



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO

**“LA IMPORTANCIA DE INDICADORES DE SUSTENTABILIDAD PARA
EL TURISMO EN LA REGIÓN DE NATIVITAS, XOCHIMILCO”**

T E S I S

**QUE COMO REQUISITO PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN TURISMO**

**PRESENTA:
FLOR PAULINA PAEZ LIMA**

**DIRECTORES DE TESIS:
DRA. GANDHI GONZÁLEZ GUERRERO
DR. JUSTINO GERARDO GONZÁLEZ DÍAZ**

**ASESOR DE TESIS:
DR. TIRZO CASTAÑEDA MARTÍNEZ**



TENANCINGO, ESTADO DE MÉXICO, SEPTIEMBRE 2015



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

Tenancingo, Estado de México; 08 de Diciembre de 2015.

C. FLOR PAULINA PAEZ LIMA
PASANTE DE LA LICENCIATURA EN TURISMO
PRESENTE

Por este conducto comunico a Usted, que con base en el Reglamento de Facultades y Escuelas Profesionales de la UAEM que en su Capítulo VIII artículo 120, 121 y 122, así como el Reglamento de Opciones de Evaluación Profesional de la UAEM Capítulo I artículo 6º, puede proceder a realizar la elaboración en formato electrónico del trabajo de Tesis, "**La importancia de indicadores de sustentabilidad para el turismo en la región de Nativas, Xochimilco**" y continuar con los trámites y requisitos requeridos para efecto de poder sustentar su examen profesional y obtener el título de **LICENCIADA EN TURISMO**.

Sin otro particular, quedo a sus apreciables órdenes.

Atentamente

PATRIA, CIENCIA Y TRABAJO

"2015, Año del Bicentenario luctuoso de José María Morelos y Pavón"

DRA. LUZ MARÍA ROBLES HERNÁNDEZ
SUBDIRECTORA ACADÉMICA DEL CENTRO
UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO



Centro Universitario
UAEM Tenancingo

c.c.p. Dra. Luz María Robles Hernández, Subdirectora Administrativa/VLR
c.c.p. Archivo EEBG/DEP



www.uaemex.mx

Carretera Tenancingo - Villa Guerrero KM. 1.5, Tenancingo, Estado de México C.P. 52400
Tels. 017141407724 y 017141407725 • centrouniversitariotenancingo@outlook.com

“Nuestro miedo más profundo no es que seamos inadecuados.

Nuestro miedo más profundo es que somos poderosos sin límite.

Es nuestra luz, no la oscuridad lo que más nos asusta.

Nos preguntamos: ¿quién soy yo para ser brillante, precioso, talentoso y fabuloso?

En realidad, ¿quién eres tú para no serlo?

Eres hijo del universo.

El hecho de jugar a ser pequeño no sirve al mundo.

No hay nada iluminador en encogerte para que otras personas cerca de ti no se sientan inseguras.

Nacemos para hacer manifiesto la gloria del universo que está dentro de nosotros.

No solamente algunos de nosotros: Está dentro de todos y cada uno.

Y mientras dejamos lucir nuestra propia luz, inconscientemente damos permiso a otras personas para hacer lo mismo.

Y al liberarnos de nuestro miedo, nuestra presencia automáticamente libera a los demás.”

Nelson Mandela, 1994

DEDICATORIAS

Dedico este trabajo a:

Mis padres Daniel Paez y Leticia Lima, a mi tío el Maestro Margarito Paez Rodríguez, quienes fueron mi gran apoyo emocional y económico durante toda mi investigación.

Pero sobre todo a mi hermano Sebastián a quien quiero mucho y le hago ver que cuando se quiere se puede, no hay límites para la mente, salvo aquellos que nosotros ponemos, y te hago saber que tienes todo mi apoyo y aquí estaré siempre que me necesites.

AGRADECIMENTOS

A mis papas:

Por darme la vida, por brindarme siempre su amor y cariño, por su puesto, por su apoyo incondicional y por darme esta gran oportunidad de superarme, pero sobre todo por la enorme confianza que siempre me han tenido. Siempre, donde quiera que este, los llevare en mi corazón, los amo muchísimo.

A mi tío Maestro en Ciencias Margarito Paez Rodríguez:

Por su apoyo incondicional, por creer en mí, por ser ese gran ejemplo a seguir, pero sobre todo por demostrarnos que con dedicación y con esfuerzo se puede llegar tan lejos como uno quiera.

Mis abuelitos Daniel Paez y Ángela Bistrain:

A mi abuelito por ser como mi padre, siempre tierno y cariñoso, ambos siempre me brindaron su amor y cariño incondicional y siempre se preocuparon por mi donde quiera que estaba.

A los Doctores Gandhi González, Justino González, Tirzo Castañeda y Francisco Holguín:

Por apoyarme en la realización de esta investigación y pese a todas las dificultades en mi investigación nunca me negaron su apoyo, siempre fue al contrario, y gracias por la paciencia y la confianza que me dieron durante la realización de este trabajo.

RESUMEN

El constante crecimiento de la actividad turística en México, convierte al turismo en una fuente importante de ingresos económicos para el país. Pero a esta actividad, a nivel mundial, se le ha empezado a ver como una amenaza para el medio ambiente por los impactos negativos que está causando en los destinos.

En este contexto, el turismo sustentable busca el equilibrio entre el medio ambiente y la actividad turística, buscando que existan más efectos positivos que negativos en el entorno en que se desarrollan. Con el propósito de medir dichos efectos, organismos como la OMT han desarrollado metodologías e instrumentos como los Indicadores Ambientales para la Sustentabilidad del Turismo.

En la presente investigación se realiza un análisis de la importancia que le otorgan la población, comerciantes y visitantes de la región de Nativitas Xochimilco, a los Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo, ya que a estos actores se les considera como monitores del desarrollo de la actividad turística, y a partir de su perspectiva, se generen alternativas para mejorar el adecuado desarrollo turístico de Xochimilco.

Para la metodología se seleccionaron indicadores relevantes al área de investigación. Con base en éstos se elaboraron los instrumentos, uno en base al método de escalamiento Likert, y el otro en base a la técnica de Fotoelicitación.

Dentro de los resultados, de acuerdo a los análisis de coeficiente de correlación y de discriminantes, se puede concluir que para los tres actores los indicadores de la dimensión económica son percibidos como más importantes.

Se espera que esta información contribuya a un proceso de toma de decisiones, dando a conocer los resultados a las autoridades de la delegación de Xochimilco, y se generen propuestas donde la delegación trabaje en conjunto con otras instituciones, tales como la Secretaría del Medio Ambiente (SEDEMA).

ÍNDICE

Introducción.....	1
I Antecedentes de la investigación.....	5
1.1 Turismo Sustentable.....	6
1.2 Indicadores de sustentabilidad para el turismo.....	8
II Metodología.....	15
III Marco Contextual.....	24
3.1 Entorno Geográfico.....	25
3.2 Entorno social.....	28
3.3 Entorno económico.....	29
3.4 Santa María Nativitas como Atractivo Turístico de Xochimilco.....	30
3.4.1 Caracterización de la actividad turística en Xochimilco y Santa María Nativitas.....	31
IV Resultados.....	39
4.1 Población.....	41
4.2 Comerciantes.....	53
4.3 Visitantes.....	64
V Conclusiones.....	74
VI Propuestas y Sugerencias.....	78
Referencias.....	80
Anexos.....	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Indicadores clave para el turismo sustentable.....	9
Tabla 2. Temas del sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo.....	13
Tabla 3. Indicadores de sustentabilidad para el turismo seleccionados.....	18
Tabla 4. Análisis de Coeficiente de correlación; Población.....	41
Tabla 5. Análisis de Discriminantes; Población.....	42
Tabla 6. Análisis de Coeficiente de Correlación; Comerciantes.....	53
Tabla 7. Análisis de Discriminantes; Comerciantes.....	55
Tabla 8. Análisis de Coeficiente de Correlación; visitantes.....	64
Tabla 9. Análisis de Discriminantes, Visitantes.....	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Diseño metodológico.....	16
Figura 2. Ubicación de la Delegación Xochimilco.....	25
Figura 3. Ubicación de Santa María Nativitas.....	30
Figura 4. Mapa turístico de Xochimilco.....	33
Figura 5. Embarcadero las Flores, Nativitas.....	35
Figura 6. Artesanías de Nativitas.....	37
Figura 7. Bosque Nativitas.....	38
Figura 8. Frecuencia de importancia con que califica población a la Dimensión Económica.....	44
Figura 9. Valoración de los indicadores de la dimensión económica en cuanto importancia otorgada por la población.....	45
Figura 10. Frecuencia con que califica la población a la dimensión sociocultural.....	47
Figura 11. Valoración de los indicadores de la dimensión sociocultural en cuanto a importancia otorgada por la población.....	48
Figura 12. Frecuencia de importancia con que califica la población a la Dimensión Ambiental.....	51
Figura 13. Valoración de indicadores de la dimensión ambiental en cuanto a importancia otorgada por la población.....	52
Figura 14. Frecuencia de importancia con que califican los comerciantes a la dimensión ambiental.....	56
Figura 15. Valoración de los indicadores de la dimensión ambiental en cuanto a importancia otorgada por los comerciantes.....	57
Figura 16. Frecuencia de importancia con que califican los comerciantes a la Dimensión Sociocultural.....	59
Figura 17. Valoración de los indicadores de la dimensión sociocultural en cuanto a importancia otorgada por los comerciantes.....	60
Figura 18. Frecuencia de importancia con que califican los comerciantes a la dimensión económica.....	62
Figura 19. Valoración de los indicadores de la dimensión económica en cuanto a importancia otorgada por los comerciantes.....	63

Figura 20. Frecuencia de importancia con que califican los visitantes a la Dimensión Económica.....	67
Figura 21. Valoración de los indicadores de la dimensión económica en cuanto a importancia otorgada por los visitantes.....	68
Figura 22. Frecuencia de importancia con que califican los visitantes a la Dimensión Ambiental.....	69
Figura 23. Valoración de los indicadores de la dimensión ambiental en cuanto a importancia visitantes.....	70
Figura 24. Frecuencia de importancia con que califican los visitantes a la dimensión sociocultural.....	72
Figura 25. Valoración de los indicadores de la dimensión sociocultural en cuanto a importancia otorgada por los visitantes.....	73

INTRODUCCIÓN

La actividad turística se ha ido incrementando en las últimas décadas; de acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (2014), la llegada de turistas internacionales creció 4.2% en el 2014 hasta alcanzar 1.133 millones de personas, y un ingreso de 16.2 millones de dólares. A pesar de su continuo crecimiento (incluso tal vez debido a éste), desde la década de los 80's la actividad se empezó a cuestionar por los impactos negativos que estaba causando en los destinos. (Tarlombani da Silveira, 2005)

Por esta razón surge el turismo sustentable, a partir del cual se busca que existan más efectos positivos que negativos sobre el medio ambiente en que se desarrolla el turismo, y donde los nuevos programas sustentables adquieren un papel importante en el desarrollo de las actividades turísticas (Tarlombani da Silveira, 2005).

El fin principal de la sustentabilidad es “guiar la construcción de un modelo de desarrollo económico, que garantice tanto una mejor calidad de vida para la población, como la armonía con el medio ambiente para satisfacer las necesidades del presente, sin comprometer las capacidades de las futuras generaciones para satisfacer las propias”. (Reboloso & Salcedo, 2007: 77)

En el ámbito del turismo vinculado a la sustentabilidad, se continúan generando estudios de impacto ambiental. Los estudios consideran impactos positivos y negativos ocasionados por la actividad turística en los destinos, y argumentan que la sustentabilidad del destino depende de su calidad ambiental. En este sentido, organismos como la OMT, con la ayuda de estudiosos e investigadores, han desarrollado metodologías e instrumentos que proponen “indicadores ambientales para la sustentabilidad del turismo”. (Tarlombani da Silveira, 2005: 14)

El sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo tiene como objetivo primordial medir la sustentabilidad de destinos turísticos en México para conservar los recursos naturales, culturales, turísticos y sociales; así como mejorar la calidad

de vida de la población y crear una cultura de sustentabilidad turística. (Ochoa & asociados, 2003).

El propósito de este trabajo no es la aplicación de indicadores. Está basado en la premisa de que la importancia que diferentes actores dan a los indicadores puede ser un aspecto que ayude a conocer el apoyo que éstos dan a la práctica sustentable del turismo (Martínez & Ruíz, 2009).

Tomando como base al sistema ya mencionado, se llevó a cabo una investigación sobre la perspectiva que tienen los visitantes, pobladores y comerciantes, de la importancia de los indicadores de sustentabilidad para el turismo en la región de Nativitas, Xochimilco. Se argumenta que dicha percepción tiene un impacto en el desarrollo de la actividad turística y en la actitud de los residentes la misma.

La actividad turística en Xochimilco ha sido importante debido a los recursos naturales y culturales con los que cuenta la región. Su principal atractivo son los canales con sus trajineras. Los embarcaderos que se encuentran ubicados en la región de Nativitas tienen la mayor afluencia turística, y junto con el centro histórico, reciben el mayor número de visitantes en la región. (Guzman Roque, 2011)

La actividad turística de Xochimilco no solo está fuertemente vinculada con el medio ambiente, sino que también va de la mano con la economía y factores socioculturales, es por ello que en la selección de los indicadores se tomaron en cuenta tres dimensiones que son: ambiental, socio-cultural y económica; y tres grupos de actores: población, comerciantes y visitantes, quienes se encuentran interactuando con estos factores.

El presente trabajo considera a los actores como monitores del desarrollo de la actividad turística a través de su experiencia y observación. Se espera que la información contribuya a un proceso de toma de decisiones, dando a conocer la investigación a la Delegación de Xochimilco y generando algunas propuestas que reflejen la participación de diferentes grupos.

Importancia de la investigación

Xochimilco está conformado por grandes áreas naturales, en especial el área de Nativitas, como son: canales de agua, manantiales, chinampas y bosques, lo que provoca una mayor concentración del turismo en esta zona; sin embargo, se ha venido generando un deterioro en el medio ambiente a causa de la actividad turística, y los diferentes actores como monitores de la actividad pueden contribuir a la forma en que la misma se desarrolla, por lo que surge la cuestión: ¿Qué importancia le dan los diferentes actores de Nativitas, a los indicadores de sustentabilidad para el turismo en sus dimensiones ambiental, económica y sociocultural? y ¿de qué manera puede esta información contribuir a generar propuestas que ayuden al control y monitoreo de la actividad turística?

Esta investigación tiene como objetivo principal:

Analizar la importancia de los indicadores de sustentabilidad para el turismo en la región de Nativitas Xochimilco, desde la perspectiva de diferentes actores.

Los objetivos específicos son:

- Caracterizar la actividad turística en la región de Nativitas
- Identificar la importancia de los indicadores de sustentabilidad a partir de la perspectiva de diferentes actores
- Elaborar propuestas que contribuyan al control y monitoreo de la actividad turística de forma participativa

La investigación está conformada por cuatro capítulos. En el primer capítulo se presentan los antecedentes de la investigación, abordando información sobre el turismo sustentable y los indicadores de sustentabilidad para el turismo. Estos últimos se presentan en sistemas que han sido diseñados por instituciones tales como la SECTUR y la OMT.

El segundo capítulo presenta la metodología. Ésta se inició con la selección de indicadores relevantes al lugar de investigación, con base en los cuales se elaboraron dos instrumentos de evaluación, uno en base al método de

escalamiento Likert y el otro en base a la técnica de Fotoelicitación, con los cuales se pudo conocer la perspectiva de los diferentes actores de la región (población, comerciantes y visitantes) sobre los indicadores seleccionados.

En el capítulo tres se presentan algunas generalidades de la delegación Xochimilco, espacio geográfico de esta investigación, desde su ubicación, flora y fauna hasta su entorno social y económico. A continuación se caracteriza la actividad turística de la región del Pueblo de Nativitas, que provee el contexto para el desarrollo de esta investigación.

En el cuarto capítulo se exponen los resultados de los datos arrojados por los instrumentos de evaluación. Su análisis se realizó en base al Coeficiente de Correlación y gráficas de valoración, que permitió conocer la perspectiva que tienen, tanto de los visitantes, pobladores y comerciantes sobre los indicadores presentados en los cuestionarios. También se llevó a cabo un Análisis de Discriminantes, que permitió conocer la interpretación dada a los indicadores de acuerdo a sus dimensiones.

Posteriormente se presentan las conclusiones y se elaboran propuestas, que se incluyen en el apartado Propuestas y Sugerencias.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Turismo sustentable

De acuerdo a la OMT (2014), el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crece con mayor rapidez en el mundo. Sin embargo, como lo indica Tarlombani da Silveira (2005: 223), “el crecimiento turístico también puede causar daños en las regiones receptoras, con consecuencias socioculturales y ambientales adversas”.

Como lo menciona Greenpeace México (2013), los daños ambientales provocados por los desarrollos turísticos son muy graves, y dejan altos costos económicos y sociales: falta de infraestructura básica, asentamientos irregulares, falta de redes de drenaje y alcantarillado, plantas de tratamiento de aguas residuales inexistentes o ineficientes, basureros municipales fuera de la legislación, degradación y destrucción de ecosistemas fundamentales –como los manglares en las zonas costeras-, alteración y desaparición del paisaje, entre muchos otros.

Según la Oficina Estadística de las Comunidades Europeas (Eurostat, en línea), “el hecho de que el turismo sea una actividad fuertemente estacionaria tiene un impacto directo sobre el medio ambiente. La estacionalidad tiene repercusiones en la oferta de alojamiento para los turistas, ya que supone a menudo, la concentración de estructuras de alojamiento y crea la obligación de sobredimensionarlas en periodos determinados lo que lleva a un consumo no racional del espacio”. También tiene consecuencias sobre variables medioambientales - consumo de energía, generación de residuos, aprovisionamiento de agua, etc.- la concentración de turistas en lugares determinados que implica la estacionalidad. (CEIN, 2002)

El turismo genera impactos ambientales, que pueden ser positivos o negativos. Dentro de los positivos están el adoptar medidas de mejora y conservación del medio ambiente, y la planificación turística que implique actividades amigables y responsables con el medio ambiente. En lo que se refiere a impactos negativos, algunos ejemplos son la degradación y erosión del suelo, la contaminación del

aire, la contaminación del agua, el deterioro del hábitat, y el agotamiento de mantos acuíferos, entre otros. (Fernandez Vitora, 1993)

Con el propósito de disminuir los impactos negativos generados por el turismo, se iniciaron debates para analizar alternativas de mejora, principalmente en la planificación y gestión de los recursos naturales. Es por eso que se adopta la concepción de desarrollo sustentable para el turismo, con la finalidad de conseguir el bienestar de los turistas, residentes y operadores turísticos en relación con su entorno, pero sin dejar de lado el crecimiento económico que busca el sector en los destinos. (Bramwell & Lane, 1999; Citado en Martínez et. al, 2011)

El turismo sustentable busca un equilibrio entre las actividades turísticas y el medio ambiente, ya que estos se relacionan de forma compleja. A pesar de que el desarrollo del turismo implica actividades que conllevan el crecimiento de la industria hotelera y restaurantera, pudiendo causar efectos ambientales negativos, también se reconoce su importancia como actividad económica.

La sustentabilidad pretende guiar la construcción de un modelo de desarrollo económico que garantice una mejor calidad de vida para la población y la armonía con el medio ambiente para satisfacer las necesidades del presente, sin comprometer las capacidades de las futuras generaciones para satisfacer las propias. (Reboloso & Salcedo , 2007)

En el caso del turismo, la sustentabilidad se pretende lograr con actividades planificadas, donde el crecimiento de las actividades turísticas estén controladas, existan adecuados procesos de zonificación y medidas de capacidad de carga, así como el uso de otras herramientas de evaluación del medio ambiente. Con ayuda de estas medidas, se busca fomentar un turismo que se practique de manera responsable y sustentable. (Tarlombani da Silveira, 2005)

En este contexto se han generado documentos tales como la Agenda 21, que es un programa de acción para hacer frente a los principales desafíos que plantea la problemática ambiental y, en general, el desarrollo sustentable. Es el plan de

acción de las Naciones Unidas aprobado en la Conferencia sobre Medio Ambiente y Desarrollo. (Martínez & Ruiz, 2009)

De acuerdo con la OMT (1995) la Agenda 21 para el turismo es un plan de acción que deberá ser adoptado a escala global, nacional y local por todos los agentes interesados en la actividad turística. Su objetivo principal es establecer dispositivos y procedimientos que lleven a las instituciones gubernamentales, organismos no gubernamentales y representantes del sector de los viajes y turismo a colocar el desarrollo sustentable en el centro de las decisiones políticas y de los procesos de planificación y gestión del turismo. (Tarlombani da Silveira, 2005)

1.2 Indicadores de sustentabilidad para el turismo

Entre las herramientas que la OMT ha desarrollado para evaluar los impactos causados por la actividad turística, están los indicadores de sustentabilidad para el turismo (Tabla 1).

Tabla 1. Indicadores clave para el turismo sustentable

Indicador	Medidas específicas
1. Protección del sitio	Categoría de la protección del sitio según el índice de la UICN.
2. Presión (sobre el sitio)	Número de turistas que visitan el sitio (por año/mes máximo).
3. Intensidad de uso	Intensidad de uso en la alta temporada (persona/hectárea).
4. Impacto Social	Ratio entre turistas y residentes (alta temporada y exceso de tiempo).
5. Control de desarrollo	Existencia de procedimiento de revisión ambiental o controles formales de desarrollo del sitio y densidades de uso.
6. Gestión de desechos	Porcentaje de aguas residuales del sitio receptor del tratamiento (entre otros indicadores adicionales pueden incluirse los límites estructurales de la capacidad infraestructural del sitio, como el suministro del agua)
7. Proceso de planificación	Existencia del plan regional organizado para la región destino turístico (con inclusión de los componentes turísticos).
8. Ecosistemas críticos	Número de especies raras/en peligro de extinción.
9. Satisfacción del turista	Nivel de satisfacción de los visitantes (basado en encuestas).
10. Satisfacción de la población local	Nivel de satisfacción de los residentes (basado en encuestas).
11. Contribución del turismo a la economía local	Proporción de la actividad económica local generada únicamente por el turismo.
Índices compuestos	
A. Capacidad turística	*Medida compuesta de la alarma temprana de factores clave que afectan a la capacidad del sitio para soportar diferentes niveles de turismo.
B. Presión sobre el sitio	*Medida compuesta de los niveles de impacto sobre el sitio (sus atributos naturales y culturales debidas al turismo y otras presiones acumulativas del sector)
C. Atracción	*Evaluación cuantitativa de los atributos del sitio que lo hacen atractivo para el turismo y que pueden cambiar con el tiempo.

Fuente: OMT (1997)

A nivel nacional, a través de la aplicación de la Agenda 21 por parte de la SECTUR, se implementó un sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo en México. El objetivo de este sistema es hacer un diagnóstico con base en la opinión e información proporcionada por los diversos actores locales, que permita medir y monitorear las condiciones de cada destino, y que sirva de soporte para la adecuada toma de decisiones. (Martínez & Ruiz, 2009)

Según García y Guerrero (2006), un indicador proporciona información sobre el estado de la relación sociedad-naturaleza y permite articular los objetivos de la sustentabilidad. Al mismo tiempo, es un dispositivo en los procesos de formulación de políticas ambientales, que permite resumir datos para facilitar la comunicación sobre la calidad del medio ambiente y sus problemas. (Escobar Jaramillo, 2006)

Los indicadores son una herramienta formulada en un contexto único e irrepetible a nivel social, administrativo y territorial; representan variables llenas de significado que reflejan un interés social por el ambiente, y pueden significar un gran peso para la toma de decisiones y la evaluación del medio ambiente. Además, pueden ser utilizados a nivel internacional, nacional y local, con el objetivo de conocer el estado ambiental, medidas de desempeño, y reportes del progreso de acciones para un desarrollo sustentable. Sin embargo, deben ser interpretados en el contexto de aplicación para que adquieran su mejor significado. (Polanco, 2006)

Las principales funciones de los indicadores son:

- Reducir la cantidad de medidas y parámetros requeridos para dar una presentación exacta de una situación dada. Como consecuencia, el tamaño de un indicador dado y su nivel de detalle necesitan ser limitados.
- Simplificar los procesos de comunicación de resultados a usuarios, pero al simplificarlos y adaptarlos a las necesidades de los usuarios, los indicadores no siempre pueden reunir las demandas de los científicos para demostrar las causas de sus problemas. (Polanco, 2006)

La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OECD, 2003) propone tres criterios, con sus respectivos objetivos, para la selección de indicadores:

a. Pertinencia política y utilidad para los usuarios:

- Proveer una imagen representativa de las condiciones ambientales, de sus presiones o respuestas de la sociedad.
- Ser simple, fácil de interpretar y permitir mostrar las tendencias en el tiempo.
- Ser sensible a cambios en el ambiente relacionados con actividades humanas.
- Servir como referencia para comparaciones internacionales.
- Ser de alcance nacional o aplicable hacia aspectos ambientales regionales de interés.
- Tener un umbral o valor de referencia contra el cual puede ser comparado.

b. Solidez analítica

- Estar bien fundamentado, desde el punto de vista técnico y científico.
- Estar basado sobre estándares internacionales y por consensos internacionales.
- Ser versátil y poderse asociar con modelos económicos o sistemas de información y de predicción.

c. Mensurable: Los datos requeridos que soportan el indicador deberían:

- Estar disponibles en la actualidad o poderse obtener con una relación costo/beneficio razonable.
- Estar acompañados de documentación adecuada e informar sobre su validez o representatividad.

- Ser actualizados en intervalos regulares conforme a procedimientos conocidos.

De acuerdo a Escobar Jaramillo (2004; citado en Escobar Jaramillo 2006: 77), “los criterios empleados para la selección de indicadores coinciden en que el primer filtro lo constituye la definición de componentes, temas o áreas de interés de acuerdo al modelo de análisis seleccionado, ya sea basado en el enfoque de desarrollo sustentable o la ciudad como ecosistema urbano”.

Escobar Jaramillo (2006) menciona que aunado a la selección de indicadores por la interpretación que el científico y la sociedad hagan de una realidad de por sí compleja, la selección depende también de la disponibilidad de la información en un marco analítico que la demuestre de la mejor manera posible.

En lo que se refiere al contexto mexicano, la SECTUR (2003) integra el siguiente proceso para establecer el modelo de sistema de indicadores de sustentabilidad:

1. Análisis de propuestas de indicadores elaboradas por organizaciones nacionales e internacionales.
2. Programa de formulación de indicadores para el turismo en diferentes destinos tipo con la participación de expertos y actores locales.
3. Análisis de viabilidad de indicadores desarrollados.
4. Diseño del modelo, considerando el establecimiento de límites, escalas y criterios de ponderación.
5. Articular un modelo participativo que fomente la aportación de los actores locales y que propicie acuerdos de concertación para su aplicación.
6. Seguimiento permanente

Dicho modelo permite evaluar periódicamente la sustentabilidad del desarrollo turístico en los destinos mexicanos y no se limita únicamente a variables ambientales. (Martínez & Ruiz, 2009)

En la Tabla 3 se presentan los temas que integra el Sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo en México, los cuales demuestran las expectativas

y retos que se plantean en el corto y mediano plazo para desarrollar fortalezas como destinos turísticos.

Tabla 2. Temas del sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo

Tema	Objetivo
Medio Ambiente	Promover el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales
	Conservar el funcionamiento de los sistemas ecológicos
	Proteger y conservar los recursos naturales
	Evaluar la interacción entre la actividad turística y urbana del destino y el medio natural (consumo de recursos y disposición de residuos)
Entorno Socioeconómico	Dimensionar los beneficios que se generan en el destino, a fin de mejorar la calidad de vida de la población.
	Evaluar el impacto generado por la actividad turística en la preservación de los valores y costumbres culturales de las comunidades locales
Turismo	Conocer el perfil del visitante y su relación con la sustentabilidad
	Dimensionar el grado en que los establecimientos turísticos responden al desarrollo sustentable
	Promover la conservación del atractivo turístico natural y cultural
Desarrollo urbano	Evaluar el grado de desarrollo urbano (infraestructura, equipamiento y vivienda de la población)
	Identificar procesos de planificación que permitan un desarrollo territorial ordenado en lo ambiental, turístico y urbano

Fuente: Martínez & Ruiz, 2009; basado en SECTUR, 2006.

La evaluación de los indicadores de SECTUR está basada en una técnica de semáforo, donde verde significa que el indicador está en mejores condiciones que los parámetros, lo que se evalúa como una condición favorable; el color Amarillo describe que el indicador se encuentra en buenas condiciones, pero a fin de no descuidarlo, se maneja como una atención preventiva; y por último el Rojo refleja

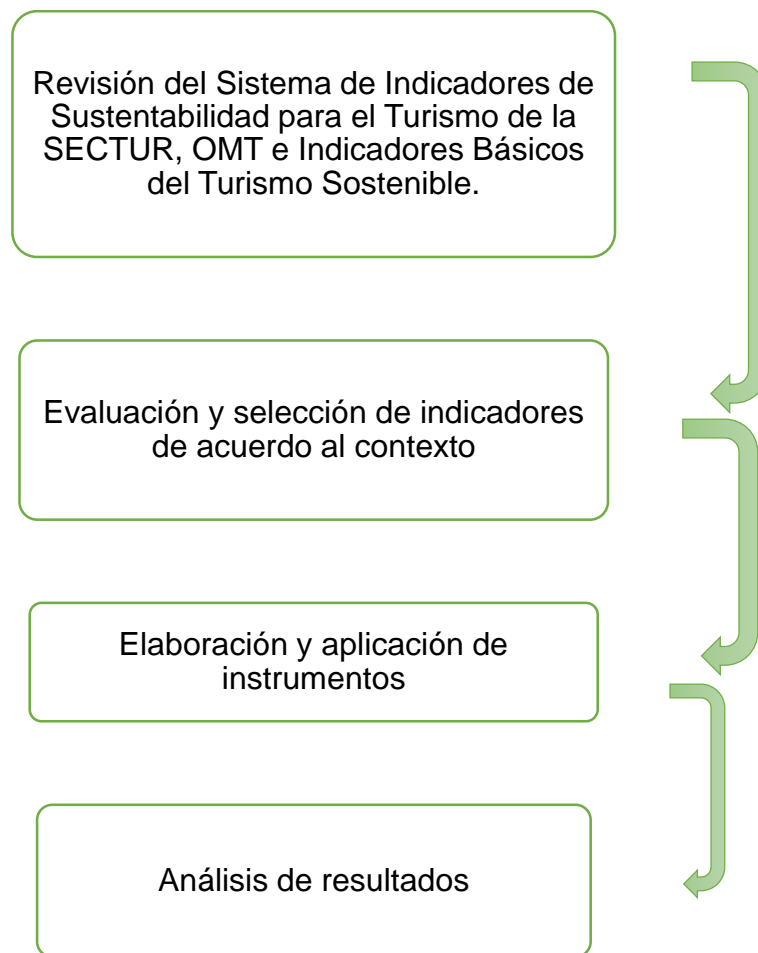
que el indicador presenta alguna problemática o área de oportunidad y se asocia con una atención prioritaria. (Martínez & Ruiz 2009)

En resumen, los indicadores son una herramienta que ayudan a hacer un análisis sobre la situación en la que se encuentran los recursos naturales, de igual forma se da a conocer una perspectiva de como el turismo afecta en gran medida a los destinos turísticos y su entorno natural.

CAPÍTULO II
METODOLOGÍA

Para el diseño de la metodología se revisaron los indicadores propuestos por la OMT, la SECTUR e Indicadores Básicos del Turismo Sustentable que plantea la Guía Práctica de los indicadores de desarrollo sustentable para los destinos turísticos. Se utilizaron como método la Escala Likert (Hernández Sampieri, et al., 2006) y la técnica de Fotoelicitación (Harper, 2002) para medir la importancia de los Indicadores Sustentables para el Turismo para finalmente percibir la perspectiva que tienen los visitantes, comerciantes y la población sobre los indicadores.

Figura 1. Diseño metodológico



Fuente: Elaboración propia.

Para llevar a cabo la investigación sobre la perspectiva que tienen población, visitantes y comerciantes, sobre la importancia de los indicadores de

sustentabilidad del turismo, se realizó en primera instancia una revisión de tres sistemas de indicadores: dos propuestos por la SECTUR y uno por la OMT. Esta revisión permitió identificar los indicadores más adecuados de acuerdo al contexto en la región de Nativitas, Xochimilco.




En el sistema de indicadores de sustentabilidad de la SECTUR se manejan cinco temáticas de indicadores básicos que son: medio ambiente, entorno socio-económico, oferta y demanda turística, cultura local y desarrollo urbano (SECTUR, 2003). Los indicadores que maneja la OMT, están conformados en una lista de 11 indicadores clave y los indicadores de destinos específicos, divididos en dos partes: indicadores de gestión de ecosistemas específicos y de sitios específicos. (OMT, 1997). La Guía Práctica de Indicadores de la SECTUR (2005), se conforma de una lista de 11 cuestiones y 29 indicadores básicos del turismo sustentable.

Los indicadores de las diferentes fuentes fueron comparados y seleccionados, conformando una lista de indicadores con sus variables. Dicha selección se basó en los siguientes criterios: cumplen con los parámetros de la evaluación del turismo sustentable, están acorde al contexto que se presenta en la región de Nativitas Xochimilco y su facilidad de ser identificados y obtener información de estos. Una vez analizados y evaluados los indicadores y variables de cada uno de los sistemas, y habiendo obtenido una sola lista, se realizó una clasificación de ellos de acuerdo a tres dimensiones: ambiental, económica y sociocultural (Tabla 4).

Tabla 3. Indicadores de sustentabilidad para el turismo seleccionados

Dimensión	Indicador	Foto
Ambiental	1.- Cantidad de residuos esparcidos en la vía publica	
Ambiental	2.- Aumento o disminución de la vida silvestre	
Ambiental	3.- Calidad en cuerpos de agua con fines de actividad turística	

<p style="text-align: center;">Económica</p>	<p>4.- Ingresos generados por el turismo</p>	
<p style="text-align: center;">Económica</p>	<p>5.- Contribución del turismo a la economía local</p>	
<p style="text-align: center;">Económica</p>	<p>6.- Empleos locales creados por el turismo</p>	

<p style="text-align: center;">Sociocultural</p>	<p>7.- Nivel de satisfacción de los turistas</p>	
<p style="text-align: center;">Sociocultural</p>	<p>8.- Preservación de artesanías locales</p>	
<p style="text-align: center;">Sociocultural</p>	<p>9.- Percepción de la seguridad en el destino</p>	

Fuente: elaboración propia con información de la SECTUR y OMT.

Una vez seleccionados los indicadores, se procedió a la elaboración de dos instrumentos, uno con base en Escala Likert y otro utilizando la Fotoelicitación. La Escala Likert es un método de escalamiento, el cual fue desarrollado por Rensis Likert a principios de 1930; este consiste en un conjunto de ítems, presentado en formas de afirmaciones o juicios ante los cuales se mide la reacción de los sujetos y se mide de acuerdo al valor numérico que se le asigne a cada afirmación. (Hernández Sampieri et. al., 2006)

A su vez, la técnica de Fotoelicitación consiste en presentarle imágenes a los sujetos entrevistados a fin de revelar emociones, producir explosiones psicológicas y gatillar declaraciones de valor que de otro modo serían imposibles de obtener. Las imágenes utilizadas son previamente producidas por el investigador o por el entrevistado, y cumplen el rol de mediar la relación entre ambos. (Pink, 2001; Citado en Faccioli & Losacco, 2006)

El instrumento en base al método de Escala Likert fue conformado por nueve ítems, uno por cada indicador seleccionado. Teniendo como cinco puntos de escala la siguiente lista: 5) Muy importante, 4) Importante, 3) No tengo opinión, 2) Poco importante, 1) Sin importancia. Los mismos nueve indicadores fueron utilizados en la Fotoelicitación, produciendo una imagen para cada indicador, como se aprecia en la Tabla 4.

Los instrumentos se aplicaron a tres grupos: visitantes, población y comerciantes. Para la aplicación, la región de Nativitas se dividió en 4 zonas; la zona 1 perteneciente a los embarcaderos, el mercado de artesanías y chinampas habitadas; la zona 2 corresponde al Bosque de Nativitas, parte del mercado de Madreselva y una pequeña parte de la población; la zona 3 pertenece a la plaza cívica y población; y por último en la zona 4 se encuentra la gran mayoría de la población.

La aplicación de los instrumentos a los visitantes se basó en un muestreo no probabilístico, al azar, por intención. Se escogieron dos días entre semana, lunes y martes, que son los días de menos afluencia turística; y un fin de semana en

periodo ordinario, días con mayor afluencia turística, con un horario de 13:00 a 14:00 y 15:00 a 16:00, aplicándose al mayor número de personas posible en estos horarios; y en el fin de semana, días de más afluencia turística, se aplicaron los instrumentos en el mismo horario. Las encuestas se aplicaron en los embarcaderos y en el Bosque de Nativitas.

Las encuestas aplicadas a los comerciantes se realizaron con base en un muestreo no probabilístico, quedando de la siguiente manera: se aplicaron en las zonas 1 y 2, en el mercado de artesanías y en una parte del mercado de plantas Madreselva, aplicando las encuestas cada 5 negocios, sin necesidad de aplicarlas en días específicos, solo en horas hábiles, en un horario aproximado de 11:00 a 19:00 horas.

Para el caso de la población, las encuestas se aplicaron con base en un muestreo no probabilístico, de la siguiente manera: en la zona 1, en la parte de las chinampas que están habitadas, los instrumentos se aplicaron cada 5 casas, por ser una zona pequeña poblada, en la zona 2 a la población ubicada al Este del Bosque de Nativitas, de igual forma aplicando encuestas cada 5 casas, y en las zonas 3 y 4, que son zonas residenciales, se aplicaron cada 10 casas, sin importar los días, solo en horas accesibles para todas las zonas.

Una vez obtenidos los resultados, se procedió a calcular el Alpha de Cron Bach (Quero Virla, 2010) para Escala Likert y Fotoelicitación, con la finalidad de conocer la fiabilidad y error de medición del instrumento.

También se calculó el Coeficiente de Correlación (Camacho, 2007) para cada una de las técnicas, con el objetivo de identificar los indicadores con mayor y menor relevancia para cada actor, además de ver la covarianza lineal, y con esto analizar cómo fueron interpretados los indicadores por los diferentes actores entrevistados. Tomando en cuenta que los indicadores más relevantes serán a partir de un valor arriba de .75, los regulares se consideran aquellos con un valor de entre .74 a .26, y los menos relevantes, los que obtengan un valor máximo de .25. Dichos

resultados se plasmaron en tablas dentro del capítulo 4, promediando los resultados de Escala Likert y Fotoelicitación para generalizar la importancia.

Se elaboraron gráficas para la valoración de los indicadores, en cada uno de los diferentes actores, determinando así el nivel de importancia dado a cada uno de los indicadores por grupo de actor.

Finalmente, se llevó a cabo un Análisis de Discriminantes (De la Fuente Fernández, 2011), con la finalidad de encontrar la combinación lineal de las variables independientes que mejor permita diferenciar a los grupos y clasificar nuevos casos, lo cual permitió conocer cómo interpretaron los actores a los indicadores de acuerdo a sus dimensiones; es decir, si los actores interpretaron a los indicadores en otra dimensión, llámese dimensión ambiental, económica o sociocultural. Para esto, se realizó una tabla dentro del capítulo 4, donde se presentan los movimientos de dimensión por cada indicador, comparando los cambios entre Escala Likert y Fotoelicitación, tomando en cuenta en que a cada dimensión de indicadores se les enumeró de la siguiente manera: ambiental=1, económica=2, y sociocultural=3.

A través de estos análisis se pudo determinar la importancia que se le da a los indicadores de sustentabilidad para el turismo, por parte de los pobladores, comerciantes y visitantes de la región de Nativitas, Xochimilco, y finalmente con esto conocer la perspectiva que tienen los diferentes actores con respecto a la actividad turística que se desarrolla en el área.

CAPÍTULO III

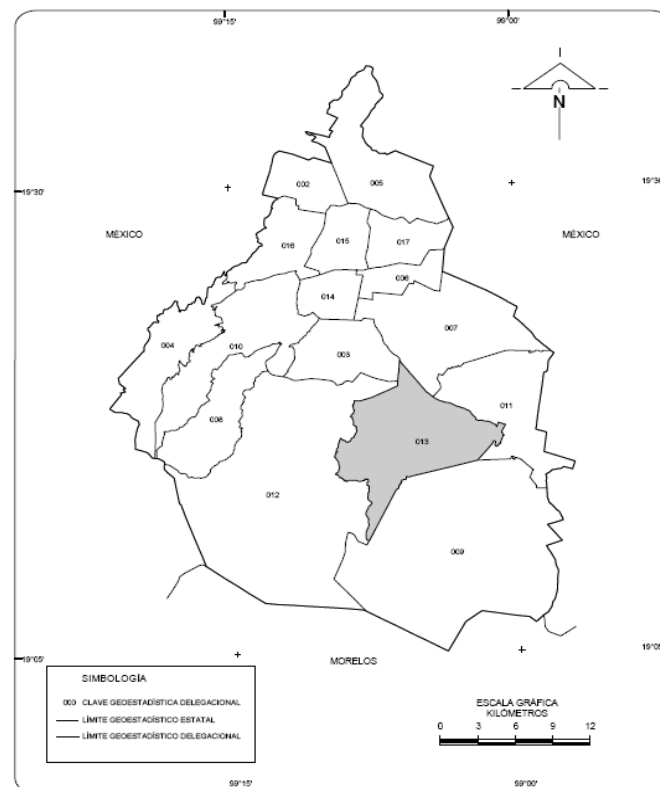
MARCO CONTEXTUAL

Este capítulo describe a Xochimilco, y en particular a la región de Nativitas, considerando los entornos geográfico, social y económico. La última sección del capítulo caracteriza la actividad turística de Santa María Nativitas, la cual provee el contexto de este trabajo. En este capítulo se observa que el tema del agua no es sólo ambiental, sino que también está presente en los ámbitos social y económico de la población.

3.1 Entorno geográfico

La delegación Xochimilco se encuentra ubicada al sureste del Distrito Federal, a una altura de 2,240 metros sobre el nivel del mar. Su extensión territorial comprende 125.17 km. Colinda al Norte con las delegaciones Coyoacán e Iztapalapa, al Sur con Milpa Alta y al oeste con Tlalpan (Dirección de Turismo de Xochimilco, 2009).

Figura 2. Ubicación de la Delegación Xochimilco



Fuente: Cuaderno Estadístico Delegacional de Xochimilco, 2005; Citado en INEGI Marco Geo estadístico 2000

La palabra Xochimilco proviene del vocablo náhuatl que significa “lugar sobre el sembradío de las flores”, está conformado de los vocablos Xóchitl- flor, milli-sembradío y co- locativo del lugar dando como origen “lugar donde se siembran flores”, sin embargo se traduce coloquialmente como “sementera de flores”. (Dirección de Turismo de Xochimilco, 2009)

Desde la época prehispánica, se podían encontrar en el territorio de Xochimilco numerosos manantiales de agua potable que abastecían a la población local y a gran parte del Distrito Federal. Actualmente los manantiales están agotados, y son contados los escurrimientos de agua (Flores, 2011). “La importancia hidrológica de Xochimilco la componen los canales que limitan a las chinampas y las componen entre sí. Los principales canales son: Cuemanco, Apatlaco, Nacional, el Bordo, Japón y canal de Chalco. (Dirección de Turismo de Xochimilco, 2009)

La cuenca de Xochimilco está conformada por varias corrientes como son: los Ríos San Buenaventura, Santiago, San Lucas y San Gregorio, así como numerosas y pequeñas corrientes que bajan a Nativitas, San Luis Tlaxialtemalco, Tulyehualco, Iztapalapa y Tláhuac. (INAFED, 1999)

“Dentro de los humedales en la zona lacustre, sobresalen por sus dimensiones las “Chinampas” y su red de canales, que a pesar de la gran importancia productiva y su fragilidad ecológica, es en años recientes que se ha tomado en cuenta la relevancia que tienen como unidades de producción agrícola”. (INAFED, 1999)

Con la drástica disminución de agua en los canales, y el deterioro ecológico de la zona lacustre, Xochimilco es un lugar donde es primordial encontrar un equilibrio entre el crecimiento económico y el medio ambiente (Flores, 2011). A pesar de la extracción de agua, los canales y sus chinampas continúan siendo un atractivo para visitantes no solo del Distrito Federal sino de México y de otros países.

En lo que respecta a flora y fauna, la vegetación de Xochimilco se encuentra conformada principalmente por los ahuejotes, típicos de la región que son los encargados de fijar las chinampas al fondo del lago, por lo que únicamente se encuentran en las orillas de las chinampas. Otras especies de árboles que se

pueden encontrar comúnmente a orillas de los canales son árboles de casuarina, sauce llorón, los alcanfores, ailes y eucaliptos. Mientras que en la superficie de los canales se pueden encontrar lirios de agua, ninfas mejor conocidas como el “ombligo de Venus”, lentejilla y chichicastle. También es importante mencionar que la delegación Xochimilco, desde tiempos remotos, principalmente en las zonas chinamperas, es uno de los productores de flores y hortalizas más importante de la Ciudad de México. Cabe mencionar que Xochimilco también cuenta con zonas boscosas, donde se pueden encontrar pinos, ocotes, madroños, cedro, ahuejote y tepozán (Garzón Lozano, 2002)

La fauna de Xochimilco en su tiempo fue muy abundante, se podían avistar desde animales terrestres, acuáticos e infinidad de aves. En sus bosques se podía encontrar coyotes, ardillas, tlacuaches, armadillos, conejos, tigrillos, venados, tepexcuincles, puma de montaña y gato montés, de los cuales la mayoría ya han desaparecido de esta región. En estos tiempos ahora solo se pueden encontrar tejones, zorrillos, tuzas, ardillas, conejos, ratones de campo, lagartijas, víboras de cascabel, escorpiones, etc., sin embargo la mayoría de estas especies ya no son abundantes. (Dirección de Turismo, 2009; Garzón Lozano, 2002)

En el lago se podían pescar carpas y truchas; y se podían encontrar tortugas, almejas, acociles, los ajolotes (endémicos de esta región y en grave peligro de extinción); sin embargo ahora solo se encuentran la carpa parda, roja, plateada, pinta, israelita, apeto, michipeto y el ajolote, especie de gran importancia para Xochimilco por ser endémica de la región y solo se encuentra en cautiverio y en algunas pequeñas zonas en las que no hay mucha actividad humana. (Garzón Lozano, 2002: 20 y 21)

Entre las aves se pueden avistar desde aves migratorias, como las gallinas de agua, las agachonas, los patos silvestres y faisanes, que de acuerdo a los comentarios de algunos pobladores a estos últimos ya no se les ha visto desde hace mucho. Otras especies de aves que se encuentran en esta área son garza blanca, gris y plateada, gallaretas, perros de agua, gaviotas, pelicanos, búhos,

lechuzas, halcones, aguililla, cenzontle, huitlacoche, gorriones, calandria, entre otros. (Herrada, 2012)

Como puede observarse, Garzón Lozano (2002) evidencia que la flora y fauna de esta región lacustre de Xochimilco ha ido disminuyendo drásticamente. El desequilibrio ecológico que esto provoca afecta al sistema de canales y a las actividades económicas que se derivan del aprovechamiento de éstos, incluyendo el turismo.

3.2 Entorno Social

Los niveles de crecimiento poblacional de Xochimilco son paralelos a los de la Ciudad de México a lo largo de la segunda mitad del siglo XX. De los casi 50,000 habitantes que tenía en 1950, en el año 2000 alcanzaba los 370,000 habitantes (Garzón Lozano, 2002). Para el año 2010, de acuerdo a las estadísticas de INEGI (2010) la delegación Xochimilco tenía una población total de 415,007 habitantes.

A pesar del crecimiento, la vida se desarrolla aun de manera tradicional, con la delegación ordenada en viejos pueblos y barrios cuyas casas no rebasan los dos niveles. El cambio se ha visto, por ejemplo, en el aumento del número de viviendas habitadas que tienen servicios de agua entubada, drenaje y energía eléctrica (Garzón Lozano, 2002).

El agua ha sido un aspecto social importante, puesto que la vida de los habitantes se ha desarrolla en torno a ésta. Esto se debe a que gran parte de la población dependía en gran medida de los canales y chinampas, al ser la agricultura su principal fuente económica, utilizaban agua de los canales para el riego de sus cosechas. Vinculado a la expansión urbana, el movimiento migratorio hacia la delegación, generó problemas para la población autóctona, tales como la especulación del suelo agrícola, la contaminación de los canales, el deterioro de los recursos de producción, y falta de empleo, entre otros.

Por lo tanto, el problema del agotamiento de los mantos acuíferos, y la contaminación de los mismos por el crecimiento de la mancha urbana sigue

presente y amenazante para el medio ambiente de la delegación y “para enfrentar esta situación, se ha tenido que atender tanto a los problemas de obtención de agua como a los relativos al drenaje y la evacuación de aguas negras”. (Garzón Lozano, 2002: 34)

En cuanto al sistema de drenaje, Xochimilco cuenta con cobertura del 89% en el servicio del drenaje, integrado en un sistema conformado por dos clases de colectores, uno de tipo combinado y otro de agua pluvial con descarga a los canales de la zona chinampera de los pueblos de Santa María Nativitas, San Gregorio Atlapulco y San Luis Tlaxialtemalco. En el caso de las colonias que carecen de drenaje desechan las aguas negras directamente a arroyos, barrancas y cañadas o bien en el mejor de los casos, utilizan fosas sépticas que no cuentan con pozos de absorción técnicamente diseñados. (Garzón Lozano, 2002)

La cuestión de los desechos en los canales se está convirtiendo en un riesgo para la sociedad, pues el drenaje que es desechado a los canales puede proliferar enfermedades diarreicas y ponen en peligro la salud, no solo de los que interactúan con los canales contaminados, sino también de quienes consumen las hortalizas cosechadas en las chinampas, las cuales en su mayoría son regadas con aguas contaminadas por el drenaje.

3.3 Entorno Económico

En Xochimilco un 40.1% de la población se dedican al comercio, mientras que un 22.3 % se dedican a las industrias manufactureras y un 6.7% de la población se dedica a los servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, por mencionar las actividades económicas más sobresalientes. (INEGI, 2008)

De acuerdo a esta información, la actividad turística es un aspecto importante para la economía; cabe mencionar que el INEGI (2012) tiene registrado que la delegación cuenta con un total de seis establecimientos de hospedaje, un total de 15 establecimientos de preparación y servicio de alimentos y bebidas con categoría turística, entre otros puestos de comida ubicados en cada una de las

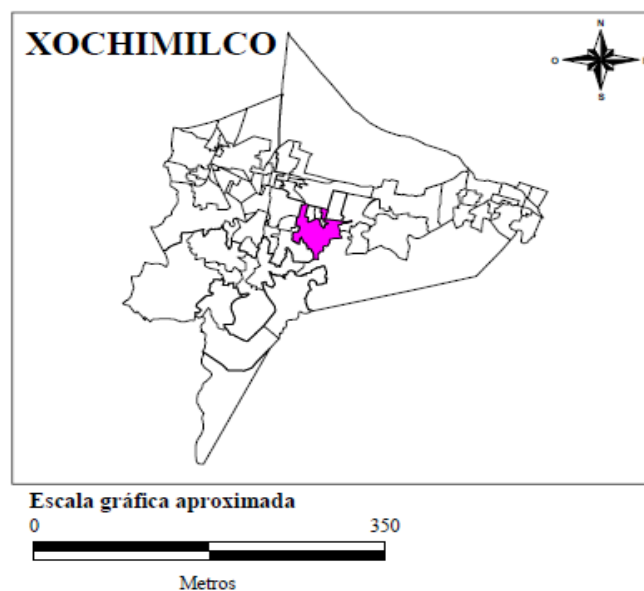
zonas de los embarcaderos. También se cuenta con ocho módulos de información turística, uno en cada uno de los siete embarcaderos, y el octavo en el centro de Xochimilco (Tabla 5). INCLUIR MENCIÓN DEL COMERCIO

3.4 Santa María Nativitas como Atractivo Turístico de Xochimilco

El origen del pueblo de Santa María Nativitas es prehispánico, cuando fue fundado por mandato del primer señor Xochimilca, Acatonali, quien estuvo en el poder del mando durante 23 años, aportando grandes conocimientos a su pueblo, como es la invención de las chinampas. (Manuscrito proporcionado por la Dirección de Turismo)

El nombre de Nativitas viene de la creencia de “El nacimiento de Jesús”, es decir la Naturalidad o la Natividad, por lo que actualmente se conoce como “Santa María Nativitas Zacapa”. El pueblo se ubica al sureste del centro de Xochimilco y sus límites son: al Norte con Caltongo; al Sur con San Lorenzo Atemoaya; al Este con Santa Cecilia; y al Oeste con Xaltocan (Figura 3). (Manuscrito proporcionado por la Dirección de Turismo)

Figura 3. Ubicación de Santa María Nativitas



Fuente: Jefatura de Gobierno del Distrito Federal (2003)

De acuerdo al Coordinación de Planeación del Desarrollo Territorial (2003) en su Programa Integrado Territorial Para el Desarrollo Social, menciona que la población estimada de Santa María Nativitas Xochimilco para el año 2003 era de 15,490 habitantes.

3.4.1 Caracterización de la actividad turística en Xochimilco y Santa María Nativitas

Caraballo (2006) menciona que la imagen de Xochimilco como destino turístico fue plasmada en el mural realizado por Miguel Covarrubias, en 1937, para el Hotel Ritz, uno de los lugares de alojamiento de los visitantes internacionales que llegaban a la Ciudad de México. En esa época, Xochimilco se encontraba en su época de apogeo, rodeado de naturaleza, donde realmente se le podía ver como “Sementera de flores”.

Hoy en día, la ruralidad de la zona ha desaparecido. La zona lacustre, los canales y chinampas se encuentran perdidos entre vialidades urbanas y zonas residenciales latentes a seguir creciendo más y más. Los canales se han reducido por el crecimiento de la mancha urbana;

En Xochimilco la actividad turística ha retomado gran importancia, al ser este uno de los destinos más visitados de la Ciudad de México a nivel nacional e internacional. En los establecimientos de hospedaje se registraron un total de 110,669 turistas en el año 2010, que en comparación con el 2001 solo se registraron 49, 697 turistas hospedados (INEGI 2010). El crecimiento en número de visitantes ha traído impactos, puesto que con el paso del tiempo se han multiplicado las trajineras, los vendedores de alimentos, los músicos, y los vendedores de flores y artesanías en sus pequeñas canoas. Ahora es posible ver en los canales una congestión lacustre de canoas, tal como el tráfico urbano que se genera en la ciudad. (Caraballo, 2006)

Pese a los problemas actuales que encara Xochimilco, de acuerdo a Ciro Caraballo (2006), el número de visitantes es significativo: un millón doscientos mil visitas anuales contando turistas y recreacionistas. Con base en una encuesta

realizada en el 2005 por la Dirección de Turismo de Xochimilco se puede apreciar que el 65% de los visitantes prefieren visitar los canales y chinampas. Mientras que un 14% tiene como destino principal el mercado de plantas, y un 13% el parque ecológico, y finalmente solo un 3% solo visita el Museo Dolores Olmedo, en especial turistas extranjeros.

En lo que respecta al origen de los visitantes, “el 65% proviene de la Ciudad de México y un 21% del Estado de México. Casi las dos terceras partes del gasto corresponden a la compra de alimentos y bebidas, seguido del pago de transporte, en especial el paseo en trajinera, compras de plantas, flores y artesanías”. (Dirección de Turismo de Xochimilco, 2005; Citado en Caraballo, 2006)

Uno de los problemas que afronta Xochimilco como destino turístico, tal como lo expone Caraballo, es que la oferta hotelera es pobre y además con baja calidad, lo que ocasiona que el turista este solo unas pocas horas en el lugar y no pernocte, y entonces los recursos que deja el turismo al alojamiento y alimentación son escasos.

En la delegación, existen 11 embarcaderos en diferentes áreas que albergan el turismo. Éstos son: Nuevo Nativitas, Zacapa, Las Flores, Fernando Celada, Caltongo, San Cristóbal, Belem, Belem de las Flores, Salitre, Cuemanco y Puente de Urrutia (Figura 5).

Figura 4. Mapa turístico de Xochimilco



Fuente: Mapa digital proporcionado por la Dirección de Turismo de Xochimilco

De estos embarcaderos los tres más visitados se encuentran en Santa María Nativitas, estos son: Nuevo Nativitas, Zacapa y Las Flores (correspondientes a los números 8, 9 y 10 de la Figura 5). De acuerdo con la Dirección de Turismo de Xochimilco (2014), en el año 2013 esta área recibió una afluencia turística estimada de 1,270,515 visitantes en total, de los cuales 25,937 fueron extranjeros, de provincia se registró una afluencia de 932,845 visitantes y del D.F. se registraron 311,733 visitantes.

Aunque no existe un estudio sobre el perfil de los turistas que visitan los tres embarcaderos de Nativitas, la Arqueóloga Teresa Herrera Ortiz y la Licenciada Vianey Alquicira Ibarra, pertenecientes a la Jefatura de la unidad departamental de planeación turística, mencionan que los visitantes en fines de semana, en los tres embarcaderos, son en su mayoría familias que visitan el lugar por ocio y recreación, que permanecen solo por unas cuantas horas; debido a la poca oferta

hotelera y a la baja calidad de los establecimientos, los visitantes se desplazan a otros puntos de la Ciudad de México dejando a Xochimilco como un punto intermedio en sus itinerarios de visita.

También se pudo concluir, con ayuda de la arqueóloga y la licenciada, que los días de jueves a domingo se presentan jóvenes de entre 15 y 28 años, los cuales llegan en grandes grupos y llegan a rentar hasta dos trajineras por hasta 4 horas (la gente de Nativitas les da el nombre de “Juniors”). Entre semana, los principales visitantes son personas de la tercera edad que llegan en excursión, desde diferentes delegaciones, que visitan principalmente el mercado de plantas Madreselva, pero también hacen el recorrido en trajineras en cualquiera de los tres embarcaderos de la región.

Según los datos proporcionados por la Dirección de Turismo de Xochimilco (2014) cada embarcadero tiene sus propias trajineras y cada embarcadero forma una asociación de embarcaciones diferente, por ejemplo el embarcadero Nuevo Nativitas, así también llamada su asociación, cuenta con 203 trajineras propias y 19 que pertenecen a asociaciones diferentes, de las cuales no se tiene conocimiento de su ubicación. El embarcadero Zacapa, cuenta con 212 trajineras y el embarcadero Las Flores tiene 66 trajineras, obteniendo un total de 500 trajineras en toda la región de Nativitas.

Cada trajinera tiene una capacidad de 20 personas, y esta capacidad no se puede exceder. El recorrido de una hora tiene un precio al público en general de \$350 por trajinera, tarifa oficial establecida en todos los embarcaderos de Xochimilco. En cada uno de los embarcaderos, existen diferentes recorridos en trajineras que dependen del tiempo que estén dispuestos a pagar los visitantes, y del embarcadero de donde salen las trajineras.

El señor Antonio Flores, uno de los integrantes de las flota de embarcaciones de Zacapa, comenta que solo se ofrecen los recorridos de una hora, que se hacen en las inmediaciones de la zona, o bien a los embarcaderos cercanos, como son: el embarcadero Caltongo, San Cristóbal y Belem de las Flores, o incluso a los

ajolotarios ubicados en Caltongo o bien a los diferentes invernaderos que se encuentran en las chinampas, pero también se hacen recorridos como es la visita a la Isla de las muñecas con una duración de 5 a 6 horas el recorrido en viaje redondo.

Las trajineras no ofrecen servicio de alimentos y bebidas o de grupos de música, pero estos servicios pueden ser contratados de manera independiente por los visitantes. Estos prestadores de servicio se encuentran en sus respectivas canoas, ofreciendo alimentos y bebidas, artesanías, antojitos mexicanos, flores y plantas, o grupos de música como mariachis, tríos, y norteños entre otros.

Figura 5. Embarcadero las Flores, Nativitas



Fuente: Toma propia, embarcadero Las Flores, 23/10/2013

En estos embarcaderos también se llevan a cabo actividades culturales como los recorridos de leyendas. De los embarcaderos salen recorridos hacia una de las

obras de teatro más importantes de Xochimilco, la Leyenda de la Llorona que se desarrolla en el embarcadero Cuemanco. Estas actividades culturales tienen lugar durante los meses de Octubre y Noviembre, y representan un atractivo turístico muy importante para los embarcaderos.

Otro evento en el que participan estos embarcaderos es “La Flor más Bella del Ejido”, tradición que se lleva a cabo desde 1955 en los viernes de Dolores entre el 13 de Marzo y 16 de Abril. Es una fiesta dedicada a Tláloc, Xochipilli, Xochiquetzalli y otros dioses. Como parte de esta fiesta se hace un concurso de belleza de mujeres Xochimilcas denominado la India Bonita, para dar realce a la mujer con características indígenas. En el marco de este evento, en el embarcadero Nuevo Nativitas se realiza el Concurso de Canoa Alegórica, donde participan todos los embarcaderos de Xochimilco, en el cual se adornan las trajineras con flores naturales, con el fin de preservar y resaltar la belleza de los adornos tradicionales de las trajineras. Las concursantes de la Flor más Bellas del Ejido suben a estas trajineras para darle realce al evento. (Coordinación de comunicación social de la delegación Xochimilco, 2013)

La zona turística de los embarcaderos también incluye un mercado de artesanías, donde las principales artesanías que se venden son artículos de madera como las trajineras miniaturas, artesanía representativa, no solo de Nativitas sino de Xochimilco, así como las tradicionales muñecas Xochimilcas de tela. Otros productos que se ofertan en este mercado son la platería, los textiles de lana, los tradicionales dulces cristalizados, ropa a base de bordados tradicionales, además artesanías de barro, cerámica, papel mache, cobre, cestería y réplicas de piezas arqueológicas, cabe mencionar que las artesanías también son vendidas en los canales por artesanos que las llevan en canoas.

En la zona del mercado de artesanías, también se encuentran establecimientos de comida tradicional mexicana, además del restaurante más significativo de Xochimilco “Los Manantiales”, el cual fue construido en el año 1957 por el arquitecto Félix Candela, cuyo diseño consiste en la integración del restaurante con los jardines flotantes (chinampas), a modo de un objeto flotante asimilando

una flor de loto que se encuentra flotante en los manantiales existentes en esa época. Hoy en día, el restaurante es utilizado solo para eventos públicos y privados, sin embargo su arquitectura semejante al de una flor de loto lo hace una de las estructuras arquitectónicas reconocidas de Nativitas y Xochimilco (Duque, 2011).

Figura 6. Artesanías de Nativitas



Fuente: Toma propia Nativitas, 26/10/2013

Otro de los atractivos importantes de Nativitas es el Bosque, el cual tiene como principal actividad el paseo a caballo por las inmediaciones del bosque. Los visitantes comen ahí, ya sea en los diferentes establecimientos de comida típica del bosque, o bien por su propia cuenta en los espacios establecidos para comer, los cuales ya tienen adaptadas parrillas, mesas y bancas de concreto.

Figura 7. Bosque Nativitas



Fuente: Toma propia, 19/10/2013

Otro punto de interés para los visitantes es el mercado de Plantas “Madreselva”, que se encuentra junto al Bosque de Nativitas. Este es uno de los mercados de plantas más grandes del Distrito Federal, donde se encuentran una infinidad de plantas, árboles y flores de todos los tipos. Como atractivo también está la ex casa de Bombas, un monumento histórico de principios del siglo XX construida por el Ing. Manuel Marroquín y Rivero en el periodo de 1903 a 1912. Es considerada la primera gran obra de suministro de agua potable de la Ciudad de México. Hoy en día es el Centro Cultural de Xochimilco, pero debido a fallas estructurales se encuentra actualmente en restauración. (Informativo de la delegación Xochimilco, 2013)

CAPÍTULO IV
RESULTADOS

El estudio realizado en la región de Nativitas Xochimilco, ha ayudado a conocer la importancia que los diferentes actores de la región (visitantes, comerciantes y población) les dan a los Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo, de acuerdo a lo presentado por los dos instrumentos utilizados. La importancia de este estudio radica en generar información que ayude al proceso de toma de decisiones, creando propuestas a partir de la perspectiva y participación de los diferentes actores.

Se calculó el Coeficiente de Alpha de Cron Bach para cada instrumento, en este caso el instrumento de Escala Likert obtuvo una consistencia interna de 59%, mientras que el instrumento de Fotoelicitación obtuvo una consistencia interna de 57%, en ambas técnicas el Alpha fue poco razonable al estar por debajo del 70%. Esto indica que la confiabilidad de las preguntas es razonable, pero estas no evalúan adecuadamente la importancia de los indicadores. Sin embargo sí se obtuvo información que ayuda al análisis de la investigación.

A continuación se presentan los resultados del análisis de Coeficiente de Correlación, el análisis de Discriminantes y las gráficas de valoración de los indicadores, para cada uno de los diferentes actores, estos análisis permitieron determinar la importancia otorgada a cada uno los indicadores.

4.1. Población

Cabe mencionar que en la población se obtuvieron un total de 100 encuestas.

Tabla 4. Análisis de Coeficiente de correlación; Población

Indicadores	Dimensión	Escala Likert	Fotoelicitación	Promedio
Contribución del turismo a la economía local	Económica	0.85585	0.776719	0.8162847
Ingresos generados por el turismo	Económica	0.806587	0.794408	0.8004977
Empleos locales creados por el turismo	Económica	0.880465	0.658688	0.7695767
Nivel de satisfacción de los turistas	Sociocultural	0.796736	0.314511	0.5556234
Cantidad de residuos esparcidos en la vía pública	Ambiental	0.389095	0.517096	0.4530954
Percepción de la seguridad en el destino	Sociocultural	0.591305	0.264516	0.4279104
Aumento o disminución de la vida silvestre	Ambiental	0.281759	0.523379	0.4025688
Preservación de artesanías locales	Sociocultural	0.276222	0.491498	0.3838596
Calidad en cuerpos de agua con fines de actividad turística	Ambiental	0.008206	0.343214	0.1757099

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la Tabla 4, los indicadores de la dimensión económica obtuvieron los valores más altos en cuanto a importancia, lo que se pudo comprobar de acuerdo a los comentarios de la población, al aplicarles las encuestas.

Para los encuestados los tres indicadores económicos son muy importantes, ya que parte de la población obtiene su ingreso de la actividad turística. Esto se puede observar al consultar las estadísticas de INEGI (2008) donde un 6.7% de la población se dedica a los servicios de alojamiento temporal y de preparación de

alimentos y bebidas. Este dato no considera el porcentaje de población que se ocupa en servicios como trajineras, renta de caballos y venta de artesanías, entre otros.

En lo que respecta al Análisis de Discriminantes (Tabla 5), se puede observar que dos de los indicadores económicos no presentan cambios de dimensión. Esto implica que los indicadores fueron percibidos como se esperaba.

Tabla 5. Análisis de Discriminantes; Población

Indicadores	Dimensiones	Discriminantes E. Likert	Discriminantes Fotoelicitación	Movimiento
Cantidad de residuos esparcidos en la vía pública	1	1	1	0 de 2
Aumento o disminución de la vida silvestre	1	1	1	0 de 2
Calidad en cuerpos de agua con fines de actividad turística	1	1	1	0 de 2
Ingresos generados por el turismo	2	2	2	0 de 2
Contribución del turismo a la economía local	2	2	2	0 de 2
Empleos locales creados por el turismo	2	3	1	2 de 2
Nivel de satisfacción de los turistas	3	3	1	1 de 2
Preservación de artesanías locales	3	3	2	1 de 2
Percepción de la seguridad en el destino	3	1	3	1 de 2

Fuente: Elaboración propia; Tomando en cuenta que: 1= ambiental; 2= económica; 3= sociocultural. El movimiento tiene solo dos posibilidades.

El indicador *Contribución del turismo a la economía local* se percibe como un indicador importante, como lo menciona el poblador con clave M32MP125 “representa lo que se está ofertando, es fuente de empleo y de ingresos para Xochimilco”. Refiriendo específicamente a las artesanías, el poblador con clave

H30AP182 comenta “las artesanías, es bueno vender y es un beneficio económico para la región”.

El indicador de *Ingresos generados por el turismo* también se mantuvo en su dimensión en la Tabla 5. En este caso la población tiene la misma perspectiva al del indicador anterior, resaltando lo importante que es este ingreso para quienes viven del turismo, por ejemplo el poblador con clave M24AP167 dice “es importante porque de aquí sale el sueldo de muchas personas de la región”.

En sus comentarios, la población se refirió a los precios ofertados en la región, manifestando su desacuerdo debido a que los precios establecidos en las trajineras y comida se perciben caros, limitando el acceso de la población local a estos servicios. En este sentido la persona con clave H30MP122 comenta: “los precios del lugar están muy caros, por eso mucha gente de la región ya no va”. La percepción de algunos encuestados es que tal vez para los visitantes extranjeros sea una cuota justa, por lo que sugieren que se hagan tarifas para visitantes nacionales y extranjeros. En este caso la persona con clave H56MP175 menciona “no debe ser una sola tarifa, deben ser varias para la gente que no tiene posibilidad, además las canoas no utilizan gasolina, la delegación afecta al autorizar esos precios”, en ese mismo sentido el poblador con clave H46MP121 dice “generalmente las personas que visitan el lugar son de recursos medios y bajos y resulta importante mostrarles los costos, pero debería ser un lugar accesible y confiable”.

En cuanto a las tarifas establecidas, se mencionó que no siempre son respetadas, pues a veces en las trajineras se cobran precios más altos, y comentan es un abuso hacia los turistas. Como lo menciona la persona con clave H37AP130: “Es importante publicar los precios para evitar abusos por parte de los prestadores de servicios, ya que muchas veces les suben el precio”.

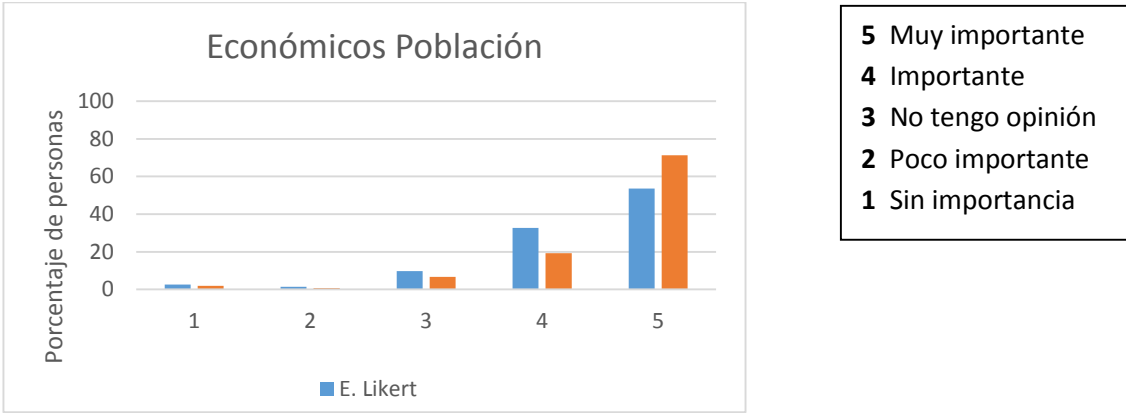
Por otro lado, hubo encuestados que comentaron que los precios son justos y razonables, porque de esa tarifa se sustenta el mantenimiento de las trajineras. Por ejemplo, comentan que también los grupos de música tienen que dividir sus

ganancias entre cada integrante y la tarifa que ellos cobran a veces no es suficiente. La persona con clave M59AP111 comenta “tal vez son precios excesivos, pero en el caso de los grupos de música se les hace caro, sin embargo la ganancia se divide entre los que son y aun así no alcanza”. La persona con clave H44MP171 menciona “son precios justos para conservar el buen mantenimiento de las trajineras y los mercados del lugar”.

En cuanto al indicador *Empleos locales creados por el turismo*, presentó los dos movimientos de dimensión en el análisis de Discriminantes, cambiándose en primer lugar a la dimensión sociocultural y en segunda instancia a la dimensión ambiental. Esto implica que la población no tiene la misma perspectiva del indicador como se tiene establecida dentro de la investigación, por lo tanto sus comentarios indican más sobre la cuestión ambiental del Bosque de Nativitas.

Sin embargo, de acuerdo al valor con que calificaron a estos indicadores, para la población los indicadores de la dimensión económica fueron los de menor importancia, observando que tan solo entre un 53 y un 71% calificaron como “muy importante”, mientras que el porcentaje restante se encuentra disperso en los otros valores (Figura 8).

Figura 8. Frecuencia de importancia con que califica población a la Dimensión Económica

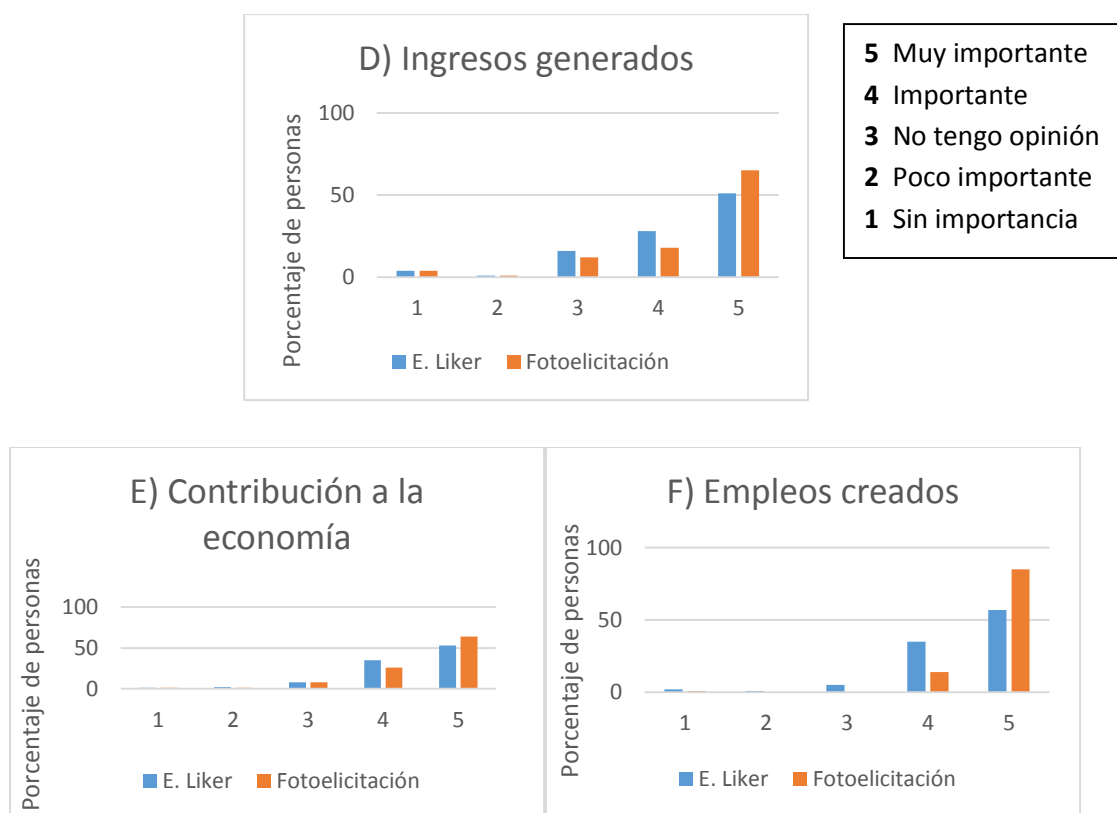


Fuente: Elaboración propia.

Desagregando los indicadores económicos, la Figura 9 muestra que en primer lugar de importancia está el indicador *Empleos creados por el turismo*, entre un 57 y 85% de la población lo evalúan como “muy importante” y otro porcentaje representativo lo considera solo “importante”. En segunda instancia se encuentra el indicador *Contribución del turismo a la economía local*; entre un 53 y 64% le dieron el valor más alto.

En este caso, el indicador con menor importancia es *Ingresos generados por el turismo*; solo entre un 51 y un 65% de la población lo califican como “muy importante”.

Figura 9. Valoración de los indicadores de la dimensión económica en cuanto a importancia otorgada por la población



Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 5, los indicadores que son percibidos en un nivel de importancia intermedio, fueron los tres indicadores socioculturales y dos ambientales.

En el Análisis de Discriminantes, el indicador *Nivel de satisfacción de los turistas* presentó un solo movimiento de dimensión a la ambiental. Esto implica que el indicador fue entendido dentro de esta dimensión. En cuanto a su importancia, la población comenta que si los visitantes no se van contentos, no regresarán al lugar.

La mayoría de la población concuerda en que las trajineras son una tradición que identifica a Xochimilco y que los representa como comunidad receptora, además de ser su principal atractivo turístico. También lo perciben como un pasatiempo para la comunidad local. Adicionalmente, consideran que es importante que las trajineras y canales tengan un mantenimiento adecuado y constante, puesto que los canales ya se están perdiendo y están muy deteriorados.

Con respecto a la limpieza de los canales, se menciona que la gente ya no se va contenta pues el servicio es malo y el lugar está muy descuidado. Por ejemplo la persona con clave M40MP177 menciona “Esta difícil limpiar los canales, se necesita más mantenimiento, y ¿cómo es que vienen los turistas y les cobran muy caro, y luego ni siquiera es la hora completa de recorrido?”.

En lo que se refiere al indicador *Preservación de artesanías locales*, éste presenta un cambio a la dimensión económica en el Análisis de Discriminantes (ver Tabla 5). Algunos comentarios obtenidos respecto al indicador fueron que las artesanías son una fuente importante de ingresos para muchas personas de la región, además coinciden, junto con las trajineras, las muñecas de tela y los dulces cristalizados son representativos del lugar, aunque son pocos los artesanos que actualmente las hacen, por lo que se expresa la necesidad de conservarlas.

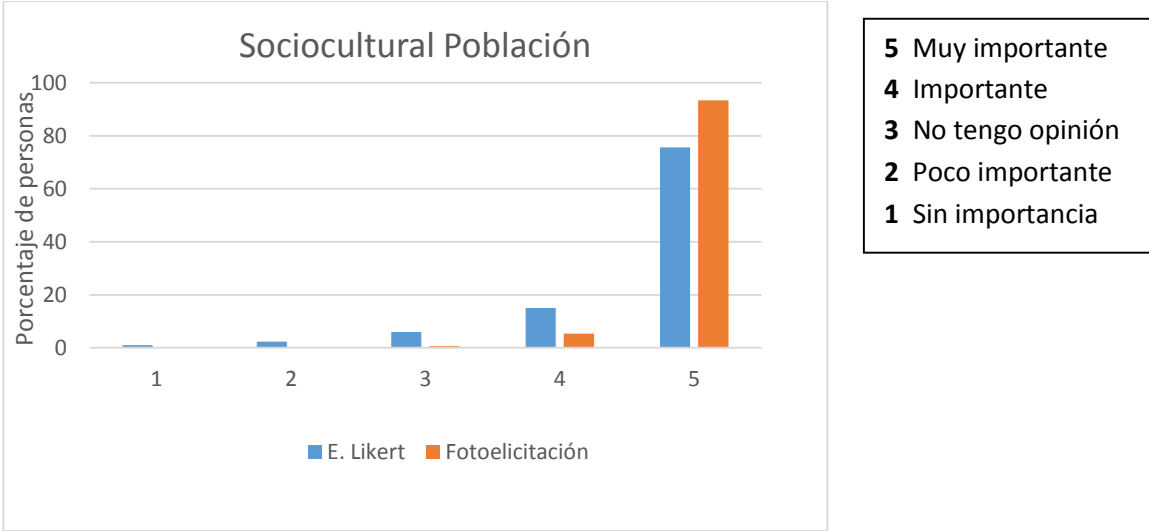
Otros mencionan que las artesanías ya no son netamente hechas por artesanos, pues en el caso de los dulces cristalizados, mencionan que ya son comprados en el mercado de La Merced, que son dulces de fábrica. Concuerdan también en que la mayoría de las artesanías que están vendiendo en el mercado artesanal no son representativas de la región, que incluso son más productos de fábricas y productos hechos en China.

Otro indicador sociocultural, de *Percepción de la seguridad en el destino*, se cambió a la dimensión ambiental, y es un indicador que genera mucha polémica para los pobladores. La mayoría de la población comenta que la seguridad es muy deficiente tanto para los turistas como para la población. Varios coinciden en que los policías ya no son personas de confianza, incluso algunas personas comentan que ellos son los delincuentes, o bien abusan de su poder de autoridad. El encuestado con clave H56MP175 menciona que: “es importante que los policías estén capacitados para este trabajo, que tengan valores, que se encarguen de llamar la atención a quienes están faltado a la ley pero sin agredir, la justicia es imparcial y no están tan preparados, por dedazos les dan el puesto”.

En cambio, hay quienes comentan que la seguridad es importante y necesaria, pero que se tiene que mejorar. Cabe mencionar también que una minoría de la población expresó que la seguridad es buena y se ha incrementado.

La dimensión sociocultural, de acuerdo al valor con que calificaron a los indicadores, es la segunda en cuanto a importancia para la población, puesto que entre un 94 y un 76% la calificó como “muy importante”. El porcentaje restante se distribuye entre las otras categorías de importancia (Figura 10).

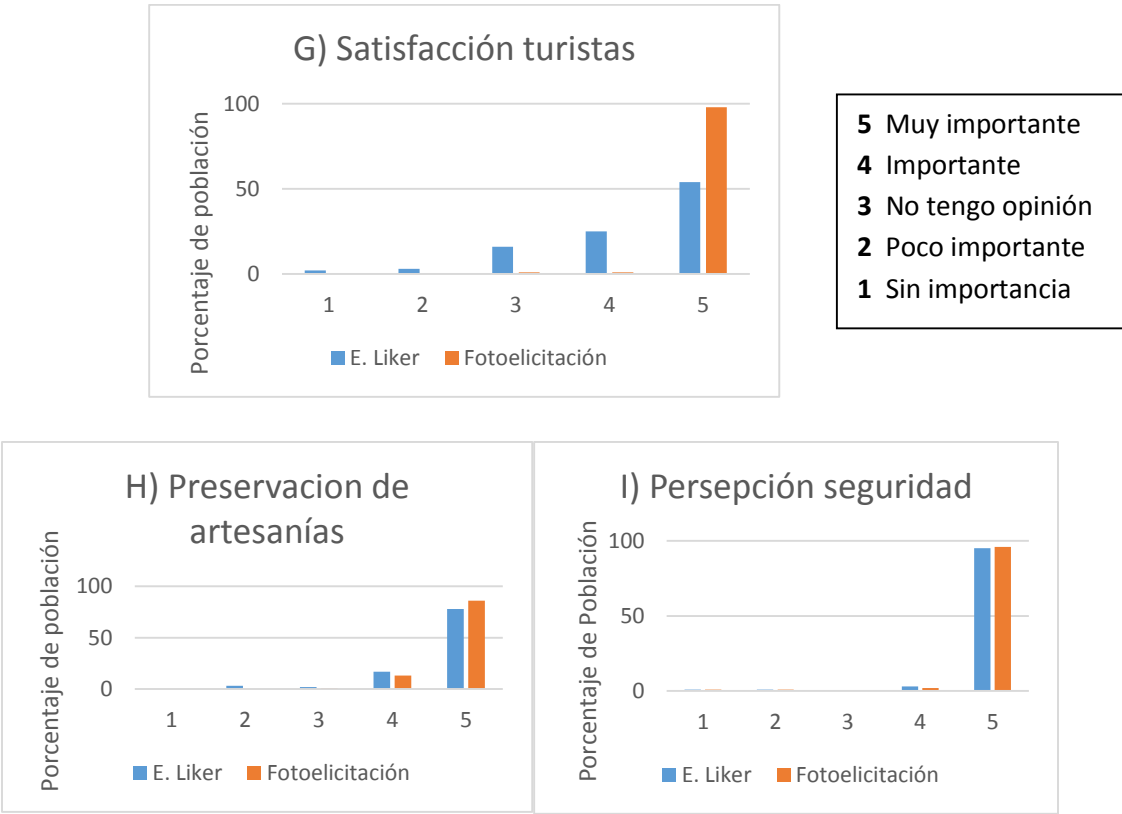
Figura 10. Frecuencia con que califica la población a la dimensión sociocultural



Fuente: Elaboración propia.

El indicador *Percepción de seguridad en el destino* fue el de mayor importancia; entre un 95 y 96% de la población así lo calificaron. Posteriormente se encuentra el indicador de *Preservación de artesanías locales*, que entre el 78 y 86% le dieron el valor más alto; sin embargo el menos importante resultó el indicador *Nivel de satisfacción de los turistas*, con una valoración de entre el 54 y el 98% como “muy importante” (Figura 11).

Figura 11. Valoración de los indicadores de la dimensión sociocultural en cuanto a importancia otorgada por la población



Fuente: Elaboración propia.

Los indicadores ambientales no presentaron cambio de dimensión en la Tabla de Discriminantes (Tabla 5), lo que indica que fueron percibidos dentro de su propia dimensión, y la gente coincide en que existe un grave problema ambiental en el lugar.

Con respecto al indicador *Cantidad de residuos esparcidos en la vía pública*, la mayoría de la gente concuerda que es el principal problema de contaminación, no solo en Nativitas, sino a nivel mundial. Comentan que la basura en la calle da una mala imagen de ellos como población receptora, y que demuestra falta de educación y cultura tanto de visitantes como de la población.

Algunas personas dicen es muy importante fomentar la educación ambiental, por ejemplo la persona con clave M30AP90 dice “Nosotros (población) somos muy inconscientes y no valoramos y cuidamos lo que tenemos”. Otros comentan que es un problema en el que el Gobierno influye al no poner contenedores de basura o al no limpiar estos basureros. Otras personas sugieren multas por tirar basura.

En el indicador *Aumento o disminución de la vida silvestre*, la gente dice que el Ajolote, especie endémica de los canales de Xochimilco, ya se está extinguiendo. Algunos comentan que los canales ya no son aptos para que estos animalitos vivan, ahora ya solo están en cautiverio. Mencionan que es bueno que existan cautiverios de ajolotes. Algunos comentan que ya no han visto a este animalito o que no lo han conocido. Para la mayoría de los pobladores es muy importante la preservación y cuidado de esta especie, y también de otras como son el ahuejote, un árbol endémico de Xochimilco.

Como se puede observar, el indicador *Calidad en cuerpos de agua con fines de actividad turística*, que tampoco presentó cambio de dimensión en la Tabla de Discriminantes (ver Tabla 5), fue percibido como el indicador con menor importancia dentro de su dimensión, observando que en Escala Likert el valor es muy bajo, mientras que en Fotoelicitación el valor es considerable. En este caso la gente, en su mayoría, comenta que en los canales hay un grave problema de contaminación, que significa para ellos una mala imagen del lugar.

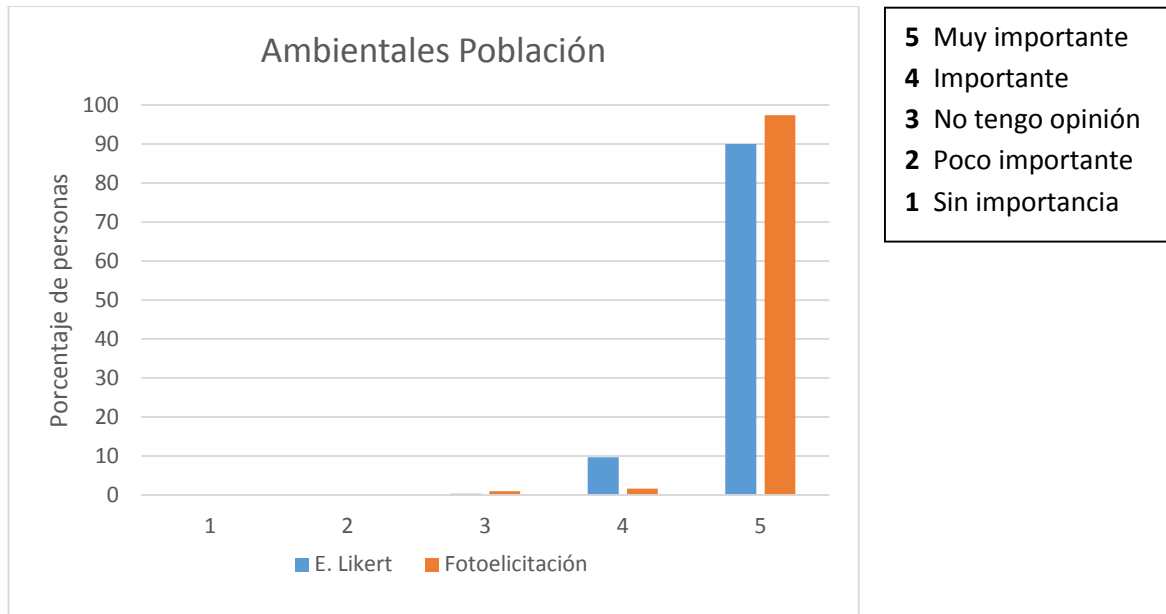
Hay un grupo pequeño de personas que concuerda en que la mancha urbana y el drenaje que se desecha a los canales son la principal causa de pérdida de los canales y el medio ambiente de la zona. Tal como lo menciona la persona con clave H20MP156 que dice: “los canales ya están muy contaminados a causa de la

mancha urbana y por eso ya se están terminando”. De manera similar, la persona con clave H56MP175 comenta: “La zona turística está muy contaminada por las casas que desechan sus drenajes, ya no hay conciencia de todos”. Estos y otros encuestados exponen que es muy importante mantener limpios los canales, darles mantenimiento y tratar de recuperarlos. Para algunos es un legado que hay que cuidar. Por ejemplo la persona con clave M35MP158 dice: “los canales son la principal fuente de vida de Xochimilco y ya se están terminando debido a tanta contaminación”. Unos cuantos comentan que este recurso natural ya se perdió o que difícilmente se recuperarían los canales.

Algunos otros culpan al gobierno de la delegación por no hacer nada al respecto y por permitir la contaminación de los canales. Por ejemplo el poblador con clave M40MP157 menciona: “los canales ya están muy contaminados y el gobierno no hace nada por salvar los canales, al contrario, permiten que desechen sus drenajes a los mismos”, o como lo menciona la persona con clave H34MP110: “es responsabilidad y culpabilidad de la delegación y de la ciudadanía, deberían poner plantas de tratamiento para las aguas de los canales”.

De acuerdo a la frecuencia, los indicadores más importantes por dimensión para la población fueron los ambientales (Figura 12). Entre un 90 y 98% de las personas consideran “muy importante” a los indicadores de esta dimensión.

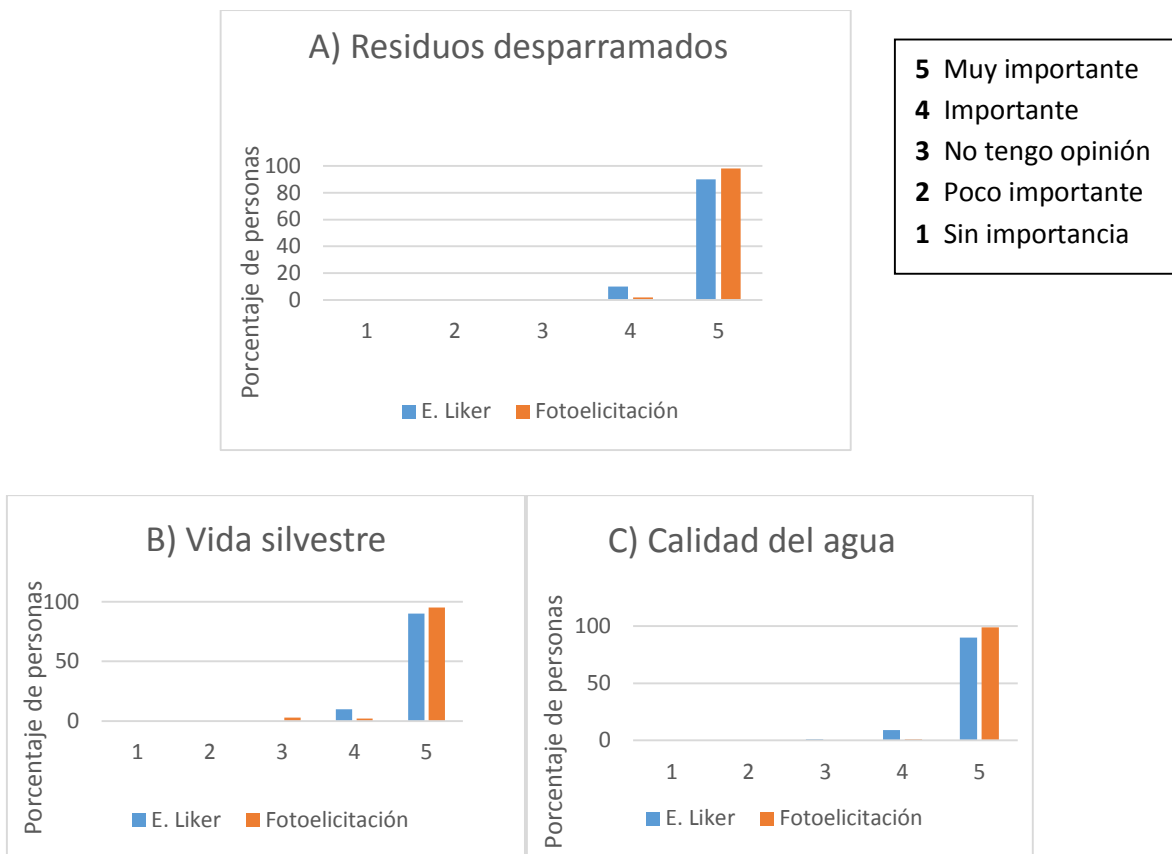
Figura 12. Frecuencia de importancia con que califica la población a la Dimensión Ambiental



Fuente: Elaboración propia.

En primer lugar de importancia se encuentra el indicador *Calidad en cuerpos de agua con fines de actividad turística*; entre un 90 y 99% de la población lo califican como muy importante. En segundo lugar está el indicador *Cantidad de residuos esparcidos en la vía pública*, al que entre un 90 y 98% le dan el valor más alto. En último lugar de importancia está el indicador *Aumento o disminución de la vida silvestre*, pues solo entre un 90 y 95% lo evaluó como “muy importante” (Figura 13).

Figura 13. Valoración de indicadores de la dimensión ambiental en cuanto a importancia otorgada por la población



Fuente: Elaboración propia.

4.2. Comerciantes

Se aplicaron un total de 43 encuestas a los comerciantes del Mercado de Artesanías y el Mercado de plantas MadreSelva.

Tabla 6. Análisis de Coeficiente de Correlación; Comerciantes

Indicadores	Dimensión	Escala Likert	Fotoelicitación	Promedio
*Calidad en cuerpos de agua con fines de actividad turística	Ambiental	0.38532923	Se presentó como una constante	... ¹
Contribución del turismo a la economía local	Económica	0.70897495	0.83524884	0.7721119
Ingresos generados por el turismo	Económica	0.68378416	0.83524884	0.7595165
Empleos locales creados por el turismo	Económica	0.82482026	0.52582797	0.6753241
Preservación de artesanías locales	Sociocultural	0.57799848	0.52582797	0.5519132
Percepción de la seguridad en el destino	Sociocultural	0.47279838	0.39546476	0.4341316
Aumento o disminución de la vida silvestre	Ambiental	0.44856241	0.17115185	0.3098571
Nivel de satisfacción de los turistas	Sociocultural	0.48655133	0.05762564	0.2720885
Cantidad de residuos esparcidos en la vía pública	Ambiental	0.19890013	0.18152077	0.1902105

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la Tabla 6, el Indicador *Calidad en cuerpos de agua con fines de actividad turística* resultó como un dato no calculable, ya que en Fotoelicitación dejó de ser una variable y se presentó como una constante, es decir, que todos los comerciantes perciben a este indicador como muy importante, dado que la imagen tuvo más peso en comparación con el Ítem. En Escala Likert se presenta variabilidad en cuanto a la importancia con que perciben a este indicador. En el Análisis de Discriminantes (Tabla 7) este indicador presenta dos movimientos de dimensión, en primer lugar se movió a la dimensión económica y en segundo a la sociocultural.

¹ La colocación de ... hace referencia a dato no calculable

Los comerciantes comentan al respecto que el indicador es muy importante: los canales están muy sucios y descuidados, dando mal aspecto, el nivel del agua está muy bajo en comparación con años atrás; otros mencionan que es un problema de contaminación, y que se debe al drenaje que desemboca en los canales. Por ejemplo la persona con clave H72MC107 dice: “Estos canales ya se perdieron y están bien descuidados, y la población es la principal causa”, la persona con clave H46AC66 comenta: “Hay que mantener limpios los canales y que no crezca la mancha humana, ya se han perdido muchas chinampas”.

El indicador *Cantidad de residuos esparcidos en la vía pública* percibido como el indicador con menor importancia y en el Análisis de Discriminantes (Tabla 7) no presenta ningún cambio de dimensión. Los comerciantes, en su mayoría, opinan al respecto que es una cuestión que da mal aspecto, y que representa la falta de cultura y educación de muchas personas. Comentan que es el principal problema de contaminación ambiental, y como atractivo turístico, es un problema de contaminación visual. La mayoría de los comerciantes coinciden en que se necesita mucha limpieza y que se debe evitar tirar basura. Además, comentan que el problema de la basura es debido a la falta de contenedores de basura en toda la zona de los embarcaderos y el mercado de artesanías. Algunos de ellos adjudican este problema al gobierno por no poner botes de basura y no tener un reglamento para el manejo de desechos.

Entre los indicadores que fueron percibidos en un nivel intermedio de importancia en el coeficiente de correlación se puede observar que hay un indicador económico, tres socioculturales y un ambiental. Tal es el caso el indicador ambiental *Aumento o disminución de la vida silvestre* que en el Análisis de Discriminantes (Tabla 7) se movió en primera instancia a la dimensión sociocultural.

La gente comenta que este indicador es importante ya que se trata de una especie endémica de Xochimilco y que está en peligro de extinción, también comentan que es importante que exista un cuidado, conservación y reproducción de esta especie. Además a los comerciantes les parece importante que existan ajolotarios,

pues comentan, al visitante le llama la atención y es parte del atractivo turístico. Otras personas comentan que estos animales se han ido extinguiendo debido a tanta contaminación.

Tabla 7. Análisis de Discriminantes; Comerciantes

Indicadores	Dimensiones	Discriminantes E. Likert	Discriminantes Fotoelicitación	Movimiento
Cantidad de residuos esparcidos en la vía pública	1	1	1	0 de 2
Aumento o disminución de la vida silvestre	1	3	1	1 de 2
Calidad en cuerpos de agua con fines de actividad turística	1	2	3	2 de 2
Ingresos generados por el turismo	2	2	2	0 de 2
Contribución del turismo a la economía local	2	2	2	0 de 2
Empleos locales creados por el turismo	2	2	2	0 de 2
Nivel de satisfacción de los turistas	3	3	3	0 de 2
Preservación de artesanías locales	3	3	2	1 de 2
Percepción de la seguridad en el destino	3	2	3	1 de 2

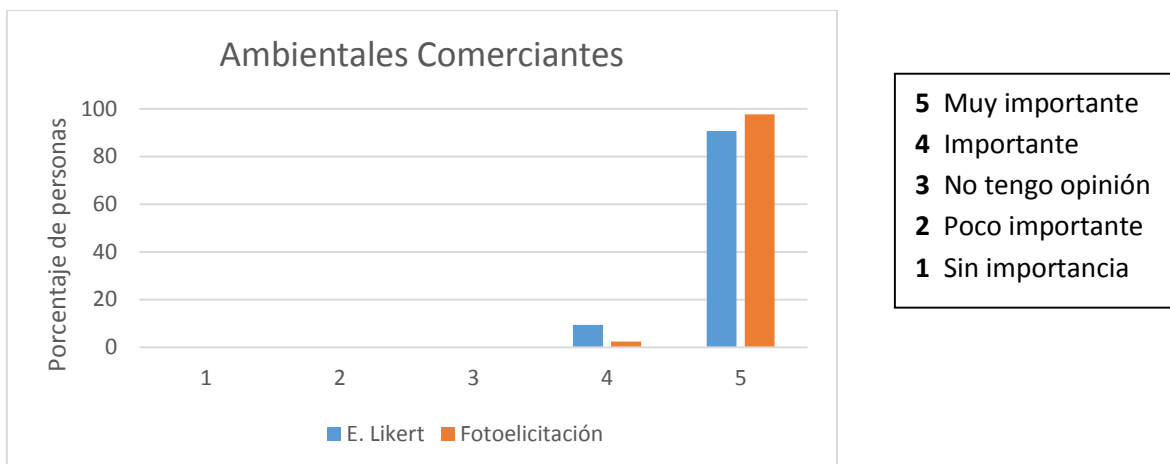
Fuente: Elaboración propia

La persona con clave H59MC94 comenta: “Esta especie ya se perdió en los canales, si no es por los ajolotarios ya no existirían, la carpa es la principal causa de extinción de los ajolotes, y además la carpa que pescan para consumo humano ya no es comestible porque se alimentan de los desechos del drenaje y aun así siguen vendiendo estas carpas en el mercado”.

De acuerdo al valor de importancia con que calificaron, para los comerciantes los indicadores ambientales son los de mayor importancia (Figura 14), donde entre un

90 y un 98% de los comerciantes califican a estos indicadores como “muy importante” y solo entre un 3 y 9% los consideran solo como “importante”.

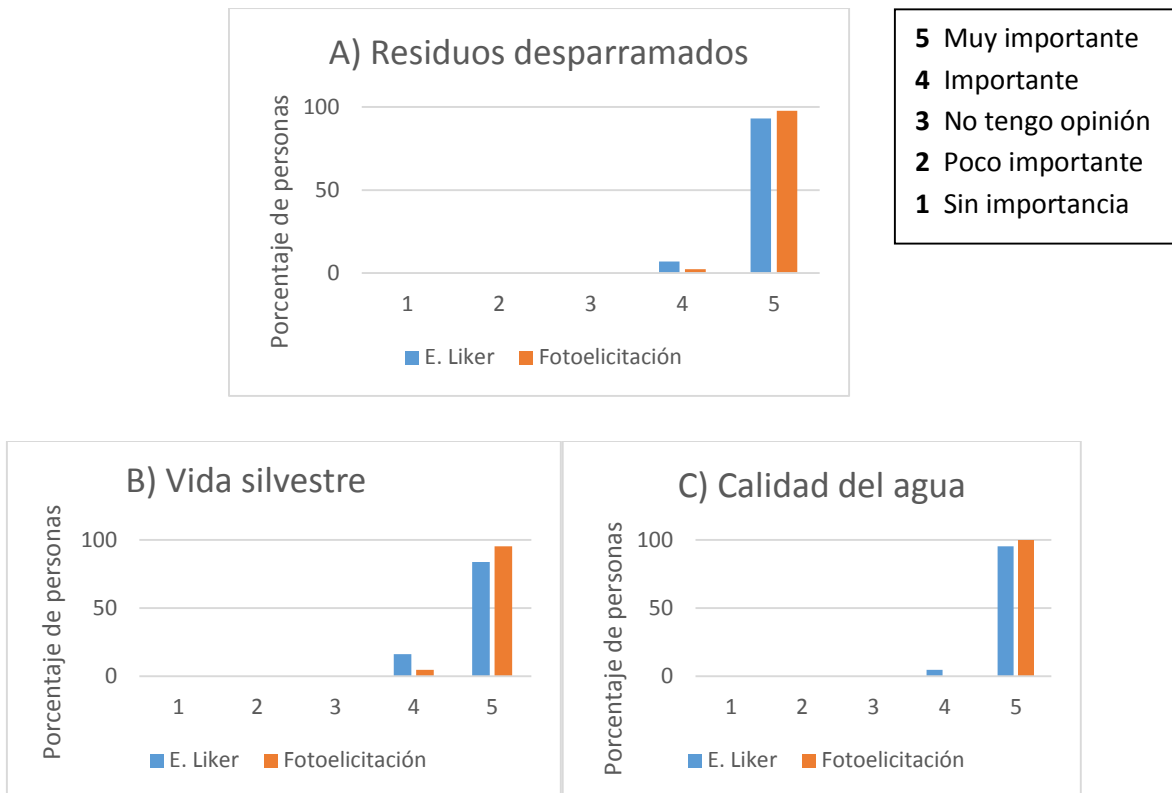
Figura 14. Frecuencia de importancia con que califican los comerciantes a la dimensión ambiental



Fuente: Elaboración propia.

De manera decreciente, el indicador *Calidad en cuerpos de agua con fines de actividad turística* fue el de mayor importancia para los comerciantes, entre el 95 y 100% le dan el valor “muy importante”.

Figura 15. Valoración de los indicadores de la dimensión ambiental en cuanto a importancia otorgada por los comerciantes



Fuente: Elaboración propia.

El indicador *Cantidad de residuos esparcidos en la vía pública* es el siguiente en cuanto a importancia, entre un 93 y un 97% de los comerciantes le dan el valor más alto. El menos importante fue el indicador *Aumento o disminución de la vida silvestre*, tan solo entre un 83 y 95% lo consideran como muy importante, y el resto del porcentaje se distribuye en el valor “importante” (Figura 15).

El indicador sociocultural *Preservación de artesanías locales* presenta un solo movimiento de dimensión, a la económica, en la Tabla 9. En este caso la mayoría de los comerciantes coinciden que las artesanías son parte de las tradiciones y que hay que conservarlas. Otra parte de este grupo de personas comenta que las artesanías son el principal sustento económico de los comerciantes. Hay comerciantes que mencionan que las artesanías desafortunadamente ya no son originales y ya son más productos chinos. Por ejemplo la persona con clave

M43MC76 menciona “Hay cosas que valen la pena pero ya no son pagadas bien, las malbaratan y ya hay más cosas chinas”.

El indicador *Percepción de la seguridad en el destino* de la dimensión sociocultural, presentó un movimiento en el análisis de discriminantes a la dimensión económica. Para este indicador los comerciantes comentan que es muy importante que exista seguridad, puesto que es necesaria tanto para comerciantes como visitantes; sin embargo mencionan que hay mucha inseguridad. El comerciante con clave M38MC73 sugiere: “en los negocios hay robos, se necesita más seguridad y se debería de encerrar toda la zona de embarcaderos por la noche para evitar robos y perjuicios”.

Otros comentan que la seguridad es pésima y deficiente, mencionan que los policías son corruptos y que deberían ser responsables, que respeten y que no sean prepotentes. Por ejemplo el comerciante con clave M25MC142 dice: “Hay muy poca seguridad... hay robos por parte de los mismos policías”.

Otros dicen que es importante que exista seguridad para que controlen a los jóvenes que hacen muchos perjuicios y se exceden en el consumo de alcohol y que son los principales que sufren accidentes en los canales. El comerciante con clave M49MC101 comenta: “Se debe mejorar la seguridad y en especial en las noches por los jóvenes que luego se ahogan”. También cabe mencionar que los comerciantes del Mercado de plantas Madreselva dicen que ellos forjan su propia seguridad pues cuentan con veladores nocturnos, ya que la seguridad delegacional no es de mucha ayuda.

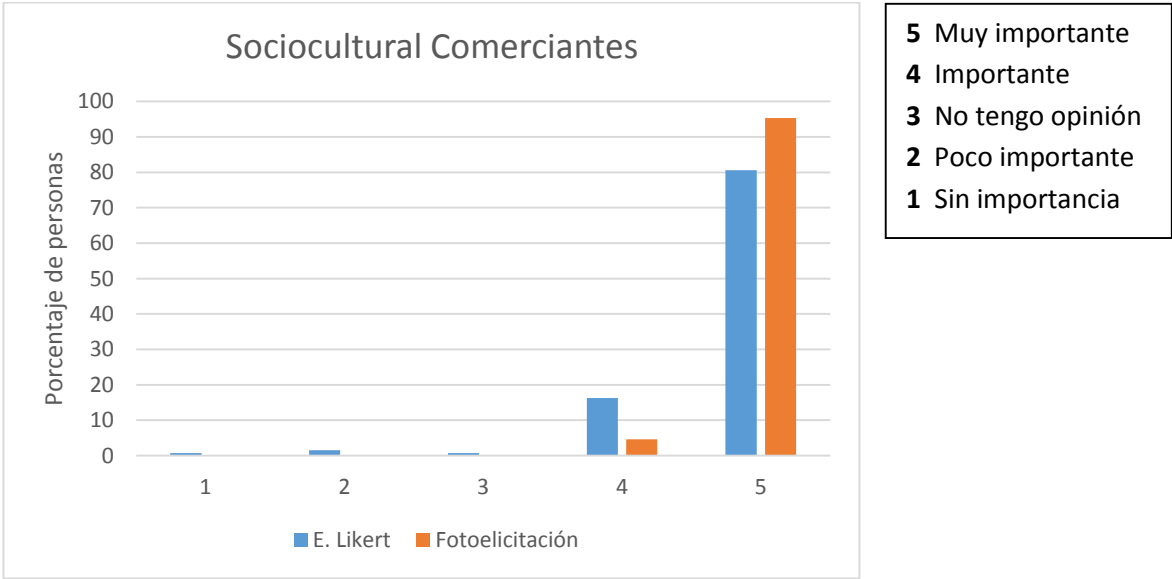
En cuanto al indicador *Nivel de Satisfacción de los turistas* de la dimensión sociocultural, en la Tabla de Discriminantes no presentó ningún cambio de dimensión. Los comerciantes opinan que es muy importante que los turistas se vayan satisfechos para que regresen. Otros mencionan que las trajineras deben dar un buen servicio y también los visitantes respeten las trajineras. Por ejemplo, el comerciante con clave M43MC70 dice: “Hay quienes dan un buen servicio y

explican durante el recorrido, hay a quienes les preocupa y hay a quienes no les importa dar un buen servicio”.

Los comerciantes mencionan que la zona de los embarcaderos es importante para el sano esparcimiento, además de que genera empleos e ingresos. La persona con clave M52MC106 comenta “Es padre ir a divertirse un rato, las trajineras son típicas y uno pone la diversión y el ambiente, pero nunca hay que excederse”. Coinciden en que los embarcaderos son el principal atractivo turístico y lo que identifica a Xochimilco, que es parte de su legado. Otros comentan que las trajineras necesitan más mantenimiento y orden pero sobre todo calidad.

En este caso, de acuerdo al valor de importancia con que calificaron, para los comerciantes la dimensión con menor importancia es la sociocultural, tan solo entre un 80 y 95% califican a esta dimensión como “muy importante”, el resto del porcentaje se distribuye en los otros parámetros de importancia (Figura 16).

Figura 16. Frecuencia de importancia con que califican los comerciantes a la Dimensión Sociocultural

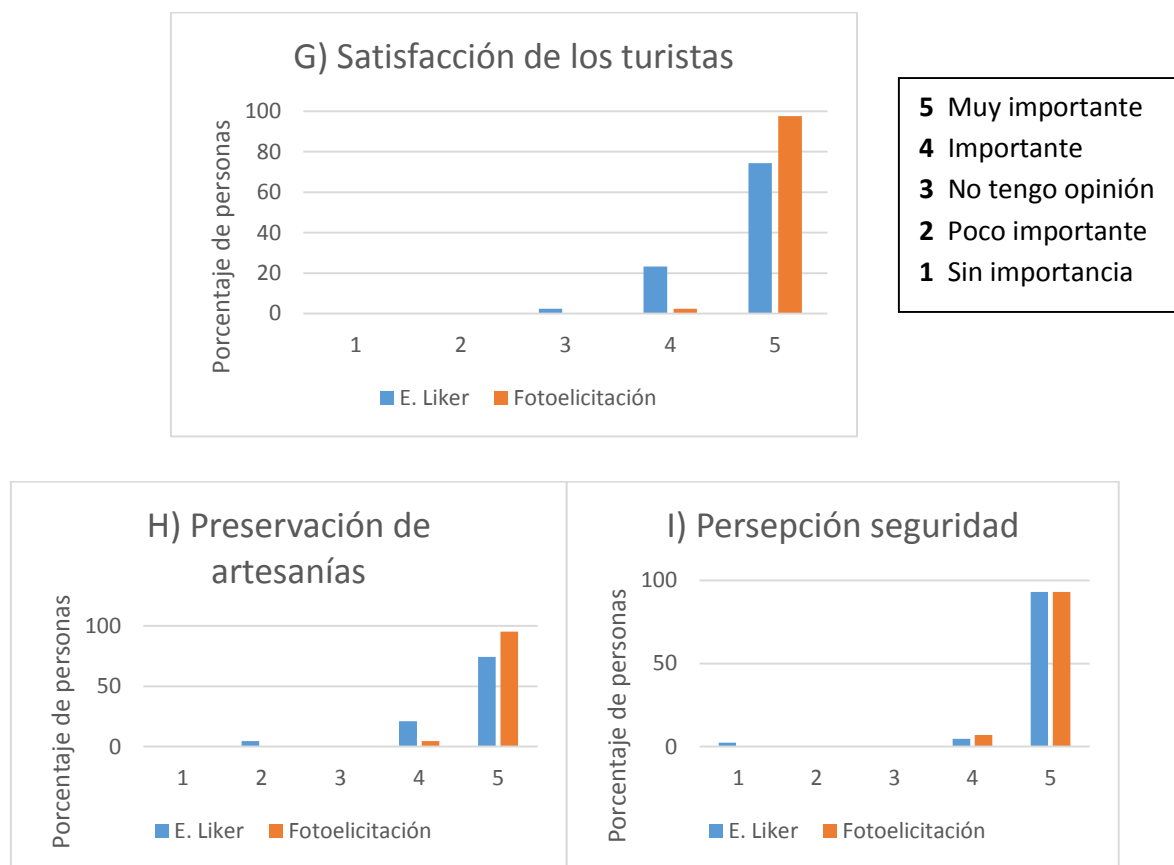


Fuente: Elaboración propia.

Al interior de la dimensión sociocultural, el indicador *Percepción de la seguridad en el destino* es el más importante; el 93% de los comerciantes lo califican como “muy

importante”. Le sigue el indicador *Nivel de satisfacción de los turistas*, que fue calificado con el valor más alto por un 74 a 97% de los comerciantes. El menos importante fue el indicador *Preservación de artesanías locales*, al que tan solo entre un 74 y 95% lo califican con el valor más alto (Figura 17).

Figura 17. Valoración de los indicadores de la dimensión sociocultural en cuanto a importancia otorgada por los comerciantes



Fuente: Elaboración propia.

Dentro de los indicadores económicos, con una percepción de importancia alta en el coeficiente de correlación, se encuentra el indicador *Empleos locales generados por el turismo*, que en la Tabla 7 no obtuvo ningún cambio de dimensión. Para los comerciantes es un indicador importante, pues dicen que el turismo es una fuente significativa de ingresos y de eso depende la economía de todos los comerciantes de esta zona. Los comerciantes coinciden en que el Bosque de Nativitas es una parte importante del atractivo turístico, como lo menciona el comerciante con clave

H39MC65, quien dice: “hay que conservar el lugar y es una fuente importante de ingresos”; el comerciante con clave H52MC60 dice: “el bosque es un complemento del paseo en las trajineras, es importante preservarlo y además genera ingresos”.

El indicador *Contribución del turismo a la economía local* no presento ningún movimiento de dimensión en el Análisis de Discriminantes. Los comerciantes exponen que el turismo es la principal fuente de ingresos y empleo para muchas familias. En este caso surgieron comentarios de que las ventas están muy bajas, por lo que sugieren más promoción a los embarcaderos y mercado de artesanías, donde también se regulen los precios ofertados. Además, comentan que estos recursos necesitan una mejor imagen, ya que mencionan que es parte del atractivo turístico de la región. Por ejemplo el comerciante con clave H22MC69 dice: “El mercado de artesanías ayuda a los comerciantes a tener una forma de vida tradicional, pero se necesitan mejores lineamientos para los comerciantes”.

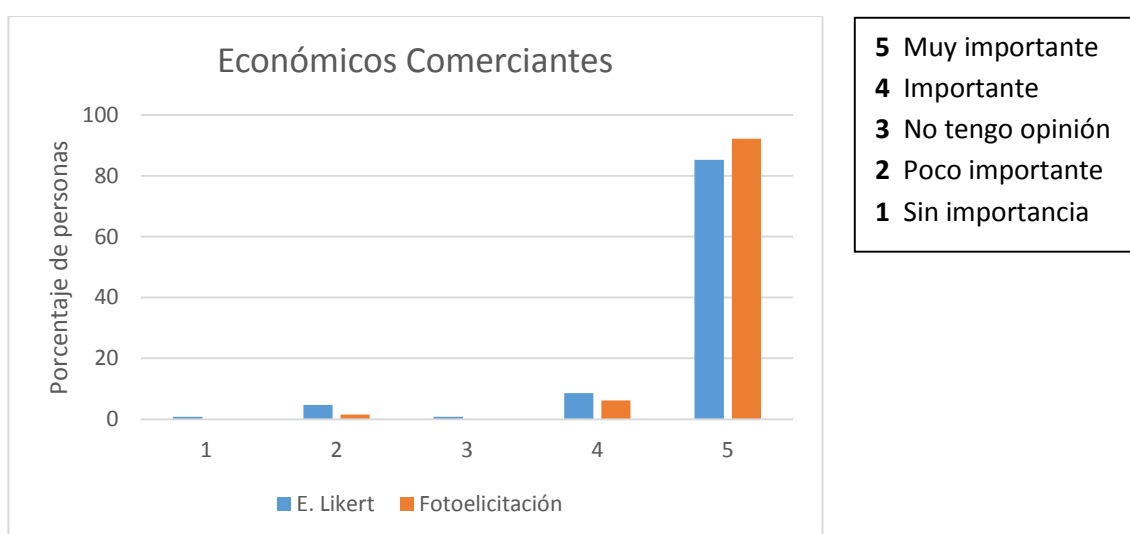
El indicador económico *Ingresos generados por el turismo* no presentó cambio de dimensión en el Análisis de Discriminantes. Con respecto al indicador los comerciantes mencionan que hay polémica en cuanto a los precios de los servicios ofertados (trajineras, alimentos y bebidas, etc.), pues consideran que los precios establecidos son altos y terminan afectando a los comerciantes. Tomando en cuenta la opinión del comerciante con clave M34MC64 que dice: “Carísimo, es muy alto, nosotros mismos ahuyentamos al turismo y se ofrece un mal servicio”, el comerciante con clave H22MC69 dice: “están caros los productos y afectan a los comerciantes porque ya no viene mucha gente”.

Algunos comerciantes también mencionan que en los embarcaderos hay abusos hacia los visitantes, pues les cobran más de lo establecido o bien no les dan el recorrido completo, por lo que consideran que los precios deberían ser publicados en espacios cercanos, y darles más publicidad. Por ejemplo la persona con clave M38MC73 menciona: “Está bien exhibir los precios y mantenerlos a la vista, porque los trajineros abusan de los turistas”.

Por otro lado, en menor medida, hay quienes opinan lo contrario, pues dicen que los precios están bien, que incluso deberían subirse un poco más. Por ejemplo, la persona con clave M48MC132 dice: “están bien los precios pero se necesita otra imagen para que lo paguen con gusto”; el comerciante con clave H31MC108 explica: “Está bien que se publiquen los precios y son regulares ya que de ahí se ocupa para el mantenimiento de las trajineras e incluso a veces resulta poco”.

De acuerdo al valor de importancia con que fue calificado, la dimensión económica (Figura 18) se encuentra en segunda instancia en cuanto a importancia; entre un 85 y un 92% considera a estos indicadores “muy importante”.

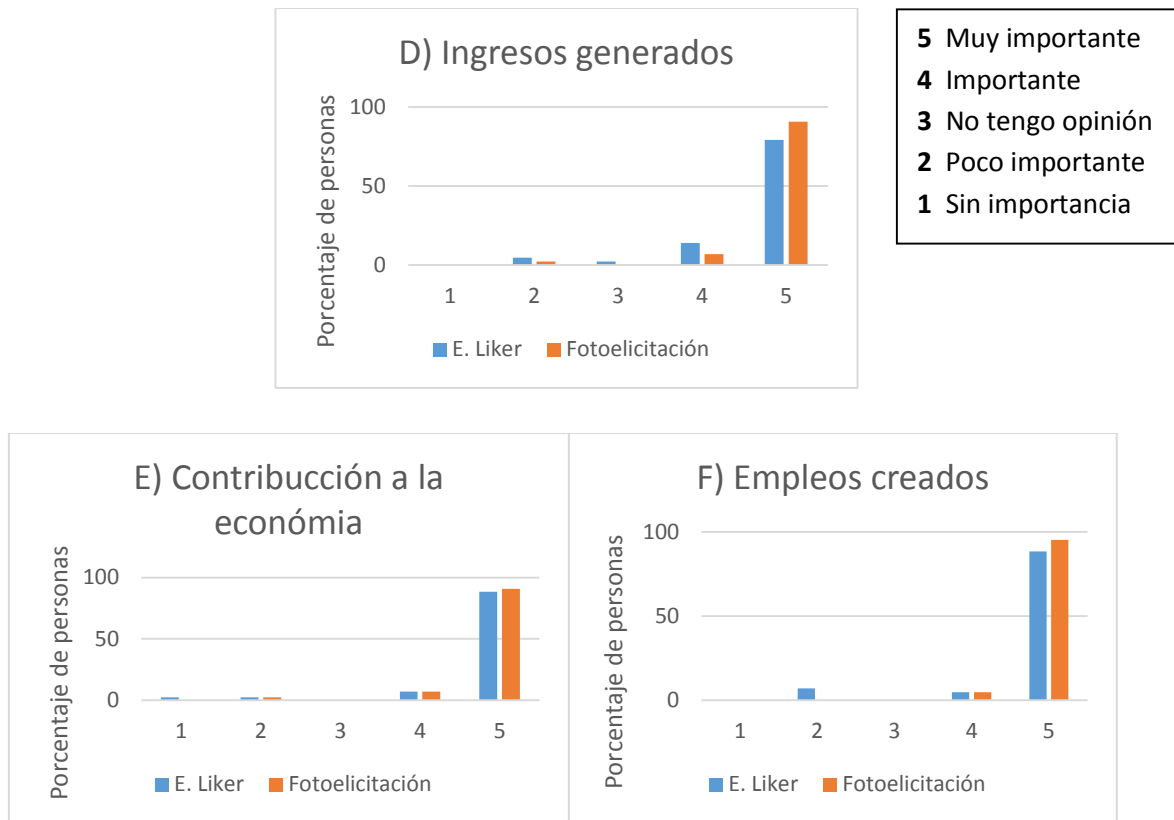
Figura 18. Frecuencia de importancia con que califican los comerciantes a la dimensión económica



Fuente: Elaboración propia.

Dentro de la dimensión económica, el indicador *Empleos locales creados por el turismo* fue calificado como el más importante de la dimensión, entre 88 y 95% le dan el valor más alto. Posteriormente el indicador *Contribución del turismo a la economía local* se encuentra en segundo lugar de importancia, entre un 88 y 90% de los comerciantes le da el mayor de los valores. En tercer lugar está el indicador *Ingresos generados por el turismo*, al que entre un 79 y 90% lo califican como “muy importante” (Figura 19).

Figura 19. Valoración de los indicadores de la dimensión económica en cuanto a importancia otorgada por los comerciantes



Fuente: Elaboración propia.

4.3. Visitantes

En cuanto a los visitantes, se aplicaron encuestas en los embarcaderos y en el Bosque de Nativitas, obteniendo un total de 51 encuestas.

Tabla 8. Análisis de Coeficiente de Correlación; visitantes

Indicadores	Dimensión	Escala Likert	Fotoelicitación	Promedio
Empleos locales creados por el turismo	Económica	0.50893121	0.87749108	0.87749108
Ingresos generados por el turismo	Económica	0.74104123	0.86331481	0.80217802
Contribución del turismo a la economía local	Económica	0.65516583	0.77527907	0.71522245
Preservación de artesanías locales	Sociocultural	0.54920702	0.81671842	0.68296272
Aumento o disminución de la vida silvestre	Ambiental	0.55597035	0.67808587	0.61702811
Nivel de satisfacción de los turistas	Sociocultural	0.63971809	0.41951949	0.52961879
Calidad en cuerpos de agua con fines de actividad turística	Ambiental	0.37991884	0.34101272	0.36046578
Percepción de la seguridad en el destino	Sociocultural	0.29020367	0.2353875	0.29020367
Cantidad de residuos esparcidos en la vía pública	Ambiental	0.47230665	0.01968032	0.245993485

Fuente: Elaboración propia

Para los visitantes el indicador con un menor coeficiente de correlación fue *Cantidad de residuos esparcidos en la vía pública* (Tabla 8), que en el Análisis de Discriminantes (Tabla 9), cambió de dimensión en ambas herramientas a la dimensión sociocultural. Sobre este indicador, los visitantes coinciden en que la basura en las calles da mala imagen, representa contaminación ambiental y visual, refleja la falta de organización en el lugar, y la falta de educación y cultura. Por ejemplo el visitante con clave M42AV51 menciona: “la basura tirada en esta zona da mal aspecto y provoca la proliferación de fauna nociva”; el visitante con clave

H48MV27 dice: “este aspecto aleja a la gente del lugar, se deben poner tambos de basura y educar a los hijos”.

Los indicadores que obtuvieron el valor más alto de Coeficiente de Correlación, fueron dos de los indicadores económicos. El primer indicador es *Empleos locales creados por el turismo*, que en el Análisis de Discriminantes no presento ningún cambio de dimensión. Los visitantes explican la importancia de este indicador en que muchas personas de la región se sustentan de esos empleos, aunque se considera que se debería mejorar la calidad del servicio, como en los paseos a caballo, puesto que los animales están muy descuidados, o bien, son explotados. Por ejemplo, el visitante con clave M68MV10 dice: “deben mejorar la calidad de los servicios e imagen del lugar”. Otro visitante con clave H11MV13 dice que: “hay que cuidar a los animales [caballos] porque son los que ofrecen el recorrido”.

Tabla 9. Análisis de Discriminantes, Visitantes

Indicadores	Dimensiones	Discriminantes E. Likert	Discriminantes Fotoelicitación	Movimiento
Cantidad de residuos esparcidos en la vía pública	1	3	3	2 de 2
Aumento o disminución de la vida silvestre	1	1	1	0 de 2
Calidad en cuerpos de agua con fines de actividad turística	1	1	1	0 de 2
Ingresos generados por el turismo	2	2	2	0 de 2
Contribución del turismo a la economía local	2	1	2	1 de 2
Empleos locales creados por el turismo	2	2	2	0 de 2
Nivel de satisfacción de los turistas	3	2	1	2 de 2
Preservación de artesanías locales	3	3	2	1 de 2
Percepción de la seguridad en el destino	3	3	3	0 de 2

Fuente: Elaboración propia

El segundo indicador en el coeficiente de correlación es *Ingresos generados por el turismo*, el cual no presentó ningún movimiento en la Tabla 9. Respecto a este indicador los visitantes coinciden en su importancia debido a que es el sustento económico de todos los que trabajan como prestadores o servidores turísticos y comerciantes de la región. Sin embargo, también comentan que los precios ofertados en los embarcaderos son muy altos y otros mencionan que algunos prestadores de servicios son abusivos y el servicio no es de calidad. Por ejemplo el visitante con clave M40MV50 dice: “Las tarifas son caras, necesitan abrir más publicidad, está muy caro para el tiempo que es, deberían de dar tiempo de visitar los ajolotarios y con explicación”; el visitante con clave M68MV08 comenta: “los trajineros son muy mañosos cuando no hay vigilancia”.

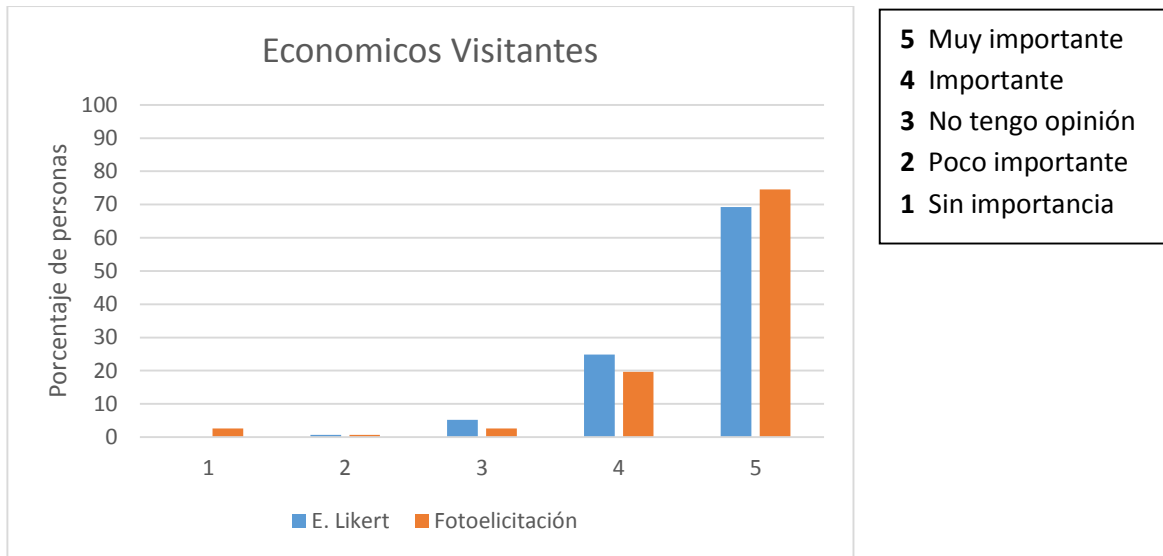
En contraste, algunos visitantes comentaron que los precios son adecuados, e incluso baratos; otros mencionan que las tarifas necesitan más publicidad. Por ejemplo, el visitante con clave M35MV04 “los precios del lugar son baratos y están bien, considero son accesibles”.

Los indicadores regulares en el coeficiente de correlación fueron tres socioculturales, dos ambientales y un económico. Este último es el indicador *Contribución del turismo a la economía local*, que en el Análisis de Discriminantes presentó un solo movimiento a la dimensión ambiental.

Los comentarios de la mayoría de los visitantes coinciden en que este indicador trata del sustento económico para la comunidad reflejado en el comercio, comentan que las artesanías son fundamentales para el turismo.

Sin embargo, en lo que respecta a su calificación por nivel de importancia, la dimensión económica es la menos importante para los visitantes, solo entre un 69 y 74% la consideran “muy importante” (Figura 20).

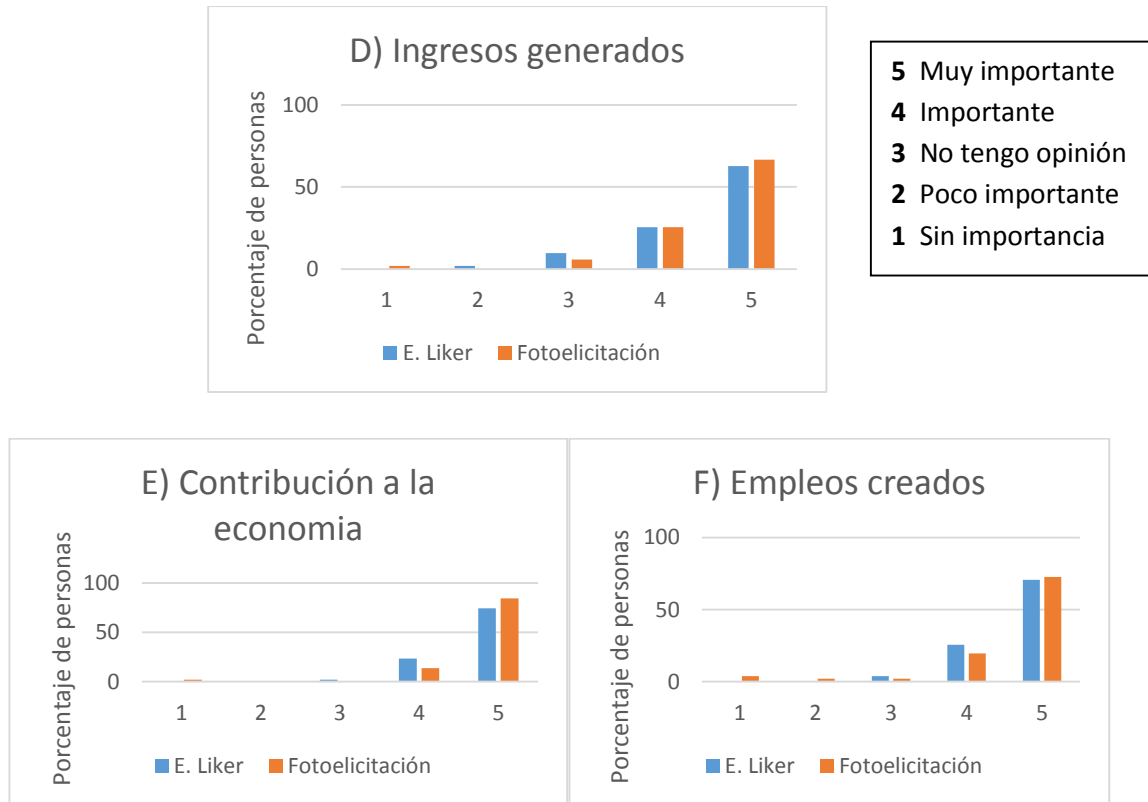
Figura 20. Frecuencia de importancia con que califican los visitantes a la Dimensión Económica



Fuente: Elaboración propia

En la dimensión económica, orden decreciente, está el indicador *Contribución del turismo a la economía local*, al que entre un 74 y 84% le da el valor más alto. El indicador *Empleos locales creados por el turismo* se encuentra en segunda instancia, entre el 70 y 72% lo consideran “muy importante”. El indicador *Ingresos generados por el turismo* es el menos importante, pues solo entre el 62 y 66% de los visitantes lo consideran “muy importante” (Figura 21) .

Figura 21. Valoración de los indicadores de la dimensión económica en cuanto a importancia otorgada por los visitantes



Fuente: Elaboración propia.

Otro de los indicadores con un valor intermedio en el coeficiente de correlación es el indicador ambiental *Aumento o disminución de la vida silvestre*, que el Análisis de Discriminantes no presentó ningún cambio de dimensión. Respecto a este indicador, la mayoría de los visitantes coinciden en que es importante la conservación y cuidado de la flora y fauna, como lo menciona el visitante con clave H42AV28 “es importante la conservación y preservación de las especies endémicas de la región ya que son únicas”.

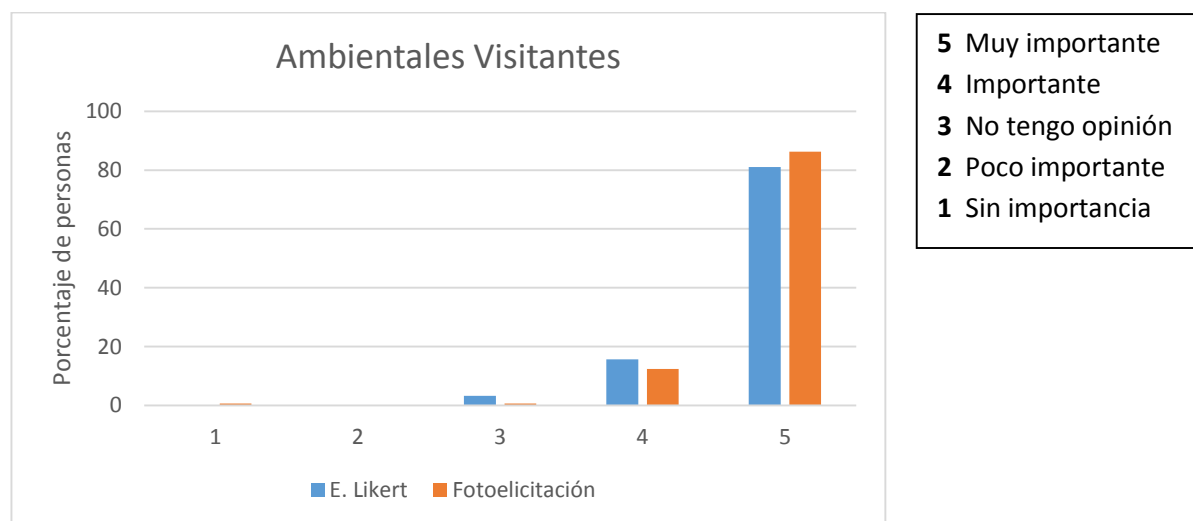
El indicador *Calidad en cuerpos de agua con fines de actividad turística*, en el análisis de Discriminantes (ver tabla 9) no presentó ningún movimiento a otra dimensión. La mayoría de los visitantes comentan que es muy importante tener los canales limpios y darles un mantenimiento constante, además coinciden en que es importante el rescate, conservación y cuidado de los canales y chinampas. Por

ejemplo, el visitante con clave H28MV49 dice: “es importante rescatar los canales y limpiarlos para dar buena imagen y atraer más turismo”, y el visitante con clave H42AV28 comenta: “es muy importante la sanación de los mantos acuíferos que se usan para los paseos turísticos, pues ya están muy contaminados los canales”.

En cambio otros argumentan que los canales ya son desagradables y ya están muy contaminados, que representan un descuido y falta de cultura ambiental, mientras que otros notan el drástico cambio en el nivel del agua en los canales. Al respecto, la persona con clave H33MV37 comenta: “en la actualidad a este paso que vamos, toda esta naturaleza se va a terminar, hay que poner de nuestro empeño para evitarlo”.

Para los visitantes los indicadores de la dimensión ambiental tienen la mayor importancia; entre un 81 y 86% les dan el valor máximo (Figura 22).

Figura 22. Frecuencia de importancia con que califican los visitantes a la Dimensión Ambiental

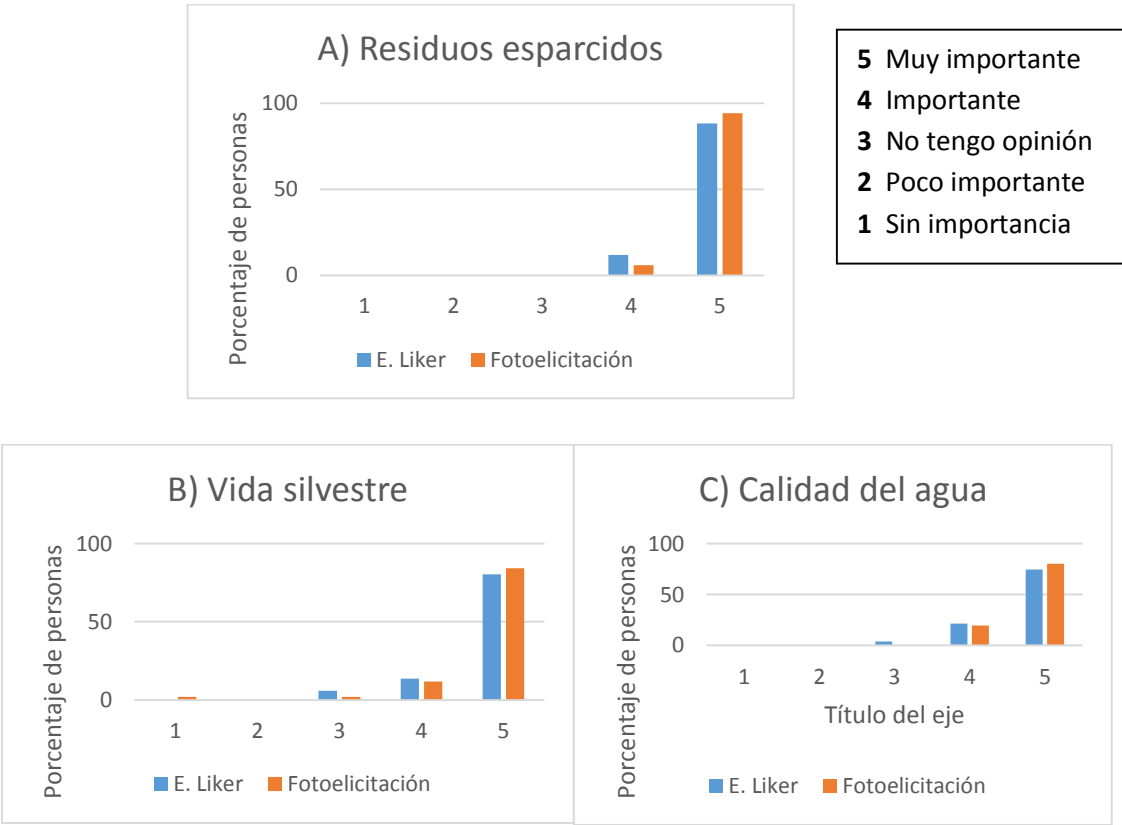


Fuente: Elaboración propia.

Al interior de esta dimensión, el indicador *Cantidad de residuos esparcidos en la vía pública*, es considerado el más importante para los visitantes, entre un 88 y 94% le dan el valor más alto; posteriormente el indicador *Aumento o disminución de la vida silvestre*, que entre el 80 y 84% lo califican con el valor más alto;

mientras que el menos importante fue *Calidad en cuerpos de agua con fines de actividad turística*, al que solo entre un 74 y 80% lo califican como “muy importante” (Figura 23).

Figura 23. Valoración de los indicadores de la dimensión ambiental en cuanto a la importancia otorgada por los visitantes



Fuente: Elaboración propia.

En la dimensión sociocultural el indicador *Preservación de artesanías locales*, presentó un solo movimiento a la dimensión económica. Respecto a este indicador, los visitantes concuerdan en que las artesanías son típicas de la región y que son parte importante de las tradiciones. Algunos hablaron de la importancia de preservar y fomentar las artesanías y dulces típicos. El visitante con clave M42AV51 menciona: “Promover las artesanías y mantener viva la tradición, preservar el trabajo artesanal y promoverlos a que siga la originalidad de las artesanías”, el visitante con clave M38AV43 dice: “es importante conservar y mantener las tradiciones ya que son un atractivo del lugar”.

Hay visitantes que mencionan que las artesanías son indispensables para el visitante, y aunque hay recuerdos muy bonitos, también se necesita calidad. Para otros visitantes las artesanías representan un sustento económico para las personas de la región. Por ejemplo el visitante con clave M44MV48 dice: “Sí hay turismo, hay artesanías y hay economía”; el visitante con clave H28MV49 comenta: “Las artesanías son importantes para su atracción y para que el turismo regrese”.

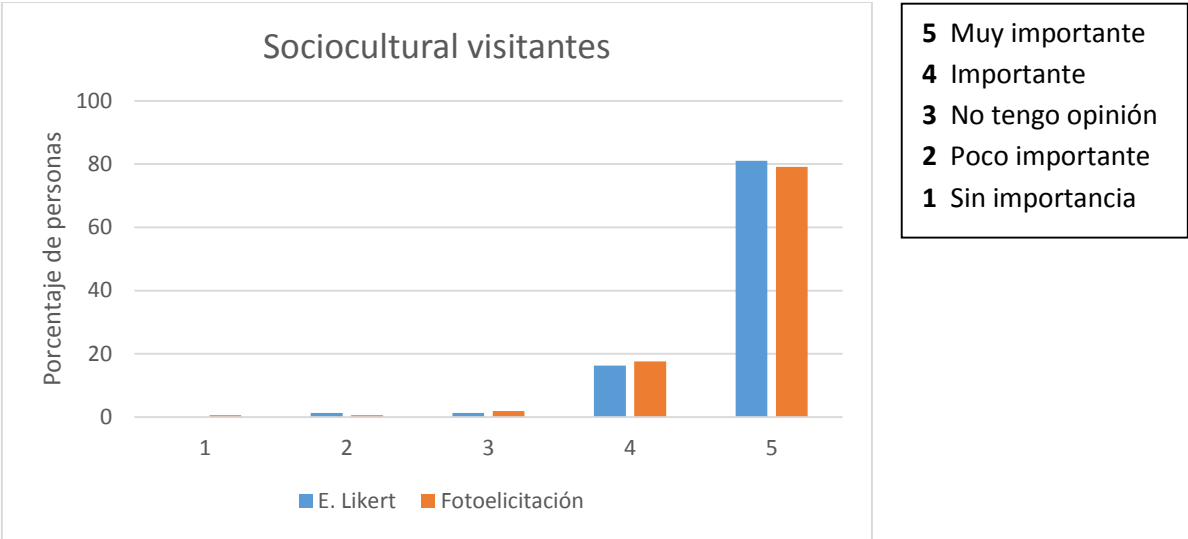
En cuanto al indicador *Nivel de satisfacción de los turistas*, de la dimensión sociocultural presentó dos movimientos, el primero a la dimensión económica y el segundo a la dimensión ambiental. Los visitantes comentan sobre este indicador que es importante que ellos estén contentos y a gusto para que luego puedan regresar. Para ellos este indicador representa diversión y gente disfrutando y la convivencia con la familia en el principal atractivo turístico, los canales. Algunos comentan que visitar los canales es su primera satisfacción, además de que las trajineras son parte de las tradiciones de Xochimilco.

El indicador sociocultural *Percepción de la seguridad en el destino* no presentó ningún cambio de dimensión en la Tabla 9. Para los visitantes este indicador es muy importante porque la seguridad tanto para los visitantes como para la comunidad es fundamental. Además algunos comentan que el hecho de ver seguridad genera confianza. El visitante con clave H42AV28 comenta “la seguridad para el turismo asegura el regreso a una nueva visita”.

Hay quienes comentan que se percibe inseguridad en el lugar. Por ejemplo la persona con clave M42AV51 comenta: “la seguridad debería de ser amigable y no ser tan agresivos o mostrarse con armas pues espantan, dan temor. Debería ser permanente y constante”; otra persona con clave M44MV48 dice: “Es importante, pero al parecer no es suficiente ya, todo es muy inseguro hoy en día”.

Por otro lado, de acuerdo al nivel de importancia asignado por los visitantes, los indicadores socioculturales son los segundos (Figura 24), ya que entre el 79 y 81% califican a esta dimensión como “muy importante”.

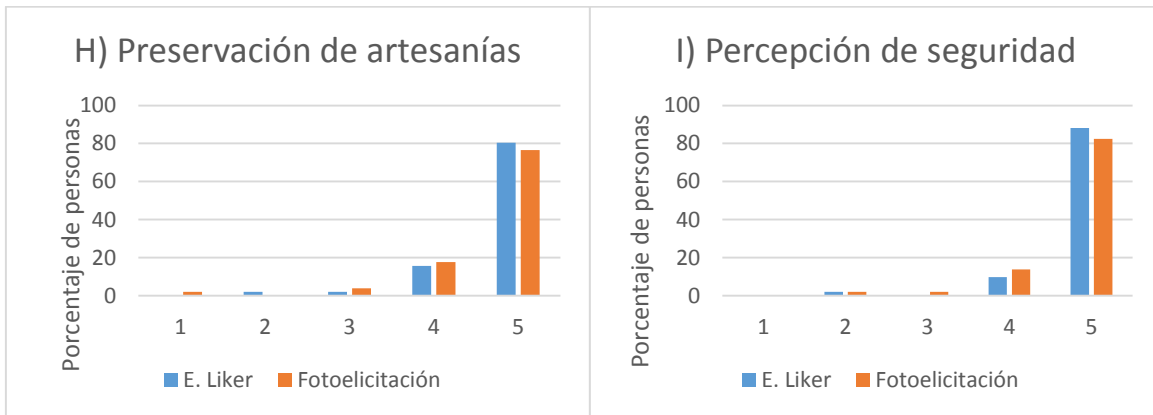
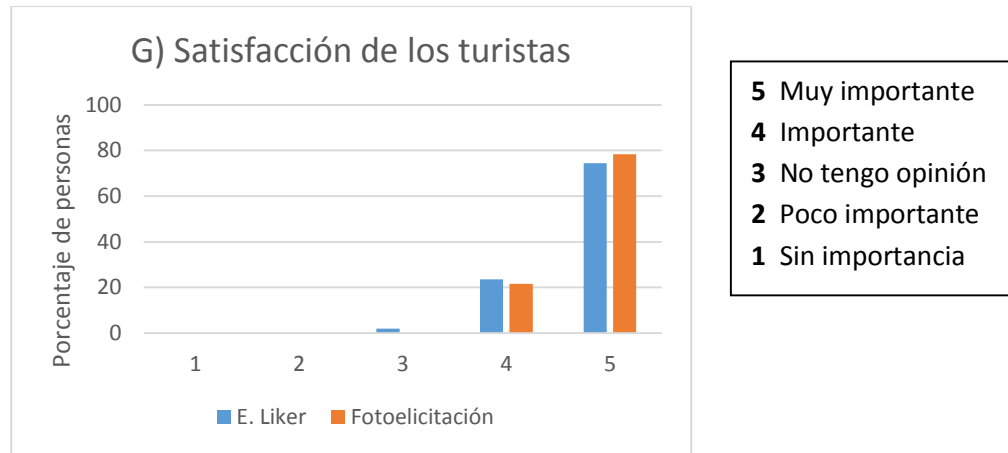
Figura 24. Frecuencia de importancia con que califican los visitantes a la dimensión sociocultural



Fuente: Elaboración propia.

Separando por indicadores, el más importante de esta dimensión es *Percepción de la seguridad en el destino*, posteriormente el indicador *Preservación de artesanías locales*, y el indicador con menor importancia es *Nivel de satisfacción de los turistas* (Figura 25).

Figura 25. Valoración de los indicadores de la dimensión sociocultural en cuanto a importancia otorgada por los visitantes



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la información presentada en este capítulo, cabe concluir que tanto para los pobladores como comerciantes y visitantes, los indicadores que perciben como los más importantes son los económicos, pero en base al valor de importancia con que calificaron en las encuestas, los más importantes resultaron ser los ambientales para los tres diferentes actores.

V CONCLUSIONES

Una vez analizada la importancia de los indicadores de sustentabilidad para el turismo en la Región de Nativitas Xochimilco, desde la perspectiva de los diferentes actores (población, visitantes y comerciantes), se presentan a continuación las conclusiones.

En el Análisis de Coeficiente de Correlación, se puede concluir que, para la población los indicadores económicos son los más significativos, mientras que los indicadores de las otras dimensiones, en especial la ambiental, son de menor importancia, pues a pesar de todos los problemas ambientales, como la contaminación, y socioculturales como la inseguridad, que se presentan en el área, sigue habiendo muchos visitantes que llegan a la región y por lo tanto sigue habiendo un ingreso económico que parece ser de importancia para la población en general.

Sin embargo, en las Gráficas de Valoración ocurrió lo contrario. Los indicadores de la dimensión ambiental fueron calificados como los más importantes, dejando al resto como indicadores simplemente importantes o poco importantes en especial a los económicos. Esto se explica porque la población quiere expresar su interés por los indicadores ambientales, ya que al hablarse del medio ambiente y su deterioro, la mayoría de las personas no pueden evitar ignorar estos indicadores, pues están conscientes de la decadencia ambiental en la que se encuentra la zona, principalmente los canales de Xochimilco.

En el Análisis de Discriminantes, se pudo observar que la población interpretó la mayoría de los indicadores dentro de la dimensión que había planteado inicialmente el instrumento.

En el caso de los comerciantes, el Análisis de Coeficiente Correlación mostró que les importa más la cuestión económica, porque viven directamente del turismo; esto se explica porque a pesar de las condiciones desfavorables en las que ya se encuentra el lugar, sigue habiendo turismo.

Por otro lado, en las Gráficas de Valoración se observó que los comerciantes perciben a los indicadores ambientales como los más importantes, ya que estos

indicadores repercuten en la actividad turística de la región. Se entiende por lo tanto que si el entorno natural del área se deteriora al grado que dejen de llegar los visitantes, los comerciantes también se verán afectados económicamente. Los indicadores de la dimensión sociocultural son últimos en importancia, al no repercutir en general en sus actividades como comerciantes.

En cuanto al Análisis de Discriminantes, los comerciantes han interpretado a la mayoría de los indicadores como se esperaba, es decir dentro de la dimensión en que se plantearon los indicadores, logrando así una investigación más acertada.

El Análisis del Coeficiente de Correlación muestra que los visitantes perciben a los indicadores económicos como los más importantes, ya que ellos están conscientes de que su visita es la principal fuente de ingresos para muchas familias. Los indicadores socioculturales son importantes en el sentido de que forma parte de su experiencia durante su visita. Los ambientales también son importantes pero en menor escala, ya que ellos no se sienten totalmente responsables de la situación decadente en la que se encuentra el lugar, pero si se llevan una mala imagen del lugar.

En contraste en las Gráficas de Valoración, se observa que los visitantes perciben a los indicadores ambientales como los más importantes, porque la contaminación, la basura, y la pérdida de flora y fauna endémica, son aspectos que, de alguna manera, repercuten en la actividad turística y afectan la imagen del lugar. Lo mismo pasa con los indicadores socioculturales, que repercuten en las personas durante su visita, pues irse satisfechos y sentirse seguros asegurará su regreso.

En el Análisis de Discriminantes, se puede concluir que los visitantes, entendieron e interpretaron a la mayoría de los indicadores como se esperaba y de acuerdo a como se tenían catalogados.

En conclusión, la diferencia entre los resultados del Análisis del Coeficiente de Correlación y las Gráficas de Valoración, en los tres grupos de actores, radica en que el coeficiente de correlación está comprobando como perciben

significativamente a estos indicadores, mientras que las gráficas están demostrando lo que la gente quiere expresar como más importante.

Por esta razón los indicadores económicos, para los tres actores, son percibidos como los más significativos dentro del Análisis del Coeficiente de Correlación, y en las Gráficas de Valoración, solo en el caso de población y visitantes, estos quedan como los menos importantes. En las Gráficas de Valoración ocurre a la inversa, puesto que los indicadores de la dimensión ambiental son los más importantes, mientras que en el Análisis de Coeficiente de Correlación, estos quedan como los menos significativos. Mientras que los indicadores de la dimensión sociocultural, en ambos análisis, son evaluados solo como importantes a mediana escala.

Esto se puede explicar porque, indudablemente, los indicadores ambientales tienen más peso para la mayoría de la sociedad, por tratarse del entorno natural en el que interactúan, pero los indicadores económicos les importan más por ser la economía la base de construcción de la sociedad.

Finalmente se puede concluir que para los pobladores, comerciantes y visitantes, todos los indicadores son importantes, pero en diferente escala y desde diferentes perspectivas, la cual dependía del interés de cada persona y del papel que juega dentro la zona turística de Xochimilco.

VI PROPUESTAS Y SUGERENCIAS

Se pretende que las propuestas aquí presentadas sean consideradas dentro del plan de desarrollo delegacional, o bien dentro de algún programa de protección ambiental de Xochimilco, o incluso dentro del Programa de Protección Ambiental del Distrito Federal.

González y Galván (2011: 501) mencionan “Para que una comunidad logre transitar desde su percepción de un problema hacia los esquemas de solución, se deben generar plataformas de información técnica (conocimiento) que permitan a la comunidad comprender las causas que propician el problema y, una vez identificadas, definir las acciones, las tecnologías y las metodologías que les permitan resolverlo”.

Por lo tanto, se propone que la Delegación Xochimilco junto con el Centro Acuexcomatl de la Secretaría del Medio Ambiente (SEDEMA), con ayuda de esta investigación y otros estudios que se han hecho sobre el medio ambiente de esta zona, organicen pláticas para la comunidad en general del pueblo de Nativitas, que resalten la importancia de un equilibrio los indicadores ambientales y económicos, en el entendido de que si el medio natural de Xochimilco se termina, la economía local se verá afectada, puesto que ya no existirá un atractivo turístico.

En estas pláticas se pueden incluir temas como protección ambiental, calidad de vida, flora y fauna; así como responder a interrogantes tales como ¿Cuál es el origen de los canales de Xochimilco y la zona lacustre?, ¿Cómo han trascendiendo los canales y sus chinampas en el tiempo?, ¿Qué es sustentabilidad, ecoturismo y ecología?. Además de darles a conocer las problemáticas que enfrenta la región de Nativitas como es la contaminación de los canales y del Bosque de Nativitas.

Otra actividad sería la reforestación del Bosque de Nativitas buscando la colaboración de la comunidad, y fomentando el cuidado y protección de la flora y fauna silvestre, de los mantos acuíferos. También se sugiere convocar a los chinamperos a hacer faenas constantes de limpieza en las orillas de los canales.

Por otro lado, se sugiere dar a conocer a la población y comerciantes la importancia de las artesanías como parte de las tradiciones. Esto se podría llevar a cabo mediante talleres de artesanías donde se elaboren dulces cristalizados, trajineras miniatura de madera o las muñecas de tela mejor conocidas como “Marías”, que a pesar de ser originarias de Michoacán y Querétaro, han retomado gran importancia para los artesanos de Xochimilco. Estos talleres permitirían el autoempleo y la conservación de las artesanías que identifican a Xochimilco.

Otra de las propuestas para la delegación es que, durante todas sus ferias tradicionales y regionales como “La flor más bella del ejido”, “La feria de las Nieves” o “La Feria del dulce cristalizado” entre otras, haya campañas de fomento a la educación ambiental, desde niños hasta adultos de la tercera edad.

En lo que respecta a los visitantes que llegan a los canales de Nativitas, se puede generar un programa de voluntariado, donde se les invite a participar en campañas de reforestación, además de explicarles cómo los temas en que se basan los indicadores de sustentabilidad utilizados en la investigación, pueden ser significativos para mejorar la actividad turística de la región, manteniendo un equilibrio entre la economía y el medio ambiente.

Otra propuesta es generar más promoción turística sobre la región de Nativitas, que incluya una invitación a los visitantes a hacer donaciones de arbolitos para reforestar el bosque y la zona lacustre, además de que ellos puedan sembrarlos para puedan sentirse parte de la colaboración del rescate de Xochimilco.

Con el desarrollo de estas propuestas se puede contribuir a que en el futuro la calidad del ambiente en Xochimilco mejore, que las personas tengan una mejor educación ambiental y que se practique una actividad turística responsable que resulte en un espacio con una buena calidad ambiental.

REFERENCIAS

- Camacho, C. (2007). Coeficiente de correlación lineal de Pearson. 20.
- Caraballo, C. (2006). Xochimilco: ¿Un atractivo turístico con destino saludable? En CONACULTA, Patrimonio Cultural y Turismo; Cuaderno 14 Planeando Sobre el Turismo Cultural (págs. 119-135). México: CONACULTA.
- CEIN, C. E. (17 de Diciembre de 2002). Navactiva. Recuperado el 12 de Septiembre de 2013, de Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra: https://navactiva2013.wordpress.com/2002/12/17/impacto-del-turismo-sobre-el-medio-ambiente_875/
- De la Fuente Fernández, S. (2011). Análisis Discriminante. Fac. de Ciencias Económicas y Empresariales UAM, 1-42.
- Dirección de Turismo, X. (2009). Guía Turística Xochimilco. Distrito Federal, México, Xochimilco, México.
- Duque, K. (5 de Julio de 2011). Clásicos de Arquitectura: Restaurante Los Manantiales. Obtenido de ArchDaily México: <http://www.archdaily.mx/mx/02-95859/clasicos-de-arquitectura-restaurante-los-manantiales-felix-candela>
- Escobar Jaramillo, L. A. (2006). Indicadores sintéticos de calidad ambiental: un modelo general para grandes zonas urbanas. *Eure*, 73-98.
- Faccioli, P., & Losacco, G. (12 de Julio de 2006). Bifurcaciones. Obtenido de Postales desde Roma: <http://www.bifurcaciones.cl/009/Faccioli-Losacco.htm>
- Fernández de Pinedo, I. (2008). Construcción de escala de actitudes tipo Likert. Barcelona: Ministerio de trabajo y asuntos sociales España.
- Fernández Vitora, V. C. (1993). Guía Metodológica para la evaluación del impacto ambiental. Madrid, España: Mundi-Prensa.
- Flores, A. P. (2011). Xochimilco y su patrimonio cultural; memoria viva de un pueblo lacustre. Ciudad de México: Instituto Nacional de Antropología e Historia.

- García, S., & Guerrero, M. (2006). Indicadores de sustentabilidad ambiental en la gestión de espacios verdes. Parque urbano Monte Calvario, Tandil Argentina. *Revista de Geografía Norte Grande*, 45-57.
- Garzón Lozano, L. E. (2002). *Xochimilco Hoy*. México: Instituto Mora.
- González Pérez, C. R., & Galván Fernández, A. (2011). La intervención social como una práctica de traducción. La sustentabilidad y la gestión de conocimiento comunitario. En Ú. Oswald Spring, *Retos de la investigación del agua en México* (págs. 501-510). Cuernavaca, Morelos: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Guzmán Roque, S. (9 de Septiembre de 2011). *El Universal DF*. Obtenido de Xochimilco: <http://www.eluniversaldf.mx/xochimilco/nota33753.html>
- Harper, D. (2002). Talking about pictures: a case for photo elicitation. *Visual Studies*, Vol 17, N 1, 13-26.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Herrada, A. M. (28 de 05 de 2012). *La Jornada ecológica*. Obtenido de *Las aves silvestres de Xochimilco: una riqueza excepcional*: <http://www.jornada.unam.mx/2012/05/28/eco-e.html>
- INAFED. (s.f.). *Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México, Delegación Xochimilco*. Recuperado el 14 de Marzo de 2014, de <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM09DF/delegaciones/09013a.html>
- INEGI. (2008). Obtenido de *Sistema para la Consulta del Cuaderno Estadístico Delegacional de Xochimilco, Distrito Federal*: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/cem08/info/df/m013/c09013_09.xls

INEGI. (11 de Julio de 2014). Productos. Obtenido de Anuario estadístico y geográfico del Distrito Federal: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/español/bvinegi/productos/integracion/pais/anuario_multi/2013/df/c09_12.xls

Jefatura de Gobierno del Distrito Federal, C. d. (Abril de 2003). Programa Integrado Territorial para el Desarrollo Social 2001-2003. Xochimilco, Distrito Federal, Sata María Nativitas, México.

Jefatura de Gobierno del Distrito Federal, C. d. (Abril de 2013). Programa Integrado Territorial para el Desarrollo Social 2001-2003. Xochimilco, Distrito Federal, Sata María Nativitas, México.

Ladesma, R., Molina Ibáñez, G., & Valero Mora, P. (2002). Análisis de consistencia interna mediante Alfa de Cronbach: un programa basado en gráficos dinámicos.

Martínez Moreno, O. C., & Ruiz Andrade, J. G. (2009). Las particularidades de la Agenda 21 para el turismo mexicano. Un análisis de la aplicación del sistema de indicadores de sustentabilidad en el municipio de playas de Rosarito B.C. México. *Gestión Turística*, 9-29.

México, G. (2013). Greenpeace. Recuperado el 9 de Octubre de 2013, de Greenpeace México: <http://www.greenpeace.org/mexico>

Ochoa, F., & asociados, y. (19 de Febrero de 2003). Desarrollo de un Sistema de Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo y su Implementación en cinco Destinos Turísticos Mexicanos. México.

OMT. (2012). UNWTO. Recuperado el 1 de Octubre de 2013, de Organización Mundial del Turismo OMT: <http://www2.unwto.org>

OMT. (28 de junio de 2013). UNWTO. Recuperado el 1 de Octubre de 2013, de Organización Mundial del Turismo OMT: <http://media.unwto.org>

- OMT. (1997). Lo que todo gestor turístico debe saber. Guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo ,. Canadá: Centro de Documentación Turística.
- Polanco, C. (2006). Indicadores ambientales y modelo internacionales para la toma de decisiones. *Gestión y Ambiente*, 27-41.
- Quero Virla, M. (2010). Confiabilidad y Coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, Vol. 12, 248-252.
- San Martín Reboloso, F., & Salcedo, M. P. (2007). Turismo, sustentabilidad y certificación; un reto global. *Revista del centro de investigación*, 77-91.
- Tarlombani da Silveira, M. A. (2005). Turismo y sustentabilidad: entre el discurso y la acción. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 222- 238.
- Terrones López, M. E. (2004). A la orilla del agua, política, urbanización y medio ambiente; Historia de Xochimilco en el siglo XX. Ciudad de México: Instituto Mora.
- Vargas Martínez, E. E., Castillo Néchar, M., & Zizumbo Villarreal, L. (2011). Turismo y sustentabilidad. Una reflexión epistemológica. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 706-721.
- Xochimilco, C. d. (2013). Xochimilco Patrimonio Cultural de la Humanidad. Obtenido de Tradiciones: <http://www.xochimilco.df.gob.mx/tradiciones.html>
- Xochimilco, D. d. (2009). Guía Turística, Xochimilco, 2º Edición. Ciudad de México, Xochimilco, México.
- Xochimilco, I. d. (2013). Casa de Bombas Santa María Nativitas. *Entérate InfoXochi*, 3 y 16.

ANEXOS



Código: _____

CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO

LICENCIATURA EN TURISMO

Objetivo: conocer la importancia que los diferentes actores de la región de Nativitas Xochimilco le otorgan a los indicadores de sustentabilidad para el turismo.

Instrucciones: Indique el grado de importancia de las siguientes afirmaciones de acuerdo al siguiente rango:

- 5. Muy importante
- 4. Importante
- 3. No tengo opinión
- 2. Poco importante
- 1. Sin importancia

- a) Residuos desparramados en la vía pública de Nativitas Xochimilco
- b) El aumento o disminución de la vida silvestre de la región de Nativas
- c) La calidad en cuerpos de agua con fines de actividad turística en los embarcaderos de Nativitas
- d) Los ingresos generados por el turismo en la región de Nativitas
- e) La contribución del turismo a la economía local de Nativitas
- f) Los empleos creados por el turismo en Nativitas
- g) El nivel de satisfacción de los turistas al visitar las áreas turísticas de Nativitas
- h) La preservación de artesanías originarias de Nativitas
- i) La percepción de la seguridad en la zona turística de Nativitas

¡Gracias por su participación!



Código: _____

a)		
b)		
c)		
d)		
e)		
f)		
g)		
h)		
i)		

Base de Datos derivada de las encuestas aplicadas Escala Likert

N°																				
Progresivo	Código	Zona	Tipo	a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)								
52	H70MC52	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
53	M58BC53	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
54	H44MC54	1	Comerciante	5	4	5	4	5	4	3	2	5								
55	H50MC55	1	Comerciante	5	5	5	5	4	5	4	5	5								
56	H24MC56	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
57	H40MC57	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
58	M74MC58	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
59	M40MC59	1	Comerciante	4	4	5	4	5	2	4	5	5								
60	H52MC60	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
61	H27MC61	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	4	4	5								
62	H60MC62	1	Comerciante	5	4	5	4	5	5	5	4	5								
63	M35MC63	1	Comerciante	5	5	4	5	5	5	5	4	5								
64	M34MC64	1	Comerciante	4	4	5	5	5	5	5	4	5								
65	H39MC65	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	4	5	5								
66	H46AC66	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
67	M34MC67	1	Comerciante	5	4	5	5	5	4	4	4	5								
68	H58MC68	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
69	H22MC69	1	Comerciante	5	5	5	4	4	5	5	5	5								
70	M43MC70	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
71	H60MC71	1	Comerciante	5	5	5	4	4	5	5	4	4								
72	M53MC72	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
73	M38MC73	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
74	M40MC74	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
75	H35MC75	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
76	M69MC76	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
92	H48MC92	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	4	5	5								
93	M40MC93	2	Comerciante	5	5	5	4	5	5	5	5	5								
94	H59MC94	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
95	M53MC95	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
96	M37MC96	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
97	M25MC97	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
98	M45MC98	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
99	H52MC99	2	Comerciante	5	5	4	2	2	2	4	4	5								
100	H45MC100	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	4								
101	M18MC101	2	Comerciante	5	4	5	2	5	5	5	2	5								
102	H40MC102	2	Comerciante	4	5	5	5	5	5	4	5	5								
103	M65MC103	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
104	H33MC104	2	Comerciante	5	5	5	5	1	2	5	5	1								
105	M68MP105	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5								

106	M52MC106	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	4	5
107	H72MC107	2	Comerciante	5	5	5	3	5	5	4	4	5
108	H31MC108	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
109	M49MC109	2	Comerciante	5	4	5	5	5	5	4	5	5
77	M16BP77	1	Población	4	4	5	4	3	4	5	4	5
78	H45MP78	1	Población	5	5	5	5	5	5	2	4	5
79	H50BP79	1	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
80	H35MP80	1	Población	5	5	5	4	4	5	4	5	5
81	H80BP81	1	Población	5	5	5	1	3	3	3	3	5
82	H25AP82	1	Población	5	5	4	5	5	5	5	4	5
83	H35MP83	1	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
84	H40MP84	1	Población	5	5	5	4	4	4	5	5	5
85	H60MP85	1	Población	5	5	5	5	5	3	4	5	5
86	M40BP86	1	Población	5	5	5	5	4	5	4	5	5
87	H47MP87	1	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
88	H76AP88	1	Población	5	5	4	5	5	5	5	5	5
89	M66MP89	1	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	M30AP90	1	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	M28MP91	1	Población	5	5	5	4	4	4	4	5	5
110	H43MP110	2	Población	4	5	5	2	2	2	1	5	2
111	M59AP111	2	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
112	H53BP112	2	Población	4	4	5	4	4	4	4	5	5
113	H64BP113	2	Población	5	5	5	4	4	4	4	5	5
114	H16MP114	2	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
115	M49MP115	2	Población	5	5	5	5	5	5	4	5	5
116	H25MP116	2	Población	5	5	5	4	3	4	2	5	5
117	M72MP117	2	Población	5	5	5	4	4	5	4	5	5
118	M22MP118	2	Población	5	5	5	4	4	4	5	5	5
119	M20AP119	2	Población	5	5	5	4	5	5	5	5	5
120	M18MP120	2	Población	5	5	4	5	5	5	5	4	4
121	H46MP121	2	Población	5	5	4	5	4	4	4	3	4
122	H30MP122	2	Población	5	5	5	4	4	4	4	5	5
123	M33AP123	2	Población	5	5	5	3	4	4	4	5	5
124	M18MP124	2	Población	5	5	5	3	4	4	4	5	5
125	M32MP125	2	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
126	H48MP126	2	Población	4	5	5	4	4	3	3	5	5
127	M63BP127	2	Población	5	4	5	3	3	4	3	5	5
128	H15MP128	2	Población	5	5	5	3	4	4	3	5	5
129	M45MP129	2	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
130	H37AP130	2	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
131	M48MP131	2	Población	4	4	5	3	4	4	3	4	5
132	M48MP132	3	Población	5	5	5	5	2	5	4	5	5
133	H40MP133	3	Población	5	5	5	5	5	5	4	4	5

134	M24MP134	3	Población	5	5	5	4	4	4	4	5	5
135	M60AP135	3	Población	5	5	5	5	5	5	4	5	5
136	M66MP136	3	Población	5	5	5	3	5	4	5	5	5
137	H50AP137	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
138	M30MP138	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
139	M70MP139	3	Población	4	4	5	3	4	4	3	5	5
140	M26AP140	3	Población	5	5	5	5	5	4	5	5	5
141	H70MB141	3	Población	5	5	5	4	4	4	4	2	4
142	M25MC142	3	Población	5	5	5	4	4	5	5	5	5
143	M65MP143	3	Población	5	5	5	3	4	4	5	5	5
144	M58MP144	3	Población	4	5	4	5	5	5	5	2	5
145	M20MP145	3	Población	4	4	5	5	5	5	5	5	5
146	H23MP146	3	Población	5	5	3	5	5	5	5	5	5
147	H60MP147	3	Población	5	5	5	4	4	4	4	5	5
148	H44MP148	3	Población	5	5	5	4	4	4	4	4	5
149	H28MP149	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
150	M37MP150	3	Población	5	5	5	3	4	4	4	5	5
151	M288AP151	3	Población	5	5	5	4	4	4	4	5	5
152	H68MP152	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
153	H37MP153	3	Población	5	5	5	3	4	4	5	5	5
154	H58AP154	3	Población	4	5	5	4	4	4	3	5	5
155	M87MP155	3	Población	5	5	5	3	3	4	3	5	5
156	H20MP156	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
157	M40MP157	3	Población	5	5	5	5	5	5	3	5	5
158	M35MP158	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
159	M29AP159	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
160	H38MP160	3	Población	5	4	5	3	4	4	3	4	5
161	M50AP161	3	Población	5	5	5	4	4	4	3	5	5
162	H30AP162	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
163	H25MP163	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
164	M20MP164	3	Población	5	5	5	5	5	5	3	5	5
165	M62MP165	4	Población	5	4	5	5	5	5	5	4	5
166	M65AP166	4	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
167	M24MP167	4	Población	5	5	5	4	4	4	2	4	5
168	M18AP168	4	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
169	H80MP169	4	Población	5	5	5	5	4	4	4	4	5
170	H80MP170	4	Población	5	5	5	5	5	5	5	4	5
171	H44MP171	4	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
172	M23BP172	4	Población	5	5	5	3	3	5	5	5	5
173	M19MP173	4	Población	5	4	5	4	5	4	3	5	5
174	M30MP174	4	Población	5	5	4	4	4	5	5	5	5
175	H56MP175	4	Población	5	5	5	5	5	4	5	2	5
176	H65MP176	4	Población	5	5	5	1	1	1	1	5	1

177	M40MP177	4 Población	5	5	5	1	4	5	5	5	5
178	M37MP178	4 Población	5	5	4	4	5	5	5	5	5
179	M80MP179	4 Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
180	M42MP180	4 Población	5	5	5	5	5	5	5	4	5
181	H44MP181	4 Población	5	5	5	5	5	5	5	4	5
182	H30AP182	4 Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
183	M62MP183	4 Población	5	5	5	4	5	5	4	5	5
184	M23BP184	4 Población	5	5	5	4	4	4	4	4	5
185	M49MP185	4 Población	5	5	5	1	1	1	3	5	5
186	M36AP186	4 Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
187	H56MP187	4 Población	4	4	5	3	3	3	3	4	5
188	M67MP188	4 Población	5	5	5	3	4	4	4	5	5
189	M30MP189	4 Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
190	H37MP190	4 Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
191	H83MP191	4 Población	5	5	4	3	3	3	3	4	5
192	H26MP192	4 Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
193	M18MP193	4 Población	5	5	5	4	4	5	5	5	5
194	H38MP194	4 Población	5	5	4	4	5	5	5	5	5
1	M50MV01	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	H40BV02	0 Visitante	5	5	4	4	5	4	5	4	4
3	M18MV03	0 Visitante	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	M35MV04	0 Visitante	5	5	4	4	5	5	4	5	5
5	M50MV05	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	M60MV06	0 Visitante	5	4	5	4	4	4	4	5	4
7	M47MV07	0 Visitante	5	5	4	3	4	4	5	4	5
8	M68MV08	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	4	5	5
9	M60MV09	0 Visitante	5	4	5	3	5	4	5	4	5
10	M68MV10	0 Visitante	5	5	4	4	5	3	4	5	5
11	M50AV11	0 Visitante	5	5	5	5	4	5	5	5	5
12	H12MV12	0 Visitante	5	5	5	4	5	3	4	5	4
13	H11MV13	0 Visitante	5	3	5	5	4	4	5	5	5
14	M63MV14	0 Visitante	5	5	5	4	5	5	4	5	5
15	H57MV15	0 Visitante	5	5	5	3	5	5	5	5	5
16	H23AV16	0 Visitante	5	5	4	4	4	4	4	5	5
17	M34MV17	0 Visitante	5	5	4	5	5	5	5	4	5
18	H43MV18	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	H40MV19	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	H75MV20	0 Visitante	5	5	5	4	5	4	5	5	5
21	M30MV21	0 Visitante	5	4	5	5	4	5	4	5	5
22	M35MV22	0 Visitante	5	4	5	4	4	5	4	5	5
23	M27MV23	0 Visitante	5	5	5	4	5	4	5	5	4
24	M60MV24	0 Visitante	5	5	4	5	5	5	5	5	5
25	M13MV25	0 Visitante	5	5	5	4	5	5	5	4	5

26	H38MV26	0 Visitante	5	3	3	5	5	5	5	5	5
27	H48MV27	0 Visitante	4	5	5	5	4	5	5	5	2
28	H42AV28	0 Visitante	5	5	5	3	5	5	4	2	5
29	M20AV29	0 Visitante	5	5	4	5	4	4	5	5	5
30	H35MV30	0 Visitante	4	3	5	2	4	5	3	3	5
31	H17MV31	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	M60MV32	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	M30MV33	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	M70AV34	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	H30MV35	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	M30MV36	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37	H33MV37	0 Visitante	4	5	4	5	4	4	5	5	4
38	H38MV38	0 Visitante	5	4	3	4	5	5	5	5	5
39	M70MV39	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	M34AV40	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	H25AV41	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	M30MV42	0 Visitante	4	5	5	5	5	5	5	5	5
43	M38AV43	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	M30AV44	0 Visitante	4	4	4	3	3	4	4	4	5
45	M66MV45	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	M69MV46	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	M70MV47	0 Visitante	5	5	5	4	5	5	5	5	5
48	M44MV48	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	4	5
49	H28MV49	0 Visitante	5	5	5	5	5	4	5	5	5
50	M40MV50	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	M42AV51	0 Visitante	5	5	5	5	4	4	4	4	5

Base de Datos de las encuestas aplicadas Fotoelicitación

N°												
Progresivo	Código	Zona	Tipo	af)	bf)	cf)	df)	ef)	ff)	gf)	hf)	if)
52	H70MC52	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	M58BC53	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	H44MC54	1	Comerciante	5	5	5	4	4	4	5	4	4
55	H50MC55	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	H24MC56	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	H40MC57	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	M74MC58	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	M40MC59	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	H52MC60	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	H27MC61	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	H60MC62	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	4	5	5
63	M35MC63	1	Comerciante	5	4	5	5	5	5	5	5	5
64	M34MC64	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	H39MC65	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	H46AC66	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	M34MC67	1	Comerciante	4	4	5	5	5	5	5	5	5
68	H58MC68	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	H22MC69	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
70	M43MC70	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	H60MC71	1	Comerciante	5	5	5	5	4	5	5	5	5
72	M53MC72	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73	M38MC73	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	M40MC74	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	H35MC75	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
76	M69MC76	1	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92	H48MC92	2	Comerciante	5	5	5	5	5	4	5	4	5
93	M40MC93	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	H59MC94	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	M53MC95	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	M37MC96	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
97	M25MC97	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	M45MC98	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	H52MC99	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	H45MC100	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	4
101	M18MC101	2	Comerciante	5	5	5	2	2	5	5	5	5
102	H40MC102	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
103	M65MC103	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
104	H33MC104	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	4
105	M68MP105	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
106	M52MC106	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5

107	H72MC107	2	Comerciante	5	5	5	4	4	5	5	5	5
108	H31MC108	2	Comerciante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
109	M49MC109	2	Comerciante	5	5	5	4	5	5	5	5	5
77	M16BP77	1	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	H45MP78	1	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	H50BP79	1	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
80	H35MP80	1	Población	5	5	5	5	4	5	5	5	5
81	H80BP81	1	Población	5	5	5	5	1	1	5	5	5
82	H25AP82	1	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	H35MP83	1	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
84	H40MP84	1	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	H60MP85	1	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	M40BP86	1	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	H47MP87	1	Población	5	5	5	5	5	5	5	4	5
88	H76AP88	1	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	M66MP89	1	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	M30AP90	1	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	M28MP91	1	Población	5	5	5	4	4	4	5	5	5
110	H43MP110	2	Población	4	5	4	1	4	2	5	5	5
111	M59AP111	2	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
112	H53BP112	2	Población	5	4	5	4	4	4	5	4	5
113	H64BP113	2	Población	5	5	5	1	4	5	5	4	5
114	H16MP114	2	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
115	M49MP115	2	Población	5	5	5	2	5	5	5	5	5
116	H25MP116	2	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
117	M72MP117	2	Población	5	5	5	4	4	5	5	5	5
118	M22MP118	2	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
119	M20AP119	2	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
120	M18MP120	2	Población	5	5	5	4	5	5	5	5	5
121	H46MP121	2	Población	5	5	5	4	4	5	5	5	5
122	H30MP122	2	Población	5	5	5	4	4	5	5	5	5
123	M33AP123	2	Población	5	5	5	4	4	5	5	5	5
124	M18MP124	2	Población	5	5	5	3	4	4	5	5	5
125	M32MP125	2	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
126	H48MP126	2	Población	5	5	5	3	3	4	5	5	5
127	M63BP127	2	Población	5	5	5	3	4	4	5	4	5
128	H15MP128	2	Población	5	5	5	4	4	5	5	5	5
129	M45MP129	2	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
130	H37AP130	2	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
131	M48MP131	2	Población	5	5	5	3	3	5	5	5	5
132	M48MP132	3	Población	5	5	5	5	5	4	5	4	5
133	H40MP133	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
134	M24MP134	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	1

135	M60AP135	3	Población	5	5	5	5	4	5	5	4	5
136	M66MP136	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
137	H50AP137	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
138	M30MP138	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
139	M70MP139	3	Población	5	5	5	4	4	5	5	5	5
140	M26AP140	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
141	H70MB141	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
142	M25MC142	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
143	M65MP143	3	Población	5	5	5	5	4	4	5	5	5
144	M58MP144	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
145	M20MP145	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
146	H23MP146	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
147	H60MP147	3	Población	5	5	5	5	4	5	4	5	5
148	H44MP148	3	Población	5	5	5	4	4	5	5	4	5
149	H28MP149	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
150	M37MP150	3	Población	5	5	5	3	4	5	5	5	5
151	M288AP151	3	Población	5	5	5	4	5	5	5	5	5
152	H68MP152	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
153	H37MP153	3	Población	5	5	5	4	5	5	5	5	5
154	H58AP154	3	Población	5	5	5	1	4	5	5	4	5
155	M87MP155	3	Población	5	5	5	3	5	5	5	5	5
156	H20MP156	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
157	M40MP157	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
158	M35MP158	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
159	M29AP159	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
160	H38MP160	3	Población	5	5	5	3	3	5	5	5	5
161	M50AP161	3	Población	5	5	5	4	3	5	5	5	5
162	H30AP162	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
163	H25MP163	3	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
164	M20MP164	3	Población	5	5	5	4	4	5	5	5	5
165	M62MP165	4	Población	5	3	5	4	3	4	3	4	4
166	M65AP166	4	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
167	M24MP167	4	Población	5	5	5	5	4	5	5	5	5
168	M18AP168	4	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
169	H80MP169	4	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
170	H80MP170	4	Población	5	5	5	5	5	5	5	4	5
171	H44MP171	4	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
172	M23BP172	4	Población	5	5	5	3	4	5	5	5	2
173	M19MP173	4	Población	5	3	5	3	5	5	5	5	5
174	M30MP174	4	Población	5	5	5	5	4	5	5	5	5
175	H56MP175	4	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
176	H65MP176	4	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
177	M40MP177	4	Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5

178	M37MP178	4 Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
179	M80MP179	4 Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
180	M42MP180	4 Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
181	H44MP181	4 Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
182	H30AP182	4 Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
183	M62MP183	4 Población	5	5	5	4	4	4	5	5	4
184	M23BP184	4 Población	5	5	5	3	3	5	5	5	5
185	M49MP185	4 Población	5	5	5	3	4	5	5	3	5
186	M36AP186	4 Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
187	H56MP187	4 Población	5	5	5	3	3	4	5	5	5
188	M67MP188	4 Población	5	4	5	4	4	4	5	4	5
189	M30MP189	4 Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
190	H37MP190	4 Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
191	H83MP191	4 Población	4	3	5	1	3	4	5	4	5
192	H26MP192	4 Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
193	M18MP193	4 Población	5	5	5	4	4	4	5	4	5
194	H38MP194	4 Población	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	M50MV01	0 Visitante	5	5	5	4	5	4	5	4	5
2	H40BV02	0 Visitante	5	4	5	4	5	4	4	4	5
3	M18MV03	0 Visitante	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	M35MV04	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	M50MV05	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	4	5
6	M60MV06	0 Visitante	5	5	4	4	4	4	5	5	5
7	M47MV07	0 Visitante	5	4	4	3	4	4	4	5	5
8	M68MV08	0 Visitante	5	5	5	4	5	4	4	5	3
9	M60MV09	0 Visitante	5	5	5	3	4	5	4	3	4
10	M68MV10	0 Visitante	5	4	5	4	4	4	4	5	5
11	M50AV11	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	4	5	5
12	H12MV12	0 Visitante	4	5	4	5	5	4	4	5	4
13	H11MV13	0 Visitante	5	5	5	4	5	5	5	5	4
14	M63MV14	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	H57MV15	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	H23AV16	0 Visitante	5	5	5	4	4	2	4	4	4
17	M34MV17	0 Visitante	5	4	5	5	5	5	5	5	5
18	H43MV18	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	H40MV19	0 Visitante	5	5	5	4	5	5	5	5	5
20	H75MV20	0 Visitante	5	5	5	4	5	5	5	4	5
21	M30MV21	0 Visitante	5	5	4	5	5	5	4	4	5
22	M35MV22	0 Visitante	5	5	5	5	4	4	4	4	5
23	M27MV23	0 Visitante	5	4	4	5	5	5	5	5	5
24	M60MV24	0 Visitante	4	4	5	5	5	5	5	5	5
25	M13MV25	0 Visitante	5	5	4	4	4	4	4	4	4
26	H38MV26	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5

27	H48MV27	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	2
28	H42AV28	0 Visitante	5	5	5	5	5	4	5	4	5
29	M20AV29	0 Visitante	5	5	4	5	5	5	5	5	5
30	H35MV30	0 Visitante	5	3	5	1	1	1	5	1	5
31	H17MV31	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	M60MV32	0 Visitante	5	5	5	4	5	5	5	5	5
33	M30MV33	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	M70AV34	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	H30MV35	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	M30MV36	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37	H33MV37	0 Visitante	5	5	4	4	5	5	5	5	4
38	H38MV38	0 Visitante	5	5	4	5	5	3	5	5	5
39	M70MV39	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	M34AV40	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	H25AV41	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	M30MV42	0 Visitante	5	5	5	4	5	5	5	5	4
43	M38AV43	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	M30AV44	0 Visitante	5	1	4	3	5	1	5	3	5
45	M66MV45	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	M69MV46	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	M70MV47	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	M44MV48	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	H28MV49	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	M40MV50	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	M42AV51	0 Visitante	5	5	5	5	5	5	5	5	5