo con ciertos puntos establecidos en el programa, en especial los habitantes sustentando que el mismo no estaba cumpliendo con todas las expectativas pactadas.

Cualquier modificación en los aspectos socioeconómicos, debe estar planificada para que este en la capacidad de entender la percepción de los actores sociales frente a un cambio determinado, es decir entender que piensan y como traducen dichas transformaciones. Es así como se es menester lograr un compromiso de los locales frente a la implementación del programa PM, y como estos en cooperación

con el estado toman actitudes propositivas para generar ambientes de discusión hacia la generación e implementación de estrategias y políticas públicas direccionadas a mejorar la realidad del programa en el aspecto local.

Finalmente, para el programa de administración de empresas es de suma importancia, ya que se convierte en la evidencia que demuestra como el profesional de administración de empresas de la universidad está en la capacidad de atender diferentes problemáticas en torno a lo que es la convergencia administrativa en campos como el turismo como campo transversal y también a dar al estudiante las herramientas conceptuales y técnicas necesarias para el desarrollo de cualquier proceso investigativo; sin dejar de lado que esta propuesta también se convierte en una futura guía o marco de referencia para próximas investigaciones alrededor de la temática en cuestión.

El aporte profesional que hace este estudio nutre de manera clara investigaciones posteriores en materia teórica, ya que no solo en México se está impulsando el tema del turismo como mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de las comunidades, sino que en Colombia también se están sumando esfuerzos en impulsar desde este sector como un renglón económico que genera estrategias de desarrollo local.

4. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se desarrollan cinco apartados que se consideran de importancia para el desarrollo de esta investigación.

El primero, analiza y describe lo que es el desarrollo económico ligado al aspecto local. Entendiéndose como un punto importante que de cierta medida mejora la calidad de vida de los habitantes.

Seguidamente, se aborda el turismo desde diferentes perspectivas y se detalla su gran influencia en la calidad de vida.

Posteriormente se plantea el concepto de política pública, donde se define claramente y se aborda su principal función en el aspecto socioeconómico.

Después se describe lo que se puede considerar como calidad de vida y sus diferentes variables, dónde se da a entender que la calidad de vida no se encuentra ligado exclusivamente a los aspectos económicos.

Por último, se introduce el concepto de percepción, que es vital para entender como los actores sociales de una zona geográfica se comportan ante cambios en sus condiciones sociales y económicas, esto direccionado al tema del turismo como eje integrador.

Del desarrollo económico local

En este primer apartado se despliega lo que se podría considerar como desarrollo económico local, este podría estar estrechamente relacionada con la calidad de vida, y esta última, a su vez, puede estar directamente correlacionada con la economía. Para ello, es necesario dar un acercamiento a lo que serían las teorías y conceptos sobre desarrollo económico local entendidos por diferentes autores.

También se contextualiza el desarrollo económico local como un proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utilización del potencial de

desarrollo existente en el territorio conduce a la mejora del bienestar de la población de una localidad o una región. Cuando la comunidad local es capaz de liderar el proceso de cambio estructural, la forma de desarrollo se puede convenir en denominarla desarrollo local endógeno (Vázquez Barquero, 1988).

Menta (s.f), tiene un enfoque diferente, y asocia el desarrollo a “un proceso de objetivos múltiples, que son: eficiencia en la asignación de recursos para la competencia territorial; equidad en la distribución de la renta y equilibrio del entorno medioambiental para la conservación del sistema productivo territorial” (p. 2).

Pues bien, si se observa la idea Alburquerque (2004), se detalla una similitud con el planteamiento de Menta:

El desarrollo capaz de extender en la mayor medida posible el progreso técnico y las innovaciones gerenciales en la totalidad del tejido productivo y empresarial de los diferentes territorios, a fin de contribuir con ello a una mayor generación de empleo productivo e ingreso, y a un tipo de crecimiento económico más equitativo en términos sociales y territoriales, y más sostenible ambientalmente. (p. 2)

Así pues, Según Morales (2006, pág. 62) el desarrollo comienza a definirse entonces como:

un proceso de crecimiento y cambio estructural de la economía de una ciudad, comarca o región, en el que se pueden identificar, al menos, tres dimensiones: una económica, caracterizada por un sistema de producción que permite a las empresas locales usar, eficientemente, los factores productivos, generar economías de escalas y aumentar la productividad a niveles que permitan mejorar la competitividad en los mercados; otra sociocultural, en que el sistema de relaciones económicas y sociales, las instituciones locales y los valores, sirven de base al proceso de desarrollo, y otra político-administrativa en que las iniciativas locales crean un entorno local favorable a la producción e impulsan el desarrollo sostenible.

Se divisa entonces, desde el pensamiento de Morales, que el desarrollo no se encuentra exclusivamente ligado al aspecto económico, sino que también se deben tener en cuenta variables socioculturales y políticas.

De esta manera, se puede decir que el desarrollo está estrechamente ligado a aspectos socioculturales y políticos Morales (2006), y debería buscar diferentes objetivos como la equidad, la competencia territorial, y demás (Menta).

Por lo tanto, se entendería desde las referencias anteriores, que el desarrollo tiene diferentes variables y que debería buscar, entre otras cosas, el beneficio local. Sin embargo, Espinoza, Ramírez, Chávez, y Márquez (2017) describen que no siempre se obtienen beneficios para la localidad, sino que se transfieren dichos beneficios a minorías (empresas grandes), de manera que se puede observar, en ciertos casos, una exclusión económica.

Otro punto importante es como los gobiernos locales en diferentes países han asumido un papel activo en la promoción del desarrollo económico motivados tanto por los problemas económicos enfrentados por sus territorios como por las presiones políticas que de allí se derivan. En respuesta a esta necesidad se ha desarrollado una conceptualización del tema del desarrollo económico y una tecnología para el adecuado diseño de las políticas locales en este campo.

Es así como Colombia no se escapa a estas tendencias por lo que los gobiernos locales durante los últimos años se han preocupado por la promoción de actividades de desarrollo económico. El lento crecimiento económico, su desigual distribución en el territorio, la presencia de problemas agudos de desempleo y la puesta en marcha de un proceso de descentralización que otorga mayor autonomía política y financiera a los gobiernos locales, son algunos de los factores que explican el creciente interés en este campo.

La asignación de funciones y recursos a los gobiernos locales se ha concentrado principalmente en la política social y en particular, en los sectores de educación, salud y agua potable y saneamiento básico. Aunque las reformas no han

contemplado la asignación de responsabilidades en materia de desarrollo económico el nuevo marco institucional y los problemas económicos han estimulado a las administraciones locales a iniciar actividades en este campo, y que van direccionadas hacia una descentralización de la manera en cómo se proyectan los recursos, ya no vinculan no solo estamentos nacionales, sino que se adentran a promover una cultura que mejore sustancialmente la administración del desarrollo al ámbito departamental y local.

Así, se haría necesario crear estrategias locales que ayuden a incentivar el turismo, para que a su vez mejoren la economía local y se desarrolle la localidad en su conjunto, teniendo en cuenta todos los participantes económicos, tanto locales como extranjeros, y utilizar los beneficios para mejorar la calidad de vida de los habitantes. Es así como desde este apartado se vincula el tema del turismo, como un renglón de la economía que impacta de alguna manera las condiciones sociales de los directamente relacionados con su ejercicio.

Del turismo. Es necesario acercar el concepto de turismo al lector, para lo cual se toma como referencia la concepción de turismo desarrollada por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2016):

El turismo es un 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. Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy

recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo.

Podría decirse, entonces, que el turismo visto con los ojos de la OMT *tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos*. Es decir, el turismo incide directamente en la economía, la cultura, el medio ambiente y, en general, en la sociedad que convive en el lugar dónde se lleva a cabo la actividad turística.

Si se detallan las influencias que deja el turismo en el plano social, se puede observar una similitud con las variables que se tienen en cuenta para la teorización de calidad de vida¹; lo que podría llevar a pensar que puede existir una correlación entre la Calidad de Vida y el Turismo.

Dicha correlación se daría de la siguiente manera: A mayor crecimiento turístico, mayor crecimiento económico y, en cierta medida, mejor calidad de vida.

Sin embargo, se debe tener en cuenta que la mejora económica sectorial que puede traer consigo el turismo, solo se da cuando se dinamiza la economía, esto es, cuando se integren las otras actividades económicas del sector dentro del turismo, de lo contrario, se podría presentar una inestabilidad económica dónde solo se beneficie ciertas actividades específicas, lo que generaría un desarrollo económico desequilibrado dónde solo una minoría de la comunidad puede mejorar su Calidad de Vida (Espinoza Sanchez, Chávez Dagostino, y Andrade Romo, 2013)

¹ Obsérvese que el turismo tiene influencia directa en la economía, en el medioambiente, y en la cultura poblacional dónde se lleva a cabo. Mientras, que, si se toma como referencia la exposición de Calidad de vida del apartado inmediatamente anterior, se describe que la Calidad de Vida se ve influenciada por la economía, el medioambiente y la psicología; dónde esta última podría considerarse la variante que se relaciona con los aspectos culturales.

Fue pensando en aquella idea, que Beni (1998), propone estudiar el turismo desde una compleja perspectiva que tendría por objeto:

Organizar el plan de estudios de la actividad turística considerando la necesidad demostrada desde hace tiempo en las obras teóricas e investigaciones publicadas en diversos países, de fundamentar las hipótesis de trabajo, justificar posturas y principios científicos, perfeccionar y estandarizar conceptos y definiciones, y consolidar conductas de investigación para instrumentar análisis y ampliar la investigación con el consecuente desarrollo de nuevas áreas del conocimiento (p. 44).

Dicho enfoque es conocido como Sistema de Turismo (SISTUR), y busca identificar características y clasificar los factores que determinan los motivos de viaje y la elección de las áreas de destino turístico. Intentando, así, evitar lagunas y superposiciones que se presentan en algunos modelos de estudio del turismo.

El enfoque que busca el SISTUR, categoriza los elementos en tres conjuntos: Relaciones ambientales, Organización estructural, y Relaciones operacionales. Con lo cual, estas categorías simplificarían lo que se ha pretendido resaltar en el presente apartado: El turismo tiene influencia en el ambiente, la economía (organización estructural) y la cultura (relaciones operacionales).

Las decisiones del estado se enmarcan bajo el concepto de políticas públicas, por ende, es importante entender como estas intervienen en la sociedad, y como se articulan para generar el desarrollo de las comunidades.

De las políticas públicas. La plena relación del sector turismo con las decisiones gubernamentales, es lo que conlleva a que el termino de políticas públicas se introduzca en el siguiente apartado, puesto que se considera un concepto vital que explica la manera en cómo el estado desde la creación de estas atiende una problemática en cuestión. Además, para efectos de la investigación es relevante porque encierra un punto de partida del cual se basa el impulso y el desarrollo del turismo en determinada zona geográfica.

Es así como Jenkins (1978), en cambio, centra su atención en la decisión misma que hace surgir una política pública. Para él, *una política pública hace referencia a un conjunto de decisiones interrelacionadas, tomadas por un actor o grupo de actores respecto de la selección de metas y medios para alcanzarlas en una situación específica, y donde aquellas decisiones están dentro del ámbito de autoridad de esos actores*. En otras palabras, raramente un gobierno aborda un problema con una sola decisión. La mayoría de las políticas públicas involucran una serie de decisiones, algunas de las cuales pueden ser inadvertidas antes que deliberadas, pero, acumulativamente, todas estas decisiones constituyen una política pública.

La afirmación anterior reúne lo que es el concepto un poco globalizado de lo que es política pública en materia decisoria, es decir de como el estado toma las decisiones basándose de un marco legal que le permite emanar su poder para generar un beneficio colectivo.

Otros autores centran su atención en la dimensión del poder. En esta línea Meny y Thoenig (1992) enfatizan el rol de la autoridad, señalando que una política pública es el resultado de la acción de alguien investido de poder público.

De modo similar, Lahera (2002) señala que en el concepto habitual de política pública corresponden al programa de acción de una autoridad o al resultado de la actividad de una autoridad investida de poder público y de legitimidad gubernamental. También señala que, de modo más amplio, puede definirse a las políticas públicas como cursos de acción y flujos de información en relación con un objetivo público – desarrollados por el sector público, la comunidad y el sector privado –, lo que incluye orientaciones o contenidos, instrumentos o mecanismos, y definiciones o modificaciones institucionales.

Lahera hace énfasis en los siguientes aspectos de una política pública:

- a) *una acción (orientada hacia);*
- b) *un objetivo público;*

- c) *(que tiene) contenidos y orientaciones (referidas a que hacer);*
- d) *(las cuales son) desarrolladas por un colectivo;*
- e) *que dispone de instrumentos, mecanismos y definiciones (o modificaciones) institucionales para aplicarla.*

Birkland (2005), por otro lado, argumenta que no hay consenso entre los expertos respecto de una definición, por lo que más importante que definirla es identificar los atributos que constituyen la noción de política pública. Estos son:

- *La política pública está hecha en el nombre del público;*
- *es generalmente hecha o iniciada por el gobierno;*
- *puede ser implementada por actores públicos y/o privados;*
- *es lo que el gobierno intenta hacer o;*
- *es lo que el gobierno elige no hacer. ...*

De los anteriores planteamientos se puede analizar que una política pública se materializa para darle atención a una problemática colectiva, y que esta encierra connotaciones similares porque nace del estado como la figura que se encarga de materializarlas hacia un bien común.

Desde el punto de vista turístico, las políticas públicas son creadas para darle estructura a todo el compendio de decisiones que alrededor del sector se puedan tomar para cuantificar el impacto del turismo en la calidad de vida de los involucrados.

De la calidad de vida. El apartado que se presenta a continuación tiene como objeto mostrar el concepto de calidad de vida (CV) y como este ha evolucionado a través del tiempo atendiendo a las diferentes perspectivas de algunos autores. Entre aquellos autores se encuentra Espinosa (1999), quien aborda el concepto clásico de CV, el cual se basaba en el pensamiento de economía clásica del siglo XIX. Dicha concepción estudiaba la CV como un tema netamente consumista, es decir, la felicidad y el bienestar que se relacionaba a la buena calidad de vida dependía en gran medida a la posibilidad de acceder a ciertas comodidades y aspectos materiales, como una casa de gran tamaño, vehículos, una profesión con miras a

mejorar la economía familiar, y demás. A esto se le llamó la esencia de la economía de bienestar.

Siguiendo el análisis de Espinosa, el autor declara que, en la década de los sesenta, se transformó la definición de economía del bienestar a la idea de Estado de Bienestar, donde se le da menos importancia al crecimiento económico y más relevancia a la generación de empleo, con ello buscando reducir los índices de desigualdad social; Clauss Offe como se citó en Farge Collazos (2007), lo define como:

Una serie de disposiciones legales que dan derecho a los ciudadanos a percibir prestaciones de seguridad social obligatoria y a contar con servicios estatales organizados (en el campo de la salud y de la educación, por ejemplo), en una amplia variedad de situaciones definidas, como de necesidad y contingencia. (p.48)

Así, se puede decir que el estado debe velar por la vida digna de los ciudadanos más vulnerables, los cuales no han podido satisfacer, por las razones que sea, sus necesidades básicas.

Ahora bien, las ideas plasmadas arriba dejan una idea general de lo que sería la nueva concepción de la CV, esto es, la CV no gira únicamente en torno al aspecto económico sino también a algunos aspectos sociales.

Para afianzar en el lector la idea de lo que se concibe actualmente como CV, sería adecuado referenciar la definición que desarrolló la Organización Mundial de la Salud (OMS), respecto a la CV:

(...) la percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, sus expectativas, sus normas, sus inquietudes. Se trata de un concepto que está influido por la salud física del sujeto, su estado

psicológico, su nivel de independencia, sus relaciones sociales, así como su relación con el entorno.

Con la cita anterior es posible que el lector tenga una idea más clara sobre lo que se puede considerar en la actualidad como CV. Es decir, la CV se desglosa como un tema con componentes subjetivos como lo es la psicología del bienestar, y algunos aspectos sociológicos y emocionales.

Sin embargo, dichos factores subjetivos dificultan la tarea de medir el nivel de CV, puesto que las variables cuantitativas (económicas) que le componían, ahora se complementan con variables cualitativas (psicología, satisfacción personal, felicidad, y otras). Así, Tonon (2009) citado en Romero, et, al (2016) plantea:

(...) la necesidad de separar los componentes objetivos y subjetivos de la calidad de vida, considerando que el bienestar personal es un concepto más restringido que el de calidad de vida y es un vehículo para entender a los sujetos, sus sentimientos, motivaciones, pensamientos y acciones.

Si bien queda expuesta la idea de que la CV está compuesta por diferentes elementos subjetivos y objetivos, Castro (2009) describe que algunos estudios sociológicos han planteado que, en muchas situaciones, a pesar de haber incrementado los beneficios personales, como la salud, educación, y economía; los individuos no se clasifican como felices, esto es, los valores objetivos, a pesar de incrementar, no siempre generan bienestar. Lo cual contrasta en buena medida con la idea de Tonon citada arriba: *El bienestar personal es un concepto más restringido que el de calidad de vida.*

Por último, teniendo como base todo lo descrito en los párrafos anteriores, es posible plasmar la teoría siguiente: Si bien no se puede concebir la calidad de vida como un tema puramente económico, sí se puede plantear que la economía juega un papel fundamental en la calidad de vida, convirtiéndose en una variable de alta influencia. Por lo cual, a continuación, se desarrolla un aspecto que es menester tocar en el tema del turismo y es la percepción, direccionada a analizar que pueden

llegar a pensar los habitantes que están relacionados con los posibles cambios y como los mismos actúan.

Finalmente, se realiza a un acercamiento a lo que se considera como percepción, y como esta puede influenciar en las experiencias reales de la sociedad.

De la percepción. Para efectos de esta investigación la percepción es un aspecto fundamental. Esto se debe a que son las percepciones que tienen los actores del turismo los que fundamentan el eje central y, por supuesto, los resultados del trabajo de campo.

Es así como la percepción, al ser un elemento totalmente subjetivo, se puede comprender como una verdad que el individuo experimenta como absoluta incluso cuando no se ajusta a la realidad.

Por otro lado, Nogué (1992) describe la percepción de la siguiente manera:

En todo proceso de percepción entran en juego, como mínimo, tres fases estrechamente interrelacionadas, aunque claramente diferenciables: la experiencia sensorial, la cognición y la evaluación o preferencia. La primera se refiere al papel de nuestros sentidos en la captación del entorno; la cognición comprende todo el conjunto de procesos a través de los cuales estructuramos la información que reciben nuestros sensores; la percepción comprende, finalmente, una fase evaluativa, referida a nuestras actitudes y preferencias en relación con lo aprehendido y estructurado previamente. (p. 45)

Se observa en el concepto de Nogué, una inclusión del aspecto sensorial y de conocimiento, lo cual es completamente entendible, puesto que para tener una percepción se debe conocer el entorno (Nogué, 1992).

De tal manera, con ambos conceptos se puede divisar que la percepción exige un conocimiento del entorno, así como experimentar una sensación que, en caso de esta investigación, puede ser positiva o negativa frente al turismo del cual los habitantes de Mascota y Talpa de Allende son actores principales.

Son, entonces, esas sensaciones, emociones, experiencias, conocimiento y juicios los que crean en el individuo un tipo de percepción del entorno en el cual convive y que, en este caso, se enfoca en el turismo.

La manera de clasificar lo percibido es moldeada por circunstancias sociales; por ejemplo, la cultura de pertenencia, el grupo en el que se está inserto en la sociedad, la clase social a la que se pertenece; influyen sobre las formas como es concebida la realidad, las cuales son aprendidas y reproducidas por los sujetos sociales (Vargas, 1994).

Por otro lado, se engloba que en contexto la percepción involucra los sentidos para notar la realidad e interpretarla, pero esto está “filtrado” por los paradigmas individuales que poseemos, así que no es una realidad pura, sino una interpretación de esta, y la percepción sólo es el proceso por medio del cual captamos un fenómeno de cualquier índole. Tal como menciona Warren, “La percepción es “cualquier proceso mediante el cual nos damos cuenta de inmediato de aquello que está sucediendo fuera de nosotros” (Warren T, 2008).

Gutiérrez Taño (2010), aclara la importancia que tiene la percepción de la comunidad local frente al turismo y los impactos positivos y negativos de este sobre los habitantes en cuanto a factores como la economía, la cultura, la sociedad y el medio ambiente.

Dicha postura encierra una connotación desde el punto de vista de la vivencia que trae la experiencia del turismo como agente de cambio en una comunidad, y como este genera múltiples impactos en los mismos. Entendiendo que la receptividad puede ser variable según sea el beneficio y el desarrollo de la actividad dentro de los procesos cotidianos de los colectivos involucrados.

Además de este apartado se deduce que el turismo refleja en los actores sociales una aculturación por la presencia de distintas tradiciones materiales y orales de

otras comunidades, y que en últimas genera una relación interesante para ambas partes.

Una variable que se acompaña la implementación de las decisiones del sector turismo, es el cambio; el cual marca una relación de dualidad, entendido de la perspectiva de la percepción para entender como los habitantes modifican de algún modo su modo de vida, comportamiento y manera de pensar frente a lo que puede traer la implementación progresiva del turismo en el desarrollo local.

Romo, E. et al (2013) alude a la percepción como:

La sensación o idea fundamentada en vivencias que tienen los habitantes de las localidades, respecto a los factores ambientales, ya sean positivos, negativos o neutros, como consecuencia del desarrollo de actividades vinculadas con el turismo de naturaleza.

Por lo tanto, es necesario comprender por qué o para qué es relevante la percepción en esta investigación. Tomando como referencia a Solomon (Palma, 2017), se comprende que la percepción como una emoción que, a su vez, se transforma en un juicio; esto es, la percepción es un juicio que se realiza con base a los sentimientos que uno o varios individuos experimentan.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación para el presente trabajo fue *descriptivo*; ya que pretendió extraer las principales características del objeto de investigación logrando explicar de manera detallada cómo se vieron afectadas las variables sociales frente a la denominación de PM y así mismo expuso cuál fue el impacto que tuvo la implementación del programa turístico PM en los actores sociales, teniendo en cuenta que su meta no se limita solo a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

5.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Se trabajó bajo el enfoque de investigación *mixto* ya que se emplearon una serie de datos tanto *cuantitativos* como *cualitativos* para la recolección de información. Teniendo en cuenta, que por el lado cuantitativo se hizo medición de las características de los fenómenos sociales, basados en los datos numéricos para investigar, analizar y comprobar información; obteniendo con esta una recolección de datos con un enfoque objetivo y veraz. Por otro lado, se hizo necesario estudiar a los actores sociales de las municipalidades de Mascota y Talpa de Allende a partir de sus perspectivas y acciones enmarcadas en un escenario social y cultural, sin ser limitados, buscando respuestas a preguntas que se centran en la experiencia social, en este caso relacionado con la denominación de PM y como esta ha repercutido en su cotidianidad.

5.3 TIPO DE ANÁLISIS

El tipo de análisis que se abordó es el *deductivo* ya que se buscó a través del razonamiento obtener conclusiones desde lo general a lo particular, lo cual permitió que por medio de premisas se pudiera afirmar o negar que la implementación del

programa de PM ha traído múltiples beneficios a las municipalidades de Mascota y Talpa de Allende.

5.4 FUENTES DE INFORMACIÓN

Se tuvo como fuentes de información las primarias y las secundarias; siendo las primarias los actores sociales de estas dos localidades lo cual incluye (Autoridades, habitantes y comité de pueblos mágicos) y para las fuentes de información secundaria se tomaron documentos web, artículos y libros que sirvan de apoyo para la presente investigación.

5.5 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Las herramientas que se utilizaron para la obtención de información de la presente investigación fueron: *entrevista, encuesta, observación no participante y análisis documental*.

Para la investigación se vio necesario el uso de entrevistas no estructuradas aplicadas a los actores sociales que hacen parte del comité de PM, con el fin de contrastar las percepciones tanto del ente encargado de este programa como de los habitantes que son los directamente afectados con la implementación; además otra importante fuente de información fue la encuesta; que mediante 40 preguntas cerradas dieron respuesta al objetivo principal de esta investigación. Con la observación no participante se logró conocer, de forma directa, el objeto de estudio para luego describir y analizar situaciones que ayudaron a identificar las variables sociales que fueron afectadas con la implementación del programa PM, permitiendo conocer sobre la percepción que tuvieron los habitantes de estas dos localidades con respecto a esta denominación; para finalizar se hizo necesario un análisis documental sobre estudios anteriores que ayudaron a sustentar y mejorar los datos recolectados, dándole confiabilidad a los mismos.

5.6 ANÁLISIS PROBABILÍSTICO

5.6.1 Muestreo

Se empleo muestreo a conveniencia, ya que se utilizaron solo las cabeceras municipales, siendo estas las de mayor impacto; para Talpa de allende (8.839) y Mascota (8.801); arrojando para los dos una muestra de 40 encuestas por localidad, estas se aplicaron a personas mayores de edad y a locales que por lo menos lleven 5 años residiendo en los respectivos pueblos, esto con la intención de obtener resultados más confiables.

5.6.2 Características de la muestra

Se utilizaron técnicas del concepto aleatorio simple para delimitar la muestra, dado que cada elemento de la población objetivo tiene la misma probabilidad de ser seleccionado, siendo esto clave para la captación de la percepción de los residentes de la comunidad.

Esta decisión de criterios a conveniencia se encuentra respaldados por razones de disponibilidad de recursos para realizar varias visitas, de tiempo y acceso a la población dado que la mayoría de residentes estaban a merced de la dinámica del sitio, las cuales debían cumplir dos requisitos importantes: (ser mayores de edad y que su tiempo de residencia en dichas poblaciones superara experiencias más allá de los 5 años). Dichas exigencias permitieron que las personas que intervinieron como objeto de estudio tuvieran costumbres locales muy arraigadas, un conocimiento más profundo del desarrollo de su localidad, además de ser partícipe de los cambios que la denominación PM traía para sus experiencias de vida.

Más allá otros tópicos importantes no se limitaban en entrevistar personas ubicadas en sectores determinados, sino que la muestra tomó datos de distintos actores sociales involucrados, con el fin que pudieran inferir con argumentos valederos a partir una serie de preguntas arraigadas al programa en cuestión.

N Población n Muestra.

$$n = \frac{ZPQN}{NE^2 + Z^2PQ}$$

n= 8839 n= 8801 n= 40

K= 80% = 1.28

e= 10%

p= 0.5

q= 0.5

5.7 MANEJO Y CRUCE DE LA INFORMACIÓN

Teniendo en cuenta que la información que se tomó para la investigación se enmarcó bajo un enfoque mixto, partió desde el manejo de la información a través de la utilización de herramientas como la hoja de cálculo que pudieran generar bases de datos estructuradas, para luego arrojar a partir de allí, graficas que permitieron una inferencia clave en la investigación; esto por la parte cuantitativa.

Desde el aspecto cualitativo el tratamiento que se le dio a la información fue clasificar la información partiendo de los principales aportes que relacionan el uso de técnicas como la observación no participante y el análisis documental, esto con el fin de depurar los datos relevantes para el desarrollo de la investigación. El cruce de información mixto permite una mayor comprensión de las percepciones, categorizar las prioridades de los participantes, analizar las condiciones y procesos que pudieron haber afectado los impactos de una acción, además de imprimir cierta rigurosidad al manejo de los datos arrojados con las herramientas.

También es importante mencionar que como el enfoque de la investigación parte de dos corrientes de datos distintos, el fin último de este va fue analizar, inferir y evaluar el impacto de la implementación de dichas denominaciones en el aspecto perceptual de los actores sociales de las localidades involucradas.

6. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR TURISMO DE LOS PUEBLOS MÁGICOS TALPA DE ALLENDE Y MASCOTA

Análisis del sector y sus generalidades

En 2018, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se registraron en todo el mundo intercambios de cerca de 1.400 millones de llegadas turísticas, lo que equivale prácticamente a la sexta parte de la población mundial. Esto no hace más que evidenciar la importancia global de una industria, la turística, que es responsable de la creación de más de 120 millones de empleos y cuya aportación directa al PIB mundial asciende desde el año 2013 a más de dos billones de dólares estadounidenses, como hizo público el Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés). La actividad generada por los sectores de la hostelería, las agencias de viaje, el transporte de pasajeros y del ocio en general consigue atraer, además, una importante inversión pública y de capital privado. (Díaz A. , 2019)

El turismo es una actividad económica sumamente dinámica, capaz de mantener un ritmo de crecimiento favorable a pesar de que se puedan presentar condiciones adversas en el entorno nacional o internacional. La actividad turística tiene una ventaja propia del sector terciario, ya que genera un impacto económico más acelerado en comparación con otras ramas productivas.

Este creciente sector, eleva el bienestar de las comunidades receptoras, genera un sentido de pertenencia y contribuye a la preservación de la riqueza natural y cultural de la nación; México por sus excelentes condiciones y biodiversidad puede aprovechar mejor su potencial turístico. Para el caso del país Azteca, se evidencia como este se ha convertido en el preferido en América latina y el segundo en afluencia de turistas solo detrás de Estados Unidos.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) y el Centro de Comercio Internacional (ITC) han emitido el comunicado conjunto “Turismo, Comercio y la OMT”, que afirma la importancia de una mejor cooperación mundial en comercio y turismo, y alienta a una mayor participación del sector turístico en las políticas comerciales

Como tercer mayor sector de comercio internacional, con el 10,4% del producto interior bruto (PIB) y responsable de 313 millones de trabajo en todo el mundo, el sector turístico realiza un aporte significativo a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Publicado coincidiendo con el Foro Público 2018 de la OMC, este comunicado pretende subrayar la importancia del turismo e incidir, además, en el papel fundamental que desempeña la OMC para velar por un funcionamiento adecuado y predecible del comercio, también en el sector turístico.

Según el WTTC, solo en los países del G20, se podrían crear entre 7 y 19 millones de nuevos puestos de trabajo invirtiendo en biometría y en nueva infraestructura aeroportuaria para que las instalaciones y procesos vigentes fueran más eficientes, más seguros y sin contratiempos para los pasajeros. Además, el PIB asociado a los viajes y al turismo creció una vez y media por encima de la economía mundial en 2017, al 4,6%, y se prevé que el sector siga aumentando a un ritmo mayor que el del crecimiento económico mundial.

Figura 1 Personas que viajaron por el mundo en el 2018



Fuente: “OMT (2018). Personas que viajan por el mundo en el 2018. Recuperado de <https://www.eleconomista.es/economia/noticias/9652833/01/19/El-turismo-en-Espana-y-en-el-mundo-en-datos-y-graficos.html>”

México cuenta con ventajas comparativas que se asocian a su ubicación geográfica, al potencial de conectividad, a su amplio inventario turístico y capacidad para generar productos turísticos de calidad. El turismo es un sector en franca expansión en el mundo que muestra un horizonte claro de posibilidades de crecimiento para los próximos años, lo que eleva la importancia de su papel como motor de desarrollo para las economías.

Las características del mercado turístico marcan una tendencia hacia la diversificación de la oferta de destinos y productos del sector, lo cual abre espacios para una mayor competencia por la atracción de turistas internacionales.

México como destino turístico y visto en forma diversificada entre sus regiones de interés, enfoca privilegios eco turísticos y culturales en algunas regiones de más afluencia como el Estado de Jalisco, el cual presenta una situación privilegiada por los recursos naturales de los que dispone, así como por el gran bagaje de iconos, tradiciones culturales (el tequila, el mariachi y la charrería) y centros religiosos de

su población. Esta situación, entre otras cosas, le hace destacar a nivel nacional e internacional como un atractivo turístico.

Como parte de las actividades para el fortalecimiento e incremento del nivel de competitividad de los Pueblos Mágicos de Jalisco, según una noticia tomada de “*El Informador: Noticias de Jalisco, México, Deportes & Entretenimiento®*” el Gobierno del Estado aumentó 63% el presupuesto a los siete municipios que tienen esta denominación, al pasar de 23 millones 387 mil pesos en 2013, a 38 millones 145 mil pesos en 2017.

En total, la Secretaría de Turismo en Jalisco (Sectur) ha invertido 205 millones 820 mil pesos en lo que va de la administración en estos destinos. El año 2017, por ejemplo, la inversión se concentró en la regeneración de la imagen urbana y equipamiento del Centro de Mascota y Lagos de Moreno; en la rehabilitación de banquetas y calles en Tapalpa, y de monumentos históricos en San Sebastián del Oeste, así como en la renovación de vialidades y obras de accesibilidad en Talpa y Tequila.

En contraste, a nivel federal hubo un recorte de los recursos destinados a los Pueblos Mágicos, por lo que el Gobierno estatal tuvo que aportar dinero para apoyar a los municipios. Pese a la insuficiencia presupuestal federal, la Secretaría de Turismo asegura que ninguno de los que están en Jalisco corre riesgo de quedar fuera de la lista nacional. Por el contrario, Tlaquepaque, con su Centro Histórico, y Chapala, con Ajijic, tienen listos sus expedientes para participar por el nombramiento. (Sectur, 2015)

En este contexto, Enrique Ramos Flores, titular de la Secretaría de Turismo en Jalisco, señala la importancia de promover estos pueblos, con la finalidad de fortalecer sus servicios e incrementar el atractivo turístico.

Las cifras de (Sectur, 2015) indican que Lagos de Moreno ha sido el destino más beneficiado, con 53 millones 656 mil pesos MXN (\$ Mexicanos); seguido por Tequila, con 42 millones 730 mil pesos MXN; Mazamitla, con 30 millones 979 mil

pesos MXN; San Sebastián del Oeste, Tapalpa, Mascota y Talpa de Allende, con un rango de inversión de entre los 18 y 20 millones cada uno.

Para Miguel Ángel Fong, director de la Asociación de Hoteles de Jalisco, la inversión en los Pueblos Mágicos ha sido útil para generar estancias más prolongadas y aumentar el número de visitantes. (Sectur, 2015)

En 2016, los siete Pueblos Mágicos representaron mil 455 millones de pesos MXN de ingreso económico turístico para el Estado.

A finales del año pasado se realizó la primera reunión de trabajo de la Red de Pueblos Mágicos, con el objetivo de ayudar a estos destinos para acceder a mejores niveles de desarrollo y una mayor sostenibilidad.

Por su infraestructura hotelera, vocación comercial y turística, conectividad aérea y de transporte, así como las amenidades que ofrece, Jalisco se ha convertido en el lugar ideal para recibir turistas. Al cierre del año pasado, la Entidad recibió 26 millones 621 mil visitantes, un crecimiento de 14.2% respecto al año 2012, cuando se registró una afluencia de 23 millones 303 mil turistas. Para este año se pretende que la afluencia de visitantes siga al alza.

La ocupación hotelera también se incrementó en lo que va de la administración, al pasar de 47.5% en el año 2013, a 57.7% el año pasado.

Aunque los principales motivos por los que acuden los visitantes tienen que ver con el ocio y la recreación, también acuden a visitar amigos y familiares, reuniones de negocios, compras, salud, por cuestiones de paso o turismo religioso, entre otros. Para la Asociación de Hoteles de Jalisco, el turismo ha tenido un crecimiento por encima de otros sectores en los últimos años, alcanzando cifras históricas de dos dígitos e incrementos en ocupación, derrama económica e ingresos.

Mientras los mercados nacionales representan 85% del total de la afluencia turística del Estado y los mercados internacionales apenas 15%, el incremento de la afluencia turística tuvo un impacto positivo en la derrama económica generada, ya

que en 2017 llegó a los 41 mil 261 millones de pesos MXN, 10 mil millones de pesos MXN adicionales a la cifra reportada en 2012.

Para Enrique Ramos, secretario de turismo de México; el auge del turismo de negocios es impulsado por la infraestructura del Expo Guadalajara y Puerto Vallarta.

Además de la ubicación estratégica y vías terrestres, otro de los factores que han impulsado la afluencia es la conectividad con los mercados emisores de turistas para facilitar la llegada de visitantes.

Con este contexto, asegura que el Aeropuerto de Guadalajara incorporó 13 nuevas rutas internacionales y 11 nacionales en los últimos cinco años.

En tanto, el Aeropuerto de Puerto Vallarta ya opera con seis nuevas rutas internacionales con la participación de líneas aéreas europeas y siete rutas nacionales para ampliar los canales de conectividad con los destinos emisores.

Los datos de la Sectur arrojan que el mayor número de visitantes internacionales que arriban a los destinos turísticos del Estado, lo hacen principalmente por avión, siendo así que 85% de los turistas extranjeros que arriban a la metrópoli.

De acuerdo con la Secretaría de Turismo, en lo que va de la administración suman dos mil 585 millones de dólares de inversión privada en turismo, 75.5% más que el sexenio anterior, como resultado de las acciones emprendidas y la sinergia generada con los Ayuntamientos.

Desde la Asociación de Hoteles, Miguel Ángel Fong, presidente de la *Asociación de Hoteles* de Jalisco, reconoce que la mayor parte de la inversión privada se concentra en la construcción de hoteles y establecimientos de hospedaje y la expectativa es que este año Jalisco capte más recursos, “esperamos el arribo de un buen número de habitaciones y otras que están en etapa de tramitología”.

En lo que va de la administración, Jalisco casi logró duplicar su oferta de hospedaje, ocupando el segundo lugar nacional en disponibilidad de cuartos, superado

solamente por Quintana Roo. Al cierre de 2017, la oferta de habitaciones en la Entidad llegó a 71 mil 812 habitaciones; en 2012 eran 42 mil 415. Además, coQuíínn mil 857 establecimientos de hospedaje, Jalisco alcanzó este año el primer lugar en cuanto a número de hoteles (en 2012 eran mil 604).

Sobre la construcción de nuevos hoteles, se encuentra en proceso la nueva terminal marítima en Puerto Vallarta con recursos de la iniciativa privada, bajo un esquema de concesión federal que garantiza su operación y mantenimiento. Este proyecto, que se pretende concluir en agosto, mejorará el nivel de servicio y el atractivo de Vallarta como puerto de arribo para cruceros turísticos, con lo cual se espera un crecimiento importante en el arribo de visitantes

Tabla 1 Inversión turística del sector privado

AÑO	MILLONES DE DÓLARES
2013	360
2014	310.1
2015	502.95
2016	610.59
2017	801.43

Fuente: "Sectur, (2016). *Inversión turística del sector privado*. Recuperado de <http://www.sectur.gob.mx/gobmx/pueblos-magicos/> "

6.1 CARACTERIZACIÓN SECTOR TURISMO TALPA DE ALLENDE

Antecedentes históricos

Tomado de *“PROGRAMA DE DESARROLLO TURISTICO MUNICIPAL” 2012-2015. Secretaría de turismo, gobierno del estado de Jalisco.*

El nombre de Talpa proviene del náhuatl y significa “sobre la tierra” o “tierra alta”. El primer nombre que ostentó fue Santiago de Talpa, aunque en 1885 el Congreso del Estado de Jalisco modificó la nomenclatura por la que hoy se conoce: Talpa de Allende, recordando a Ignacio Allende, héroe de la Guerra de Independencia.

Los primeros pobladores de la zona en donde se encuentra Talpa pudieron haber sido nómadas cuya lengua era el náhuatl. En el momento en que se registra el primer contacto con los españoles, el pueblo original de Talpa se encontraba situado en lo que ahora se conoce como Barrio Alto, en la parte sureste del pueblo.

Talpa es una población importante en el estado y nación gracias a sus romerías y el acceso de visitantes de todo el mundo. Un gran número de talpenses se mantienen económicamente de realizar artesanías hechas con chilte², de los productos de la guayaba y café.

La ruta turística incluye visitar la basílica de Nuestra Señora del Rosario de Talpa, la parroquia de San José, la vista panorámica desde Cristo Rey y el museo religioso de Nuestra Señora del Rosario de Talpa, único museo de este tipo en México. Además de disfrutar su riqueza natural como el bosque de arce (maple) y otras comunidades donde es posible la práctica de actividades de turismo rural, ecoturismo y de aventura.

² **El chilte o chicle de Talpa**, se elabora con la sabia del **chicozapote** (*Cnidoscolus elasticus*). “Al árbol se le hace un corte diagonal en la corteza. Por ahí comienza a salir la sabia que se recolecta y luego se pone al fuego con agua hasta que agarra la consistencia del **chicle**.”

Talpa de Allende se localiza al oeste del estado de Jalisco, la cabecera municipal se localiza a una altura de 1 mil 134 metros sobre el nivel del mar. El municipio tiene una superficie de 2 mil 279.52 km², y limita al norte con Mascota y Puerto Vallarta; al sur con Tomatlán; al oriente con Atenguillo y Mascota, y al poniente con Cabo Corrientes. Según el Censo de Población y Vivienda de 2010 contaba con 158 localidades siendo las principales: Talpa de Allende (cabecera municipal), Los Ocotes, La Cañada, Cabos y La Cuesta.

Aspectos sociodemográficos, clima, vegetación, fauna y flora, entre otros

El municipio de Talpa de Allende pertenece a la Región Sierra Occidental, su población en 2010 según el Censo de Población y Vivienda fue de 14 mil 410 personas; 50.1 por ciento hombres y 49.9 por ciento mujeres, los habitantes del municipio representaban el 23.5 por ciento del total regional. Comparando este monto poblacional con el del año 2000, se obtiene que la población municipal aumentó un 4.4 por ciento en diez años.

En cuanto al tema del clima, Talpa de Allende se clasifica como húmedo en invierno y otoño; en primavera seco semicálido sin estación invernal definida y verano cálido con lluvias intensas. El mes más caluroso es mayo con una temperatura máxima promedio de 35. 8° C, y el mes más frío es enero con una temperatura mínima promedio de 1. 8° C. La temporada de lluvias es en los meses de junio a septiembre, aunque en algunas ocasiones llega a prolongarse hasta octubre.

Cuenta con tres ríos: Talpa, Cuale y San Nicolás; hay una gran cantidad de arroyos, entre los más representativos son Mirandillas, Los Tejabanes, Chambueyes y Pitayas. Por otro lado, tiene manantiales que abastecen de agua a algunas localidades. En la región boscosa se encuentran especies como pino, encino, nogal y caoba principalmente; tiene aproximadamente 176.987 hectáreas de bosque, debido a lo abrupto de la región montañosa favorece a que gran parte de la variedad de animales habiten en ese territorio como son, el gato montés, mapache, coyote, puma, venados y aves pequeñas de diferentes tipos, reptiles como la víbora de

cascabel y la coralilla; en los arroyos cercanos a la costa se encuentran peces como la trucha, carpa, boquinete, camarón y mojarra.

La distribución de la vegetación en el municipio se asocia a sus particularidades ambientales, es así que los bosques de pino y encino se encuentran en las partes más altas y frías, en las sierras El Cuale y La Cumbre de Guadalupe o de Los Arrastrados. Los bosques de oyamel y nogal se desarrollan en pisos altitudinales medios, como en Arroyo Hondo, Aranjuez y Las Nueces. La parota, rosa morada, capomo y caoba, especies de clima tropical, las encontramos en las partes más bajas del municipio, como en La Cuesta, Soyatán, La Concha y Santa Lucía.

Además, se identificó un bosque mesófilo, a tan sólo 26 kilómetros de la cabecera municipal, en el nacimiento del arroyo El Refugio-La Cumbre, tributario del río Tala (cota 1800) y que se identifica como la cañada Ojo de Agua del Cuervo. Como se sabe, este tipo de bosque se desarrolla gracias a la combinación de factores ambientales particulares y que, en términos de biodiversidad y endemismo, en este caso, representan uno de los bosques más importantes de Jalisco.

Otra de las características de este ecosistema es el hecho que aquí se han desarrollados árboles de maple o arce (*Acer saccharum* subsp. *Skutchii*) y helechos arborescentes del pleistoceno (*Cyathea costaricensis*) que conviven con oyameles (*Abies guatemalensis* subsp. *jaliscana*), magnolia (*Magnolia pacifica*), y otras especies propias de los bosques mesófilos.

Además, en relación con el entorno talpense, cabe mencionar que en Sacamecates hay petroglifos, los que según Martínez-Réding son evidencia de las comunidades de agricultores del año mil a.C. y que habitaron la región.

Aunque la presencia humana y sus actividades han influido en la reducción de las especies faunísticas nativas del municipio de Talpa de Allende, actualmente en los espacios más alejados de las sierras habitan vertebrados como el gato montés, el venado de cola blanca y el coyote. Asimismo, se identifican otras especies de entornos más cercanos como el mapache, ardilla y conejo. También hay una gran

diversidad de aves y abundan los reptiles e insectos, de éstos últimos destacan algunas especies de alacranes por ser venenosas. Las especies que más se explotan son el venado y el conejo, de los que se aprovecha su carne y piel, otros son los peces de río, como el boquinete, bagre, trucha, mojarra y lobina.

Actividad económica

Las actividades económicas de Talpa son diversas y complementarias. Respecto a la agricultura, la de mayor extensión es la de temporal, en suelos de diferentes pendientes. Y aprovechando los recursos hídricos, en el valle se desarrolla la agricultura de riego. El cultivo principal es el maíz, además de éste se cultivan algunas especies forrajeras (pasto, maíz, avena, garbanzo), hortalizas (chile verde) frutales (guayaba, limón, mango), agave (recientemente) y café cereza. Éste último cubre una superficie de 2,277 hectáreas, con un rendimiento de cinco quintenales por hectárea. Un quintenal es igual a 250 kilogramos de café cereza. Éste se seca y da como resultado el llamado café pergamino, el cual es un producto de exportación.

La apicultura y la ganadería son otras actividades económicas desarrolladas en el municipio. Se cría ganado bovino de carne y leche, porcino, ovino, caprino, equino, aves de carne y postura. Y en torno al turismo religioso, actividad que rinde beneficios durante las peregrinaciones al Santuario de la Virgen del Rosario de Talpa.

Además, vinculado al turismo existió en Talpa una industria artesanal familiar, que comercializa las tradicionales figuras de chilte, los rollos de guayaba y ates de frutas de temporada, rompopo, dulces (huesillos, borrachitos, bolitas de panocha, nuez o cacahuate), conservas y jaleas de guayaba, arrayán, mango, entre otros. Todos estos productos artesanales derivan de recetas familiares.

Fiestas populares

Del culto a la imagen de El Rosario se derivan varias de las festividades de este lugar; como primera fecha conmemorativa, se tiene el 2 de febrero, en que se

celebra el día de La Candelaria; este festejo comienza el 25 de enero y termina el 2 de febrero; se celebra la purificación de la Santísima Virgen, es la más antigua de las romerías de Talpa, su origen data del segundo tercio del siglo XVII; poco a poco vino en aumento hasta llegar a ser una feria regional. La peregrinación de Santa María de Tecomán se realiza el primer domingo de marzo.

La fiesta en honor al Señor San José es ahora la más concurrida desde el último tercio de este siglo en adelante. Esta romería se realiza del 11 al 19 de marzo, a la que acude gente de todas las regiones del país, así como del extranjero. Es digna de admiración por sus peregrinaciones organizadas, las danzas, y una feria llena de colorido, que se originó a raíz de la consagración del templo parroquial.

Desde 1923, el 12 de mayo se festeja la coronación litúrgica del Papa Pío XI hacia la sagrada imagen. Su santuario, que forma parte de la Diócesis de Tepic, fue elevado a la dignidad de basílica menor, distinción que se festeja del 4 al 12 de mayo. El 10 de septiembre se celebra el “baño de la Virgen”, purificación de la imagen y preparación para su festejo mayor, en este día la imagen hace recorrido sobre una alfombra floral. Y el 19 de septiembre se festeja el Aniversario de la Renovación de la Virgen del Rosario de Talpa (el milagro de 1644). Y del 5 al 7 de octubre es la fiesta de El Rosario, fecha en la que años atrás se conmemoraba el primer juramento del Patronato de la Santísima Señora sobre el pueblo y su comarca.

Del 21 al 29 de septiembre es la fiesta de San Miguel, unida al tradicional concurso de aficionados al canto; y del 16 al 24 de octubre son los festejos de San Rafael. Ambas celebraciones se llevan a cabo en los respectivos templos de los santos erigidos en Talpa. La fiesta de Virgen de Guadalupe va del 9 al 12 de diciembre, en la que se hace un desfile de carros alegóricos con representaciones de las estampas de Nuestra Señora de Guadalupe.

Artesanías

Las figuras de chicle, una de las artesanías más conocidas de este municipio, se elaboran con la pasta obtenida de la savia del árbol del chilte, la cual es ablandada con agua hirviendo para posteriormente formar un hilo o cordel, con el que luego se realizan las figuras de diferentes tamaños y colores. En este municipio se congregan una diversidad de productos derivados de la actividad artesanal que para muchos son desconocidas, aun cuando Talpa es un municipio muy visitado y por ende tiene un dinamismo comercial muy importante.

Existe producción alfarera de baja escala, en la que se fabrica loza de uso doméstico. Con las fibras vegetales se desarrolla la actividad de la cestería, que agrupa trabajos realizados con materiales como carrizo, palma, sauce, soyate, otate, tule, mimbre y bejuco, con los que se elaboran cestos que tienen gran uso en las actividades domésticas.

Se fabrican capotes de palma que son utilizados para resguardarse de las tormentas, abundantes en el temporal de lluvias. Además, se fabrican muebles de madera tropical en estilo colonial, diversos productos bordados y de talabartería. También se efectúan trabajos para disecar todo tipo de animales y aves que son cazados en la región.

Infraestructura Turística

En cuanto a infraestructura turística, Talpa de Allende cuenta actualmente con 19 Hoteles con una disponibilidad de 416 habitaciones de clase económica y 11 Hoteles de una estrella que cuentan con 386 cuartos; no registrados existen una infinidad de casas habitación o de huéspedes las cuáles hacen fuerte este sector en los tiempos de romería.

Tradicionalmente, Talpa de Allende ha sido reconocido como un municipio que ofrece a sus visitantes un trato cálido y amable, con costumbres y tradiciones de gran arraigo; riqueza histórica, cultural y espiritual; así como su singular gastronomía.

La ubicación geográfica y conectividad son fortalezas para la atracción del turismo, ya que se encuentra entre los dos principales destinos turísticos por excelencia, la Zona Metropolitana de Guadalajara y Puerto Vallarta, ambos cuentan con aeropuerto internacional.

Talpa de Allende, además de ser históricamente un destino religioso, existen otras áreas de oportunidad que se pretende aprovechar para diversificar la oferta de productos y servicios turísticos; esto es, a través de la planeación estratégica, para promover y fortalecer infraestructura en zonas rurales lo que permitirá un mayor desarrollo económico de esas comunidades a través de actividades de Turismo de Naturaleza.

Tomando en cuenta la relevancia de este marco referencial, así como las tendencias favorables y pronósticos de crecimiento a futuro del turismo a nivel mundial y atendiendo a las políticas estatales al respecto de esta materia, Talpa de Allende contempla en el desarrollo turístico una alternativa y una oportunidad para detonar el crecimiento económico de la localidad, lo que sin duda contribuirá a incrementar la calidad y el nivel de vida de sus habitantes.

Tabla 2 Inversión en infraestructura turística. (Pesos MXN)

AÑO	PRESUPUESTO ESTATAL
2013	95'039,776
2014	154'085,076
2015	148'525,960
2016	89'850,997
2017	68'602,017
TOTAL	556'103,825

Fuente: "Secturjal (2017). Inversión en infraestructura turística. Recuperado de <https://secturjal.jalisco.gob.mx>"

6.2 CARACTERIZACIÓN SECTOR TURISMO MASCOTA

Mascota tiene una superficie de 1,381 km². Por su superficie se ubica en la posición 12 con relación al resto de los municipios del estado. La cabecera municipal es Mascota y se encuentra a 1,240 msnm. El territorio municipal tiene alturas entre los 580 y 2,660 msnm. El 67.2% del municipio tiene terrenos montañosos, es decir, con pendientes mayores 15°. El bosque (78.3%) es el uso de suelo dominante en el municipio. La mayor parte del municipio de Mascota (79.5%) tiene clima semicálido semihúmedo. La temperatura media anual es de 17.4°C, mientras que sus máximas y mínimas promedio oscilan entre 29.3°C y 6.1°C respectivamente. La precipitación media anual es de 1,121mm.

El municipio de Mascota pertenece a la Región Costa Sierra Occidental, su población en 2010 según el Censo de Población y Vivienda fue de 14 mil 245 personas; 49.2 por ciento hombres y 50.8 por ciento mujeres.

Datos Físicos (Geología, Topografía, Clima, hidrografía, fauna y flora entre otros)

El subsuelo del municipio pertenece al período terciario, y se compone de rocas ígneas extrusivas, riolita, basalto, andesita, toba y brecha volcánica.

Debido a su posición geográfica, más de la mitad del municipio se encuentra en la región montañosa perteneciente a la Sierra Madre Occidental y a la sub- provincia costera, con una orografía accidentada con grandes elevaciones. El resto del municipio está dividido en partes proporcionales de zonas planas y semiplanas.

El clima del municipio es húmedo; con invierno y primavera secos, semicálido sin estación invernal definida. La temperatura media anual es de 21.8° C y tiene una precipitación media anual de 890.9 milímetros con régimen de lluvias en los meses de junio a octubre. Los vientos dominantes son en dirección noroeste. El promedio de días con heladas al año es de 23.

En el municipio existen los ríos Mascota y Talpa, así como los arroyos permanentes: El Tala, Felipe, Rancho, Agua Vieja, Agua Mala y El Chino. Cuenta con el manantial El Colomo, las lagunas de Juanacatlán y Potrerillos; y las presas de Mascota y Corrinches.

Los suelos dominantes son del tipo regosol y cambisol crómico; y como suelos asociados se encuentran el feozem háplico, cambisol eútrico y fluvisol férrico

La riqueza natural con que cuenta el municipio está representada por 102,400 hectáreas de bosque donde predominan especies de pino, roble, encino y tepehuaje, principalmente. Sus recursos minerales se conforman de yacimientos de oro, plata, plomo, zinc, piedra caliza, mercurio, yeso, fluorita y talco.

La mayor parte del suelo tiene un uso forestal. La tenencia de la tierra en su mayoría corresponde a la propiedad ejidal. Cabe resaltar que Mascota tiene una extensión territorial es de 1,591.63 km

La flora se integra por zonas boscosas en donde predominan especies como el pino, roble, encino y tepehuaje. Por otro lado, la fauna la representan especies como el venado, conejo, ardilla, zorrillo, jabalí, tejón, mapache, onza, armadillo y paloma.

Las principales actividades económicas son:

1. Agricultura: De los cultivos locales destacan maíz, sorgo, trigo, garbanzo, avena forrajera, alfalfa, frijol, cebada, papa, chícharo, chile verde, aguacate, durazno, lima, guayaba y limón.

2. Ganadería: Se cría ganado bovino de carne y leche, porcino, equino, caprino, ovino, aves de carne y postura y colmenas.

3. Servicios. Se prestan servicios financieros, profesionales, técnicos, comunales, sociales, turísticos, personales y de mantenimiento.

Los servicios de hospedaje son proporcionados por cuatro hoteles de una y dos estrellas.

Desarrollo Turístico Cuantitativo y Cualitativo

Según el informe de estadística anual “Mascota pueblo mágico” (Segura, 2017) a finales de los noventas comienza a atraer un número de turistas a menor cantidad principalmente de Guadalajara, sin embargo, alrededor del 2004 con la apertura de la carretera Puerto Vallarta – Las Palmas – Mascota, hizo crecer considerablemente la visitación por el buen acceso e incomparable clima templado, hasta recibir en el año 2015 la cantidad de 28,600 turistas anuales. Haciendo crecer la oferta de hospedajes y alimentos hasta entonces. Mascota recibe el nombramiento de Pueblo Mágico el 25 de septiembre de 2015 por parte de la Secretaria de Turismo Federal. Desde esa fecha el interés por conocer y visitar Mascota, aunado con la promoción y eventos realizados, se calculó que en el 2016 visitaron Mascota la cantidad de 102,535 turistas. Un considerable aumento de turistas en la historia de Mascota. A continuación, se mostrarán los datos capturados por el banco de estadísticas de la Dirección de Turismo:

Tabla 3 Oferta de alojamiento Mascota. 2013-2016

	2013	2014	2015	2016
	Alojamientos de hospedaje	Alojamientos de hospedaje	Alojamientos de hospedaje	Alojamientos de hospedaje
Enero	28	28	28	29
Febrero	28	28	28	29
Marzo	28	28	28	29
Abril	28	28	28	29
Mayo	28	28	28	29
Junio	28	28	28	30
Julio	28	28	28	30
Agosto	28	28	28	30
Septiembre	28	28	28	31
Octubre	28	28	29	31
Noviembre	28	28	29	31
Diciembre	28	28	29	31

Información generada por el banco de estadísticas de la Dirección de Turismo de Mascota.

Fuente: “Segura. J. (2017). Oferta de alojamiento 2013. Recuperado de <file:///C:/Users/a/Desktop/trabajo%20de%20grado/estadistica%20anual%20turismo%202013,%202014,%202015%20y%202016.pdf>”

El conjunto de unidades económicas que ofrecen servicios de hospedaje, en los últimos cuatro años, ha aumentado a la fecha del 2016 con tres establecimientos. Actualmente se encuentran dos hoteles en construcción, uno en el centro histórico y el otro en la calle principal que traslada el flujo de vehículos a Puerto Vallarta.

Los turistas que visitan Mascota, Jalisco provienen principalmente de Puerto Vallarta con un 60% y Guadalajara 25%, teniendo en consideración que son las urbes más cercanas. Sin embargo, hemos tenido en el último año incremento en turistas procedentes de Nayarit, Colima, Aguascalientes, Zacatecas, Michoacán, Guanajuato, Sinaloa y La Ciudad de México con el otro 25 % entre los estados mencionados. A continuación, se mostrará la división en porcentaje de turismo nacional e internacional, siendo principalmente Estados Unidos de América y Canadá destinos de procedencia.

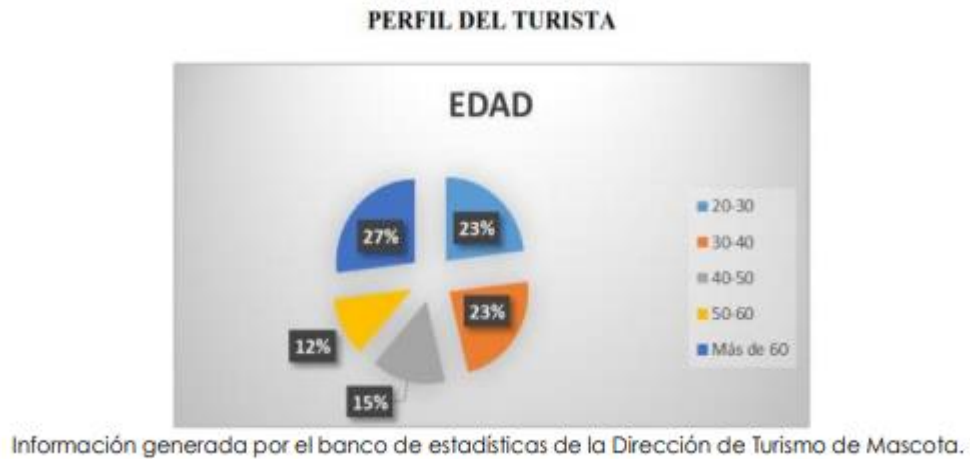
Gráfica 1 Lugar de procedencia de los turistas



Fuente: "Segura, J. (2017). Lugar de procedencia de los Turistas. Recuperado de <file:///C:/Users/a/Desktop/trabajo%20de%20grado/estadistica%20anual%20turismo%202013,%202014,%202015%20y%202016.pdf>

Existe una afluencia turística dentro del municipio de visitantes de todas las edades, principalmente adultos mayores, y gran presencia de jóvenes durante eventos deportivos importantes realizados en 2016.

Gráfica 2 Edad promedio del turista



Fuente: “Segura, J. (2017). Perfil del Turista. Recuperado de <file:///C:/Users/a/Desktop/trabajo%20de%20grado/estadistica%20anual%20turismo%202013,%202014,%202015%20y%202016.pdf>”

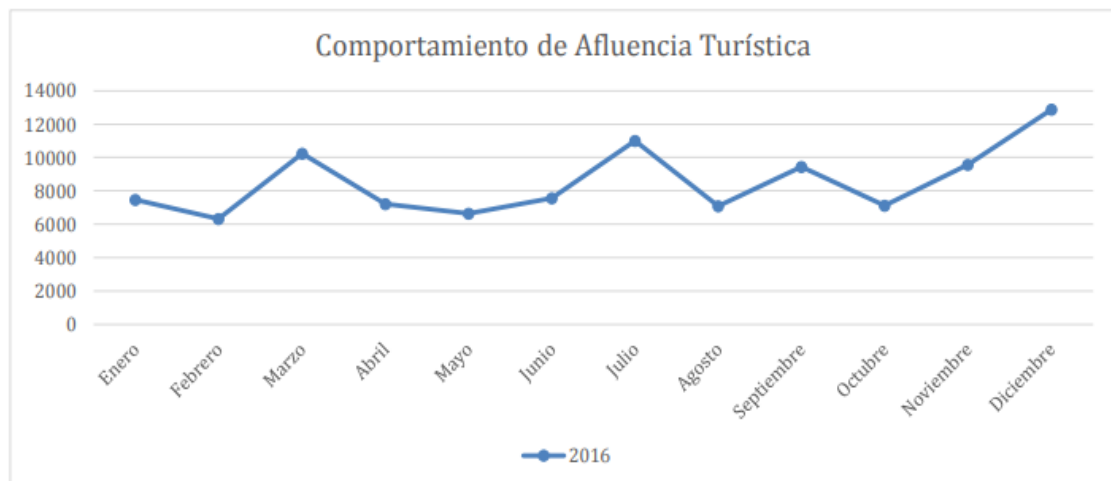
A continuación, se muestra la tabla 4

Tabla 4 Afluencia turística conforme a los meses del año

Mes, 2016.	Número de turistas.
Enero	7469
Febrero	6326
Marzo	10233
Abril	7204
Mayo	6647
Junio	7567
Julio	10994
Agosto	7093
Septiembre	9448
Octubre	7130
Noviembre	9562
Diciembre	12862

Fuente: “Segura, J. (2017). Afluencia turística conforme a los meses del año. Recuperado de file:///C:/Users/a/Desktop/trabajo%20de%20grado/estadistica%20anual%20turismo%202013,%202014,%202015%20y%202016.pdf”

Gráfica 3 Comportamiento de Afluencia Turística



Fuente: “Segura, J. (2017). Comportamiento de la afluencia turística. Recuperado de file:///C:/Users/a/Desktop/TRABAJO%20DE%20grado/estadistica%20anual%20turismo%202013,%202014,%202015%20y%202016.pdf”

Cabe señalar que en años anteriores el comportamiento de la afluencia turística se enfocaba en el mes de septiembre, ya que se realizan las fiestas patronales y patrias de Mascota y por la actividad del Vallartazo. En la gráfica anterior en el año 2016,

muestra un gran aumento en diferentes meses de año, esto por el interés de visitar Mascota en temporadas vacacionales, así como la atracción de turistas por eventos deportivos programados en el año, en meses que se consideraban de poca afluencia, por ejemplo, el mes de noviembre.

Derrama económica: A continuación, se presenta la derrama económica ingresada por el sector turismo en el municipio de Mascota, Jalisco. Posicionando al sector como importante en la economía de nuestro Pueblo Mágico.

Tabla 5 Derrama económica

Estancia promedio	1.3 noches
Gasto promedio	\$800,00 pesos
Derrama económica	\$82'028.000,00

Fuente: “Segura, J. (2017). Derrama Económica. Recuperado de file:///C:/Users/a/Desktop/trabajo%20de%20grado/estadistica%20anual%20turismo%202013,%202014,%202015%20y%202016.pdf”

Tabla 6 Ingresos económicos en los principales sectores productivos del municipio de Mascota, Jalisco

*Valor en producción agrícola	\$349'143.400,00
*Valor en producción ganadera.	\$90'912.000,00
Valor del sector turismo.	\$82'028.00,00

*Datos instituto de información de estadística y geográfica de Jalisco 2016.
Información generada por el banco de estadísticas de la Dirección de Turismo de Mascota.

“Segura, J. (2017). Derrama Económica. Recuperado de file:///C:/Users/a/Desktop/trabajo%20de%20grado/estadistica%20anual%20turismo%202013,%202014,%202015%20y%202016.pdf”

En la tabla siguiente se muestran las personas que viven directamente del turismo, sin embargo, la derrama económica de este sector es transversal y con beneficio para toda la población.

Tabla 7 Personas que viven del turismo

Personas que viven del Turismo directamente en el municipio de Mascota, Jalisco	
*Población Económicamente Activa 2010	5,346
Personas que viven del Turismo directamente en el municipio de Mascota, Jalisco	592
Porcentaje respecto al total de la población económicamente activa 2010	31%

*Datos INEGI Censo de Población y Vivienda 2010
Información generada por el banco de estadísticas de la Dirección de Turismo de Mascota.

“Segura, J. (2017). *Personas que viven del turismo*. Recuperado de <file:///C:/Users/a/Desktop/trabajo%20de%20grado/estadistica%20anual%20turismo%202013,%202014,%202015%20y%202016.pdf>”

Análisis

El municipio de Mascota Jalisco, al obtener el nombramiento de Pueblo Mágico ha fortalecido el desarrollo turístico del municipio, sin embargo, por la visitación en aumento es considerable redoblar el esfuerzo para mejorar los servicios generales para el bienestar del turista.

La economía de los mascotenses ha mejorado considerablemente en el sector turístico y áreas productivas transversales. La oportunidad de crear nuevas empresas es palpable y con muchas posibilidades de éxito, así como mejorar las ya existentes.

El reto es seguir con capacitaciones constantes y profesionalizar los servicios turísticos, ya que comienza el interés por visitar a Mascota los turistas nacionales fuera de la región occidental del país y turistas internacionales. Por consecuencia superar la afluencia turística del 2016 es la meta, así como el gasto promedio.

Consolidar las actividades turísticas existentes enfocadas en las edades del perfil de turista, así como diversificar la oferta de actividades para crear mayor interés y aumentar estadía en nuestro municipio.

En conclusión, general el esfuerzo de los tres poderes de gobierno, federal, estatal y municipal en invertir en el desarrollo turístico de Mascota, Jalisco, estimulará aún más y volcará un bienestar social, económico y ambiental en nuestro municipio. Reduciendo índices de migración, pobreza y contaminación que por consecuencia seguirá mejorando la calidad de vida de los habitantes y fortaleciendo a Mascota Pueblo Mágico de Jalisco como destino turístico.

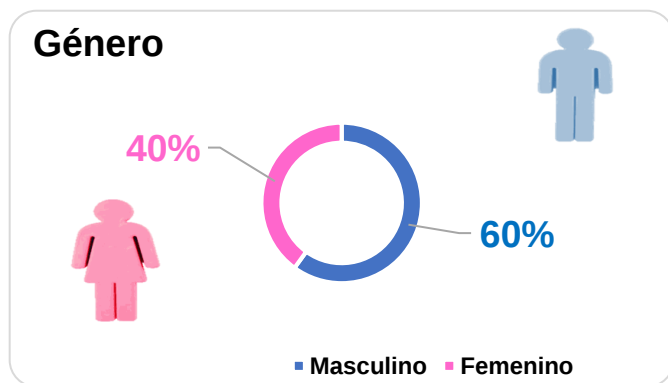
7. ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LOS ACTORES SOCIALES DE LOS MUNICIPIOS DE MASCOTA Y TALPA DE ALLENDE FRENTE A LOS CAMBIOS QUE HA TENIDO LA POBLACIÓN TRAS LA DENOMINACIÓN DE PM

Para poder llevar a cabo el análisis de la percepción de los actores sociales de los municipios de Mascota y Talpa de Allende frente a los cambios que ha tenido la población tras la denominación de PM y en aras de cumplir con el objetivo de contrastar las situaciones presentes antes y después de dicha categorización; se es necesario dar cuenta como esta puede afectar de manera positiva o negativa todos los aspectos de la vida social y económica de estas poblaciones.

Para este fin se utilizó un cuestionario aplicado a los pobladores de estas dos localidades del estado de Jalisco. Por otra parte, para conocer la percepción del actor social que es el gobierno de estas localidades, se utilizó como instrumento una entrevista aplicada a la directora de turismo de Mascota, la señora Karina Rubio y la otra al director de turismo y Producción económica del municipio de Talpa de Allende.

DATOS DEMOGRÁFICOS TALPA DE ALLENDE

Gráfica 4 Género

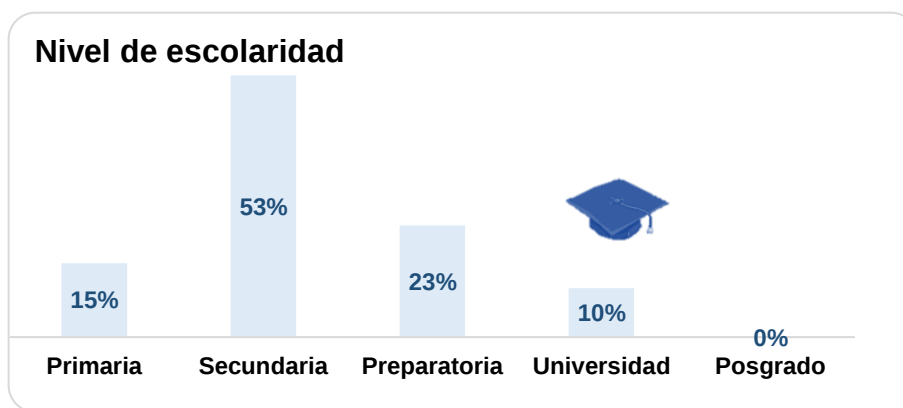


Gráfica 5 Edades



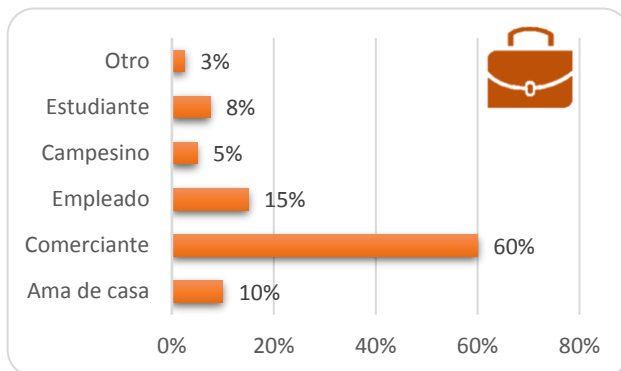
Con relación a la información recolectada en el municipio de Talpa se puede observar que en la distribución por género; el 60% de los residentes encuestados son hombres y el 40% corresponde a mujeres. Además, se puede evidenciar que dentro de los encuestados no hay edades que predominen por encima de las otras, puesto que se toma una muestra distribuida en segmentos etarios entre los 18 a los 53 años o más.

Gráfica 6 Nivel de escolaridad



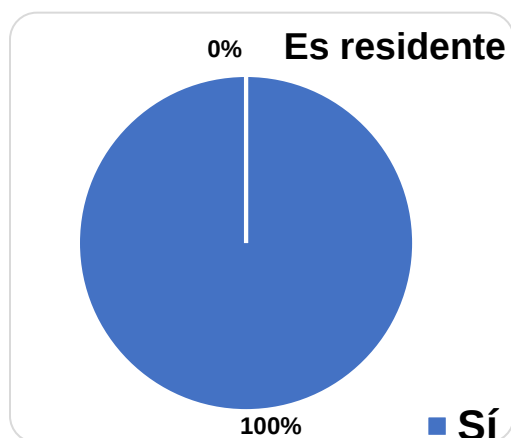
De los anteriores datos se analiza que un alto porcentaje de habitantes (53%) de los cuales predominan la población mayor, desertan en la fase escolar (secundaria) para empezar a laborar y poder ayudar con el sustento de sus hogares, afirmando la falta de oportunidades estatales como el atenuante principal de la deserción. Por otro lado, solo el (10%) de los encuestados llegan a la fase de pregrado argumentando que es el único mecanismo que puede contribuir a la mejora de su calidad de vida.

Gráfica 7 Ocupación

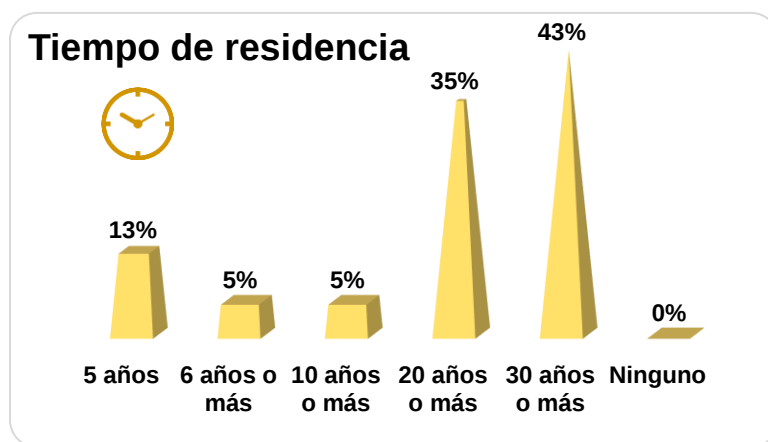


El 60% de los ciudadanos del municipio de Talpa de Allende se dedican al comercio; contrastando los resultados estadísticos con los relatos de los habitantes, estos indican que desde que son pueblo mágico el porcentaje de esta ocupación ha aumentado ya que ven en el turismo una oportunidad para incrementar sus ingresos, también señalan que antes la generación de ingresos era principalmente del campo; esta última actualmente representa un numero poco significativo frente a otras ocupaciones de la población.

Gráfica 8 Residente

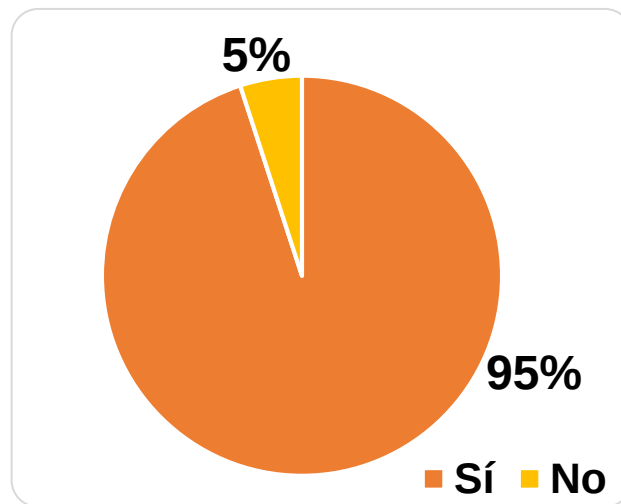


Gráfica 9 Tiempo de residencia



Se puede inferir que la encuesta cumple con el requisito de que el 100% de los mismos, sean catalogados como residentes, por la condicionante de residir hace más de 5 años en la municipalidad. Además, que se puede analizar que el 43% de las personas han nacido y permanecido dentro de la localidad, siendo este un factor importante que permite a los mismos evidenciar durante su vida los cambios provocados tras la denominación de PM.

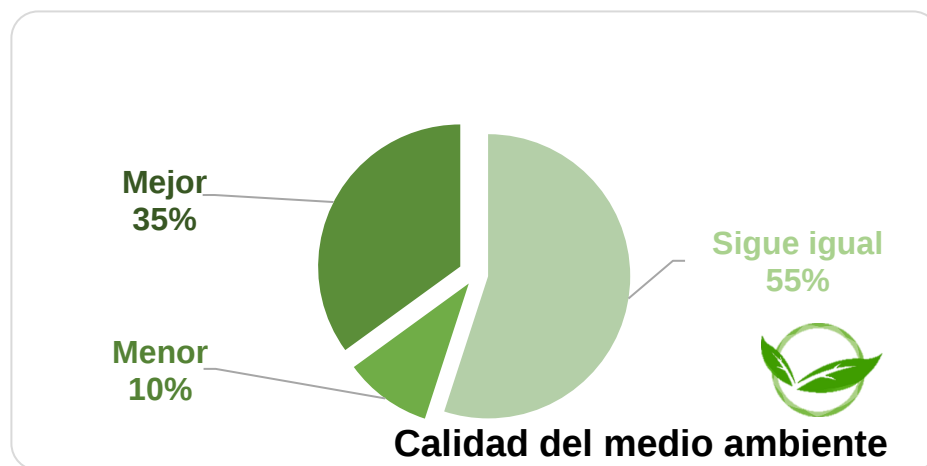
Gráfica 10 Conoce el programa pueblos mágicos



Partiendo de la anterior gráfica se puede dar cuenta que, a la municipalidad de Talpa de Allende se le dio a conocer el significado y los beneficios que traería la implementación del programa PM, permitiendo que los habitantes se articularan en conjunto con el estado, para formalizar y potenciar el turismo que ya existía en la localidad, haciendo que la percepción frente a la denominación sea cada vez más positiva.

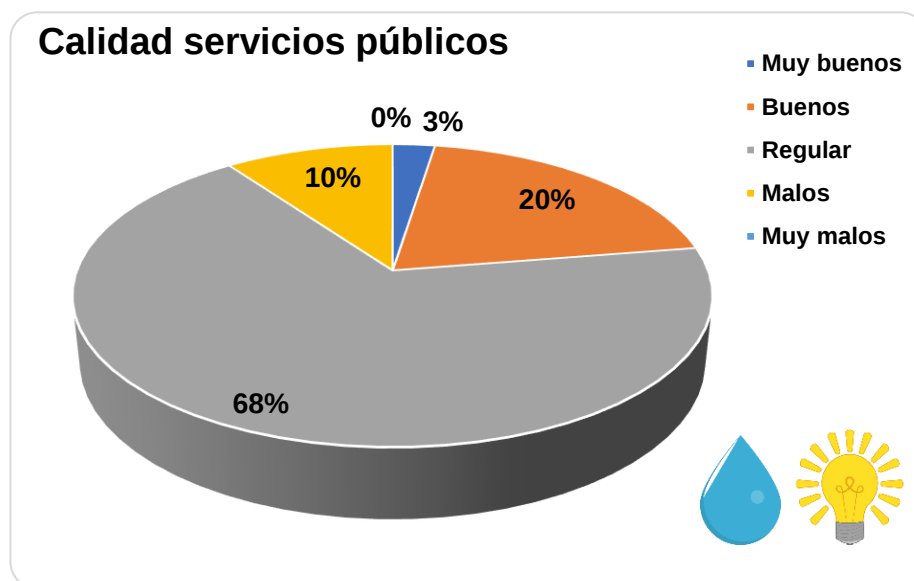
TALPA DE ALLENDE ANTES DE QUE FUERA UN PUEBLO MÁGICO

Gráfica 11 Calidad del medio ambiente



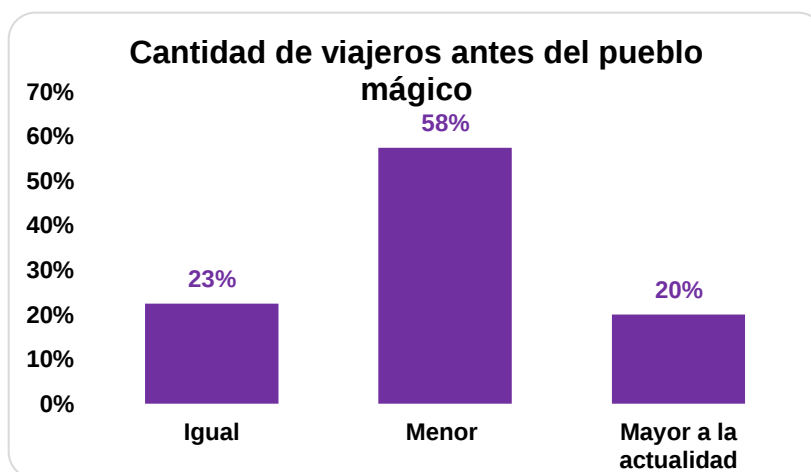
En aspectos relacionados con la calidad del medioambiente se puede apreciar que el turismo no afecta de manera significativa las condiciones iniciales del medio ambiente, ya que en un 55% sigue teniendo las mismas condiciones, pero es bastante considerable las personas que indican que el 35% de los factores antes de ser pueblo mágico eran mejores.

Gráfica 12 Calidad de servicios públicos (Salud y Educación)



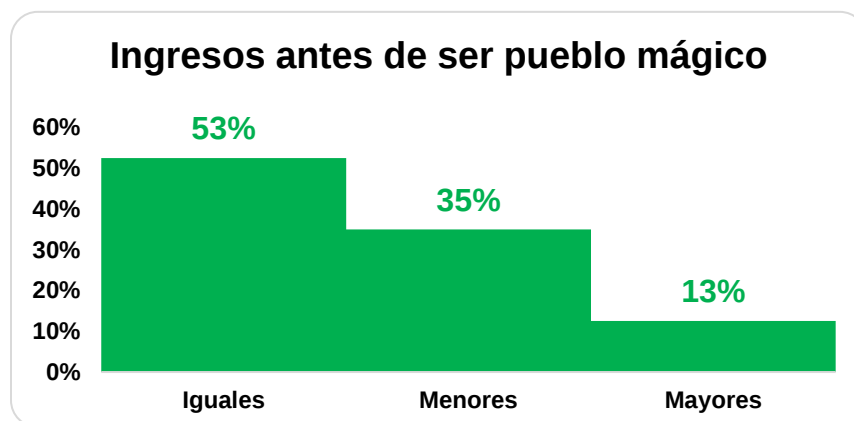
Teniendo en cuenta el gráfico anterior, se puede deducir que los servicios públicos antes de la mencionada denominación para la mayoría de habitantes se impartían de manera regular, siendo el 68 % de los encuestados que comparten esta perspectiva. Por otro lado, el 20% de la muestra se sienten conformes con los servicios suministrados por el municipio y otro 10 % no muestra ningún tipo de empatía con la prestación de los mismos.

Gráfica 13 Cantidad de viajeros



Se puede ver un flujo de viajeros hacia el pueblo de Talpa de Allende antes de ser pueblo mágico que representa más de la mitad es decir que se presentaba un flujo muy mínimo de viajeros con un 58% ya que la connotación de pueblo mágico ha llamado la atención de los turistas tanto nacionales como internacionales.

Gráfica 14 Ingresos económicos

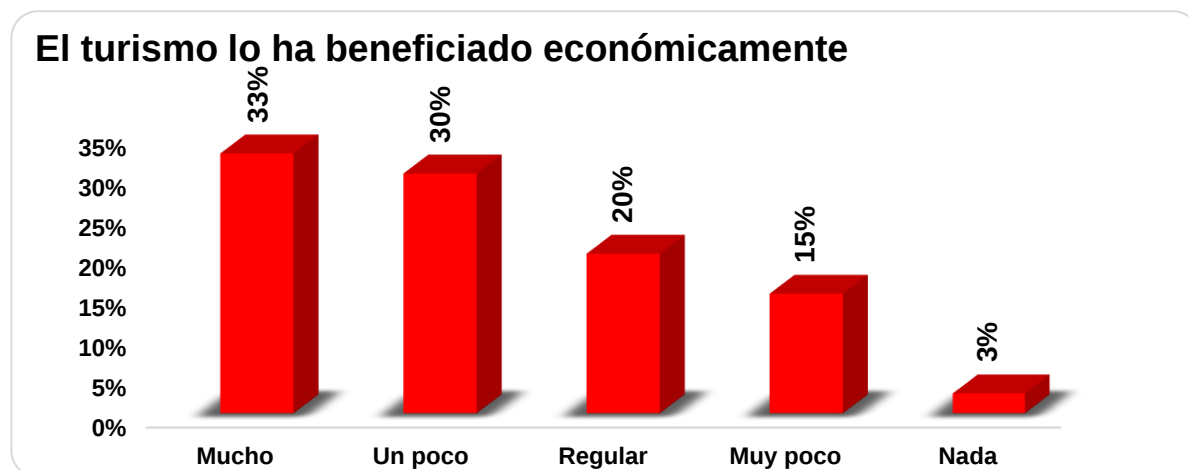


Respecto a los ingresos los habitantes del pueblo de talpa perciben que estos se han mantenido, como se evidencia en la gráfica con un 53%. También se puede observar cómo el 35% de los encuestados han tenido una buena experiencia con respecto a la denominación, argumentando cambios positivos para mejorar su calidad de vida, por otro lado, el 13% aducen mayores ingresos antes de la implementación del programa.

Según la información obtenida con las reacciones y la observación participante aplicado a esta comunidad (sobre todo la de los comerciantes) ellos cuentan que antes su principal fuente de ingresos era lo relacionado con el campo y tenían una calidad de vida medianamente cómoda, pero se sentían a gusto con ello.

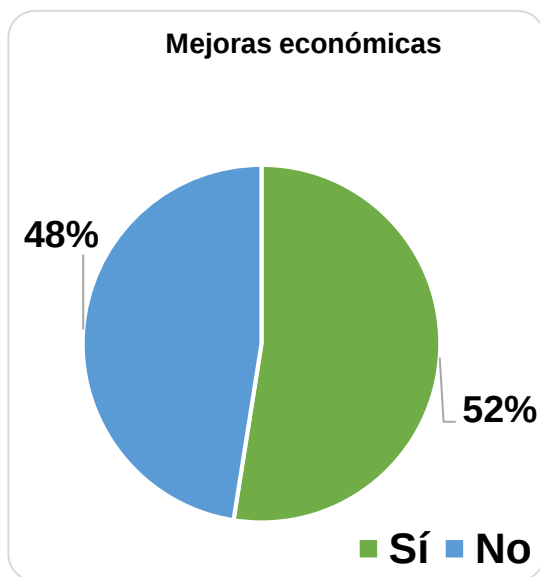
TALPA DE ALLENDE SIENDO UN PUEBLO MÁGICO

Gráfica 15 El turismo lo ha beneficiado económicamente

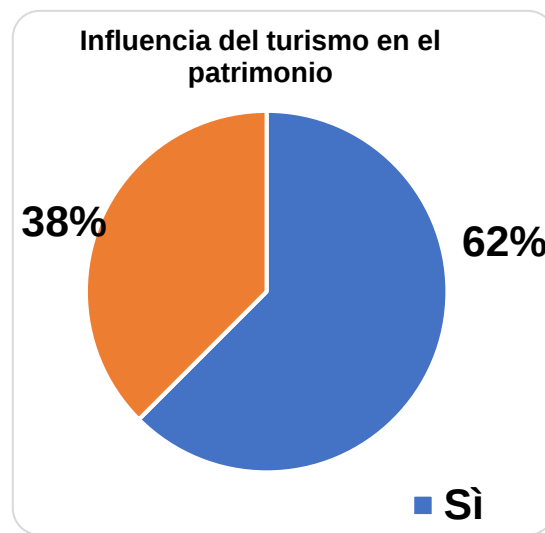


Se puede evidenciar que al adoptar el turismo como un factor de sostenibilidad y explotación económica los habitantes perciben de manera positiva un incremento en su nivel de ingresos económicos evidenciando *muchos* beneficios con 33% esto debido a la gran afluencia de turistas que convergen al pueblo constantemente, lo que genera un crecimiento de la economía. Es así como se mejora las condiciones de vida percibidas por los pobladores evidenciando que el 63% considera que lo ha beneficiado un poco o mucho por consiguiente para más de la mitad de la población la incursión del programa ha sido benéfico en el aspecto económico.

Gráfica 17 Ha habido mejoras económicas sustanciales

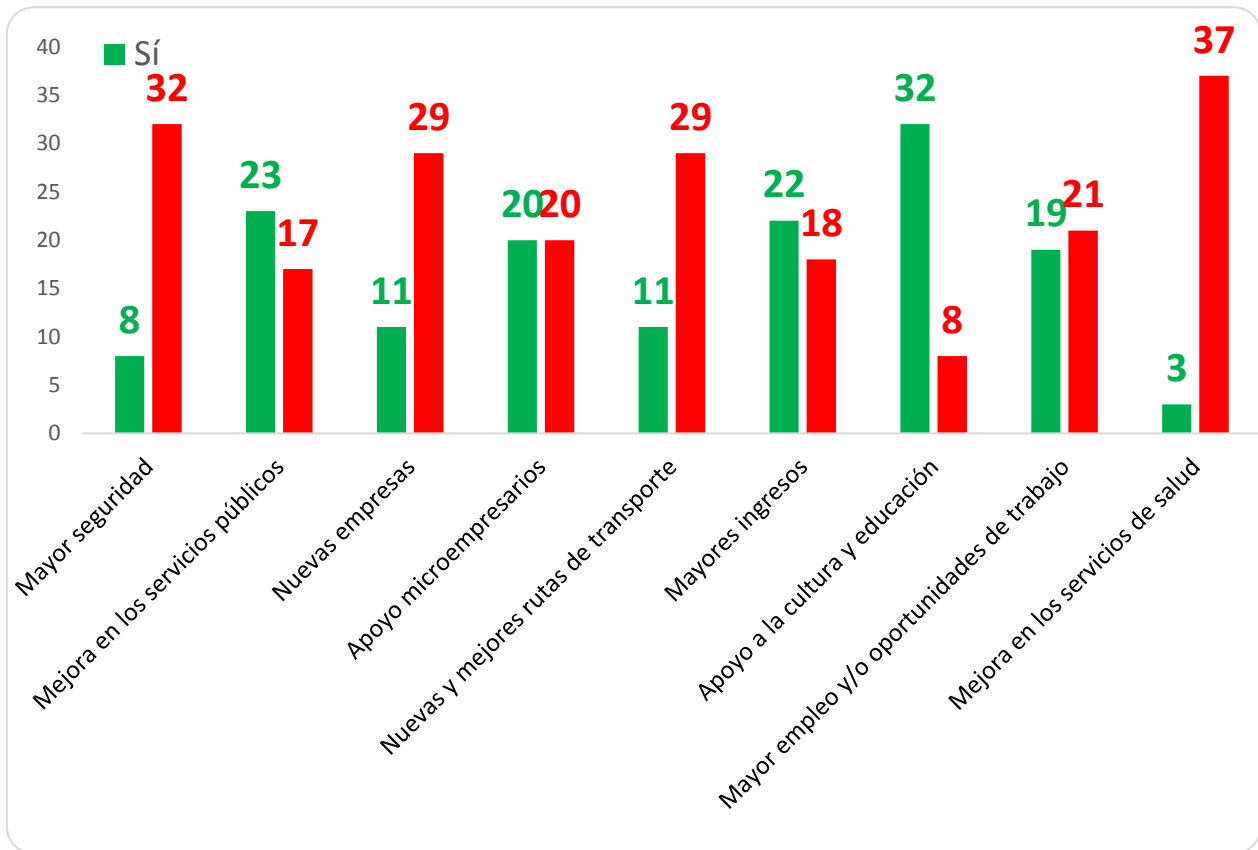


Gráfica 16 Influencia del turismo en el patrimonio Cultural



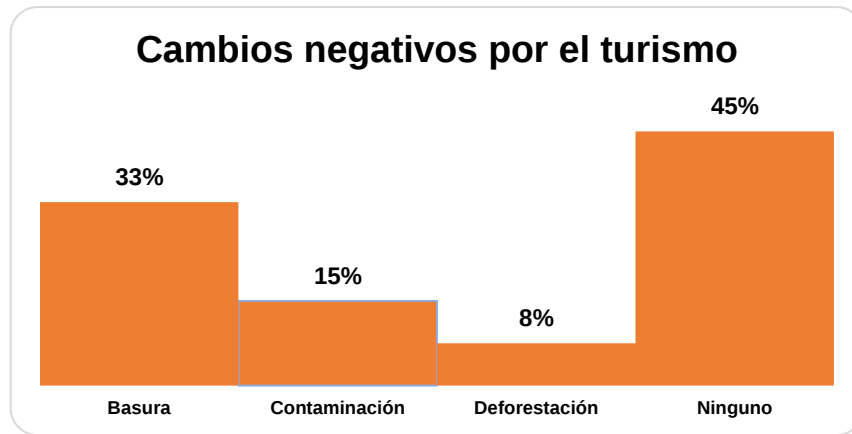
Casi la mitad de la población 52% consideran que sus condiciones económicas si han mejorado con la adopción del turismo como fuente de ingresos y emprendimiento, para la población de Talpa; cuestiones que le han permitido aumentar el patrimonio tanto cultural como económico de la región con un 62%.

Gráfica 18 Aspectos que han mejorado con ser pueblo mágico



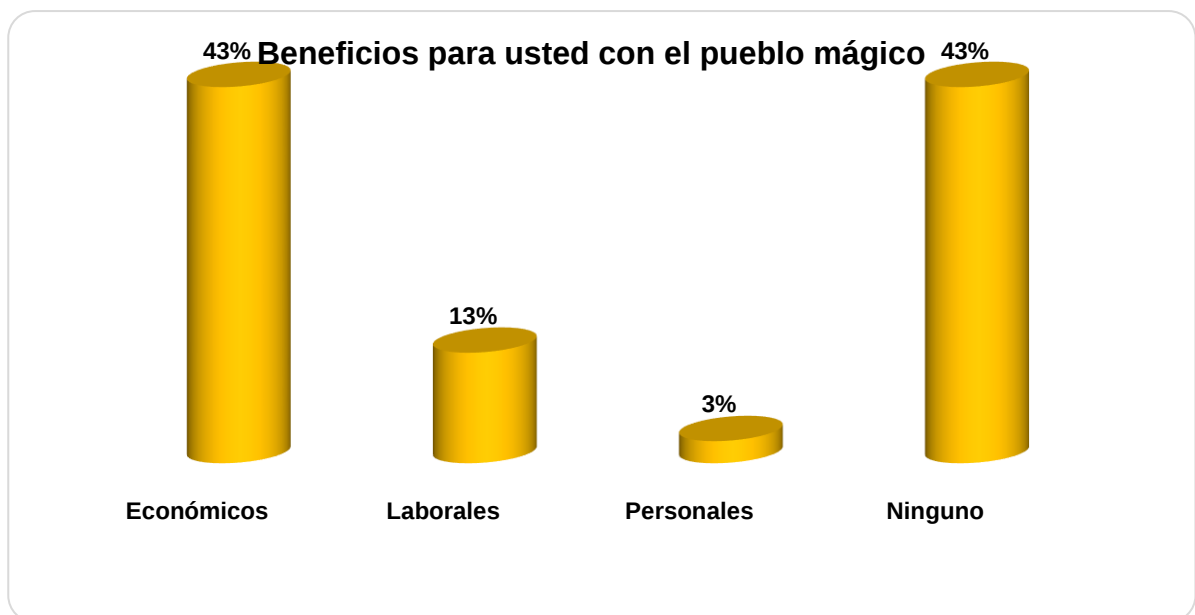
Según la percepción de los habitantes los aspectos que más han mejorado en escala descendente han sido apoyo a la cultura con un 32%, ya que este factor es importante en el turismo y la economía naranja, por otro lado, se ha encontrado que los habitantes perciben una mejoría en los servicios públicos con 23% el apoyo a microempresarios es el factor con menor desviación con una igualdad de 20% y por último el más dispar es una mejora en los servicios de salud en la cual los habitantes perciben en su gran mayoría que no hay una mejoría en este ítem.

Gráfica 19 Cambios negativos por el turismo



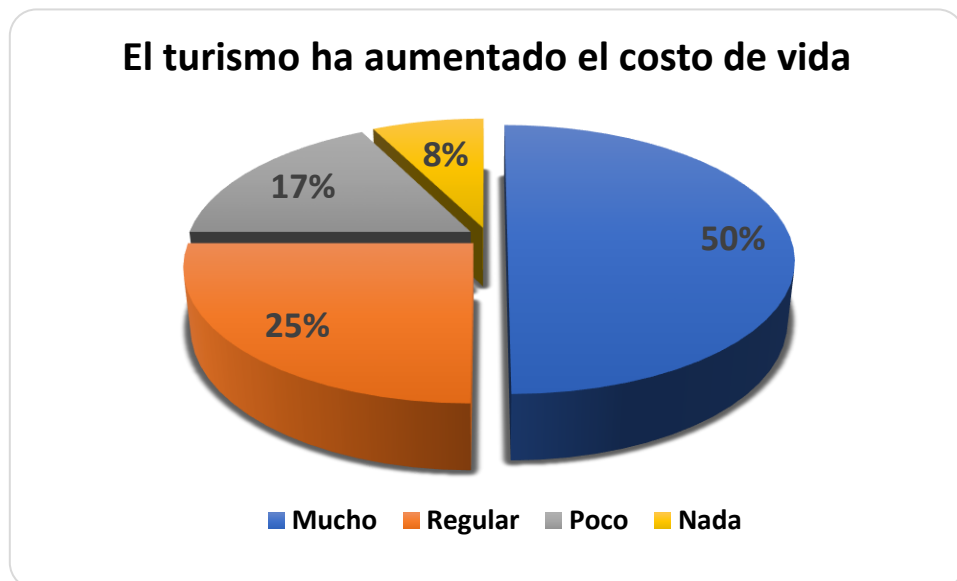
La mayoría de la población considera que no ha habido cambios negativos a causa del turismo con un 45% para el 33% de la población el cambio más negativo ha sido el nivel de contaminación que se percibe en las calles a causa de la gran afluencia de turistas y un 8% considera que el turismo ha traído deforestación de las zonas verdes y los bosques.

Gráfica 20 Beneficios para usted



En cuanto a los beneficios que le ha generado el turismo en mayor medida han sido económicos, porque han aumentado las ventas de diferentes renglones de la economía en especial el sector servicios esto ha generado mayor demanda permitiendo ampliar la oferta laboral de las empresas locales. Por tanto, el 13% de los habitantes consideran que ha traído beneficios laborales y por último un 3% de la población indican beneficios personales.

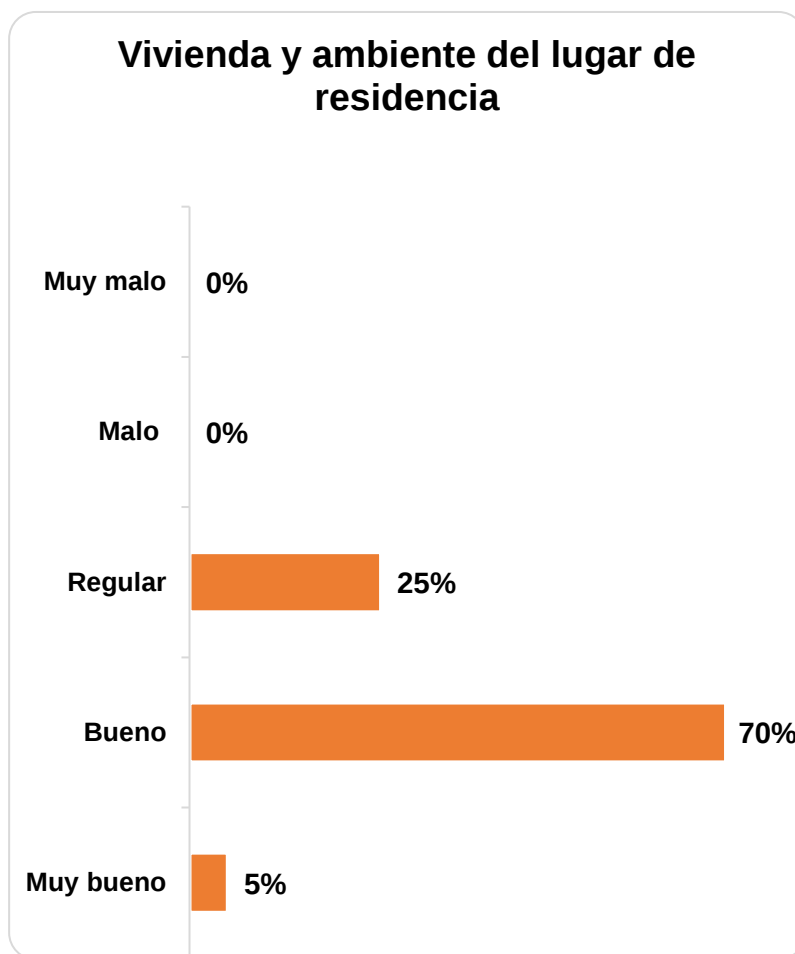
Gráfica 21 El turismo ha aumentado el costo de vida



En contraste a los beneficios del turismo se puede evidenciar que los habitantes no solo perciben en este aspecto puntos positivos, sino también negativos como el aumento en el costo de vida debido a la valorización de la región gracias al turismo, puesto que hay mayor dinero circulando en la economía gracias al turismo lo que genera mayor inflación que reduce el poder adquisitivo de la población en especial en aquellos que no reciben ningún beneficio económico por la actividad turística que es la de mayor crecimiento; por consiguiente el 50% de la población considera que

esta actividad ha aumentado el costo de vida en contraste con solo el 8% de la población que si recibe beneficios por la actividad del turismo.

Gráfica 22 . Vivienda y ambiente del lugar de residencia



En los aspectos de vivienda y ambiente la mayoría de la población los considera como buenos con un 70% pues se cuenta con todos los servicios públicos y demás factores que conllevan a mejorar las condiciones de vivienda en cuanto a la convivencia de sus habitantes que se considera en mayor medida tranquila y amena en contraste para el 25% de la población lo considera regular.

En conclusión se puede percibir que el turismo claramente ha traído a talpa beneficios económicos, ya que el incremento de turistas ha sido notablemente alto, también los habitantes dicen que con el hecho de ser pueblo mágico su cultura se ha fortalecido, pues quieren mostrarle al mundo lo bonito de su pueblo y la amabilidad de sus habitantes, uno de los principales atractivos de este lugar es su catedral y su costumbres religiosas haciendo de semana santa una oleada de aumentos económicos para todos los comerciantes y asimismo en diciembre; la mayoría de cosas que venden son artesanales desde sus bebidas hasta decoraciones, teniendo una en particular que es el chicle ya que lo trabajan de manera especial, haciendo con el diferentes figuras como rosarios, canastas de flores siendo estos a su vez comestibles, otra de su principal fuente de ingreso es

La venta de rollos de guayaba y todo lo relacionado con la guayaba. La gente está muy dividida con relación a los beneficios que ha traído este programa ya que ellos argumentan que las ayudas y las mejoras siempre se las quedan las personas con más influencias y aquellas que tienen relación con la gobernación; el 43% de las personas afirman que este programa les ha traído beneficios económicos mientras que el otro 43% dicen que no han obtenido ningún beneficio con este programa y se sienten insatisfechos, por el hecho de haber aumentado la inseguridad en la localidad, y también por el hecho de preocuparse por recuperar las fachadas del pueblo hayan descuidado aspectos tan importantes como el sistema de salud, aunque también rescatan de todo esto que el gobierno le ha apostado un poco más a la educación ya que la mayoría de estas personas en su tiempo no tuvieron la oportunidad de tener una buena educación pero cuentan que esta si se las han podido brindar a sus hijos, por su parte algunos habitantes también argumentan que en los meses de más afluencia turística, mencionados anteriormente la cantidad de basura es impresionante, y que la contaminación ha aumentado, aunque las encuestas arrojan que el turismo no ha ocasionado ningún cambio negativo.

LA PERCEPCIÓN DE LOS HABITANTES DE TALPA ACERCA DEL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS

La percepción de los habitantes de Talpa de Allende sobre el turismo tiene una serie de aspectos positivos y negativos que la población percibe a causa de la adopción de turismo como fuente de ingresos para la región y un factor trascendente para el crecimiento económico, empresarial y social de sus habitantes.

Dentro de los cuales se pueden evidenciar los siguientes como positivos:

En el aspecto económico se han evidenciado las principales mejoras con la adopción e implementación del programa PM ya que el 33% de la población ha manifestado un crecimiento económico gracias a la explotación del turismo configurándose como una de las principales fuentes de ingresos para la población de Talpa. Por tanto, el 52% de la población considera que, si ha habido mejoras económicas sustanciales, siendo este un factor de desarrollo relevante para destacar aspectos transversales como el patrimonio cultural que en un 62% de la población se ha percibido como potencializado a la par con el tema educativo.

En cuanto a los beneficios personales el 43% considera que la implementación del programa PM ha impactado positivamente su calidad de vida. Consideran también que el ambiente y lugar de residencia es bueno en un 75% El 45% de la población considera que no ha habido ningún cambio negativo.

Es así como el factor perceptual para los habitantes de Talpa de Allende se puede catalogar como positivo, englobando variables de análisis que la investigación ha permitido evidencias como favorables para contribuir con el desarrollo y mejora de la calidad de vida de los actores sociales, tras la denominación de PM

En cuanto a los aspectos negativos se pudieron encontrar los siguientes:

percepción que los habitantes tienen sobre el servicio de salud es negativa con 37 personas que piensan que no ha mejorado en contraste con tan solo 3 que han dicho que si, por otra parte, en cuanto a la seguridad consideran que no ha mejorado con 32 personas que lo afirman y tan solo 8 que perciben lo contrario; el aumento en el costo de vida debido a la valorización de la región gracias a este importante renglón, puesto que hay mayor dinero circulando en la economía gracias al turismo, medida que genera mayor inflación que reduce el poder adquisitivo de la población en especial en aquellos que no reciben ningún beneficio económico por la actividad turística que es la de mayor crecimiento. Por consiguiente, el 50% de la población considera que esta actividad ha aumentado el costo de vida en contraste con solo el 8% de la población que si recibe beneficios por la actividad del turismo.

También como aspectos negativos está el incremento de residuos o basura generada por la actividad turística con un 33%. Seguido de una alta contaminación percibida por el 15% de la población objeto de estudio.

LA PERCEPCIÓN DE LA DIRECCIÓN DE TURISMO ACERCA DEL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS

El Doctor Rodrigo Espinoza realizo dos entrevistas una a la directora de turismo de Mascota, la señora Karina Rubio y la otra al director de turismo y Producción económica del municipio de Talpa de Allende el señor José Armando Gradilla Robles, con el fin de conocer como este ha sido manejado y de qué manera la localidad ha sido participe del programa de pueblos mágicos.

Talpa de Allende

Desde que Talpa se convirtió pueblo mágico ha habido mejorados notables tales como el mejoramiento de imagen de las fachadas, banquetas, se han mejorado los subterráneos, con los recursos que se otorga por ser pueblo mágico se han remodelado ciertas calles como la fachada de la independencia hasta el centro histórico, algunos de estos fueron escogidos por la ciudadanía como lo fue el techado del miguel hidalgo y la escuela foránea, de esta manera lo que se busca es que la comunidad sea participe del programa, se comenta que ha sido un poco difícil involucrar a la comunidad pero esta poco a poco ha dado el paso.

En cuanto al aumento de turistas no hay un dato exacto, pero se puede decir que ha aumentado un 15%, entre enero a mayo es donde más visitantes se tiene en el municipio ya que el turismo de este es 100% religioso, a raíz del nombramiento todos los fines de semana la plaza se llena, tanto así que no hay donde estacionarse.

En relación con los servicios públicos se está organizando todo lo relacionado con agua y drenaje, también se busca para este año poder organizar a todos los comerciantes de manera que haya más orden y estos se sientan más cómodos.

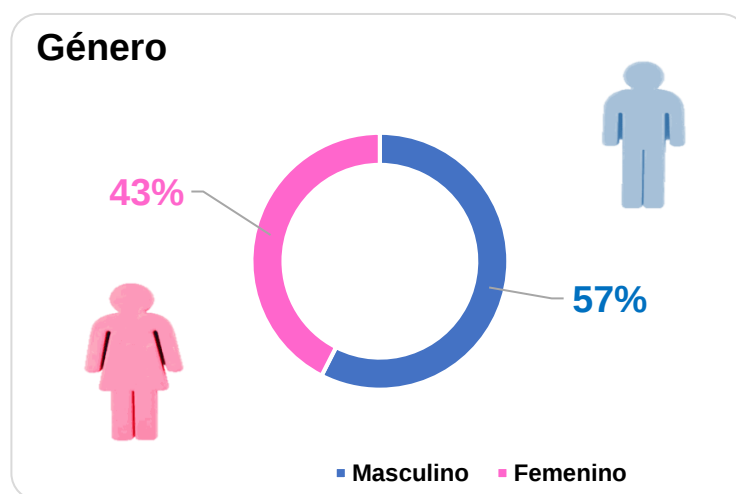
La dirección de turismo de Talpa con la ayuda de la dirección de turismo de Jalisco buscan involucrar las demás localidades que hacen parte del municipio, el cual se le piensa colocar el nombre de **comunidades con encanto**, aprovechando los

recursos de estos lugares para otorgarles beneficios económicos a estos y que no todo se quede en la cabecera municipal, entre estos lugares se tiene en mente a la Cuesta ya que ahí hay producción de café, aguas termales, se produce la goma de chicle con la que se elaboran diversos artefactos artesanales.

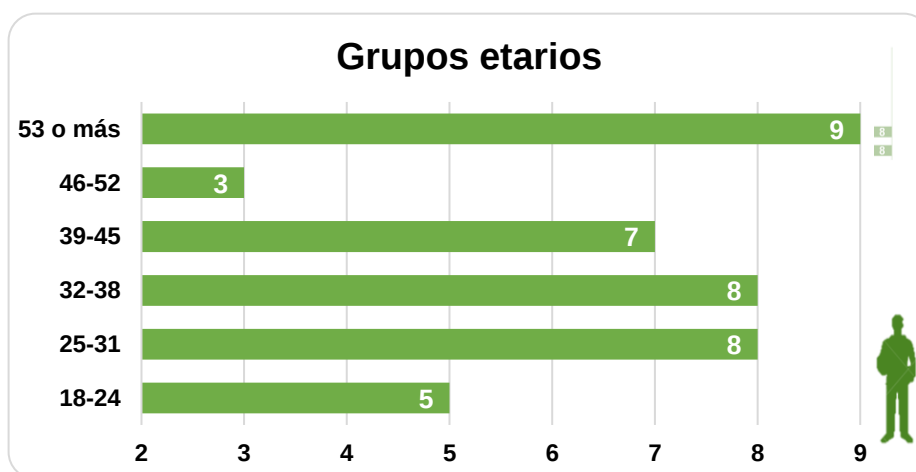
En efecto la percepción por parte de la dirección es mucho más enfocada a lo positivo del programa y casi no se tienen en cuenta aquellas variables expresadas por la comunidad como negativa del proceso de pueblos mágicos.

DATOS DEMOGRÁFICOS MASCOTA

Gráfica 23 Género

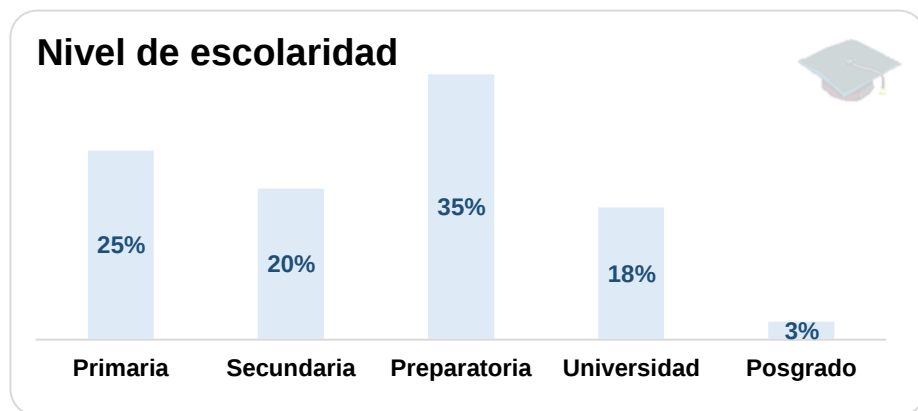


Gráfica 24 Edades



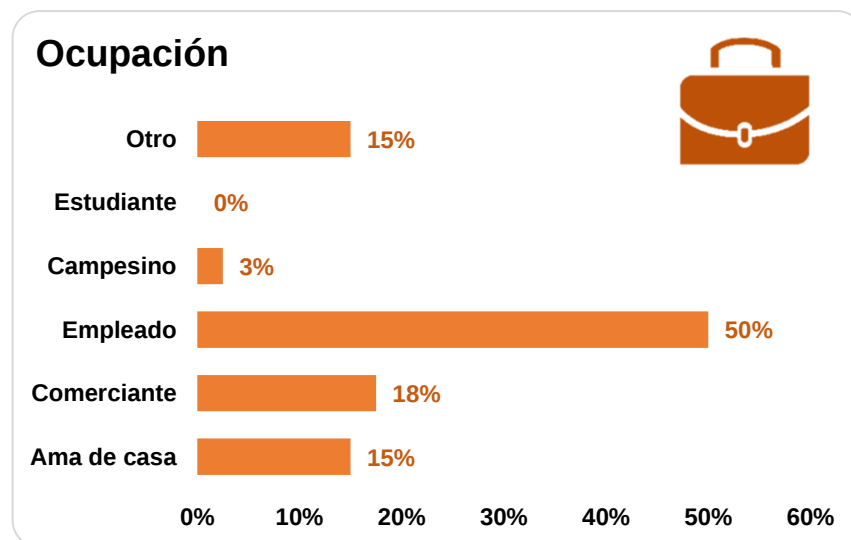
Con relación a la información recolectada en el municipio de Mascota se puede observar que en la distribución por género; el 57% de los residentes encuestados son hombres y el 43% corresponde a mujeres. Además, se puede evidenciar que dentro de los grupos etarios se evidencia que la mayoría de encuestados están entre los 25 a los 53 años o más.

Gráfica 25 Nivel de escolaridad



Se evidencia un nivel de escolaridad medio ya que el 35% de los encuestados han podido ir a la preparatoria y el 18% tienen títulos universitarios. Cabe resaltar que el municipio con la potencialización del programa PM, también está buscando darle una mejor estructuración al sistema educativo.

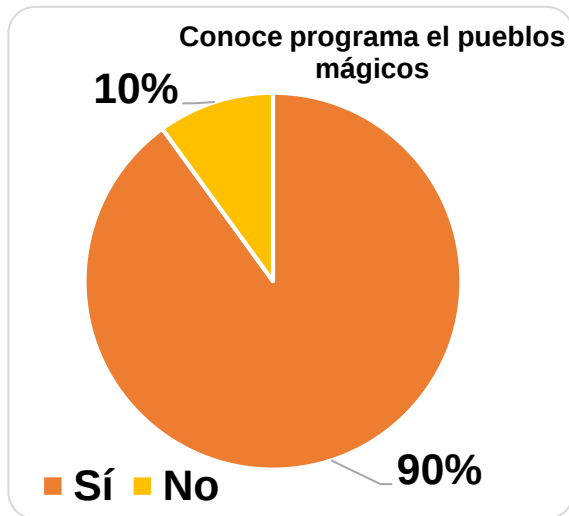
Gráfica 26 Ocupación



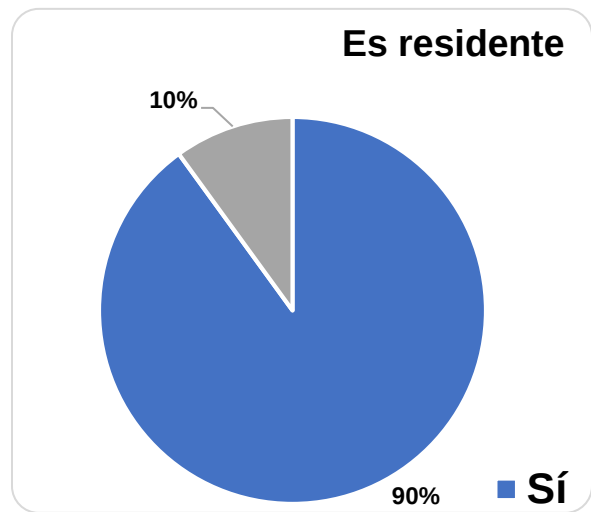
Para los datos anteriores se puede analizar que el 50% de los encuestados son empleados en sus áreas y el 18% son comerciantes, se evidencia en la categoría de estudiantes hay un déficit importante que requiere de medidas locales en pro de

mejorar sustancialmente el tema educativo desde una perspectiva municipal, puesto que los jóvenes se ven obligados a irse de casa en busca de oportunidades para incrementar sus niveles de conocimientos, ya que el municipio solo cuenta con instituciones de formación técnica y tecnológica.

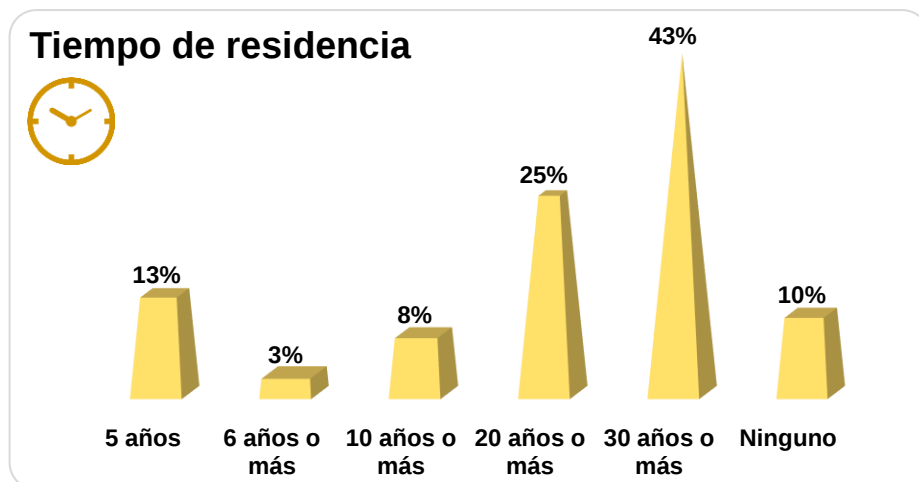
Gráfica 27 Conoce el programa pueblos mágicos



Gráfica 28 Es residente



Gráfica 29 Tiempo de residencia

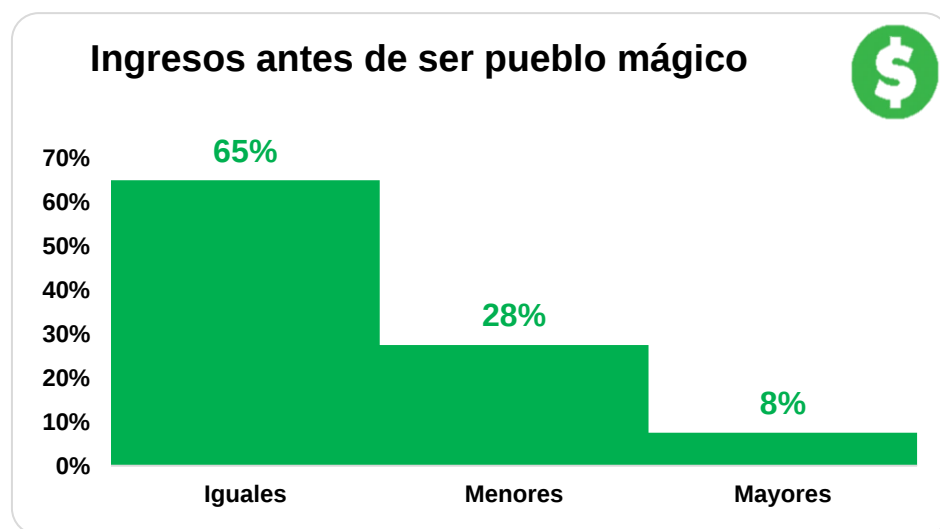


En esta parte se tienen en cuenta datos tales como si es residente y cuánto tiempo lleva residiendo en esta localidad, así como también se el hecho de conocer sobre el programa de pueblos mágicos. Se puede evidenciar que de 40 encuestados 4 personas no son residentes de esta localidad fallando con la propuesta principal de que todos debían serlo, las respuestas de estas 4 personas por lo tanto no dan valor a la investigación, pero aun así se tomaron en cuenta para respetar la muestra.

Por otro lado, la muestra arroja que el conocimiento del programa PM frente a los habitantes de Mascota es positivo referenciado por un 90% de los encuestados es necesario resaltar que el 10% de las personas que desconocen la existencia del programa turístico, son las mismas que se categorizan como no residentes de la municipalidad, es decir que de los 40 encuestados 4 en dicha categoría.

MASCOTA ANTES DE QUE FUERA UN PUEBLO MÁGICO

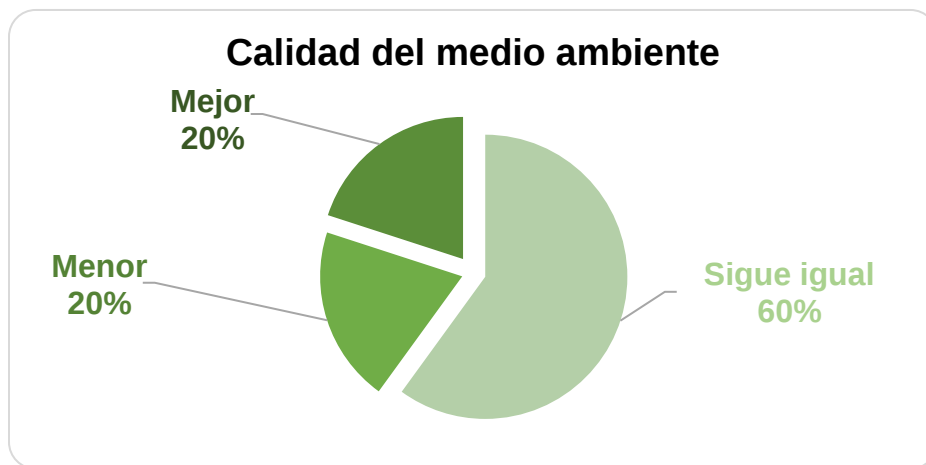
Gráfica 30 Ingresos



Gran parte de los encuestados argumentan que sus ingresos siguen siendo iguales (65%), estando o no la denominación de PM. Partiendo de un análisis importante

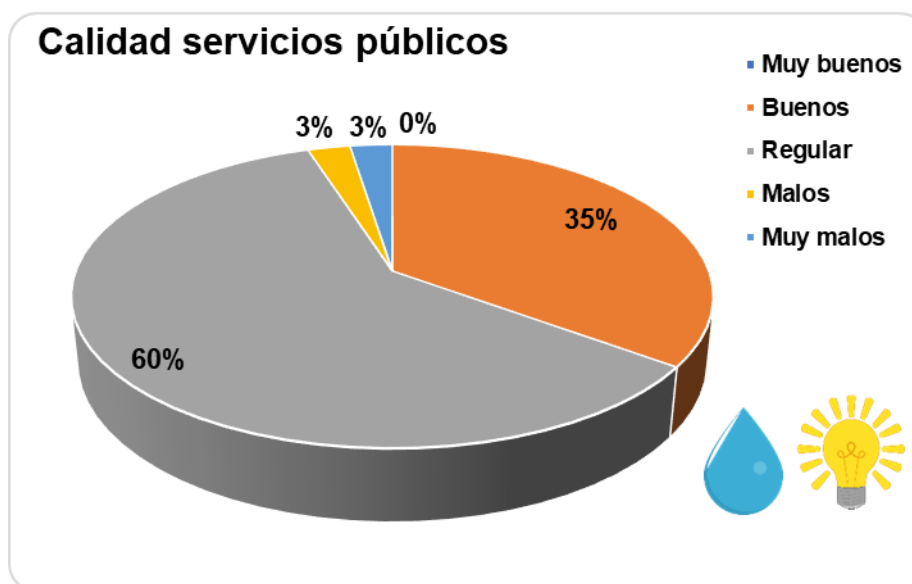
que determina que los habitantes de la municipalidad no están del todo a gusto con la implementación de dicho programa, y algunos explican que por el contrario sus ingresos no han experimentado mayores cambios.

Gráfica 31 Calidad del medio ambiente



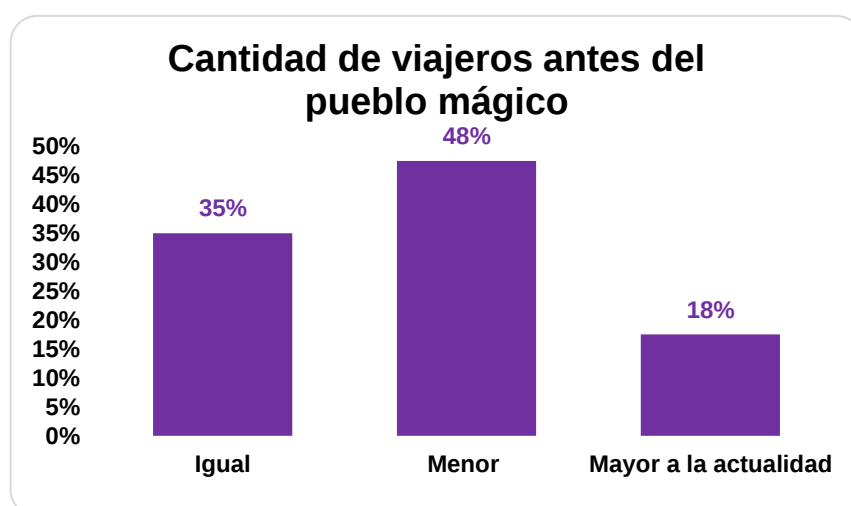
La calidad del medio ambiente en la municipalidad de Mascota según la muestra sigue siendo igual, puesto que arroja una tendencia inclinada hacia esa categoría.

Gráfica 32 Calidad de servicios públicos (Salud y Educación)



En la gráfica anterior se puede evidenciar que la mayoría de encuestados argumentan que la calidad de los servicios de Mascota antes de ser PM era regular además se analiza que un buen porcentaje (35%) argumentan que sus servicios públicos cumplen con los parámetros necesarios para ser aceptables.

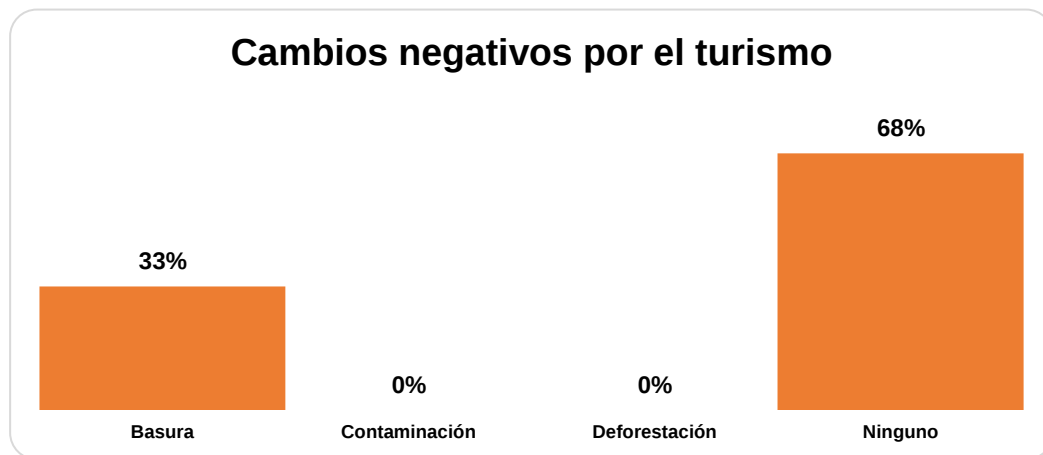
Gráfica 33 Cantidad de viajeros



Mascota es una localidad que se siente en desacuerdo con la denominación de pueblo mágico, este criterio se hace con base a las reacciones e historias de la comunidad, estas se pudieron percibir en la trayectoria de la encuesta realizada, ellos argumentan que el lugar donde viven siempre ha sido el mismo, que siguen viviendo las mismas personas de siempre, que los turistas de ellos son los familiares que emigraron a las ciudades en busca de oportunidades de trabajo y educación y en vacaciones regresan al pueblo a descansar y claramente consumen; y por ende aumentan las ventas de los locales sobre todo los de comidas, estas personas comentan que el lugar aún no estaba preparado para ser un pueblo mágico.

MASCOTA SIENDO UN PUEBLO MÁGICO

Gráfica 34 Cambios negativos por el turismo



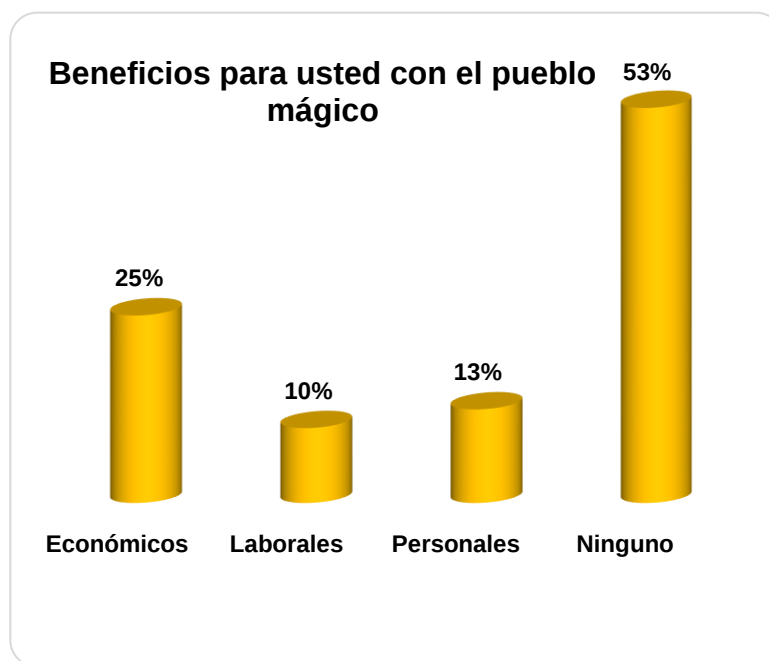
La mayoría de la población representada en un 33% de la población de Mascota considera que el cambio negativo es un aumento en las basuras estas, generadas por la gran convergencia de turistas, por otro lado, el 68% de la población percibe que el turismo no ha traído cambios negativos para la zona.

Gráfica 35 El turismo ha aumentado el costo de vida



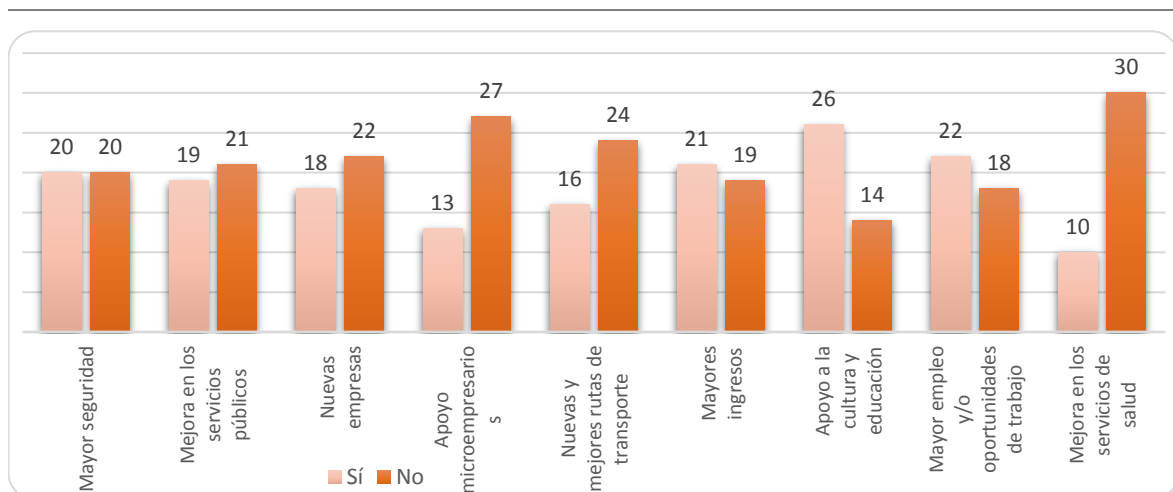
Se evidencia que el costo de vida presenta valores constantes analizando que la investigación permite dar cuenta de una municipalidad que no ha tenido mayores cambios tras la denominación de PM, presentando poca incidencia sobre el nivel de vida de los locales.

Gráfica 36 Beneficios de ser pueblo mágico



Por otro lado, las percepciones de los habitantes en cuanto a los beneficios de pertenecer a un pueblo mágico han sido en mayor cuantía *ninguno* con un 53% seguido del 25% que considera que sus beneficios han sido económicos aumentando de algún modo su margen de poder adquisitivo que se prevé poco considerando que esa población pertenece al 37% que considera que su costo de vida ha sido regular.

Gráfica 37 Aspectos que han mejorado con el hecho de ser pueblo mágico

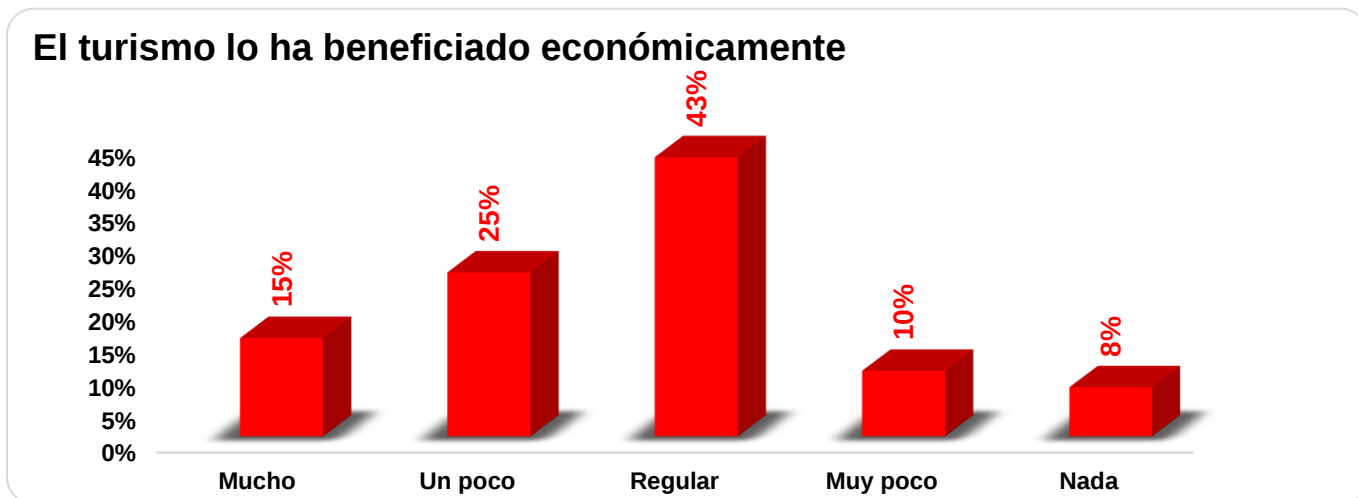


En cuanto a los aspectos de orden general y de necesidad común para el pueblo, se percibe de parte de los encuestados una acogida regular del programa. En tanto aceptan mejoras mínimas en servicios fundamentales, que entre otras cosas inciden sobre la calidad de vida de la población, tales como: mayores ingresos para las familias, apoyo a la cultura y educación, empleo y oportunidades de trabajo. De otro lado, en la misma proporción, manifiestan pocas mejoras en temas como servicios públicos, nuevas empresas y apoyo al emprendimiento, movilidad y la salud. Todo lo anterior denota un posible desconocimiento de las acciones que se vienen adelantando en el desarrollo del programa PM, dado que las respuestas dadas por los encuestados en algunos aspectos no concuerdan cuando se contrastan con otros; por ejemplo, en términos de empleo e ingresos frente a la creación de nuevas empresas y fomento del emprendimiento.

Un tema importante es que los pocos turistas que llegan al pueblo no consumen, esto quiere decir que no se benefician de la presencia de estas personas. El

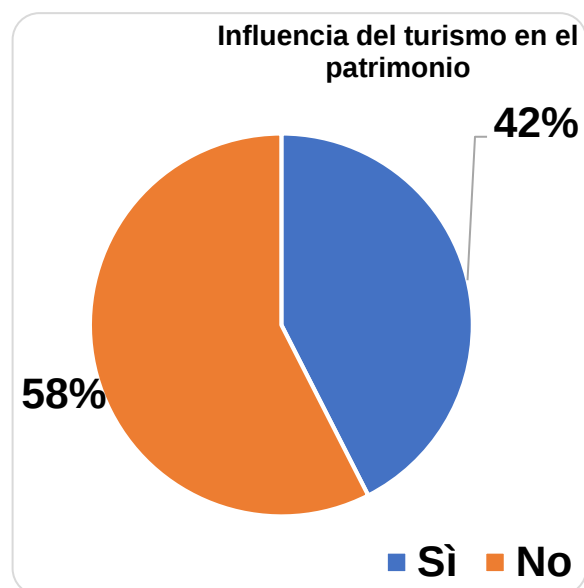
Gobierno Municipal ha descuidado aspectos como los servicios de salud y las rutas de transporte, estos se han preocupado nada más por arreglar la fachada de la parte donde se encuentra el parque descuidando las demás zonas, también han dejado calles inconclusas y proyectos a media marcha que tardan más de lo previsto, y que en últimas irrumpe el flujo vehicular y peatonal. El aumento de empresas se ha visto marcado en las “taquería”, ya que se han abierto en la localidad y en su mayoría informales que generan problemas en el tema competitivo aduciendo que estos no pagan los mismos impuestos de aquellos que si tienen la documentación requerida para la apertura de un negocio. Cómo se mencionaba en el apartado anterior la gente de este lugar sigue siendo la misma y las mejoras económicas que ellos comentan han sido fruto de sus propios esfuerzos, argumentando finalmente que poco tiene relación con la denominación impuesta a la localidad

Gráfica 38 El turismo lo ha beneficiado económicamente



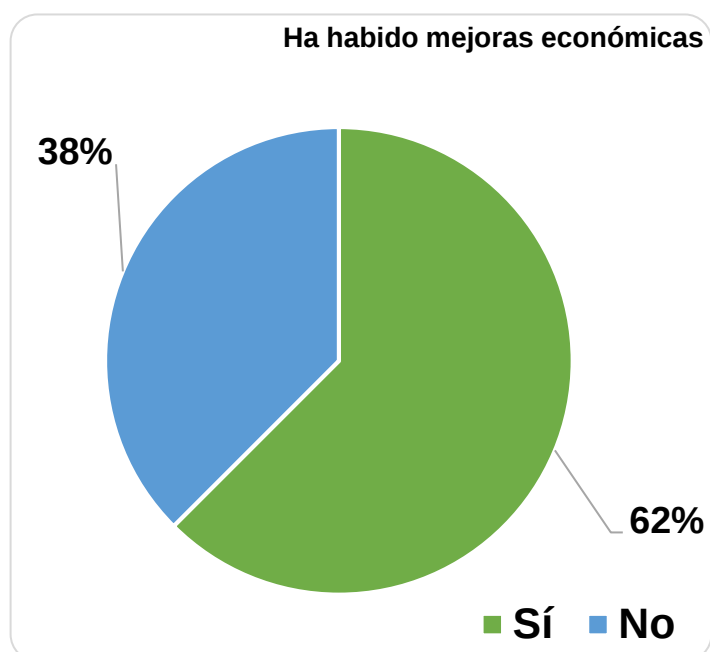
En el grafico se puede evidenciar que a la mayoría de encuestados de Mascota no han percibido una mejora económica con la presencia del programa de turismo ya que el 43% manifiesta que el beneficio ha sido regular y para el 25% solo los ha beneficiado muy poco con un 25%.

Gráfica 39 Influencia del turismo en el patrimonio



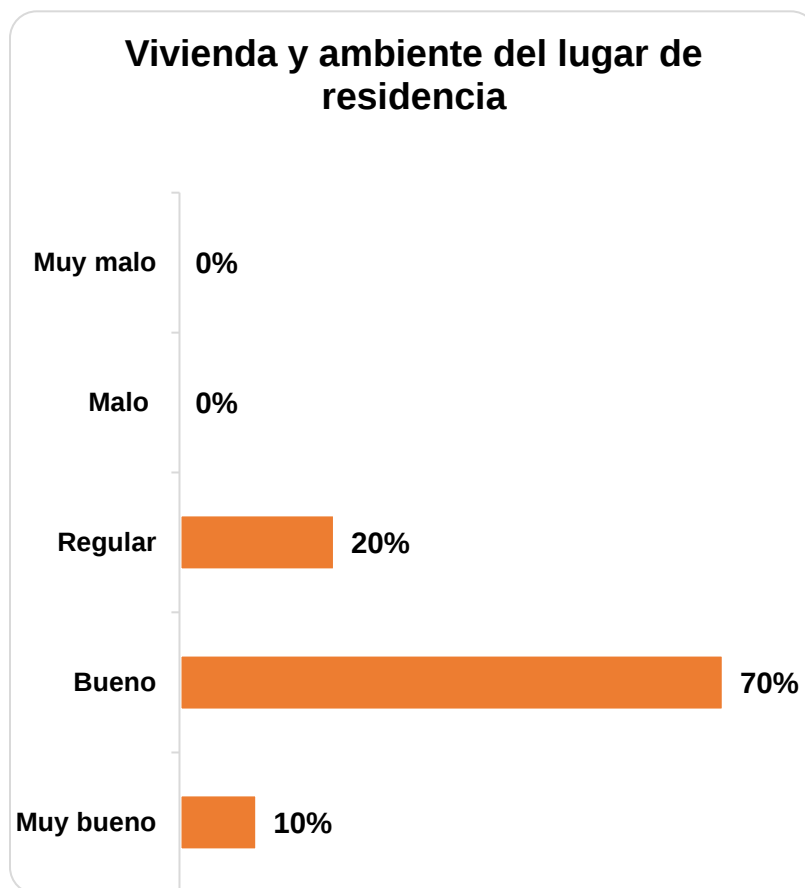
Los habitantes consideran que no ha tenido el turismo una influencia en el patrimonio representado con un 58% de la población que percibe que esto no es así, contrastado con un 42% que considera que este si ha tenido una incidencia en el patrimonio de la población.

Gráfica 40 Ha habido mejoras económicas



Teniendo en cuenta que la pregunta limita al encuestado, se categoriza que para cerca del 62% de la muestra ha habido algún tipo de mejora económica y que si bien es cierto no se sienten muy a gusto con la implementación de la medida, han podido sacar algún tipo de ganancia con el mismo. El otro 38% argumenta que todo en materia económica sigue igual y que su percepción de cambio no es positiva.

Gráfica 41 Vivienda y ambiente del lugar de residencia



Para los habitantes la vivienda y el ambiente del lugar de residencia en general ha sido bueno con un 70%, en contraste con las acciones adoptadas por los entes gubernamentales de mascotas que han solo realizado una restauración parcial de las viviendas enfocándose solo en aquellas que hacen parte de las periferias de los sitios turísticos, por tanto, la población no la percibe como una política que los beneficie a todos de una manera íntegra.

PERSPECTIVA DE LA DIRECCIÓN DE TURISMO ACERCA DEL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS Y SUS BENEFICIOS PARA LA COMUNIDAD

Mascota

El programa de pueblos mágicos es considerado como uno de los mejores proyectos, aunque no ha sido muy aceptado por la localidad por falta de información, ya que Mascota fue considerado en algún momento como ciudad según la directora de turismo Karina y en el momento de ser nombrado pueblo mágico la comunidad sentía que en vez de avanzar estaban retrocediendo, con el nombramiento se han hecho diversos proyectos por recuperar la imagen del pueblo, así como también ha habido mejoras en los servicios públicos como la inclusión de agua potable, drenaje y alcantarillo todo esto fue gracias al programa menciona la directora que esto no hubiese sido posible sin el programa de pueblos mágicos.

Al igual que en talpa se está trabajando en proyectos para involucrar a las demás localidades con un programa denominado **paisaje biocultural** con el que se busca incluir el área de ganadería y agricultores, donde por ejemplo aquellas personas que tengan caballos pueden ofrecer servicios turísticos con sus propios recursos, pero claro está que para eso también deben capacitarse y obtener el sello de calidad con el que puedan dar seguridad a los turistas. También con este programa se busca dar capacitaciones y que la comunidad se integre y conozca un poco más a fondo sobre el programa así como también se busca que los habitantes conozcan un poco de los demás pueblos mágicos y que no cierren sus mentes a solo Mascota, pero ha sido un poco difícil porque las personas no quieren involucrarse, no quieren ser parte de esto, a ellos se les busca y se les invita a los eventos y ferias y sacan excusas así como también quieren que se les regale todo o que los funcionarios de la dirección sean los que vendan sus productos y solo ellos sea recibir el dinero, se está trabajando bastante en ello, en esa cultura turística.

En la parte del medio ambiente hay un grupo de jóvenes que a pesar de no ser residentes hacen servicio comunitario a través de una ruta que normalmente toman

los turistas, y ellos recogen la basura y limpian las banquetas y dan charlas a la comunidad mascotense para que estas se concienticen acerca de la importancia de conservar las calles limpias y conservar el medio ambiente.

LA PERCEPCIÓN DE LOS HABITANTES DE MASCOTA ACERCA DEL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS

En conclusión se procede a contar un poco que ha pasado después de dicha denominación, los pocos turistas que llegan al pueblo no consumen, esto quiere decir que no se benefician de la presencia de estas personas, el Gobierno Municipal ha descuidado aspectos como los servicios de salud y las rutas de transporte, estos se han preocupado nada más por arreglar la fachada de la parte donde se encuentra el parque, descuidando las demás zonas, también han dejado muchas calles destapadas ya que empiezan un proyecto por mejorarlas y se han demorado mucho tiempo, irrumpiendo el flujo vehicular y peatonal, el aumento de empresas se ha visto marcado en las taquerías evidenciando que se han abierto muchas en la localidad y en su mayoría informales, haciendo competencia deshonestas, puesto que estos no pagan los mismos impuestos de aquellos que sí tienen sus papeles y todo en orden, como se mencionaba en el apartado anterior la gente de este lugar siempre han sido todos los mismos y las mejoras económicas que ellos comentan que ha habido en el pueblo es por su labor y esfuerzos, no por el hecho de ser pueblo mágico.

Lo anterior lo que genera es un análisis que relaciona la percepción que los habitantes de esta municipalidad han tenido sobre la implementada denominación, siendo este un punto de partida para generar planes de mejora que conlleven a cambiar un poco el pensamiento que los residentes han forjado basado en la experiencia social que han tenido con el programa.

Es así como Mascota con alto potencial de desarrollo turístico, de alguna manera no ha logrado alinear todos los actores sociales, en pro de sacar el mayor provecho al programa en cuestión. Por ende, la articulación de los relacionados es fundamental, porque son estos los encargados de lograr una sinergia, trabajando por cumplir con los objetivos propuestos, a su vez pudiendo generar una retroalimentación que ayude a estructurar cada vez más el programa. A su vez, el

correcto desempeño de sus roles en ultimas se convierte en un arma que mitiga los impactos negativos generados y potencia los positivos como oportunidades de desarrollo local y mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

8. DESCRIPCIÓN DE CÓMO SE HAN VISTO AFECTADAS LAS VARIABLES SOCIALES FRENTE A LA DENOMINACIÓN DE PM

Es importante resaltar que todos los cambios producen incertidumbre, y esta no es la excepción; la implementación del programa PM en las municipalidades de Talpa y Mascota debe enfocarse a la búsqueda de oportunidades de crecimiento, mientras en el proceso de transición se pueden generar desmejoras en algunos aspectos, pero que a futuro incrementa el nivel de desarrollo de la comunidad.

Según Perez y Antolin 2016, tomado de: *“Programa pueblos mágicos y desarrollo local: actores, dimensiones y perspectivas...”* En la actualidad, la actividad turística se asume como una significativa oportunidad para impulsar el desarrollo local en las regiones destino, por lo que se han configurado políticas públicas que promueven su diversificación y consolidación en los países en desarrollo. Dichas iniciativas pretenden, por lo menos en el discurso, favorecer el desarrollo de la actividad desde tres perspectivas: la conservación del patrimonio cultural (tangible e intangible), la preservación ambiental y como soporte para mejorar las condiciones de vida de las poblaciones locales. En este contexto, la política pública y el turismo convergen con la pretensión, no siempre cumplida, de impulsar un desarrollo integral y el bienestar de la sociedad a partir del aprovechamiento recreativo de los recursos.

En México la política turística es delineada por la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal (Sectur) que, desde 2001, formuló, en colaboración con diversas dependencias públicas federales, gobiernos estatales y municipales, el programa PM. Este, incorporó inicialmente treinta localidades con la finalidad de revalorar sus atributos históricos, manifestaciones socio

culturales, mejorar la imagen urbana y conjuntar esfuerzos para conformar alternativas turísticas para los visitantes nacionales y extranjeros (Sectur, 2008). En la actualidad, dicho programa integra ochenta y tres localidades que son beneficiadas con recursos públicos para la conservación y rehabilitación de la imagen urbana, con la pretensión de impulsar el desarrollo de destinos turísticos complementarios. De acuerdo con Velarde et al. (2009) el programa puede, efectivamente, reactivar las actividades productivas, promover la generación de empleos, así como la canalización de apoyos a pequeñas y medianas empresas turísticas locales, como estrategia para impulsar el desarrollo sustentable. Aunque, generalmente, los apoyos se dirigen a los sectores de alojamiento y alimentación, dejando de lado otras actividades de recreación, esparcimiento y diversión que pudieran contribuir a la participación directa de los actores locales. De esta forma, a pesar de los aparentes beneficios que conlleva el programa, también es cuestionado por las implicaciones socio territoriales que genera, lo que revela una dinámica económica que beneficia a un sector determinado y, generalmente, externo a las localidades, pero con un elevado costo social y ambiental que es transferido a los propios actores locales y los destinos reconocidos como pueblos mágicos. Diversos autores han identificado que el programa tiene beneficios económicos con un alcance geográfico y social muy específico. Por lo tanto, se cuestiona la efectividad del programa como detonante del desarrollo regional, pues constituye una política estética que prioriza la puesta en valor de ciertas áreas histórico culturales con potencial turístico. De la misma manera la creación de infraestructura destinada a la prestación de servicios, pero oculta los espacios colindantes desatendidos y las propias necesidades de los actores locales. La aplicación de este modelo turístico ha generado severas implicaciones a las localidades receptoras, a partir de la creación de un espacio físico y social simulado que intensifica los procesos de cambios de uso de suelo y gentrificación de la población local hacia la periferia. La población local, además, tiene un acceso diferenciado a los

apoyos del programa con preferencia al sector empresarial (Hoyos y Hernández, 2008; Hernández, 2009; Rojo y Llanes, 2009; Martínez, 2013). Se favorece, asimismo, la mercantilización y privatización del patrimonio, donde lo tradicional se presenta como exótico y de interés de las corrientes de turistas y visitantes, con alcances sobre el patrimonio intangible, los acontecimientos históricos y manifestaciones culturales como la música, danza, vestido, lengua o prácticas culinarias, son adaptadas a la escenografía ficticia para el turista. Esa dinámica constituye una amenaza para la propia intimidad y forma de vida local, especialmente para las prácticas religiosas que son vulnerables a la influencia externa y pueden perder su significado inicial, modificando la realidad cultural (Hernández, 2009; Rojo y Llanes, 2009; Gross, 2009). A pesar de las contradicciones, el programa continúa instrumentándose con amplia aceptación por parte del sector empresarial y las administraciones públicas, que contemplan la posibilidad de beneficiarse de recursos públicos y estimular la inversión privada.

Por su parte pueblos mágicos para Mascota y Talpa de Allende se ha observado que. En una entrevista realizada por El Doctor Rodrigo Espinoza a la directora de turismo de Mascota, la señora Karina Rubio y la otra al director de turismo y Producción económica del municipio de Talpa de Allende el señor José Armando Gradilla Robles, con el fin de conocer como este ha sido manejado y de qué manera la localidad ha sido participe del programa de pueblos mágicos se evidencio que:

El programa de pueblos mágicos es considerado como uno de los mejores proyectos, aunque no ha sido muy aceptado por la localidad por falta de información, ya que Mascota fue considerado en algún momento como ciudad según la directora de turismo Karina y en el momento de ser nombrado pueblo mágico la comunidad

sentía que en vez de avanzar estaban retrocediendo, con el nombramiento se han hecho diversos proyectos por recuperar la imagen del pueblo, así como también ha habido mejoras en los servicios públicos como la inclusión de agua potable, drenaje y alcantarillo todo esto fue gracias al programa menciona la directora que esto no hubiese sido posible sin el programa de pueblos mágicos.

Al igual que en talpa se está trabajando en proyectos para involucrar a las demás localidades con un programa denominado paisaje biocultural con el que se busca incluir el área de ganadería y agricultores, donde por ejemplo aquellas personas que tengan caballos pueden ofrecer servicios turísticos con sus propios recursos, pero claro está que para eso también deben capacitarse y obtener el sello de calidad con el que puedan dar seguridad a los turistas. También con este programa se busca dar capacitaciones y que la comunidad se integre y conozca un poco más a fondo sobre el programa así como también se busca que los habitantes conozcan un poco de los demás pueblos mágicos y que no cierren sus mentes a solo Mascota, pero ha sido un poco difícil porque las personas no quieren involucrarse, no quieren ser parte de esto, a ellos se les busca y se les invita a los eventos y ferias y sacan excusas así como también quieren que se les regale todo o que los funcionarios de la dirección sean los que vendan sus productos y solo ellos sea recibir el dinero, se está trabajando bastante en ello, en esa cultura turística.

En la parte del medio ambiente hay un grupo de jóvenes que a pesar de no ser residentes hacen servicio comunitario a través de una ruta que normalmente toman los turistas, y ellos recogen la basura, limpian las banquetas y dan charlas a la comunidad mascotense para que estas se concienticen acerca de la importancia de conservar las calles limpias y conservar el medio ambiente.

La percepción que tienen los entes administrativos de las localidades de **Talpa de Allende y Mascota** son en general positivas de este cambio a pueblos mágicos y turísticos considerando que han mejorado las condiciones de bienestar y por ende han aumentado la calidad de vida de los habitantes situación que tiende a ser en mayor medida así en Talpa que en mascota ya que en esta localidad los habitantes

piensan perciben y consideran que esto lo que ha traído es un retroceso para el pueblo y además todas aquellas políticas de los entes gubernamentales no son aplicables en general para toda la población si no para los pocos beneficiados que viven en las periferias de las zonas turísticas lo que hace visible su patrimonio para los foráneos o turistas y por esta razón si aplican los benéficos como el arreglo o embellecimiento de las fachadas de sus viviendas y vías de la cabecera municipal ya que estos beneficios no se estarían dando para las periferias o áreas suburbanas a la cabecera municipal por tanto perciben más estos beneficios en mayor medida como parciales.

El concepto de equidad y mejoramiento de la calidad de vida se torna muy susceptible en cuanto intervienen diversos y variados elementos de una sociedad. Generalmente el análisis de crecimiento y desarrollo económico se realiza en forma global, aun teniendo en cuenta que se torna muy difícil lograr beneficiar en igual medida a todos los actores de la comunidad.

9. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN PARA MEJORAR LA PARTICIPACIÓN DE LOS ACTORES INVOLUCRADOS EN EL PROCESO DE DESARROLLO TURÍSTICO PM

Merinero y Zamora (2009) en un texto de investigación para la *revista de turismo y patrimonio cultural "PASOS"*; denominan el turismo como un *fenómeno*, que genera impacto social, económico y cultural sobre las regiones que se someten en dichos procesos, que ciertamente genera avances en el desarrollo de la comunidad, pero que requiere enfáticamente de la integración estructural y sistemática de los actores involucrados para minimizar el impacto negativo que se puede derivar. En el presente capítulo interviene la imperante necesidad de plantear mejoras en la estructura de intervención de los actores sociales, los integrantes de la comunidad de Talpa y Mascota, para mejorar su participación en el desarrollo turístico de sus regiones, y que se vea reflejado en una progresiva mejora de las condiciones de vida, en cuanto a economía, educación y desarrollo cultural.

La propuesta de intervención se enfoca en 3 aspectos importantes:

- Agrupación de los actores como elementos del sistema y su definición como componente.
- Relación entre los elementos y los actores.
- Adecuación de la oferta educativa en mano de obra calificada.

Figura 2 Agrupación de los actores como elementos del sistema y su definición como componente

DIRECTOS	• AGENCIAS DE EMPLEO Y DESARROLLO LOCAL • ADMINISTRACIONES PÚBLICAS • GREMIOS Y ASOCIACIONES DE EMPRESARIOS • SINDICATOS	
INDIRECTOS	ASOCIACIONES	• ASOCIACIONES DE VECINOS • ASOCIACIONES DEPORTIVAS Y CULTURALES • ASOCIACIONES JUVENILES • ASOCIACIONES DE JUBILADOS • ASOCIACIONES Y COMUNIDADES RELIGIOSAS
	GRUPOS SOCIALES EXISTENTES	• ORGANIZACIONES SIN ÁNIMO DE LUCRO (ONG's) • MOVIMIENTOS ECOLOGISTAS • PARTIDOS POLÍTICOS
	ORGANIZACIONES SOCIALES	• ORGANIZACIONES PERTENECIENTES AL TERCER SECTOR • COOPERATIVAS Y ENTIDADES DE ECONOMÍA SOCIAL
	OTRAS ENTIDADES Y ORGANIZACIONES PRESENTES EN EL MUNICIPIO	• INSTITUTOS • FUNDACIONES • OBRAS SOCIALES

Fuente: Calvo y Lerma (2009) “Agentes sociales locales. La necesidad de Un modelo integrado para el desarrollo socioeconómico del territorio.”

Freeman (1983) define los grupos de interés como todos aquellos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, y que por lo tanto también puede afectar el desarrollo de la misma. En este caso definiremos los grupos de interés empresarial como componente interno derivado de la fuerza de trabajo y mano de obra calificada destinada al funcionamiento de proyectos turísticos empresariales que intentan mediante una inversión desarrollar actividades enfocadas al turismo para conseguir retribuciones económicas. Pero que también deben velar por aportar incrementos sustanciales en las condiciones laborales de los actores de las comunidades, en las municipalidades de Mascota y Talpa, para que así la implementación del proyecto PM, les otorgue herramientas de crecimiento económico no solo a los agentes externos de participación e inversión empresarial, sino también a la comunidad misma.

Como se observa en la figura 39, citando a Calvo y Lerma (2009) en la clasificación que realizan de los actores sociales locales, se encuentra que se dividen en dos ejes fundamentales; actores directos y actores indirectos. Entre los actores directos se denotan las agencias de empleo y desarrollo local, la administración pública, gremios y asociaciones de empresarios, y, sindicatos. Entre los actores indirectos se derivan las asociaciones, grupos sociales existentes, organizaciones sociales, y, otras entidades y organizaciones presentes en el municipio. Aquí se denotan sistemáticamente y se agrupan los actores y elementos humanos, como componentes; agrupados en su concepto social.

De modo tal que, al identificar la importancia de sistematizar la división y las agrupaciones generadas en el entorno social, es más pragmático realizar enfáticamente un concepto integrador, uniendo voluntades, fuerzas de trabajo, y convenir la búsqueda de un crecimiento más equitativo en el proceso de cambio drástico que se afronta al implementar el proyecto de desarrollo turístico PM.

Relación entre los elementos y los actores

Las municipalidades de Talpa y Mascota se caracterizan por concebir conceptos arraigados al trabajo manual y la gastronomía representativa de su cultura. Una propuesta de intervención integradora es aquella que se preocupa por armonizar y conjugar los intereses internos de la comunidad con los externos y relevantes al progreso de dichas regiones, vistas desde un panorama más amplio y apuntando a un futuro con mejores oportunidades para todos. En este punto es necesario que los actores identificados anteriormente, que fueron agrupados por gremios se conjuguen aportando objetivos y propuestas; pero que también cedan en términos de concebir que los cambios siempre generan oportunidades.

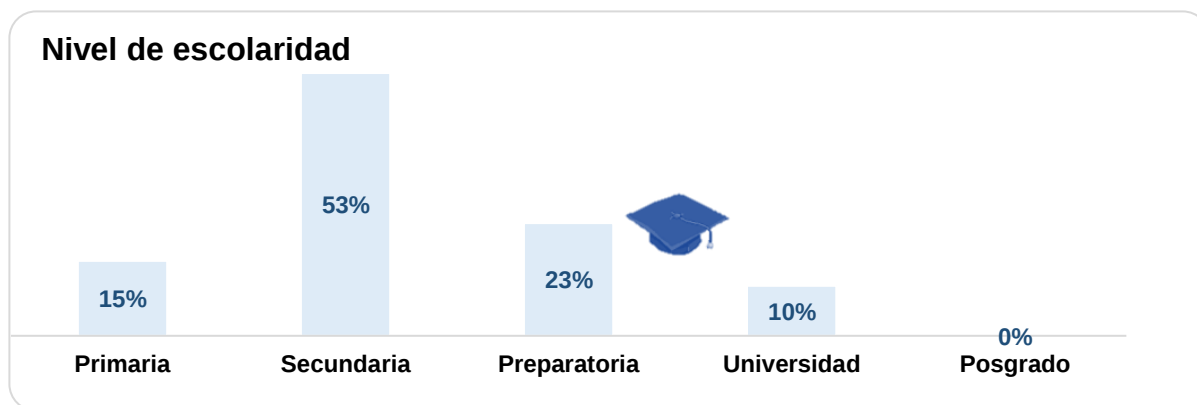
Una propuesta integradora en el gremio de la gastronomía local y las artesanías; debe ofrecer garantías y privilegios para la organización sectorial de los actores

locales, accediendo a la unión y consolidación del gremio en un espacio destinado para su comercialización; además se debe incluir un fortalecimiento comercial que arraigue el mercado y lo ligue al desarrollo turístico. Es decir, crear una cultura comercial que relacione directamente a Talpa y Mascota, como destinos turísticos con su gastronomía y artesanías.

Tomando la participación de la comunidad como eje central de la propuesta integradora, no se puede cerrar la implementación de PM como algo meramente local; es de gran importancia que se genere la aceptación de la inversión externa en proyectos que generen sostenibilidad ecológica y mejores oportunidades de empleo para las comunidades. Y esto solo se consigue a través de la educación con un enfoque sectorial.

Adecuación de la oferta educativa en mano de obra calificada

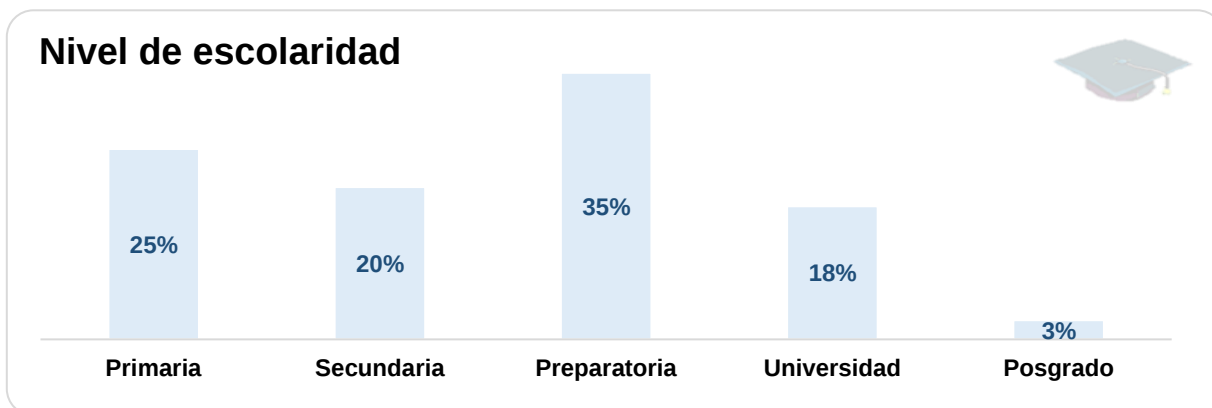
Gráfica 42 Nivel de escolaridad Talpa



De los anteriores datos se analiza que un alto porcentaje de habitantes (53%) de los cuales predominan la población mayor, desertan en la fase escolar (secundaria) para empezar a laborar y poder ayudar con el sustento de sus hogares, afirmando

la falta de oportunidades estatales como el atenuante principal de la deserción. Por otro lado, solo el (10%) de los encuestados llegan a la fase de pregrado argumentando que es el único mecanismo que puede contribuir a la mejora de su calidad de vida.

Gráfica 43 Nivel de escolaridad de Mascota



Se evidencia un nivel de escolaridad medio ya que el 35% de los encuestados han podido ir a la preparatoria y el 18% tienen títulos universitarios. Cabe resaltar que el municipio con la potencialización del programa PM, también está buscando darle una mejor estructuración al sistema educativo.

La educación como herramienta de crecimiento individual y grupal, es el elemento más digno de fortalecer en cualquier entorno social y área regional. Como se apreció en el análisis del primer capítulo, teniendo en cuenta los niveles educativos reflejados en la gráfica 3 de Talpa y en la gráfica 22 de Mascota, y su respectivo análisis se puede evidenciar que las municipalidades se encuentran en una posición de desventaja en cuanto a nivel educativo. El principal enfoque de la propuesta integradora radica la necesidad de mejorar las oportunidades de formación académica asumiendo ofertas que respondan a las necesidades laborales del

entorno; en este caso enfocados al área de turismo, lenguas modernas, gastronomía, administración hotelera, entre otros.

10. CONCLUSIONES

- De acuerdo a la información obtenida de la descripción de los pueblos mágicos de Mascota y Talpa de Allende, es preciso decir que por su ubicación y condiciones geográficas son lugares que presentan climas agradables, además de ofrecer diferentes actividades alrededor del turismo como lo son los deportes extremos, actividades de interacción con la naturaleza, degustación de platos típicos y participación en actividades folclóricas propias de la región y sus alrededores; asimismo, el legado histórico cultural que conservan las comunidades indígenas de la región, motiva el interés por conocer, interactuar y descubrir aquellas nuevas formas de percibir la vida y el entorno en el cual habitan estas comunidades ancestrales.
- El indagar diferentes archivos y documentos facilitaron el ampliar conocimientos frente a diferentes temas y alrededor de la calidad de vida. De otro lado, dicha bibliografía aportó estrategias que facilitaron el estructurar y definir conceptos necesarios para el logro de esta investigación, ampliando la noción de lo que se entendía por calidad de vida; al mismo tiempo que direcciono el trabajo documental y de campo hacia lo que es la calidad de vida de acuerdo a los postulados planteados por los diferentes autores consultados, permitiendo decir que esta última va mucho más allá de tener, proveer y suplir para la comunidad necesidades “básicas” (salud, educación, vivienda, trabajo, entre otras) pues no basta el satisfacer dichas necesidades, en tanto la comunidad no está a gusto con ellas, en tanto no siente un nivel de felicidad que motive a permanecer en la región. Calidad de vida entonces, debe ser un estado en el cual las personas sientan de una u otra manera agrado por disfrutar de sus vidas en los lugares que habitan y llevando a cabo actividades de trabajo que también aportan a esa calidad de vida, en torno a la construcción de esa felicidad que es vivir.

- La construcción de la ruta metodológica aportó experiencia en el diseño y construcción de investigaciones venideras, en tanto esta, dado la complejidad del tema; en especial por la diversidad de opiniones en torno a la calidad de vida, llevo a indagar aún más en cuanto a metodologías que pudieran facilitar la ejecución de esta propuesta investigativa, procurando establecer una metodología que se ajustara mejor al propósito de la investigación. Así pues, y con el apoyo de diferentes actores, se estableció una ruta que define paso a paso las acciones a llevar a cabo para dar cumplimiento al objetivo general de propuesta investigativa y que hoy se traduce en el trabajo de campo que se desarrolló para tal fin.
- La identificación de las variables más influyentes dentro de la calidad de vida fue compleja, debido a lo que se planteaba anteriormente respecto a la diversidad de opiniones; sin embargo, dadas las consultas realizadas para tal fin, se pudo establecer que para esta propuesta de investigación se debía tomar dos variables: socioeconómicas y medioambientales; lo anterior teniendo en cuenta que la calidad de vida está íntimamente relacionada con lo que hoy se conoce como desarrollo sostenible y este comprende tres temas fundamentales que son: el social, el medioambiental y el económico
- Una vez se analiza la calidad de vida de los municipios de Mascota y Talpa de Allende en el estado de Jalisco, antes de ser declarados pueblos mágicos, es preciso decir que estos pueblos dependían en gran medida de actividades del campo y el comercio giraba en torno a lo que el campo producía y pudiera generar para adquirir otros bienes; con ese modo de vida estaban a gusto, a pesar de que los servicios básicos y de salud los consideraban no muy buenos. De otro lado, consideran que anteriormente en términos ambientales la contaminación era menor; especialmente la generación de residuos sólidos.

En particular para los habitantes de mascota, antes de ser pueblo mágico, muchos decidieron desplazarse a otros lugares en busca de mejorar su calidad de vida y la que pudieran ofrecer a sus hijos.

- Después de ser declarados pueblos mágicos, es notoria el aumento del flujo comercial y como muchos habitantes han incurrido en esta actividad, ampliando de alguna forma la oferta laboral.

Es evidente también las mejoras en educación y el esfuerzo por preservar las costumbres y demás actividades culturales que dan identidad a cada pueblo.

Para mascota, el flujo de turistas percibido por sus habitantes depende en su mayoría por aquellos habitantes que se habían desplazado a otros lugares y que en temporadas especiales regresan; lo que indiscutiblemente aumenta el flujo turístico, comercial y por ende el ingreso.

En cuanto a servicios básicos y de salud los habitantes perciben que este tema no ha tenido mayor evolución, sin embargo, las inversiones para mejorar esto apenas se están ejecutando.

Es notorio que, entre los dos pueblos, Talpa de Allende lleva la delantera en el involucramiento de los habitantes con el tema turístico, sin embargo, es importante involucrar aún más, hacer pedagogía turística para promover y mejorar la atención a los visitantes.

En términos generales, para ambos pueblos, dado que la distinción de pueblos mágicos lleva casi tres años, los recursos para inversión que planea el programa apenas están llegando para ejecución de los diferentes proyectos; hasta el momento se ha completado la primera etapa en cuanto a conservación arquitectónica y cultural, por ello el resultado de la encuesta aplicada a los habitantes arroja que todos concuerdan que en cultura y educación se ha mejorado.

11.RECOMENDACIONES

- Generar mayores espacios de discusión para el debate de los temas que competen al turismo, de tal manera que se pueda hacer partícipes a los habitantes de las decisiones que se toman en torno al turismo y sus necesidades; de manera que ellos se empiecen a apropiar del tema, reconociendo en primera instancia que son los primeros beneficiados del programa y por consiguiente los primeros interesados en que cualquier tipo de inversión verdaderamente aporte a mejorar las condiciones de todos y cada uno de ellos.
- Para Mascota, sin desconocer también para Talpa de Allende, el primero con mayor relevancia; es necesario hacer pedagogía en cuanto a la importancia de informarse y conocer todo lo que respecta al turismo, dado que es evidente que muchos de los beneficios que se han empezado a tener como lo son en temas de formación y capacitación, se están perdiendo por la apatía de los habitantes al cambio. Por ello, deben iniciarse acciones conjuntas, el ayuntamiento, la dirección, agricultores, ganaderos y demás actores importantes para que la cultura del turismo sea mejorada y aprovechada en beneficio de todos.
- Generar espacios donde periódicamente se muestre a los habitantes en que se están invirtiendo los recursos, cuáles son los proyectos y el grado de ejecución de los mismos, buscando así que la percepción del programa pueblos mágicos en los habitantes cambie y empiecen a reconocer la favorabilidad del mismo en torno a la mejora en la calidad de vida de ellos.
- Establecer programas pedagógico-ambientales que contribuyan a reducir la generación de residuos, además del aprovechamiento de los mismos como lo son actividades de reciclaje; las cuales, entre otras cosas,

con una buena formación en el tema, podría obtenerse algún tipo de rentabilidad.

- Establecer incentivos como mecanismo de fomento del turismo y la generación de empleo a partir de este, como mecanismo que contribuya a mejorar los bienes y servicios ofertados por los pueblos a visitantes.

12. ANEXOS

Anexo A Catedral Basílica de Nuestra Señora del Rosario, Talpa de Allende, Jalisco, México



Fuente: *Elaboración propia*

Anexo B Canasta de flores y Rosario elaborado en chicle



Fuente: *Elaboración propia*

Anexo C Museo arqueológico de Mascota (Casa de la cultura)



Fuente: *Elaboración propia*

Anexo D Cuestionario estructurado dirigido a la comunidad de Talpa de Allende y Mascota

Genero F ☐ M ☐

1) Edad 18-24___25-31___32-38___39-45___46-52___53 o más

2) Nivel de escolaridad

 Primaria___Secundaria___Preparatoria___Universidad ___Posgrado

3) Ocupación

Ama de

casa___Comerciante___Campesino___Empleado___Estudiante___Ninguno

Otro ☐ ¿Cuál?_____

4) ¿Es usted residente de este municipio? Si ☐ No ☐

5) ¿Cuánto tiempo lleva viviendo aquí?

5 años___6 años o más ___10 años o más___20 años o más___30 años o más Ninguno___

6) ¿Usted conoce o ha escuchado hablar sobre el programa "Pueblos Mágicos"?

Si ☐ No ☐

7) Considera usted que sus ingresos económicos antes de que el municipio fuera catalogado como pueblo mágico eran: Mayores a los que percibe actualmente ___ Iguales___ Menores___

8) Cree usted que la calidad del medio ambiente del municipio antes de ser considerado pueblo mágico era: Mejor___ Sigue igual___ Menor___

9) Considera que antes de que el municipio fuera catalogado pueblo mágico, la calidad de algunos servicios públicos como la educación y la salud eran: Muy buenos___ Buenos___ Regular___ Malos___ Muy malos

- 10) Considera que la cantidad de viajeros que visitaban el municipio antes de que fuera catalogado pueblo mágico era: Mayor a la actualidad____
Igual____ Menor____
- 11) ¿Ha percibido mejoras económicas sustanciales desde que se catalogó el municipio cómo pueblo mágico? Si ____ No____
- 12) ¿Cómo considera que el turismo ha beneficiado económicamente al municipio?
- Mucho ☐ Un poco ☐ Regular ☐ Muy poco ☐
Nada ☐
- 13) ¿Qué aspectos considera usted que han mejorado en el municipio después de que fuera nombrado un "Pueblo Mágico"?
- a) Mayor seguridad Si ____ No____
- b) Mejoras de servicios públicos (agua, alcantarillado, telecomunicaciones, alumbrado público) Si ____ No ____
- c) Creación de nuevas empresas Si ____ No ____
- d) Apoyo a los microempresarios Si ____ No ____
- e) Nuevas y/o mejores rutas de transporte Si ____ No ____
- f) Mayores ingresos Si ____ No ____
- g) Apoyo a la cultura y educación Si ____ No ____
- h) Mayor empleo y/u oportunidades de trabajo Si ____ No ____
- i) Mejora en los servicios de salud Si ____ No ____
- 14) ¿El incremento del turismo ha ocasionado cambios negativos en el medio ambiente en el pueblo? Basura____ contaminación____ deforestación____
ninguno____
- 15) ¿Considera usted que el turismo ha impactado o influye en el patrimonio cultural y las tradiciones del pueblo? Si____ No____
- 16) ¿Cómo considera el lugar donde vive actualmente (Vivienda y ambiente)?
Muy bueno____ Bueno____ Regular____ Malo____ Muy malo____
- 17) ¿Cree que el turismo ha aumentado el costo de vida de los habitantes del municipio?

Mucho___ Regular___ Poco___ Nada___

18) ¿Qué beneficios le ha traído a usted el hecho de que el municipio sea un Pueblo Mágico?

Económicos___ Laborales___ Personales___ Ninguno___

Fuente: *Elaboración propia con base a Espinoza (2016)*

En reacciones relacionados con:

Aspectos Socio-económicos

[illegible]

Aspectos Medioambientales

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Fuente: Elaboración propia

Anexo F Base datos encuestas

Base de datos y Gráficas - Excel															
¿Qué desea hacer?															
¿Cómo considera que el turismo ha beneficiado económicamente a Talpa de Allende?															
	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V
1	Considera usted que sus ingresos económicos antes de que Talpa fuera catalogado como pueblo mágico eran	Cree usted que la calidad del medio ambiente de Talpa antes de ser considerado pueblo mágico era	Considera que antes de que Talpa fuera catalogado pueblo mágico, la calidad de algunos servicios públicos como la educación y la salud eran	Considera que la cantidad de viajeros que visitaban Talpa antes de que fuera catalogado pueblo mágico era	¿Ha percibido mejoras económicas sustanciales desde que se catalogó a Talpa como pueblo mágico?	¿Cómo considera que el turismo ha beneficiado económicamente a Talpa de Allende?	¿Qué aspectos considera usted que han mejorado en el municipio de Talpa de Allende después de que fuese nombrado un "Pueblo Mágico"?								
2							Mayor seguridad	Mejoras de servicios públicos (agua, alcantarillado,	Creación de nuevas empresas	Apoyo a los microempresarios	Nuevas rutas de transporte	Mayor ingreso	Apoyo a la cultura y educación	Mayor empleo y oportunidades	
3	IGUALES	SIGUE IGUAL	REGULAR	IGUAL	SI	MUY POCO	NO	SI	NO	SI	NO	NO	NO	SI	
4	ORES A LOS QUE PERCIBE ACTUALME	SIGUE IGUAL	REGULAR	MAJOR A LA ACTUALIDAD	NO	MUCHO	SI	SI	NO	SI	SI	NO	SI	NO	
5	MENORES	SIGUE IGUAL	REGULAR	MENOR	SI	MUCHO	NO	NO	SI	NO	SI	NO	SI	SI	
6	IGUALES	SIGUE IGUAL	MUY BUENOS	IGUAL	SI	MUCHO	NO	SI	SI	SI	NO	SI	NO	SI	
7	IGUALES	SIGUE IGUAL	MALOS	MENOR	SI	MUCHO	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	
8	MENORES	MEJOR	BUENOS	MENOR	SI	UN POCO	NO	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	
9	MENORES	MEJOR	REGULAR	MENOR	SI	MUY POCO	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	
10	IGUALES	MENOR	REGULAR	MENOR	NO	REGULAR	NO	NO	SI	NO	NO	NO	SI	NO	
11	IGUALES	SIGUE IGUAL	MALOS	IGUAL	NO	UN POCO	NO	NO	NO	SI	NO	NO	SI	NO	
12	IGUALES	MEJOR	REGULAR	IGUAL	NO	MUY POCO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	
13	IGUALES	SIGUE IGUAL	REGULAR	IGUAL	NO	UN POCO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO	
14	IGUALES	SIGUE IGUAL	REGULAR	MENOR	NO	REGULAR	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO	
15	IGUALES	MENOR	REGULAR	IGUAL	NO	UN POCO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO	
16	MENORES	MEJOR	REGULAR	MENOR	SI	UN POCO	NO	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	
17	IGUALES	MEJOR	REGULAR	MENOR	NO	UN POCO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	
18	IGUALES	SIGUE IGUAL	BUENOS	MENOR	NO	UN POCO	NO	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	
19	IGUALES	SIGUE IGUAL	BUENOS	MAJOR A LA ACTUALIDAD	NO	MUY POCO	NO	SI	NO	NO	NO	NO	SI	NO	
20	MENORES	SIGUE IGUAL	REGULAR	MENOR	SI	MUCHO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	
21	IGUALES	SIGUE IGUAL	REGULAR	MENOR	NO	UN POCO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	
22	MENORES	SIGUE IGUAL	REGULAR	MENOR	SI	MUCHO	SI	SI	NO	SI	NO	SI	SI	SI	
23	IGUALES	MEJOR	BUENOS	IGUAL	SI	REGULAR	NO	SI	NO	NO	SI	SI	SI	NO	
24	IGUALES	MENOR	REGULAR	MENOR	SI	REGULAR	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	
25	MENORES	MEJOR	BUENOS	IGUAL	NO	MUCHO	NO	SI	NO	SI	NO	SI	SI	SI	
26	MENORES	MEJOR	REGULAR	MENOR	NO	MUY POCO	NO	SI	NO	NO	SI	NO	SI	NO	
27	MENORES	SIGUE IGUAL	BUENOS	IGUAL	SI	MUCHO	NO	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	
28	IGUALES	MEJOR	BUENOS	MENOR	SI	MUCHO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	
29	ORES A LOS QUE PERCIBE ACTUALME	MEJOR	MALOS	MENOR	NO	REGULAR	NO	NO	NO	SI	SI	NO	SI	NO	

Fuente: Elaboración propia

13. BIBLIOGRAFÍA

- Albuquerque, F. (2004). Curso sobre desarrollo local.
- Beni, M. C. (1998). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: SENAC.
- Blancas, Gonzáles, Guerrero, & Lozano. (2010). Indicadores sintéticos de turismo sostenible: una aplicación para los destinos turísticos de Andalucía. *Revista Electrónica de Comunicaciones y Trabajos*, p. 85-118.
- Bravo, A., & Rincón, D. (19 de Agosto de 2013). *Estudio de competitividad en el sector turismo en Colombia*. Obtenido de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4269/1020746197-2013.pdf;jsessionid=894A65B0BC5AFAD9495F193C23DC341C?sequence=5>
- Burgui, M. (2008). Medio Ambiente y Calidad de Vida. *Cuadernos de bioética*, 293-317.
- Cassani, M. J. (19 de 10 de 2012). *La incorporación de la semilla del Pehuén en el turismo gastronómico: ¿Desarrollo sustentable local o estrategia de marketing?* Obtenido de TESIS DE GRADO: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/25951/Documento_completo.%20Tesis%20de%20grado%20-%202012.pdf?sequence=1
- Castillo, A., Osuna, M., & López, T. (2012). PERCEPCIÓN Y ACTITUDES DEL RESIDENTE ACERCA DEL IMPACTO DEL TURISMO EN LA ISLA DE SANTIAGO (CABO VERDE) . *TURyDES Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 1-23.
- Castro. (2009). El bienestar psicológico: cuatro décadas de progreso. *Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, p. 43-72.
- Cerda, H. (1993). *Los elementos de la investigación*. Santa Fe de Bogotá: El Buho.

- CONAPO. (2018). *Consejo nacional de población*. Obtenido de <http://www.conapo.gob.mx>
- Díaz. (2017). Turismo y desarrollo local. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, pp. 333-340. Obtenido de info@pasosonline.org
- Díaz, A. (10 de Junio de 2019). *Estatista*. Obtenido de Estatista : <https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/>
- Díaz, G. (2017). Turismo y desarrollo local. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 333-340.
- Entorno turístico. (2018). *Requisitos para ser parte del programa: pueblos mágicos*. Obtenido de www.entornoturistico.com
- Espinosa, O. M. (1999). Apuntes sobre Calidad de Vida, Desarrollo Sostenible y Sociedad de Consumo: una mirada desde América Latina. *Contribuciones de la Fundación Konrad Adenauer de Alemania y el Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo Latinoamericano (CIEDLA)*, p. 119 – 148.
- Espinoza Sanchez, R., Chávez Dagostino, R. M., & Andrade Romo, E. (2013). Percepción del desarrollo turístico y la calidad de vida. Caso "chacala" en la rivera nay. *TURyDES*, 1-20.
- Espinoza, Barreras, Andrade, & Cornejo. (25 de julio de 2017). *Percepción de la población local sobre los impactos del desarrollo turístico del Pueblo Mágico de Mascota Jalisco*. Obtenido de www.researchgate.net
- Espinoza, Barreras, Andrade, & Cornejo. (25 de Julio de 2017). *Percepción de la población local sobre los impactos del desarrollo turístico del Pueblo Mágico de Mascota Jalisco*. Obtenido de www.researchgate.net
- Espinoza, Chávez, Andrade, & Cornejo. (s.f.). *Pueblo mágico, desarrollo turístico y calidad de vida en Talpa de Allende Jalisco*.

- Espinoza, Chávez, Andrade, & Cornejo. (s.f.). *Pueblo mágico, desarrollo turístico y calidad de vida en Talpa de Allende Jalisco*. Puerto Vallarta.
- Espinoza, Chávez, Andrade, Cornejo, & Plantillas. (2014). *Una década de colaboración académica para el desarrollo entre México y Canadá*. Puerto Vallarta, Jalisco: Acento Editores .
- Espinoza, R., Dagostino, R. M., & Andrade, E. (2013). PERCEPCIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO Y LA CALIDAD DE VIDA. CASO “CHACALA” EN LA RIVIERA NAYARIT. *TURyDES Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 1-20.
- Espinoza, Ramírez, Chávez, & Márquez. (2017). *Economía y Conocimiento para el Desarrollo Regional Sustentable*. Tlaquepaque, Jalisco: TRAUCO editorial .
- EXPANSIÓN. (29 de ENERO de 2016). *EXPANSIÓN EN ALIANZA CON CNN*. Obtenido de expansion.mx
- Farge Collazos, C. (2007). El Estado de bienestar. *Enfoques*, p. 45-54.
- Figueras, A. J. (2009). Socioeconomía, economía y territorio. *Actualidad Económica*, 35-43.
- GANGA, L. E. (2009). planificación turística sustentable en la región de Coquimbo. evaluación y aportes metodológicos. *DIALNET*, 15-33.
- Giacosa, Molinari, & Charne. (2014). Turismo y agronegocios: alternativas para mejorar la calidad de vida en los pueblos originarios. *CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, (3) REVISTA DIGITAL FCE UNLP*, 19-29.
- Giacosa, Molinari, & Charne. (2014). *Turismo y agronegocios: alternativas para mejorar la calidad de vida en los pueblos originarios*. Obtenido de revistacadm@econo.unlp.edu.ar
- Gobierno del estado de Jalisco. (2017). *Jalisco.gob*. Obtenido de www.jalisco.gob.mx

- González, J. A. (2012). *El turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible: caso municipio de La Mesa (Cundinamarca)* . Obtenido de http://www.bdigital.unal.edu.co/7290/1/790705_2012.pdf
- IIEG. (Mayo de 2018). *Instituto de información estadística y geográfica*. Obtenido de WWW.IIEG.GOB.MX
- inafed. (2012). *Enciclopedias de los municipios y delegaciones de México* . Obtenido de <http://siglo.inafed.gob.mx>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (30 de enero de 2017). *Referencias geográficas y extensión*. Obtenido de <http://www.inegi.org.mx>
- Jalisco Gobierno del Estado . (25 de Septiembre de 2015). *Mascota y Talpa de Allende son nombrados Pueblos Mágicos*. Obtenido de www.jalisco.gob.mx
- Lifeder. (2016). *Las 6 Actividades Económicas de Jalisco Principales*. Obtenido de www.lifeder.com
- Lifeder. (1 de Enero de 2018). *Las 7 Actividades Económicas de México Más Importantes*. Obtenido de www.lifeder.com
- Menta, R. C. (s.f.). Aspectos estratégicos del desarrollo local. pp. 1-20.
- Molina, C. (2011). Ecoturismo en Colombia: una respuesta a nuestra invaluable riqueza natural. *TURyDES Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 1-6.
- Mora, V. (2001). Medio ambiente, calidad de vida y consumismo. *Arquitecturas del sur*, 33-36.
- Morales, M. (2006). El desarrollo local sostenible. *Economía y Desarrollo*, pp. 60-71.
- Nogué, J. (1992). Turismo, percepción del paisaje y planificación del territorio. *Instituto de estudios turísticos*, 45-54.

- OMS. (2018). *Organización mundial de la Salud*. Obtenido de www.who.int
- OMT. (s.f.). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de media.unwto.org
- Palma, J. M. (2017). *Emoción, percepción y acción*. Granada: Universidad de Granada.
- RIET. (2008). *Recomendaciones Internacionales para estadísticas de turismo* .
- Romero, Peña, & Escobedo. (1 de Mayo de 2016). *Elementos objetivos y subjetivos en la calidad de vida de hogares rurales en Yehualtepec, Puebla*. Obtenido de <http://www.redalyc.org>
- RT. (5 de Febrero de 2017). *Actualidad RT*. Obtenido de actualidad.rt.com
- Secretaria de relaciones exteriores. (13 de Febrero de 2014). *Consulado de carrera de México en San Pedro Sula*. Obtenido de consulmex.sre.gob.mx
- Sectur. (2015). *Programa de desarrollo turístico municipal de Talpa de allende*. . Obtenido de Programa de desarrollo turístico municipal de Talpa de allende.: http://datos.talpadeallende.info/archivo/documents/transparencia/transp_articulo_32_vi_e/politicas_de_la_direccion_de_turismo_2012_2015.pdf
- Sectur. (2016). *programa pueblos mágicos*. Obtenido de www.gob.mx
- Sectur. (s.f.). *Sectur secretaria de turismo*. Obtenido de www.gob.mx
- Segura, S. (4 de Enero de 2017). *Diagnóstico del Desarrollo Turístico Mascota*. Obtenido de Diagnóstico del Desarrollo Turístico Mascota: <https://transparencia.info.jalisco.gob.mx/sites/default/files/ESTADISTICA%20ANUAL%20TURISMO%202013,%202014,%202015%20y%202016.pdf>
- Sierra, B. (1995). *Técnicas de investigación social*. Madrid: Paraninfo.
- Simón, M. E. (Noviembre de 2014). *Neoparadigmas del Turismo: “Calidad, Competitividad y Sustentabilidad”*. *Análisis de las aplicaciones discursivas*

del Dispositivo Turístico en la formación académica en Turismo. Obtenido de MONOGRAFÍA DE GRADO:
repotur.yvera.gob.ar/bitstream/handle/123456789/4547/Monograf%C3%ADa%20de%20Grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y

STRATEGOS. (18 de Enero de 2018). *Instituto de información Estadística y geográfica* . Obtenido de iieg.gob.mx

Trespalacios, Vázquez, & Bello. (2005). *Investigación de Mercados*. International Thomson Editores.

Varisco, C. (2008). *Desarrollo turístico y desarrollo local: la competitividad de los destinos turísticos de Sol y Playa*. Obtenido de Tesis de postgrado :
http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf

Viñas, A. (1981). Medio ambiente y calidad de vida. *Documentación Administrativa*, 7-38.