

De pueblo fantasma a Pueblo Mágico: percepciones sociales del desarrollo turístico en Mineral de Pozos, Guanajuato

Jessica Arévalo Martínez¹

Enrique Armas Arévalos²

Daniel Hiernaux Nicolas³

Resumen

El turismo como instrumento para impulsar el desarrollo de localidades, con recursos naturales y culturales ha sido parte de la agenda en la política turística de nuestro país. Un ejemplo de esto es el Programa Pueblos Mágicos que surgió en 2001 como una opción promover el turismo de localidades que en el imaginario colectivo se perciben como pueblos con singularidades que son apreciadas tanto por los residentes como por los visitantes. Mineral de Pozos es un poblado que se localiza en el municipio de San Luis de la Paz, en el estado de Guanajuato; su nombramiento como pueblo mágico en 2012 ha traído diversos puntos de vista dentro de la población local. El objetivo de este trabajo es conocer la percepción de la población local sobre el desarrollo turístico de Mineral de Pozos derivado de su nombramiento como Pueblo Mágico, a través de la aplicación de encuestas a la población local. Los principales hallazgos se enfocan en que la población tiene una percepción positiva hacia los impactos del turismo en el desarrollo de la localidad.

Palabras clave: Desarrollo local, Pueblos Mágicos, Percepciones sociales

Introducción

Desde hace algunas décadas, el turismo se ha utilizado como una estrategia para impulsar el desarrollo en territorios a diferentes escalas, desde la nacional hasta la local. Gracias a esto, se han reestructurado espacios que cuentan con recursos naturales y culturales para convertirlos en productos de consumo turístico. En México esto se ha llevado a la práctica desde la política turística, misma que ha promovido el desarrollo con base en la actividad turística a través de programas regionales. Un ejemplo de esto es el programa Pueblos Mágicos creado en 2001 y dependiente de la Secretaría de Turismo (SECTUR), el cual busca la diversificación de la oferta y la creación de nuevos destinos, dándole mayor auge a los denominados Pueblos Mágicos, localidades que cuentan con atributos naturales y culturales que son atractivos para el turismo. A la fecha, existen 121 localidades que cuentan con la denominación de Pueblo Mágico, las primeras fueron nombradas en 2002 y las últimas recibieron su denominación en 2018. Este programa federal ha provocado diversas opiniones sobre su aplicación, gestión y los impactos que ha detonado en las localidades que forman parte de él.

¹ Maestra en Ciencias Sociales Aplicadas a los Estudios Regionales, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, jessica.arevalo@umich.mx

² Doctor en Ciencias de Negocios Internacionales, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, enrique.armas@umich.mx

³ Doctor en Estudios de Sociedades Latinoamericanas, Orientación Geografía, Urbanismo y Ordenamiento del Territorio, Universidad Autónoma de Querétaro, danielhiernaux@gmail.com

El estudio de dichos impactos ha generado un gran número de investigaciones al respecto, una de las líneas de trabajo es la de la percepción de la población local y el desarrollo turístico que se ha desarrollado a partir de la denominación de Pueblo Mágico de diversas localidades en todo el país. En este trabajo se ha realizado una investigación en San Pedro de los Pozos, mejor conocido como Mineral de Pozos, esta localidad se encuentra en la región noreste del estado de Guanajuato y pertenece al municipio de San Luis de la Paz. Este pueblo fue nombrado Pueblo Mágico en 2012 buscando fomentar el desarrollo local a través del turismo; sin embargo, la población local no ha sido parte de este proceso dejando una serie de percepciones de esta hacia el desarrollo turístico que se ha instaurado desde antes de su incorporación al programa federal.

El objetivo de este trabajo es conocer la percepción de la población local sobre el desarrollo turístico de Mineral de Pozos derivado de su nombramiento como Pueblo Mágico. La metodología se orientó a la aplicación de encuestas dirigidas a la población residente en el pueblo por medio de un cuestionario utilizando una aplicación de dispositivo móvil. Los principales hallazgos se enfocan en que la población, de manera general, tiene una percepción positiva hacia los impactos del turismo en el desarrollo de la localidad a pesar de las circunstancias en que se ha dado dicho desarrollo.

Turismo como estrategia de desarrollo local

Durante varias décadas el desarrollo se ha visto como un hecho inherente del fenómeno turístico, ya que derivado de las actividades y productos turísticos se vinculan los efectos económicos y beneficios que traen consigo en el territorio donde se establezcan. El turismo puede resultar ser, en muchos casos, el único elemento que dinamiza la economía de una sociedad (Pedreño y Monfort, 1996).

En esta misma línea, el desarrollo local ha sido aplicado al turismo como una opción para enfocar los beneficios de esta actividad a la población local y aminorar las desigualdades o las crisis observadas con otras formas de desarrollo “con el fin de reducir la pobreza, crear empleo y favorecer el progreso económico y social, los actores locales promovieron iniciativas, como respuesta de las localidades y territorios a los desafíos que plantean el ajuste productivo y la creciente competencia en los mercados nacionales e internacionales” (Vázquez Barquero, 2009: 119).

En este enfoque el territorio es concebido como un agente de transformación social, organizado con rasgos sociales, culturales e históricos propios. Por lo tanto, se observa en conjunto con el sistema productivo local, los recursos humanos y la formación de estos de acuerdo con las necesidades de cada contexto local. Sin embargo, es necesario tener en cuenta las limitaciones y características del medio ambiente local en el que se llevan a cabo las actividades (Alburquerque, 2003; 2004).

El objetivo principal del enfoque del desarrollo local es asegurar mejores condiciones de vida de la población local, mejorando también la utilización de los recursos locales, para crear nuevas empresas y trabajos locales, utilización de nuevas tecnologías de la información, reorganización de procesos productivos locales hacia nuevos mercados, para construir una oferta territorial apropiada de servicios de apoyo a la producción. De igual forma se resalta también la importancia de la participación de los actores locales, la construcción de capital social y los elementos culturales de identidad territorial; estos factores aportan información elemental para

comprender las relaciones en el territorio, siendo su conocimiento imprescindible en cualquier estrategia de desarrollo local (Albuquerque, 2003; 2004).

El turismo desde el enfoque del desarrollo local⁴ es un sector que general líneas de productos especializados, permitiendo una mayor competitividad, por lo que es un sector que puede liderar el desarrollo de localidades y destinos determinados. De manera general contribuye a la generación de empleos directos e indirectos, el autoempleo y emprendimientos, mejorar la calidad de vida de la población, fomentando la inversión interna y externa; lo anterior ayuda la reactivación de actividades económicas derivadas y de otros sectores (Wallingre, 2006).

Entonces, la aplicación del turismo a escala local significa beneficios para la población local, en donde se pueda generar un proceso de satisfacción de sus necesidades. Se busca que la población local sea quien tome la iniciativa para gestionar sus recursos y planificar el desarrollo de las actividades turísticas, es aquí donde la cuestión de la endogeneidad del proceso de desarrollo resulta ser clave (Varisco, 2007).

El capital humano y el capital social se convierten en indispensables para el desarrollo turístico, ya que son elementos necesarios para que se pueda dar dicho desarrollo. El turismo como impulsor del desarrollo dependerá de una amplia gama de factores económicos, sociales y políticos, entre los que se pueden incluir el grado de conexión entre los diversos sectores que operan dentro de la economía de la región, el patrón de gastos de los visitantes y el nivel de fugas del capital fuera del sistema económico regional (Hall, 2005).

Como se observa, el turismo representa un fenómeno multidimensional y complejo, en el que existen procesos de mercantilización y transformación de espacios, culturas e identidades, además promueve el contacto entre diversas culturas. Con el paso de los años, el turismo se ha convertido en una actividad estratégica y de alta relevancia económica; las mejoras tecnológicas, de transporte, el incremento del tiempo libre y el derecho a vacaciones pagadas para los trabajadores en el interior de las sociedades más desarrolladas, alentaron positivamente el desarrollo de la actividad turística (Ayala, 2008, p.7).

Percepciones sociales en los pueblos mágicos

El Programa Pueblos Mágicos surgió en 2001 como una propuesta dentro del marco del Programa Nacional de Turismo 2001-2006, como un programa de desarrollo turístico integral para localidades con diferente grado de desarrollo, buscando una nueva orientación o propuesta para hacer del turismo una actividad de contribución real para elevar los niveles de bienestar, mantener y acrecentar el empleo, fomentar y hacer rentable la inversión, así como fortalecer y optimizar el aprovechamiento racional de los recursos y atractivos naturales y culturales. Uno de sus principios

⁴ “En el turismo, todas las características representadas en las nuevas formas del desarrollo local son propicias de implementación. La transferencia de recursos de las actividades tradicionales, el aprovechamiento de los recursos, el entorno y la identidad local, el uso intensivo de la información como recurso estratégico, la alta tecnología incluida también para el desarrollo de atractivos turísticos, el crecimiento de las empresas virtuales, los requerimientos de recursos humanos altamente formados, el liderazgo participativo, la interacción entre los sectores público y privado, el impulso de proyectos; la valoración de la autenticidad de los atractivos naturales y culturales locales, son los aspectos más relevantes a considerar” (Wallingre, 2006:16).

básicos era el involucramiento y participación de las comunidades receptoras y sociedad en su conjunto, esto a través de la figura del Pueblo Mágico⁵ (SECTUR, 2007; 2014).

El nombramiento de pueblo mágico permitió a la localidad obtener un recurso financiero y pasa a ser parte de una marca turística. Entonces, se habla de las oportunidades gracias a las cuales se orienta su economía hacia la inversión para el desarrollo turístico, innovación de productos turísticos, certificaciones en materia turística, acciones hacia la sustentabilidad de la actividad, trabajo coordinado entre instituciones y sociedad y una mercadotecnia integral para cada destino (SECTUR, 2014).

Entonces, el pertenecer al programa Pueblos Mágicos significa una oportunidad de desarrollo para las localidades que se incorporan a este y con el paso de los años, medir los impactos de este programa federal en las localidades en las que se ha aplicado, es de importancia para evaluar su éxito o fracaso. Sin embargo, han sido diferentes los impactos derivados de esta denominación en cada uno de los pueblos, algunas de las evidencias obtenidas a través de investigaciones han sido desde el enfoque de las percepciones de la población, que como ya se ha mencionado es una parte fundamental para el éxito de las estrategias de desarrollo local basadas en la actividad turística⁶.

Algunos de los estudios que se han realizado sobre el tema abordan la necesidad de analizar las percepciones de los pobladores con respecto a la implementación y la gestión del programa Pueblos Mágicos, ya que se observa un turismo residencial predominante donde los extranjeros son poseedores de un mayor número de propiedades de edificios históricos, además de hoteles y restaurantes de lujo, mientras que la población local solo se dedica a trabajar para ellos. Este trabajo se realizó en la localidad de Álamos en el estado de Sonora y la recopilación de información a través de encuestas relacionadas con como el programa ha influenciado en el desarrollo económico, social y turístico a la comunidad (Álvarez, 2017).

Otro trabajo menciona los beneficios de la localidad por el nombramiento de Pueblo Mágico, pero que al generarse más turismo se promueven encuentros entre nuevas culturas haciendo de los residentes un grupo sensible donde el involucramiento de estos en el desarrollo del turismo debe ser fundamental, por esta razón es importante conocer cuál ha sido la percepción de estos grupos sobre el desarrollo del turismo en la localidad. La investigación se llevó a cabo también en la localidad de Álamos, se aplicaron entrevistas semiestructuradas orientadas a conocer la percepción de los habitantes sobre el desarrollo turístico del Pueblo Mágico, así como el grado de satisfacción del residente sobre la operación del programa en la localidad (Arvizu, 2014).

En otra investigación se analiza la percepción de la población local y de los turistas sobre los impactos que el turismo ha generado en Tapalpa a partir de su denominación como Pueblo

⁵ Para los términos del programa, la Secretaría de Turismo define un pueblo mágico como: “Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos únicos, simbólicos, historias auténticas, hechos trascendentes, cotidianidad, que significa una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico atendiendo a las motivaciones y necesidades de los viajeros. Un pueblo que a través del tiempo y ante la modernidad, ha conservado, valorado y defendido, su herencia histórica, cultural y natural; y la manifiesta en diversas expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible” (SECTUR, 2014).

⁶ “La percepción de la comunidad en torno al turismo es uno de los elementos fundamentales para el logro del desarrollo local de los destinos turísticos o potencialmente turísticos, que debe ser considerado en la realización de proyectos de turismo enfocados en la participación de la población local, que busquen la solución y prevención de ciertas problemáticas, además de las tradiciones beneficios económicos que genera esta actividad” (García, Serrano, Osorio y López, 2015:43).

Mágico; en este aspecto, los impactos percibidos se relacionan con la inversión, la mejora en la calidad de vida por ingresos de turismo en la población, las oportunidades de empleo y la mejora en la infraestructura local, pero la vida en el pueblo se ha encarecido. La metodología aplicada para este trabajo incluye la aplicación de encuestas estructuradas con escala tipo Likert para medir el impacto sobre la población local y los turistas (Cornejo, Andrade, Chávez y Espinoza, 2017).

En otras investigaciones sobre el tema se habla de que el turismo puede generar cambios sociales y culturales en las sociedades anfitrionas, por lo que se hace un análisis comparativo entre los pueblos Mágicos de Comala en Colima y Real de Asientos en Aguascalientes para dimensionar la relación existente entre el impulso al desarrollo turístico y el grado en que esta actividad satisface a la población receptora. Presentan un estudio basado en la percepción de los residentes sobre el efecto del turismo en su comunidad, en donde se toma en cuenta la satisfacción de los residentes en la dimensión ambiental, social y económica a través de una encuesta empleando una escala tipo Likert (Covarrubias, Vargas y Rodríguez, 2010).

Es posible observar a través de estas investigaciones que la población local o anfitriona es capaz de participar activamente dentro de la toma de decisiones respecto a lo que se hace en el Pueblo Mágico, pero que en ocasiones no son considerados como parte importante para el éxito de los procesos de desarrollo. La población local pide ser tomada en cuenta para mejorar el entorno y poder obtener beneficios de este tipo de programas en el largo plazo.

Descripción del área de estudio

La localidad de Mineral de Pozos se encuentra en la Región Noreste y en la subregión Chichimeca del estado de Guanajuato, pertenece al municipio de San Luis de la Paz; colinda con al Norte con el estado de San Luis Potosí, al Sur y al Este con el estado de Querétaro, al Oeste con los municipios de San Diego de la Unión, Dolores Hidalgo y San Miguel de Allende.

Esta región se caracteriza por su riqueza cultural, así como su relación con la cultura Chichimeca, además de contar su historia a través de pinturas rupestres en todo su territorio; estas características fisiográficas tienen un gran potencial para el turismo de aventura y ecológico (IPLANEG, 2019). Sin embargo, se tienen problemas generales como analfabetismo, pobreza y marginación, pocas oportunidades de empleo, poca conectividad carretera, un bajo desarrollo económico, así como escasez y baja calidad del agua (Gobierno del estado de Guanajuato, 2018, p.18).

El municipio se encuentra al noreste del estado de Guanajuato, la cabecera municipal lleva el mismo nombre, se localiza a 45 minutos de San Miguel de Allende y Querétaro; cuenta con un ambiente semiárido de paisaje semidesértico y un clima seco, con una temperatura anual promedio de 16° C; y tiene una altitud de 2200 metros sobre el nivel del mar. El municipio se divide en 604 localidades entre las cuales destacan Mineral de Pozos, Misión de Chichimecas, Mesas de Jesús, Paso de Vaqueros, Vergel de Bernalejo, Ortega, Jofre, Santa Ana de Lobos y por supuesto la cabecera municipal (Chávez y Mancilla, 2010, p.10).

San Pedro los Pozos es una localidad del municipio de San Luis de la Paz, es mejor conocida como Mineral de Pozos. De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda (INEGI 2010) Mineral de Pozos contaba con 2629 habitantes, de los cuales 1255 eran hombres y 1374 mujeres. Además de contar con un grado de marginación medio y un grado de rezago social muy bajo. Su principal actividad económica está orientada al desarrollo del ecoturismo y turismo cultural.

DE PUEBLO FANTASMA A PUEBLO MÁGICO: PERCEPCIONES SOCIALES DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN MINERAL DE POZOS, GUANAJUATO

Mineral Pozos tiene un pasado que lo ha llevado a tener un clima diferente, un ambiente que parece sacado de una película antigua es por ello por lo que ha logrado cautivar a más de un director de cine para optar por grabar en este pueblo⁷. Su pasado como pueblo minero es de gran importancia, ya que es esta riqueza natural y cultural la que ha llevado a pensar en el turismo como una opción de sacar al pueblo del letargo económico en el que se quedó después de la depresión minera. Desde festivales de música y culturales, hasta servicios de recorridos por las antiguas minas, forman parte de estos intentos por detonar el desarrollo local a partir de la actividad turística.

Uno de los acontecimientos que ha marcado esta historia turística de Pozos es el haber sido nombrado Pueblo Mágico, la propuesta se realizó en 2011, la SEDETUR mencionaba que:

Mineral de Pozos se proyecta en un futuro próximo como un modelo de desarrollo turístico integral y sustentable con la participación el gobierno, la sociedad civil, las asociaciones de conservación patrimonial y desarrollo comunitario, así como la iniciativa privada que promueva esquemas de inversión atractivos, en el cual se logre una dinámica incluyente donde el aprovechamiento de los recursos existentes y el impulso de actividades económicas bajo un esquema turístico consoliden a Mineral de Pozos Pueblo Mágico como el destino cultural sustentable por excelencia del centro del País (SEDETUR, 2011).

Algunos de los objetivos que se buscaba al proponer a Mineral de Pozos como Pueblo Mágico eran: ser un instrumento para la conservación y rescate de las culturas y tradiciones del noreste de Guanajuato; otorgar una base para la organización social de localidad en cuanto al orden y crecimiento a futuro; posicionar a Pozos como un destino turístico a nivel nacional; convertir el destino en un polo de atracción de turistas e inversiones; así como coadyuvar en el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad local.

Metodología

El objetivo de este trabajo es conocer la percepción de la población local sobre el desarrollo turístico de Mineral de Pozos como Pueblo Mágico. El estudio se llevó a cabo en la localidad de San Pedro de los Pozos, mejor conocido como Mineral de Pozos, en el estado de Guanajuato, siendo unos de los 6 pueblos mágicos con los que cuenta esta entidad. Se aplicó una encuesta a una muestra de 231 viviendas, tomado en cuenta la cantidad total de viviendas habitadas de la localidad de 580, de acuerdo con el Inventario Nacional de Viviendas 2016 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

El cuestionario se diseñó para obtener datos sobre la percepción de la población sobre el desarrollo turístico en el pueblo desde que es Pueblo Mágico, integrando un apartado para datos general del encuestado, otro con preguntas abiertas y otro en escala tipo Likert seleccionando variables económicas, políticas y socioculturales; planteando cinco respuestas posibles: totalmente

⁷ Lo pintoresco de este lugar reside en su construcción pues la explotación de la minería le dio un toque arquitectónico que corresponde a diferentes etapas históricas. Actualmente la extracción de los metales se encuentra retenida, el abandono y destrucción de su infraestructura aunada a su escasa población le dan un aire de pueblo fantasma (De la Tejera (1985: 1).

desacuerdo, medianamente desacuerdo, ni de acuerdo ni desacuerdo, medianamente de acuerdo y totalmente de acuerdo. El levantamiento de las encuestas se realizó mediante una aplicación con dispositivos Android llamada KoBoCollect, la cual se enlaza a un servidor en línea directo al cuestionario de las preguntas y se almacenan automáticamente los datos. Se realizó un muestreo aleatorio estratificado por manzanas y además una corrección de la muestra para población finita, para la aplicación de encuestas en campo, con el siguiente procedimiento: se eliminaron las manzanas con cero y 1 viviendas habitadas, fijándose el total en 57 manzanas. Se seleccionaron el número de encuestas a aplicar en cada manzana aleatoriamente de acuerdo con la proporción de estas con respecto al total y se procedió a mapearlo.

Resultados: percepción de la población

De acuerdo con la encuesta el perfil general de la población encuestada es la siguiente: la edad promedio es de 40.5 años de personas entre los 18 y los 74 años, de los cuales el 59.2% son mujeres y el 40.8% son hombres. De este grupo de personas el 74.5% mencionó que se dedican a algún tipo de actividad económica remunerada, mientras que el 25.5% no. Dentro de las personas que cuentan con algún tipo de ingresos con sus actividades 24.4% son empleados de algún tipo de empresa (fábrica, gobierno, entre otros), el 23.6% se dedican al comercio (abarrotes, carnicería, alimentos, entre otros), el 23.4% practican algún oficio (artesanos, albañiles, plomeros, cocineros, entre otros) y solo el 3.1% ejercen una profesión (arquitectos, maestros, entre otros). En cuanto a la escolaridad el 36.9% tienen la secundaria completa, el 18.2% preparatoria completa, el 16.9% primaria completa, el 8.3% tiene una licenciatura completa, le sigue un 7.7% que tienen preparatoria incompleta, el 6% primaria incompleta, un 2.4% no tiene instrucción, solo preescolar, no sabe o no contestó. Además, se consideró el origen de las personas encuestadas, se obtuvo que el 69.2% eran originarias de la localidad y el 30.8% eran de otros municipios del estado o de otro estado del país.

En el apartado de las preguntas de percepción, se les preguntó si en algún momento habían sido consultados respecto al nombramiento de Pozos como Pueblo Mágico, dando como resultado que un 91.9% de los encuestados nunca fueron consultados sobre el tema, tan solo un 8.1% dijo que sí, dado que tuvieron algún tipo de participación dentro del comité que buscaba el nombramiento o tenía algún tipo de negocio turístico.

Otro punto importante que se preguntó fue si estaban de acuerdo con que Mineral de Pozos sea un Pueblo Mágico y la principal razón de su respuesta, a lo que el 71% respondieron que si estaban de acuerdo y un 29% dijo que no lo estaba (ver tabla 1). Del porcentaje de personas que están de acuerdo con que Pozos sea Pueblo Mágico mencionan los beneficios que se han obtenido gracias a que la localidad forma parte del programa federal; las principales razones que surgieron fueron que hay más turismo, esto es que desde el nombramiento hay una mayor llegada de turistas al pueblo; se habla de mejores ventas para los artesanos, los restaurantes, bares y establecimientos de hospedaje; más empleos, ingresos y que ha mejorado la economía del pueblo en general. Se mencionó el rescate de la cultura, que ha mejorado la imagen urbana del pueblo con la remodelación de calles y fachadas, se han atraído más inversiones y que se realizan más eventos y fiestas desde el nombramiento de Pueblo Mágico.

Del 28% de las personas que no están de acuerdo con el nombramiento de Pozos como Pueblo Mágico, las razones que se mencionan son que han dado preferencia solamente a ciertos grupos de personas y han dejado de lado a la comunidad, que los beneficios solo son para el ejido y quienes tienen algún negocio turístico. Que no se les ha tomado en cuenta para nada, además que

DE PUEBLO FANTASMA A PUEBLO MÁGICO: PERCEPCIONES SOCIALES DEL DESARROLLO TURÍSTICO
EN MINERAL DE POZOS, GUANAJUATO

la llegada de gente de fuera a traído inseguridad al pueblo, así como también el encarecimiento de la vida.

Tabla 1. Esta de acuerdo con que Mineral de Pozos sea un Pueblo Mágico	
Si	No
Hay más turismo	Preferencia a solo unos grupos de personas
Más ventas para hoteles, restaurantes, bares, artesanos.	Se deja de lado a la comunidad
Más ingresos	Beneficios solo para el ejido
Mejora la economía del pueblo	Beneficia solo a los que tienen un negocio turístico
Rescate de la cultura	No se le toma en cuenta a la gente
Mejora la imagen urbana del pueblo	Inseguridad
Más inversiones	Encarecimiento de la vida
Más eventos culturales	

Fuente: elaboración propia con base en Encuesta Mineral de Pozos 2019.

Se les preguntó también si en algún momento habían sido consultados sobre las obras que se realizan en la localidad por ser Pueblo Mágico, el 89.5% de las personas dijeron que no y solo el 10.5% respondió que sí, siendo estas últimas personas que están directamente relacionadas con el turismo en el pueblo. Al respecto también se les cuestionó sobre las obras que conoce que se hayan hecho en la localidad desde que es Pueblo Mágico, las más mencionadas fueron la remodelación de la Escuela Modelo, la Plaza del Minero, el arreglo de las calles principales y las fachadas del centro del pueblo, el Antiguo Abasto, la Plaza Zaragoza, la remodelación de la antigua Delegación que inició recientemente, la plaza del Mariachi y el parador turístico.

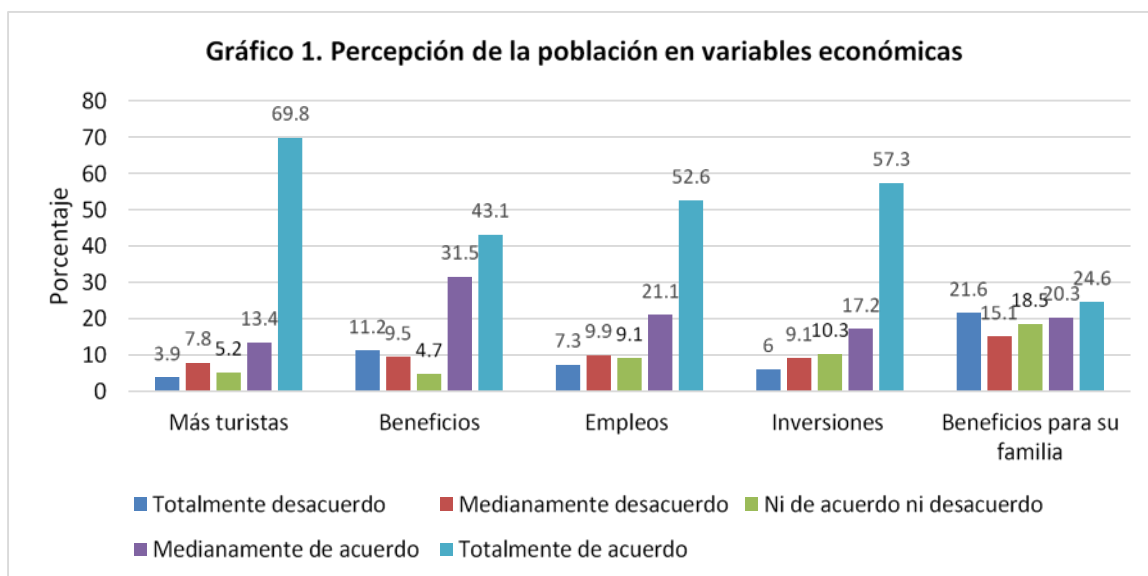
Se les consultó sobre la cantidad de personas que conocen que pertenecen o han pertenecido al comité de Pueblo Mágico de Pozos, los resultados arrojaron que el 48.8% de las personas no conoce a ninguno, el 12.3% conoce uno, el 16.5% conoce a dos, el 9.5% conoce tres, el 5.4% conoce a cuatro, el 2.6%, el 8.1% conoce a cinco o más.

Dentro de las variables de percepción en escala tipo Likert, se formularon cuatro preguntas desde una connotación económica (ver gráfico 1), en éstas se les pidió que respondieran que tan de acuerdo estaban con ciertas afirmaciones que se les mencionaron. Una de ellas fue respecto a si el nombramiento de Pueblo Mágico ha atraído más turistas, siendo 69.8% los que estuvieron totalmente de acuerdo, el 13.4% medianamente de acuerdo, el 5.2% ni de acuerdo ni desacuerdo, el 7.8% medianamente desacuerdo y el 3.9% totalmente desacuerdo.

La siguiente pregunta fue respecto a si el turismo trae beneficios en general para Mineral de Pozos, el 43.1% respondió que está totalmente de acuerdo, el 31.5% dijo que medianamente de acuerdo, el 4.7% estuvo ni de acuerdo ni desacuerdo, el 9.5% estuvo medianamente desacuerdo y el 11.2% totalmente desacuerdo. En el tema de la aportación del empleo por turismo, la gente estuvo totalmente de acuerdo un 52.6%, el 21.1% estuvo medianamente de acuerdo, el 9.1% ni de acuerdo ni desacuerdo, un 9.9% medianamente desacuerdo y un 7.3%.

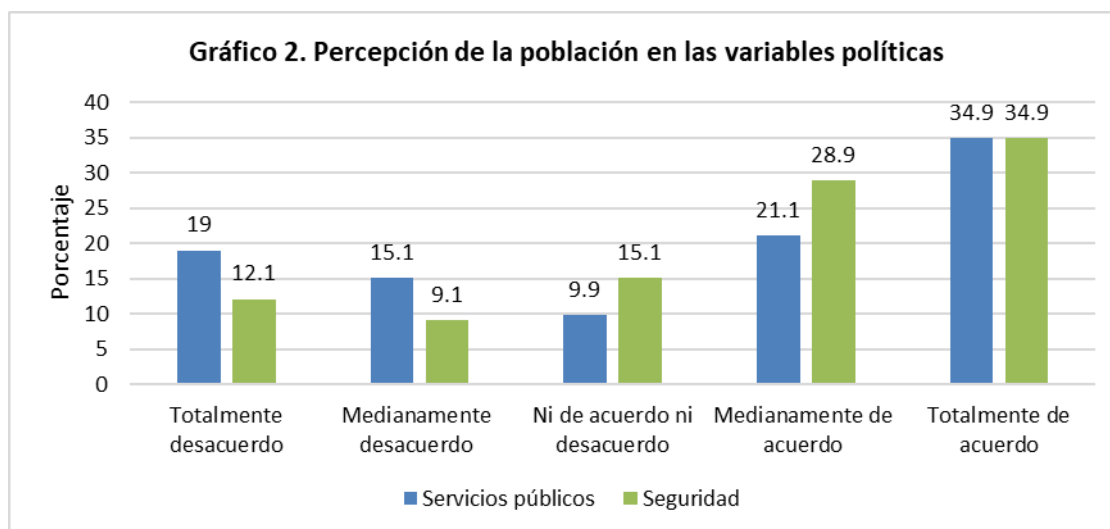
Se les preguntó si consideran que existen más inversiones en Pozos desde el nombramiento de Pueblo Mágico, el 57.3% mencionaron que estaban totalmente de acuerdo, el 17.2% estuvieron medianamente de acuerdo, el 10.3% ni de acuerdo ni desacuerdo, el 9.1% medianamente desacuerdo y el 6% totalmente desacuerdo. Otra cuestión que se les formuló fue sobre si a su familia en particular les ha beneficiado el turismo, a lo que el 24.6% estuvo totalmente de acuerdo, el 20.3%

medianamente de acuerdo, el 18.5% ni de acuerdo ni desacuerdo, 15.1% medianamente desacuerdo y el 21.6% totalmente desacuerdo.



Fuente: elaboración propia con base en Encuesta Mineral de Pozos 2019.

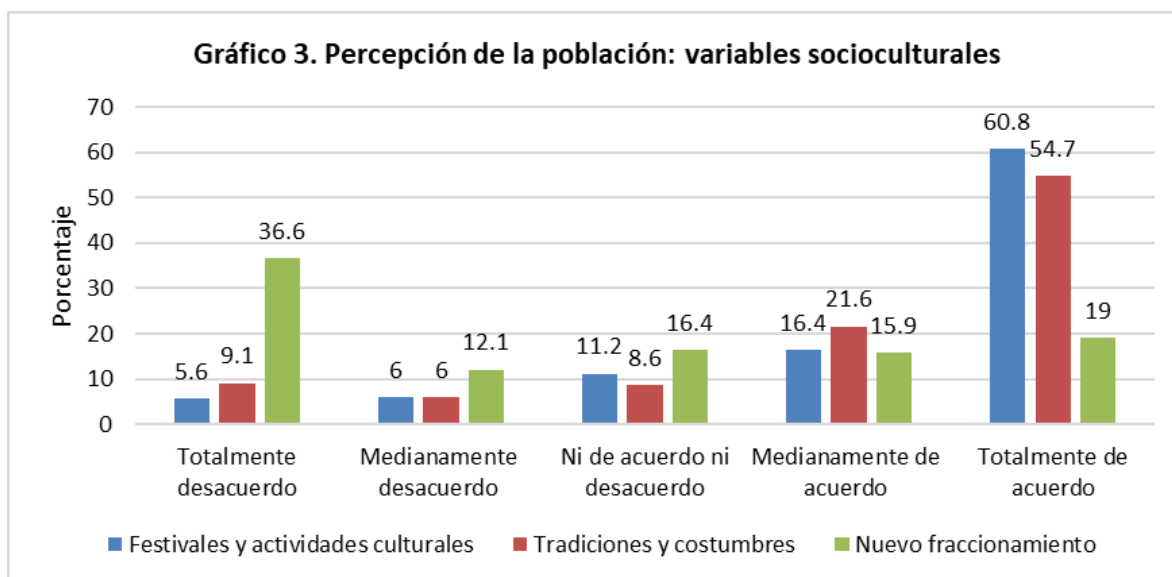
Dentro de las variables políticas (ver gráfico 2), se les preguntó si han mejorado los servicios públicos como agua, luz o recolección de basura desde que Pozos es Pueblo Mágico, el 34.9% de las personas estuvieron medianamente de acuerdo, el 21.1% totalmente de acuerdo, el 9.9% ni de acuerdo ni desacuerdo, el 15.1% medianamente desacuerdo y el 19% totalmente desacuerdo. En el tema de la seguridad en el pueblo y si ha cambiado desde el nombramiento de Pueblo Mágico, las personas mencionaron un 34.9% estar totalmente de acuerdo, el 28.9% medianamente de acuerdo, un 15.1% ni de acuerdo ni desacuerdo, el 9.1% medianamente desacuerdo y el 12.1% totalmente desacuerdo.



Fuente: elaboración propia con base en Encuesta Mineral de Pozos 2019.

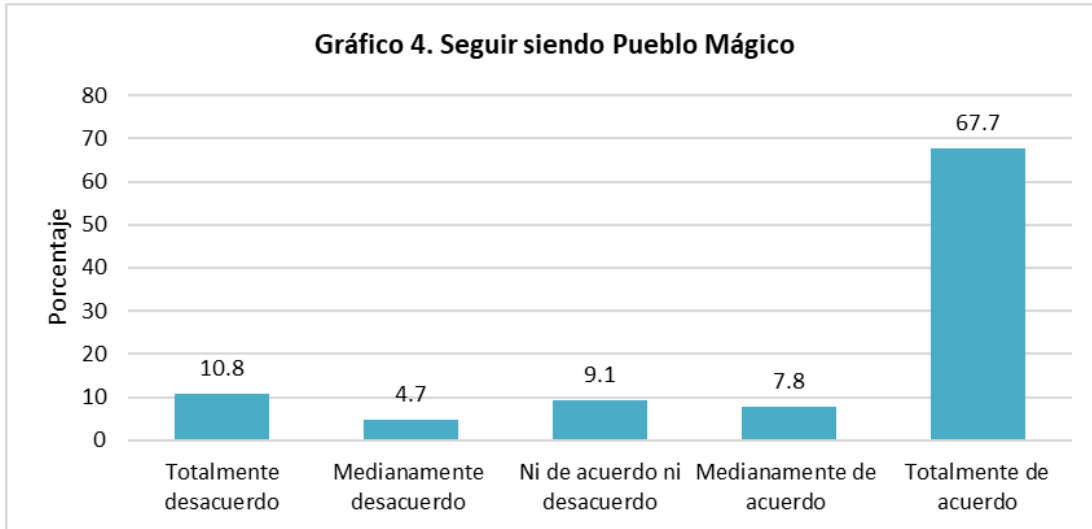
DE PUEBLO FANTASMA A PUEBLO MÁGICO: PERCEPCIONES SOCIALES DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN MINERAL DE POZOS, GUANAJUATO

En cuanto a las variables socioculturales que se tomaron en cuenta (ver gráfico 3), está el tema de los festivales y actividades culturales que se llevan a cabo en el pueblo, el 60.8% dijo estar totalmente de acuerdo, el 16.4% medianamente de acuerdo, el 11.2% ni de acuerdo ni desacuerdo, el 6% medianamente desacuerdo y el 5.6% totalmente desacuerdo. Se les cuestionó sobre si se han mantenido las tradiciones y costumbres de la localidad desde que es Pueblo Mágico, al respecto el 54.7% dijo estar totalmente de acuerdo, un 21.6% medianamente de acuerdo, el 8.6% ni de acuerdo ni desacuerdo, el 6% medianamente desacuerdo y el 9.1% totalmente desacuerdo. Otro tema que resulta interesante es la creación del nuevo fraccionamiento, a esto el 36.6% de las personas encuestadas dijo estar totalmente desacuerdo, el 12.1% medianamente desacuerdo, el 16.4% ni de acuerdo ni desacuerdo, el 15.9% medianamente de acuerdo y el 19% totalmente de acuerdo.



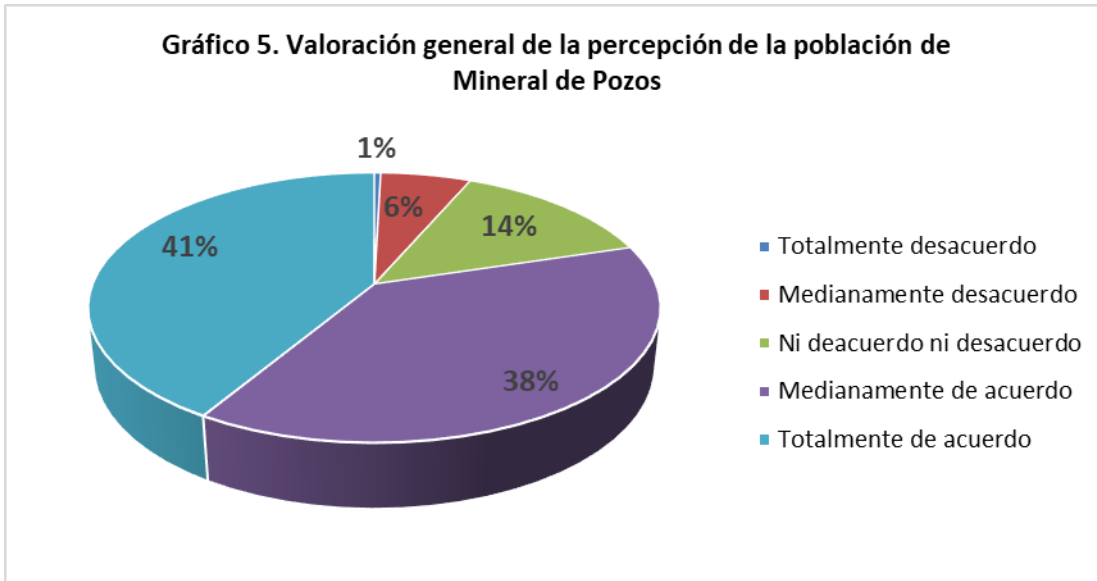
Fuente: elaboración propia con base en Encuesta Mineral de Pozos 2019.

Se les cuestionó si Pozos debe seguir como Pueblo Mágico y el 67.7% dijo estar totalmente de acuerdo, el 7.8% medianamente de acuerdo, el 9.1% ni de acuerdo ni desacuerdo, el 4.7% medianamente desacuerdo y el 10.8% totalmente desacuerdo (ver gráfico 4).



Fuente: elaboración propia con base en Encuesta Mineral de Pozos 2019.

De manera general estas cuestiones con opciones de respuesta en escala tipo Likert se pueden agrupar visualmente para observar la valoración global, en este caso el 41% de las respuestas fueron totalmente de acuerdo, el 38% medianamente de acuerdo, el 14% ni de acuerdo ni desacuerdo, el 6% medianamente desacuerdo y el 1% totalmente desacuerdo. En general la tendencia de respuestas se inclinó hacia lo positivo y estar de acuerdo con las cuestiones mencionadas (ver gráfico 5).



Fuente: elaboración propia con base en Encuesta Mineral de Pozos 2019.

Se les preguntó también sobre los efectos negativos que ellos observan derivados del turismo en el pueblo (ver tabla 2), los principales temas expuestos fueron la inseguridad (temor, saltos, maleantes, robos, vandalismo, delincuencia) con un 25.9% de las respuestas, la basura (contaminación, ruido, desorden, suciedad, se hacen del baño en las calles) con el 22.2%, los

DE PUEBLO FANTASMA A PUEBLO MÁGICO: PERCEPCIONES SOCIALES DEL DESARROLLO TURÍSTICO
EN MINERAL DE POZOS, GUANAJUATO

problemas de tránsito en la calle principal con un 10.11%, con un 9.3% de las respuestas está el caso de los ventos de la Toltequidad y la fiesta del Señor de los Trabajos que atrae gente de fuera y estos se drogan y toman en la vía pública lo que es mala influencia para los jóvenes .

El 5.6% de las personas mencionó que solo han tenido beneficios algunos grupos específicos, lo que provoca conflictos y desplazamiento de las familias así como el acaparamiento de apoyos, el 4.2% menciona que se ha encarecido la vida en el pueblo, el 3.4% habló sobre la falta de agua potable y de servicios e infraestructura en general, el 2.1% dice que ha habido apertura de bares sin regulación y comerciantes de fuera que no dejan trabajar a los comerciantes locales; otros temas que también se mencionan es la venta de terrenos a extranjeros, la creación del nuevo fraccionamiento, abandono de mascotas, la destrucción del patrimonio por parte de gente que llega de fuera. También, el 10.6% de las personas mencionó que no observa ningún tipo de efecto negativo del turismo en el pueblo.

Tabla 2. Efectos negativos del turismo	
Efecto negativo	% Respuesta
Inseguridad, temor, asaltos, maleantes, robos, vandalismo, delincuencia	25.9
Basura, contaminación, ruido, desorden, suciedad, se hacen del baño en las calles	22.2
Ninguno	10.6
Las calles se llenan de tráfico y problemas de tránsito	10.1
Drogadicción, alcoholismo en la toltequidad y fiestas del señor de los trabajos, mal ejemplo para la juventud, influencia de gente de fuera	9.3
Beneficio de unos cuantos, el ejido se beneficia, controla las minas, conflictos, desplazamiento de familias para hacer negocios, acaparamiento de apoyos y fondos, guías se pelean por la gente	5.6
Se encareció la vida y los precios de los terrenos y subieron los precios de la canasta básica, impuestos	4.2
Falta de agua, servicios	3.4
Los bares no están regulados en horario de venta alcohol, comerciantes de fuera	2.1
Cambió la imagen del pueblo, cultura y costumbres locales transformadas	1.9
Destrucción de infraestructura, del patrimonio, de espacios públicos	1.6
Venta de terrenos extranjeros, favorecen a extranjeros	1.3
No apoyan a comerciantes locales	1.3
La creación del nuevo fraccionamiento	0.3
Abandono de mascotas	0.3
Fuente: elaboración propia con base en Encuesta Mineral de Pozos 2019	

Siguiendo con los efectos negativos del turismo, se les pidió que mencionaran si observan efectos negativos que sean directamente para ellos y sus familias (ver tabla 3), en este caso el 67.5% de las personas dijeron que no hay ningún efecto negativo, el 14.7% volvió a hacer mención de los robos y la inseguridad; el 4.8% dijo que se encareció la vida en el pueblo y los artículos de primera necesidad; el 3.2% habló de ventas bajas, crecimiento económico lento, falta de empleo y apoyos

por parte del gobierno; el 2.8% hizo mención de las malas influencias de gente de fuera que va principalmente al festival de la Toltequidad.

Tabla 3. Efectos negativos del turismo para su familia	
Efecto negativo	% Respuesta
Ninguno	67.5
Robos, miedo, inseguridad, desconfianza, violencia	14.7
Se encareció la vida, los servicios básicos, artículos de primera necesidad	4.8
Ventas bajas, crecimiento económico lento, falta de empleo y oportunidad de crecimiento, falta de apoyo de parte del gobierno.	3.2
Algunos jóvenes se dejan llevar por la influencia de fuera, mal ejemplo en las personas que se drogan en la Toltequidad	2.8
Basura afuera de su casa, contaminación	1.6
Tráfico	1.6
No sé puede encontrar estacionamiento	1.2
No pueden dormir en la noche por los turistas, desorden la vía pública	1.2
Agua solo tienen cada 8 días	0.8
Hay restricción en espacios que antes eran públicos	0.8
Fuente: elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los habitantes de Mineral de Pozos 2019	

Otros temas que también volvieron a mencionar fue el de la basura, el desorden que hacen los turistas en las noches, la escasez de agua potable ya que solo les llega una vez a la semana, así como la restricción de espacios que antes eran públicos como el acceso a las minas, pero cabe señalar que las minas son de propiedad privada y con el acceso al turismo ya se cobra una entrada, y otro problema que observa la gente es el tráfico vehicular en la calle principal cada fin de semana o en temporada alta.

Conclusiones

El estudio del turismo y las diversas aportaciones desde el enfoque del desarrollo local favorece notablemente las actividades turísticas en las localidades donde se llevan a cabo, esto genera satisfacción de todos los grupos sociales, ya que en muchas ocasiones terminan por satisfacer sus necesidades a través del beneficio económico del turismo, sin dejar de lado el cuidado de su patrimonio como comunidad.

El turismo en las regiones donde se desenvuelve es un factor de desarrollo local determinante, al ser una actividad generadora de divisas, multiplicador del gasto del turista, y generadora de empleo, entre otros beneficios que trae consigo para el aumento de la calidad de vida en los territorios; siempre y cuando se busque una correcta gestión con la participación de todos los actores dentro de una localidad, sin olvidar el objetivo principal que es mejorar la calidad de vida de toda la población.

DE PUEBLO FANTASMA A PUEBLO MÁGICO: PERCEPCIONES SOCIALES DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN MINERAL DE POZOS, GUANAJUATO

Hasta el momento la realidad de muchas de las localidades que forman parte del Programa Pueblos Mágicos es compleja y no muy favorable para la población local, ya que la puesta en práctica del programa en las localidades no ha sido idónea en muchas de estas, responde a intereses de las elites políticas que pretenden beneficiar a grupos de poder a nivel local, regional y global, con el fin de transformar el territorio y crear escenarios para venderlos como productos turísticos bajo la premisa de ofrecer la “magia” del pueblo mexicano, provocando un crecimiento bajo las reglas del mercado, sin la participación de la población local agudizando las desigualdades existentes.

La participación de la sociedad en la toma de decisiones debe ser fundamental en la gestión del desarrollo local, el turismo debe verse como una actividad complementaria a las demás y el beneficio económico puede fortalecer el desarrollo de las actividades de otros sectores; de igual manera la creación de redes de cooperación entre localidades también es necesaria para potenciar las ventajas y fortalecer la actividad turística. No todo es negativo, existen algunas localidades que se perciben motivadas para promocionar y posicionar a sus respectivos destinos, sin embargo, reconocen que no hay una articulación en el sector que les permita continuar con sus planes en el largo plazo, aunado a razones políticas.

Mineral de Pozos es una localidad que cuenta con recursos históricos, naturales y culturales suficientes para crecer en materia turística, pero, existen diversos descontentos entre los actores locales, principalmente los que la población llama los inversionistas, que son personas que llegaron en 2009 antes de que se convirtiera en Pueblo Mágico y realizaron un proyecto turístico a desarrollarse a 50 años apoyado por FONATUR (Fondo Nacional de Fomento al Turismo).

Si bien gran parte de este proyecto no se ha concretado desde esa fecha, una parte que si se ha comenzado a observar es la creación de un fraccionamiento residencial que es ofertado por inmobiliarias en ciudades como Querétaro, San Miguel y la Ciudad de México; así como en Estados Unidos, de manera más específica al mercado de segundas residencias. La población local no tomó a bien esto, muchos no estaban ni enterados de esto, pero con el paso de los años ha ido empeorando la situación, misma que no permite que se limen asperezas.

La existencia de estos grupos y de su relación con el gobierno del estado ha llevado a conflictos relacionados a la tenencia de la tierra y la propiedad del ejido que hace algunas décadas pertenecía a gente local, pero que ahora son otras personas las que toman las decisiones respecto al ejido. Por este tipo de acciones ya la población se siente desplazada del pueblo, pero existen aún personas que quieren ser tomadas en cuenta y participar en la toma de decisiones de Pozos como Pueblo Mágico.

Si bien de manera general las percepciones sociales del desarrollo del pueblo son positivas, se puede resaltar que hay falta de planeación para lograr un verdadero desarrollo de la localidad con base en la actividad turística, por eso es necesario una nueva visión del turismo que permita la participación de la población local, del mismo comité de Pueblo Mágico, de las autoridades locales y de los inversionistas que aún están en busca de beneficiarse del turismo.

Es necesario que todos estos actores sean partícipes de un nuevo modelo de desarrollo en el que puedan trabajar todos en conjunto para mejorar la calidad de vida de la población, que sería el objetivo principal del Programa de Pueblos Mágicos.

Bibliografía

Libros

- Alburquerque, F. (2004) *El enfoque del desarrollo económico local*. Buenos Aires: Organización Internacional del Trabajo.
- Álvarez-Quijada, R. (2017) ‘Percepción ciudadana sobre el programa de Pueblos Mágicos. Estudio estadístico en Álamos, Sonora’, en *Patrimonio y Turismo. Un acercamiento a los lugares turísticos de México*. QARTUPPI, S. DE R.L. DE C.V., pp. 69–86.
- De la Tejera, L. (1984) *Mineral de Pozos*. INEA.
- Hall, M. C. (2009) *El turismo como ciencia social de la movilidad*. Translated by V. M. ; Pina Medina. Madrid: Síntesis (Gestión turística).
- Pedreño, A. and Monfort, V. (1996) *Introducción a la economía del turismo en España*. Madrid: Civitas.

Páginas web

- IPLANEG (2019) Instituto de Planeación, Estadística y Geografía del Estado de Guanajuato, *Desarrollo regional*. Disponible en: http://plangto2040.iplaneg.net/?page_id=10826 (Consultado: 15/05/2020).

Referencias electrónicas

- Alburquerque, F. (2003) ‘Teoría y práctica del enfoque del desarrollo local’, *Instituto de Economía y Geografía. Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Madrid*, disponible en https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1251476959.alburquerque_e_t_al_2003_teorias_y_practica_del_enfoque_de_desarrollo_local_0.pdf [Consultado: 27/06/2019].
- Cornejo-Ortega, J. L., Andrade-Romo, E., Chávez-Dagostino R. M. y Espinoza Sánchez, R. (2017). Percepción de la población local sobre los impactos del turismo en el Pueblo Mágico de Tapalpa, Jalisco, México. *Memorias*, 15(28), pp. 1-19. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Jose_Cornejo-Ortega/publication/322899088_Percepcion_de_la_poblacion_local_y_turistas_sobre_los_impactos_del_turismo_en_el_Pueblo_Magico_de_Tapalpa_Jalisco_Mexico/links/5a74a793a6fdcc53fe16c5c4/Percepcion-de-la-poblacion-local-y-turistas-sobre-los-impactos-del-turismo-en-el-Pueblo-Magico-de-Tapalpa-Jalisco-Mexico.pdf [Consultado: 20/05/2020].
- Covarrubias, R., Vargas, A. and Rodríguez, I. (2010) ‘Satisfacción de residentes con el desarrollo de la actividad turística en los Pueblos Mágicos de México: Un indicador de competitividad. Casos de Comala en Colima y de real de asientos en Aguascalientes’, *Gestión Turística*, 1(14), pp. 33–54. doi: 10.4206/gest.tur.2010.n14-03. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=149213727009> [Consultado: 02/07/2019].
- García, A., Serrano, R., Osorio M., López, E. (2015) Percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo local. Caso San Pedro Tultepec, *Turismo y Sociedad*, XVI, pp. 43-65 DOI: <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n16.04> [Consultado: 06/07/2020].
- Sánchez, R. E. *et al.* (2017) ‘PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN LOCAL SOBRE LOS IMPACTOS DEL DESARROLLO TURÍSTICO DEL PUEBLO MÁGICO DE

DE PUEBLO FANTASMA A PUEBLO MÁGICO: PERCEPCIONES SOCIALES DEL DESARROLLO TURÍSTICO
EN MINERAL DE POZOS, GUANAJUATO

MASCOTA JALISCO', *TURyDES. Revista Turismo y Desarrollo Local*, 10(22).
Disponible en:
https://www.researchgate.net/publication/318471614_PERCEPCION_DE_LA_POBLACION_LOCAL_SOBRE_LOS_IMPACTOS_DEL_DESARROLLO_TURISTICO_DEL_PUEBLO_MAGICO_DE_MASCOTA_JALISCO. [Consultado: 06/03/2019].

Varisco, Cristina (2007) 'Sistema productivo turístico y desarrollo local.', *Ciencias Sociales Online*, IV(2), pp. 15–36. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/432/1/00457.pdf> [Consultado: 06/03/2019].

Vázquez Barquero, A. (2009) "Desarrollo local, una estrategia para tiempos de crisis". Apuntes del Cenes, vol. XXVIII, núm.47, pp.117-132. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4795/479549575007> [Consultado: 16 de julio de 2020].

Artículo de conferencia:

Wallingre, Noemi (2006) 'Limitaciones o beneficios del desarrollo local en el turismo', en *Tiempo de Gestión. II Encuentro Nacional de Gestión Hotelera*, pp. 11–20. Disponible en: <https://repotur.yvera.tur.ar/bitstream/handle/123456789/4311/wallingre4.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consultado: 16 de julio de 2020].

Tesis

Arvizu Armenta, E. (2014) *La calidad del servicio: un estudio sobre la percepción de los habitantes de Álamos, Sonora en relación a la aplicación del programa federal Pueblos Mágicos*. Tesis de maestría. Colegio de Sonora: Sonora. Disponible en: <http://biblioteca.colson.edu.mx:8080/repositorio/xmlui/bitstream/handle/2012/44375/La%20calidad%20del%20servicio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.