

La repercusión del turismo en la identidad cultural de los Pueblos Mágicos de Chiapas

Alejandra de María Hernández González
Centro de Investigación para el Desarrollo Sustentable A.C
alejandra@cides.edu.mx

Marcela Iturbe Vargas
Universidad Autónoma de Chiapas
marcela.iturbe@unach.mx

RESUMEN

Por su repercusión socioeconómica, el turismo es estratégico para México. Su patrimonio, reúne costumbres, creencias y expresiones culturales diversas. Su identidad supone un reconocimiento y apropiación de la memoria histórica. El Programa Pueblos Mágicos (PPM) valora la identidad cultural y es de los más exitosos de México. Chiapas cuenta con cuatro PM: San Cristóbal de Las Casas, Chiapa de Corzo, Comitán y Palenque. Son fundamentales para el turismo en la entidad y son fomentados por el empresariado y gobierno. Es valioso conocer, desde la percepción de sus habitantes, cuál ha sido la repercusión del turismo en su identidad cultural. Se realizó un estudio cuantitativo, mediante encuesta aplicada a expertos y pobladores locales. Analizándose impactos sobre preservación de la cultura, valoración del patrimonio, sentido de pertenencia, respeto y beneficios socioeconómicos; y en las modificaciones en la cultura, pérdida de identidad y migración. Se concluye que la población local de los Pueblos Mágicos percibe que el

turismo ha impactado positivamente tanto en lo socioeconómico como en su identidad cultural, contribuyendo favorablemente al sentido de pertenencia y preservación de la cultura. Sin embargo, la inmigración en San Cristóbal de Las Casas es un tema crítico que podría percibirse negativamente, y que deberá estudiarse en profundidad.

Palabras clave: Identidad cultural; Programa Pueblos Mágicos; impactos turísticos; población local, Chiapas.

THE IMPACT OF TOURISM ON CULTURAL IDENTITY OF CHIAPAS MAGICAL TOWNS

ABSTRACT

Tourism is strategic for Mexico due to its socio-economic impact. Its heritage brings together diverse traditions, beliefs, and cultural expressions. Its identity implies recognition and appropriation of historical memory. The Magical Towns Programme (*Programa Pueblos Mágicos, PPM*) values cultural identity and is among the most successful in Mexico. Chiapas has got four magical towns (PM): San Cristóbal de Las Casas, Chiapa de Corzo, Comitán, and Palenque. They are essential for tourism in the state and are endorsed by the business community and the government. It is crucial to know, from the perception of its inhabitants, what the impact of tourism has been on their cultural identity. A quantitative study was carried out through a survey applied to experts and local people. There were analyzed impacts on cultural preservation, heritage appreciation, sense of belonging, respect, and socio-economic benefits, as well as on changes in culture, loss of identity, and migration. The conclusion was that the local population of the Magical Towns perceives that tourism has had a positive impact on both the socio-economic level and cultural identity, contributing favorably to the sense of belonging and preservation of culture. However, immigration in San Cristóbal de Las Casas is a critical issue that could be perceived negatively and should be studied in depth.

Key words: Cultural identity; Magical Towns Programme; tourist impacts; local population, Chiapas.

INTRODUCCIÓN

Pueblos Mágicos (PM) es un programa federal que nació en el año 2000, como una estrategia de política pública para contribuir a la revaloración de los pueblos mexicanos con gran cultura y atractivo que están presentes en el imaginario colectivo de la nación y se distinguen como originales para los visitantes nacionales y extranjeros SECTUR, (2006). Se buscó poner en valor la cultura y la naturaleza, acorde con la sociedad de ensueño (Jensen,1999), y favorecer una mejor oferta turística acorde con las tendencias actuales del turismo relacionado con las experiencias y las emociones (Borda, 2003); (Pine & Gilmore,1999), mediante los singulares atributos históricos y culturales, así como los de aventura, deporte y naturaleza. Dentro de sus objetivos, el programa pretendía mejorar a la comunidad receptora con el turismo, generando nuevos negocios y una forma de vida para los habitantes de la localidad en cuestión, en el marco por supuesto de las políticas turísticas.

De 2001 a 2018, fueron reconocidos como PM 121 poblados. Un PM es la localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin magia que emana en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico (SECTUR, 2006). Su denominación implica que el poblado posee una singularidad e identidad cultural tan importante que es motivo para ser visitado.

En materia turística, este Programa impulsó muchos poblados de México y en 20 años de existencia ha pasado por un proceso de reingeniería con el fin de permanecer con ese mismo espíritu de mejorar las condiciones de vida de los locales y preservar el patri-

monio; debido a que la presencia de turistas provoca una serie de impactos que, según los expertos, pueden trastocar la identidad cultural. En este sentido, hay que recordar que la identidad supone un reconocimiento y apropiación de la memoria histórica del pasado.

Un pasado que puede ser reconstruido o reinventado, pero que es conocido y apropiado por todos. El valorar, restaurar y proteger el patrimonio cultural es un indicador claro de la recuperación, reinención y apropiación de una identidad cultural (Molano, 2007). Si esta identidad puede ser trastocada por esa presencia de visitantes, resulta de interés identificar cuál ha sido la percepción de los residentes sobre el impacto del turismo en los pueblos de Chiapas. Ya que la economía está soportada fuertemente en el sector servicios y dentro de este, en el turismo. Por lo tanto, se considera como indispensable contribuir al análisis de los impactos sociales y culturales que devienen del turismo (Azpelicueta, Ramón, & Serra, 2014) y además porque la práctica del turismo puede degradar y transformar la diversidad de expresiones culturales que conforman su magia, su atractivo. En este sentido, la lógica del patrimonio no debe ser para usarse sino para preservarse (López *et. al.*, 2018).

El artículo se compone de tres apartados: en el primero se aborda el marco de referencia, en el segundo la metodología y en el tercero los resultados, la discusión y las conclusiones.

REVISIÓN DE LITERATURA

El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social, se comparten rasgos culturales, costumbres, valores y creencias. La identidad se recrea individual y colectiva-

mente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior (Molano, 2007). Históricamente, estas características están dadas en su cultura y en las relaciones sociales y comportamientos colectivos: sistemas de valores y creencias que tienen como rasgo particular, su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad (González, 2000, citado por Molano, 2007).

La identidad como sentido de pertenencia a una colectividad se expresa con manifestaciones culturales: fiestas tradicionales, procesiones, música, danza, artesanías, gastronomía, entre otras. Son representaciones culturales que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) denomina patrimonio cultural inmaterial (Romero Cevallos, 2005). La sociedad configura su patrimonio cultural como un agente activo, pues identifica los aspectos que desea valorar y los asume como propios, o bien agrega otros que de manera natural se van convirtiendo en su referente de identidad. De ahí que el patrimonio y la identidad cultural no son elementos estáticos, más bien son entidades sujetas a permanentes cambios, que están condicionadas por factores externos y por la continua retroalimentación entre ambos (Bákula, 2000).

La identidad cultural no existe sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro (Molano, 2007). Al ser la expresión máxima de la cultura de los pueblos, la identidad cultural es uno de los recursos necesarios en la reconversión de un atractivo para el sector turístico.

De acuerdo con Conti A. & Cravero S. (2010), hay una doble transformación necesaria para lograr un “destino turístico”: la evolución de los recursos –atractivos, patrimonio natural, cultural, clima– en productos y la conversión de esos productos en ofer-

tas dirigidas al mercado. El producto es el atractivo transformado y acondicionado para acceder a él en cualquier tiempo y desde cualquier espacio y realizar actividades recreativas diversas. Por ello, es muy importante diferenciar producto de recurso pues mientras no tenga accesibilidad para su uso y disfrute, no podrá ser considerado un producto turístico (Chías, 2005).

Un producto turístico mexicano que ha sido muy exitoso es el denominado Programa Pueblos Mágicos (PPM). Nació como una política pública turística, que parte de una tradición administrativa que pondera a la cultura, la historia y el patrimonio material de la nación como un atractivo y, al conjuntarlo, produce réditos económicos por lo que su cuidado y manutención son obligados (CESOP, 2017). Tanto el patrimonio cultural como el natural, con el gran acervo de atractivos turísticos que tiene el país, han sido foco de atención y financiamiento estatal a través de múltiples programas y estrategias intersectoriales de la administración pública mexicana.

El PPM incentiva un turismo orientado a la cultura. Su público es tanto el que viaja con un interés ocasional por conocerla, como aquel que lo hace para disfrutar y entender todos aquellos rasgos y características que distinguen al lugar, sea materiales, espirituales, afectivos o bien intelectuales y que dan significado a la sociedad de un destino específico (CESOP, 2017).

La cultura es uno de los atractivos más fuertes de México y con la creación de este programa, se han obtenido beneficios importantes (SECTUR, 2017):

- El PPM evitó la marginación en los planes de desarrollo turístico de muchos poblados con gran atractivo. El reconocimiento como Pueblo Mágico pone en valor sus atractivos, monumentos, símbolos o vestigios arqueológicos –en caso

de que los haya-. Con ello, se mejora la imagen urbana: se rehabilitan espacios, se remozan de fachadas y se rescatan bienes inmuebles. Participan pueblo y gobierno.

- Se converge una conciencia de preservación: del lado del turista, por el valor del patrimonio, y del lado de las comunidades receptoras, porque les brinda un valor económico que genera recursos, pero también un incentivo para su cuidado y preservación, como también un intercambio cultural por lo que,
- hay un reforzamiento en el sentido de pertenencia y comunidad de los habitantes.

Los atractivos de cada plaza que compone el PPM, que pueden entremezclarse o sobresalir uno sobre otro, son la naturaleza y las expresiones culturales como fiestas, ferias, tradiciones u objetos artesanales de facturación local. Ambos son el producto turístico a partir del cual se generan actividades, paseos, visitas guiadas y paquetes ofertados entre agencias y operadores de viajes. En la guía de incorporación y permanencia del PPM se especifica la obligatoriedad de cada pueblo de estar integrado o ser susceptible de integrarse a un itinerario turístico comercializable con impacto estatal y regional (SECTUR, 2017).

Asimismo, Madrid (2012) ha destacado que iniciativas como el Programa Pueblos Mágicos son claves para mejorar el aprovechamiento de pequeñas poblaciones con un potencial turístico. Pero observa que existe el riesgo de pérdida de credibilidad ante localidades que puedan ser cuestionables en términos del cumplimiento de los requisitos de participación. Y es que un PM es una localidad que, a través del tiempo y ante la modernidad, ha conservado, valorado y defendido su herencia histórica, cultural y

natural; y la manifiesta en diversas expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible (CEIPM, 2017). Por tanto, un Pueblo Mágico debe resguardar esos atributos únicos, simbólicos, conformados por historias auténticas, hechos trascendentes, cotidianidad, que integrados, conforman el producto turístico.

De acuerdo con Gauna (2019), la pérdida de identidad cultural y los efectos sobre el patrimonio material o inmaterial, producto de la implementación del Programa de Pueblos Mágicos, han sido la causa de cambios en las comunidades, tanto en su estructura social, como por la intromisión de nuevas formas productivas y de criterios culturales ajenos a ellos; ambos están trastocando la identidad y cultura de las localidades.

Un tema constante al aludir al PPM, corresponde a las implicaciones y transformaciones que provoca en los sitios donde se ostenta tal nombramiento, tanto los que se vinculan a cambios físicos como a las representaciones culturales y las relaciones que se generan entre los actores locales que directa e indirectamente se vinculan con la actividad turística (De la Rosa, Cruz & Castillo, 2015). Es por eso que, De la Rosa, Cruz y Castillo (2015) señalan que algunos autores han cuestionado el impacto del turismo sobre determinadas expresiones culturales y las afectaciones a la identidad que da sentido a los habitantes.

En un trabajo profundo que reúne hoy en día cuatro volúmenes de investigación, López, Valverde & Fernandez, (2015-2018), han estudiado el Programa Pueblos Mágicos a partir del encanto del patrimonio local, la actividad turística y las relaciones que se sitúan en ese espacio turístico entre los diversos actores locales que interactúan en términos socio-territoriales.

En este sentido, Hiriart & Alvarado, (2013), observan que los valores locales y el patrimonio tanto material como inmaterial de-

ben cuidarse y evitar que, por el incremento de visitantes, estos sitios se banalicen y deterioren. Hay ejemplos positivos y negativos sobre la gestión de destinos y su patrimonio y ambos autores precisan lo indispensable de aprender de estos temas para replantear, si fuere el caso, la gestión del turismo bajo un enfoque sostenible. A ello se suman De la Rosa, Cruz & Porras, (2016), al señalar que es vital impulsar la cooperación tanto de los actores locales del turismo, la empresa privada, el gobierno local, la sociedad e incluso los mismos turistas para que entre todos apliquen medidas que minimicen el impacto que provoca el turismo en el patrimonio urbano, cultural y natural.

Por lo que, la forma de gestionar el destino y el tipo de política pública que se opera es importante, como lo expresa González, (2009), al mencionar que la participación colectiva bajo un interés común es fundamental para la gestión del patrimonio cultural. Al mismo tiempo que se preserve, debe difundirse y disfrutarse. El turismo según cita Hiriart, (2010), es una estrategia que contribuye a proteger el patrimonio, pero para ello, deben existir políticas claras, comunicación y acuerdos entre todas las partes interesadas. En el caso de los PM, sin duda son gobierno y sociedad los vigilantes de estos procesos de gestión del destino cultural. Ibarra & Velarde, (2016), aseguran que el desafío de un Pueblo Mágico es regirse con principios de sustentabilidad ya que de esa manera se asegura el futuro del municipio como centro turístico.

Es importante hacer notar, que una característica que predomina en los estudios sobre PM es, sin duda, la alusión a que el turismo sirve para dinamizar la economía y por ende impulsa el desarrollo de municipios y regiones. Lo valioso de ello es que el patrimonio cultural e histórico puede también protegerse (López *et. al.*, 2017).

Para García y Guerrero, (2014), el PPM puede significar una gran oportunidad de transformación económica y social para la población residente. Pero es necesario que los actores locales generen su propio desarrollo, a partir de sus propias necesidades y habilidades. De lo contrario, el programa puede crear otro tipo de fenómenos, no deseables, donde se afecta no solo la cultura sino también la estructura de la población en todos los ámbitos, social, político, económico e incluso medioambiental. Si bien el PPM fue diseñado para solventar el desarrollo regional de sitios con riqueza cultural, Chávez & Rosales, (2016), expresan que la política pública en torno a la gobernanza de los PPM no ha sido clara. Y esa falta de precisión se muestra en algunos Comités que funcionan a discreción, sin transparencia ni rendición de cuentas, lo que implica una necesaria revisión a fondo del programa. Por otra parte, Pulido-Fernández & Pulido-Fernández (2014), afirman que sí hay principios de gobernanza que se cumplen en el PPM, aunque de forma limitada. Estos principios son los de visión estratégica, de transparencia y de participación.

A pesar de que el turismo es un elemento que se puede ligar al desarrollo económico de los pueblos, su práctica puede degradar y transformar la diversidad de expresiones culturales que conforman su magia, su atractivo. Y entonces llegará un momento en que no habrá más atractivo que motive su existencia como destino turístico. Por lo tanto, la lógica del patrimonio no debe ser para usarse sino para preservarse (López *et. al.*, 2018).

Las sociedades locales que reciben turismo, reciben impactos por esta actividad, positivos o negativos, según el contexto y la naturaleza particular de cada destino que, sin duda, afectan en lo económico, ambiental y sociocultural. Este resultado del turismo, dado por su naturaleza multidimensional, está determina-

do de forma importante por las características socioculturales y económicas de la comunidad local y serán los habitantes los que perciban esos impactos en su comunidad (Monterrubio Cordero *et. al.*, 2012).

El estudio de los impactos del turismo desde las percepciones de los residentes permitirá identificar los beneficios y costos percibidos y, en función de ello, serán los propios pobladores locales quienes acepten el desarrollo del turismo y lo impulsen en la medida en que los impactos positivos superen a los negativos (Castellucci, Cruz & Barbini, 2018).

México se reconoce como un país multicultural, es poseedor de un patrimonio común: lengua, costumbres, mitos, creencias, formas de ser y de sentir, de pensar y de actuar. Es mediante la recreación y difusión de la cultura, de la diversidad y de la confluencia de nuestras raíces, como se transmiten y comparten los valores, ideales y principios que sustentan un proyecto nacional hacia el futuro (CONACULTA, 2010). Es el sexto país con más declaraciones de Patrimonio en el mundo y el de mayor número de sitios inscritos de América. Actualmente, mantiene 35 bienes inscritos en la lista de Patrimonio de la Humanidad (SEDESOL, 2018).

El país es de vocación eminentemente turística. Los datos del año 2018 cerraron con un ingreso de divisas por concepto de viajeros internacionales de 22 mil 510 millones de dólares, resultado de la llegada de 41,4 millones de turistas internacionales (SECTUR, 2019). En 2018, México se ubicó en el 7º lugar como el país más visitado del mundo y en el número 16 por ingresos de divisas. La aportación al Producto Interno Bruto (PIB) fue de 8.7% (SECTUR, 2019).

Chiapas es una de las entidades mexicanas que promueve el turismo como una estrategia de desarrollo, su política estatal ha

estado orientada a detonar la inversión privada y a posicionar al turismo como una actividad estratégica y prioritaria para el desarrollo económico de Chiapas (CIEtec, 2012). Para el Gobierno de la entidad, el turismo es una de las alternativas más sólidas que pueden ser factor vital en el cambio estructural que se requiere para su desarrollo económico y social (Subsecretaría de Planeación y Finanzas, 2006). En 2018 el Estado recibió a 6 millones 602 mil 042 visitantes, que dejaron una derrama económica de 21 mil 607 millones de pesos. Palenque, Chiapa de Corzo y San Cristóbal de las Casas absorbieron al 38% de ese turismo, con 2 millones 520 mil 952 visitantes (SECTUR Chiapas, 2019).

Cuenta con cuatro ciudades denominadas Pueblos Mágicos: San Cristóbal de las Casas, Chiapa de Corzo, Palenque y Comitán, que son destinos turísticos de gran importancia por su gran riqueza cultural y natural. Sin embargo, también existen grandes contrastes; en el país el 43.6% de la población vive en pobreza y en el Estado este porcentaje aumenta al 77%. Asimismo, su grado de rezago social es muy alto (CONEVAL, 2015).

En 2018, Chiapas se ubicó en el noveno lugar como destino más visitado en el país. Sumando en seis años –de 2013 a 2018– una afluencia superior a los 31 mil visitantes con una tasa media de crecimiento anual de 12.5% (SECTUR Chiapas, 2018). De acuerdo con SECTUR Chiapas, sobre el turismo internacional se reciben visitantes de Guatemala, Francia, Estados Unidos, Argentina y España principalmente. Del turismo nacional, los visitantes proceden de cinco estados de la República particularmente, México, Estado de México, Veracruz, Jalisco y Puebla.

Destacan entre sus recursos culturales los pueblos indígenas, sitios arqueológicos, centros culturales, monumentos históricos y sitios o expresiones denominados patrimonio de la humanidad

(CIETec, 2012) y museos tales como: Museo Regional de Chiapas, el Museo de los Altos de Chiapas, el Museo Arqueológico del Soconusco y el Museo Arqueológico de Comitán; en cuanto a zonas arqueológicas, las de Bonampak, Chincultic, Izapa de Palenque, Tenam y Puente, Toniná, Yaxchilán, Chiapa de Corzo, Lagartero e Iglesia Vieja (Instituto Nacional de Antropología e Historia [INAH], 2014). De Chiapas, Bayona, (2018), expresa que sus rutas turísticas muestran una cultura única, viva, con indígenas que conviven con turistas y gente mestiza que comparte en sus pueblos el día a día de forma extraordinaria.

Asimismo, Palenque es la zona arqueológica que ocupa el quinto lugar a nivel nacional como la más visitada del país (SECTUR Chiapas, 2018). Sin embargo, no ha sido una tarea fácil la incorporación del turismo como una actividad complementaria, para generar recursos económicos.

Ahora bien, es indispensable contribuir teóricamente al análisis de los impactos sociales y culturales que devienen del turismo (Azpelicueta, Ramón, & Serra, 2014). Particularmente porque puede afectar al principal recurso con el que cuenta esta actividad. Para López, (2017), la influencia de lo global en la identidad de los grupos sociales ha hecho que los pueblos originarios reflexionen sobre su cultura, la valoren como un atractivo para los turistas y les motive a retomar usos y costumbres, vestimenta, artesanías o leyendas, de forma valiosa y orgullosa de sus orígenes.

Chiapas basa su oferta turística en su diversidad cultural y natural evidente por los reconocimientos que sus atractivos han obtenido (Tabla 1).

Sobre Chiapa de Corzo, Zúñiga, (2015), destaca que, a pesar de su vasto patrimonio, la población ha quedado al margen de la dinámica turística y a un año de haber obtenido el reconocimien-

Tabla 1. Reconocimientos obtenidos por principales municipios turísticos de Chiapas.

Lugar	Reconocimiento	Año	Institución que lo otorga
San Cristóbal de las Casas	Zona de monumentos históricos	1986	CONACULTA
	Pueblo Mágico	2003	SECTUR
	Ciudad Creativa de la artesanía y arte popular	2015	UNESCO
Comitán	Zona de monumentos históricos Pueblo Mágico	2000 2012	CONACULTA SECTUR
Chiapa de Corzo	Zona de monumentos históricos	2000	CONACULTA
	Danza del Parachico, Patrimonio Inmaterial Cultural de la Humanidad	2010	UNESCO
	Pueblo Mágico	2012	SECTUR
Palenque	Zona arqueológica y Parque Nacional, Patrimonio material Cultural de la Humanidad	1987	UNESCO
	Pueblo Mágico	2015	SECTUR

Fuente: Elaboración propia con base en diversas fuentes: UNESCO, SECTUR, CONACULTA, (2019).

to como Pueblo Mágico, en 2012, no ha sido el turismo un detonador de desarrollo. Subraya la fragmentación social observada en el centro histórico al dominar la presencia de turistas frente a los residentes, que evitan exponerse a los ojos de extraños en espacios públicos.

En cuanto a Comitán de Domínguez, último de los municipios en recibir el reconocimiento de PM en 2014, López, Valverde & Fernández (2017), quienes han estudiado el PPM, afirman que el turismo sí ha servido para impulsar las actividades económicas, en parte por su importante presencia de monumentos históricos como por los atractivos naturales cercanos de La Trinitaria y Tzi-

mol que se han distinguido por ser visitas obligadas: el Parque Nacional Lagunas de Montebello, las cascadas El Chiflón y las zonas arqueológicas de Tenam Puente y Chinkultic, entre otros. La sinergia en estos municipios pone de manifiesto la importancia de Comitán como el municipio con posicionamiento regional y nacional, y a la Trinitaria y Tzimol como aquellos que resguardan los recursos naturales y arqueológicos, que conforman el conjunto de atractivos.

En lo que se refiere a San Cristóbal de las Casas, su magia recae no sólo en un paisaje y patrimonio natural imponente, sino en su riqueza patrimonial producto de la colonización española. Destaca por su mundo indígena vivo, inserto en el paisaje cotidiano, que le otorga un sentido de atemporalidad a este PM (López *et. al.*, 2016). Lo que se articula además por su gastronomía, artesanías y fiestas tradicionales. Para este municipio, que en 2011 fue reconocido como el más mágico de los Pueblos Mágicos por su diversificación turística, dentro de los logros más importantes se encuentra la preservación de su patrimonio y, con ello, la mejora de su imagen urbana en el centro histórico; sin embargo, aún prevalece la necesidad de incluir a la población indígena en las dinámicas locales de bienestar (López L, Valverde C. & Figueroa M., 2016).

Finalmente, Palenque, que ya era un destino turístico consolidado, recibió el reconocimiento de PM dentro de un periodo donde se nombraron otros sitios también consolidados, un tanto como estrategia de diversificación de actividades turísticas y por otra parte para que sirviera como una fuente extra de ingresos.

También, se destaca que Comitán de Domínguez, después de San Cristóbal de Las Casas, es el segundo destino en cuanto a que su población empieza a percibir que el turismo puede provocar la pérdida de las costumbres.

METODOLOGÍA

La investigación tiene un ámbito estatal de estudio. Se parte de la hipótesis: La identidad cultural de los Pueblos Mágicos de Chiapas ha sufrido repercusiones positivas y negativas relevantes por la presencia de la actividad turística, que son más notables en los destinos con mayor tiempo de denominación de acuerdo con la percepción de sus habitantes. Se utilizó la técnica de análisis de contenido examinando la oferta turística en la entidad. Asimismo, con un enfoque cuantitativo se empleó la técnica de la encuesta para determinar cuál es la percepción de los residentes respecto a los impactos positivos y negativos del turismo en la identidad cultural de los cuatro PM de Chiapas.

El universo de estudio se circunscribe en las comunidades receptoras de los Pueblos Mágicos de Chiapas. Las unidades de análisis fueron la población residente de los cuatro PM. Al ser un muestreo no probabilístico, se definen las características de la población en cuatro subunidades fundamentales: población residente general, expertos en turismo, representantes de la sociedad, expertos en cultura o conocedores de la historia local, con más de 10 años residiendo en alguno de los PM. La muestra se destinó a: $n=160$ sujetos de población femenina y masculina, de distintos rangos de edad, considerando a la población con mayoría de edad. Posteriormente se analizaron los resultados con el programa SPSS versión 25. Dicho análisis se efectuó de manera general incluyendo información de los cuatro Pueblos Mágicos.

En cuanto al análisis estadístico y de confiabilidad, se expresa lo siguiente:

- El cuestionario fue integrado por 31 reactivos, seis reactivos para determinar aspectos sociodemográficos de los

participantes y 25 que son los que conforman ambas escalas. Se sometieron al análisis de confiabilidad calculando el Alpha de Cronbach, obteniendo un alpha de $\alpha = .752$ para el conjunto de reactivos; estos resultados indican un nivel aceptable de confiabilidad.

- Los reactivos para medir cuál es la percepción de la población local sobre los impactos positivos y negativos fueron diseñados bajo la escala tipo Likert, la cual comprende cuatro opciones de respuesta, con valores de 1 (Muy en desacuerdo) a 4 (Totalmente de acuerdo). Para poder integrar la primera escala con relación a la percepción de impactos positivos, se hizo uso de 19 reactivos considerando los siguientes indicadores: preservación de la cultura, valoración del patrimonio, sentido de pertenencia, respeto, beneficios sociales y beneficios económicos. En la segunda escala sobre la percepción de impactos negativos se integraron 6 reactivos con los siguientes indicadores: modificaciones en la cultura, pérdida de la identidad y migración (Tabla 2).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Oferta turística

Desde el trabajo de promoción que realiza el gobierno del estado de Chiapas, se ofrecen destinos desde cuatro escenarios: Pueblos Mágicos, naturaleza, aventura y eco-alojamientos. Son siete las ciudades con mayor afluencia: Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Tapachula, Chiapa de Corzo, Comitán, Tonalá.

En 2018, Palenque, San Cristóbal y Chiapa de Corzo, recibieron en conjunto 2'520,952 visitantes. Ello representa el 38% del total

Tabla 2. Ficha técnica sobre la metodología empleada.

Ficha técnica metodología cuantitativa	
Perfil del encuestado	Población residente general, expertos en turismo, representantes de la sociedad, expertos en cultura, conocedores de la historia local y que tuvieran más de 10 años residiendo en alguno de los Pueblos Mágicos de Chiapas.
Tipo de muestreo	No probabilístico, determinado por conveniencia.
Alcance	La investigación tiene un ámbito estatal de estudio, se estudió a cuatro ciudades denominadas Pueblos Mágicos: San Cristóbal de las Casas, Chiapa de Corzo, Palenque y Comitán.
Herramienta de recolección	Cuestionario con escala tipo Likert.
Tamaño de la muestra	$n=160$ sujetos residentes locales, población femenina y masculina, mayores de edad y de distintos rangos de etarios.
Periodo del trabajo de campo	La recopilación de datos se llevó a cabo durante el mes de abril de 2019, en el periodo que abarcó del 15 al 30 de dicho mes. Los cuestionarios fueron aplicados de forma anónima.

Fuente: Elaboración propia, (2019).

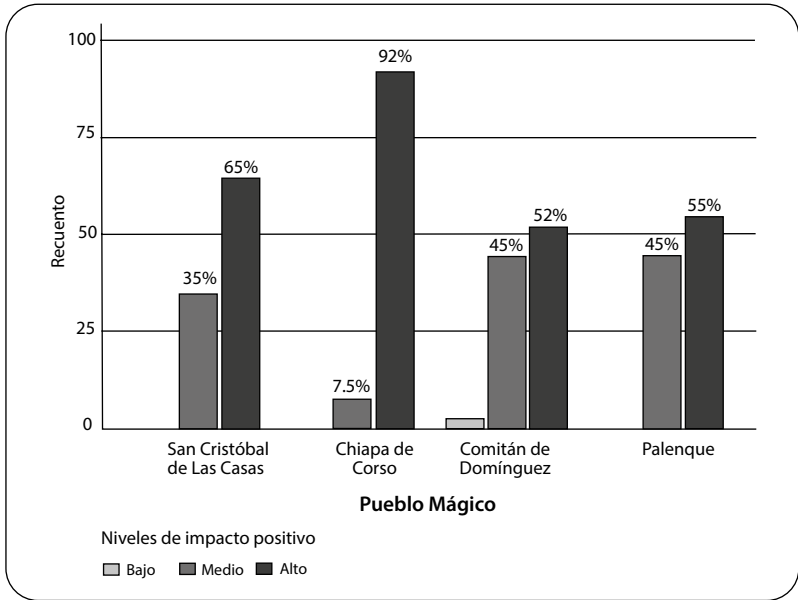
de visitantes llegados a Chiapas, que fue de 6 millones 620 mil 042 personas. Aunque entre 2017 y 2018 el número de visitantes presentó una disminución del 3% (PEM Chiapas, 2019), cabe destacar que el 89% se trata de un turismo nacional que proviene

de las entidades ciudad de México, estado de México, Jalisco, Veracruz y Puebla principalmente. Y con un 11% de turismo internacional, cuyos principales países emisores son: Guatemala, Francia, Estados Unidos, España e Italia (SECTUR Chiapas, 2019). Ello ubica a la entidad en la 13ª posición en el país, por llegada de turistas y en la 5ª en cuanto a visitas a zonas arqueológicas. Chiapas, por su diversidad de recursos naturales, riqueza cultural y arqueológica, es uno de los lugares con mayores atractivos turísticos del país (PED, 2019).

Un estudio coordinado por la Fundación Themis de la Organización Mundial del Turismo, denominado Chiapas 2015, resalta que la entidad es reconocida principalmente como un destino para turismo cultural y ampliamente conocida tanto en el ámbito nacional como en el internacional. Sin embargo, en los últimos años se han desarrollado productos turísticos para los segmentos de aventura, ecoturismo y turismo de negocios (THEMIS UNWTO, 2009) por el esfuerzo realizado por todos los componentes del sector.

Impactos positivos

Respecto a esta escala la población percibe que el turismo genera impactos positivos en cada uno de los PM, esta percepción es visiblemente mayor en Chiapa de Corzo. El 92% del total de la población encuestada percibe un alto nivel de impacto positivo del conjunto de elementos evaluados. Como puede verse en la Gráfica 1, le siguen, en ese tenor, San Cristóbal de las Casas y Palenque con un 65% y 55% respectivamente. Mientras que Comitán de Domínguez es el Pueblo Mágico que resultó con la percepción más baja en cuanto al nivel de impacto positivo con un 52%. En contraposición, hay un nivel medio de impacto que debe atender-

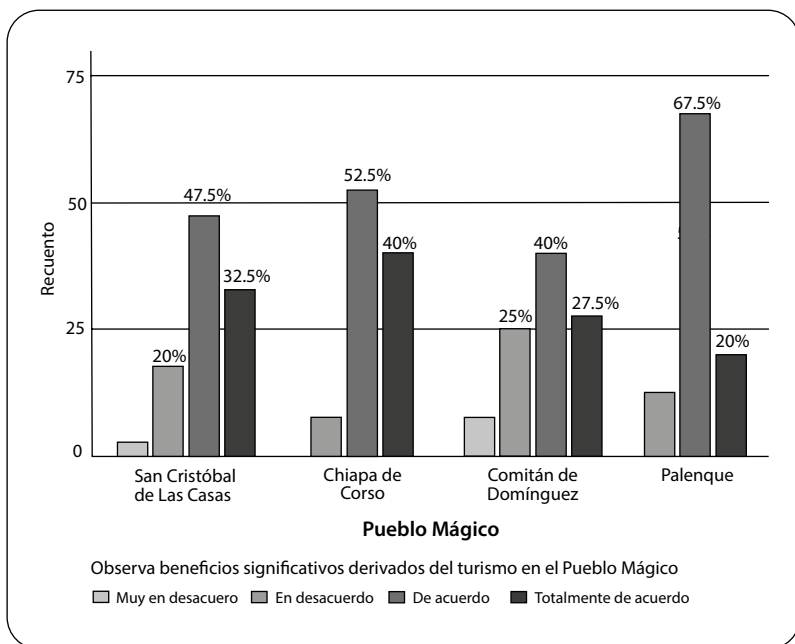
Gráfica 1. Percepción general sobre niveles de impacto positivo del turismo.

Fuente: Elaboración propia, (2019).

se ya que va de entre 7.5% en Chiapa de Corzo hasta un 35% en San Cristóbal y un 45% en Comitán y Palenque con el fin de que el impacto mejore antes de que suceda lo contrario.

Respecto a los beneficios significativos, se consultó sobre aquellos de carácter socioeconómico, concentrados en el empleo y en la mejora de sus condiciones de vida. Esto se muestra en la gráfica dos. Es evidente, que Chiapa de Corzo cuenta con el mayor nivel de percepción con relación a los beneficios derivados del turismo, ya que el 92% de la población encuestada manifestó estar totalmente de acuerdo y de acuerdo respecto a este ítem. Seguindo de Palenque, que cuenta el 87% de percepción positiva.

Aunque la percepción relacionada con los beneficios derivados del turismo es significativa en los cuatro PM, cabe destacar que Co-

Gráfica 2. Beneficios significativos derivados del turismo.

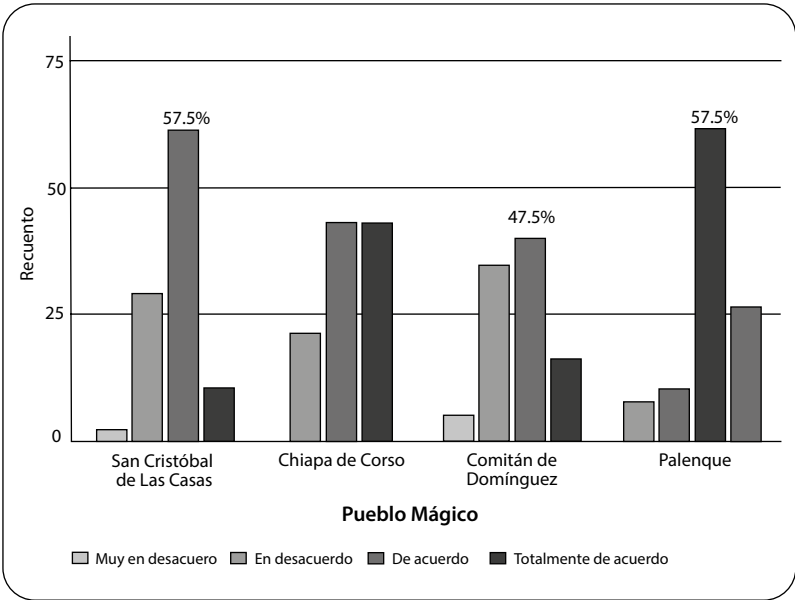
Fuente: Elaboración propia, (2019).

mitán con un 32% y San Cristóbal de las Casas con un 20% muestran que la población percibe estar en desacuerdo y muy en desacuerdo con esta afirmación, tal y como se aprecia en la Gráfica 2.

Por otro lado, un aspecto fundamental que se evidencia con el estudio es que las empresas locales de turismo no están realizando en su totalidad acciones para fomentar la conservación de las festividades y tradiciones en estos destinos, el 26% del total de los encuestados mantiene esta percepción. Sin embargo, aún es un porcentaje menor (Gráfica 3).

En contraposición, resalta la percepción “de acuerdo” que entre un 40% y 57% fue emitida por la población objeto de estudio. Lo que significa que las empresas van incorporando en el produc-

Gráfica 3. Fomento a la conservación de festividades y tradiciones por parte de las empresas locales de turismo.



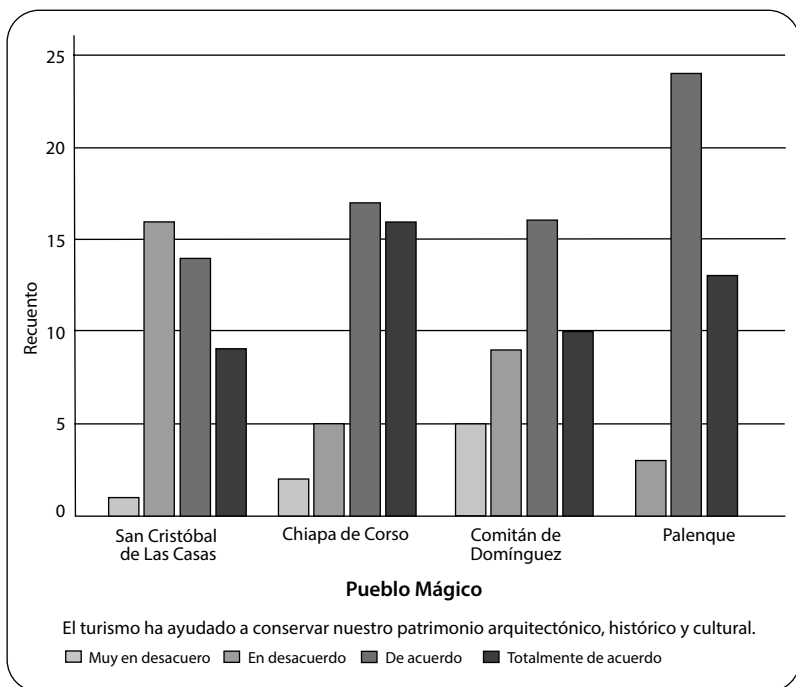
Fuente: Elaboración propia, (2019).

to elementos distintivos de la cultura local y además que hay un crecimiento respecto al tipo de empresas que asocian su producto o servicio a un determinado componente cultural, sobre todo en San Cristóbal de las Casas y Palenque, con 57% cada uno, seguidos de Comitán, 47% y finalmente Chiapa de Corzo, en un 40%.

Con referencia al indicador sobre valoración del patrimonio, el 74% de la población percibe que el turismo incide de manera positiva en la conservación del patrimonio arquitectónico, histórico y cultural. Así también, el indicador de sentido de pertenencia está por arriba del 90%.

Un tratamiento similar se da con el indicador relacionado con la percepción de respeto que muestran los visitantes hacia la po-

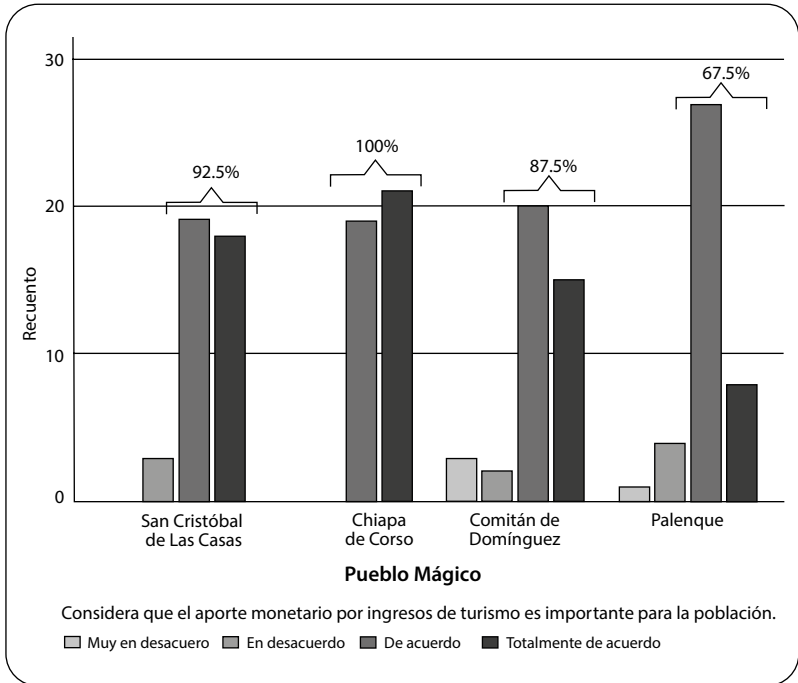
Gráfica 4. Valoración del patrimonio a través del turismo.



Fuente: Elaboración propia, (2019).

blación al ubicarse en un porcentaje mayor del 78%. Un dato, por demás valioso, es el hecho de que para la población residente el turismo es un factor que apoya la preservación de la cultura local. Esta afirmación obtuvo un 78% de aprobación. Lo cual precisa que la población percibe que la actividad turística incide favorablemente.

Finalmente, con respecto a si el turismo es importante para la población por los ingresos económicos que aporta, es interesante el resultado. Tan sólo el 7% en San Cristóbal de las Casas y el 12% en Comitán y Palenque se manifiesta en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con esta afirmación. Chiapa de Corso no muestra desacuerdo alguno. La Gráfica 4 muestra lo anterior.

Gráfica 5. Contribución monetaria del turismo.

Fuente: Elaboración propia, (2019).

Finalmente, en esta escala, en la que se evaluó la percepción respecto a los beneficios económicos, los resultados arrojan que el 91% de la población considera que el aporte monetario por ingresos de turismo es muy importante para estos cuatro destinos; destaca el caso de Chiapa de Corzo en donde el total de la población encuestada percibe considerablemente en un 100% el aporte económico generado por la actividad turística Gráfica 5.

Impactos negativos

Con relación a los impactos negativos, se identificó que el 80% de los encuestados perciben que la actividad turística no re-

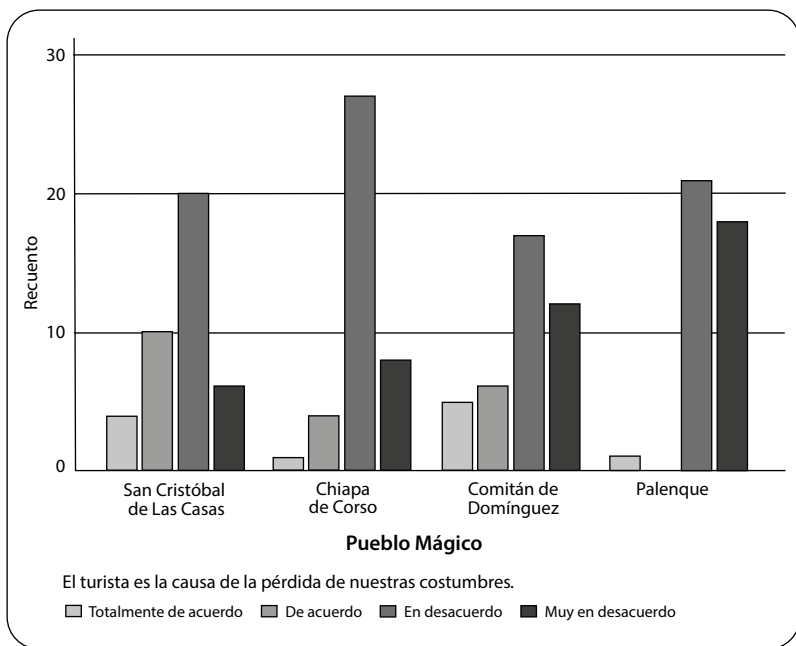
percute en los cambios ocasionados en la cultura de las localidades.

En sintonía el 82% de la población en su conjunto percibe que el turismo no incide en la pérdida de identidad cultural.

Sin embargo, en San Cristóbal de las Casas la población comienza a percibir ya la pérdida de las costumbres; así lo aprecia el 35% de los encuestados y de la identidad cultural el 37% de encuestados en este destino atribuyendo esta percepción a la actividad turística (Gráfica 6).

También, se destaca que Comitán de Domínguez después de San Cristóbal de Las Casas es el segundo destino en cuanto a que su población empieza a percibir que el turismo puede provocar la

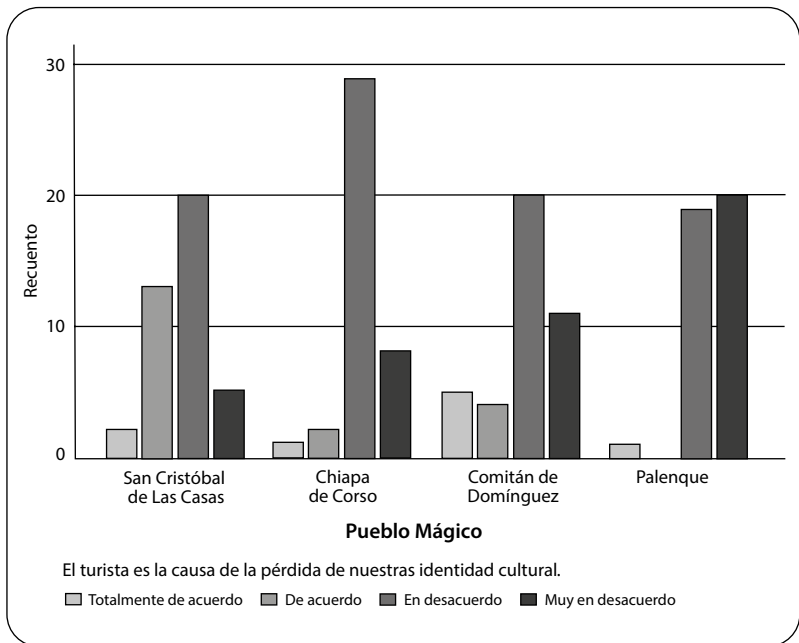
Gráfica 6. Pérdida de costumbres ocasionadas por el turismo.



Fuente: Elaboración propia, (2019).

pérdida de las costumbres; un total del 27% de la población local así lo manifiesta y respecto a la identidad cultural, un 22%. Aunque hasta ahora sea un porcentaje mínimo, representa una alerta para ambos sitios y deben tomarse medidas para evitar que esta percepción se incremente (Gráfica 7).

Gráfica 7. Pérdida de la identidad cultural ocasionada por el turismo.

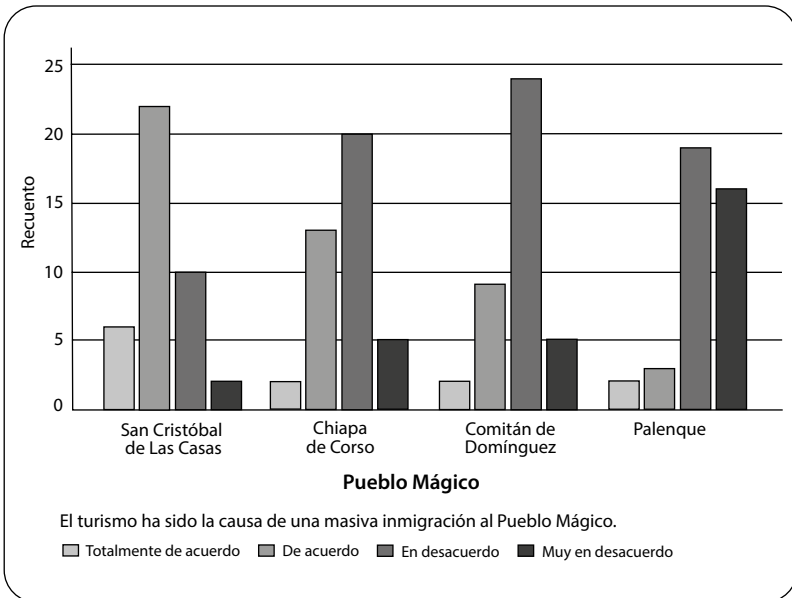


Fuente: Elaboración propia, (2019).

Finalmente, la inmigración ha generado un conflicto cultural entre inmigrantes y población local; el 36% de la población percibe que el turismo ha sido la causa de una masiva inmigración a sus ciudades y el 40% percibe que la inmigración ha generado un conflicto cultural entre inmigrantes y población local por lo que habrá que ponerle atención para tomar medidas que per-

mitan que no se genere un problema mayor. Este fenómeno se ve reflejado en mayor medida en San Cristóbal de Las Casas y Chiapa de Corzo (Gráfica 8).

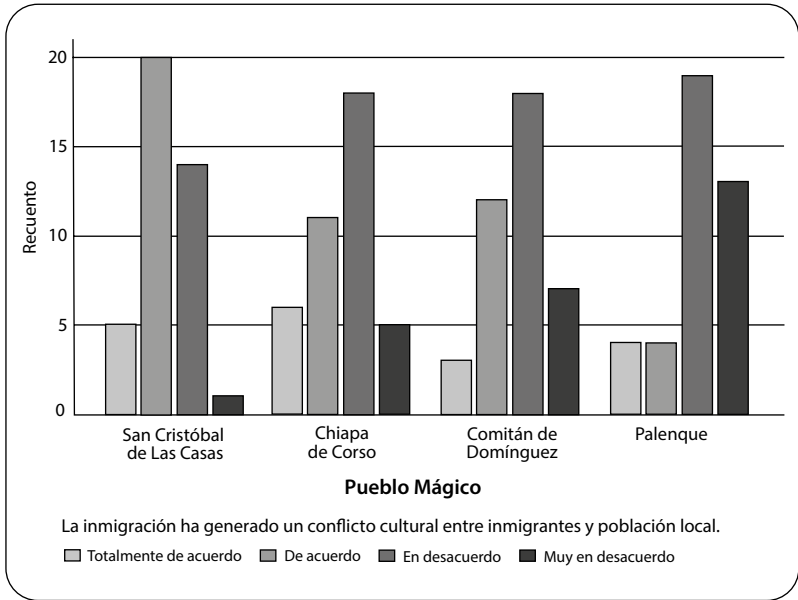
Gráfica 8. *Inmigración asociada a la actividad turística.*



Fuente: Elaboración propia, (2019).

En general, se percibe mayor conciencia de la importancia de preservar la identidad cultural por medio de la actividad turística y las implicaciones económicas y sociales que se derivan de ésta, por parte de los pobladores de Chiapa de Corzo y San Cristóbal de las Casas. Pero, por otro lado, es en ambos sitios, en donde se podrían generar conflictos al igual que en el caso de Palenque, a causa de la inmigración generada por la propia actividad turística en busca de ciertos beneficios económicos y sociales (Gráfica 9).

Gráfica 9. Conflicto cultural derivado de la inmigración.



Fuente: Elaboración propia, (2019).

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La riqueza cultural de Chiapas es innegable. Sus manifestaciones culturales, sitios patrimoniales, su identidad cultural, herencia maya y población indígena se amalgaman en un amplio potencial para construir procesos de desarrollo turístico y conectar la identidad y la autenticidad del territorio para compartir los atributos locales (Knox, 2005).

Aprovechar los recursos turísticos de los cuatro Pueblos Mágicos abre una gran ventana de oportunidad para conformar productos turísticos diversificados, que cuenten una historia que pueda disfrutar el visitante. Pero para ello, es muy importante que

participe la comunidad local en la construcción de ese producto y se comiencen a generar acciones para mitigar algunos impactos negativos que pueden surgir a largo plazo.

La política pública en la entidad, en materia de turismo, debe fortalecerse. Es imprescindible, que se opere de manera organizada la estrategia de impulsar la oferta turística y la innovación de los servicios puesto que se debe evitar continuar a la baja en cuanto a la llegada de visitantes e ingresos por este concepto. Por lo tanto, la competitividad es fundamental para el éxito de una nueva oferta turística, puesto que de esta manera la actividad turística podrá funcionar como una alternativa real para el desarrollo local.

La población local de los cuatro sitios analizados, Palenque, Comitán, San Cristóbal de las Casas y Chiapa de Corzo, percibe que la presencia de la actividad turística es positiva en sus comunidades. El porcentaje de percepción positiva supera el 60% en todos los casos y es muy claro en cuanto al reconocimiento del aporte monetario por ingresos de turismo; la percepción del sentido de pertenencia de sus pobladores por su identidad cultural (costumbres, festividades, gastronomía, artesanía), y el respeto de los turistas a la identidad cultural de los Pueblos Mágicos también se observa ampliamente positiva. De la misma manera, la actividad turística aporta beneficios sociales y sirve para preservar y valorar su cultura.

Por otro lado, las consecuencias del turismo desde la percepción negativa se vinculan básicamente con un tema puntual: la migración, que ha generado un conflicto cultural entre inmigrantes y población local, básicamente en dos de los cuatro sitios analizados: Chiapa de Corzo y San Cristóbal de Las Casas. Este fenómeno es de relevancia porque se identifican diferentes tipos de

población inmigrante, centroamericanos en busca de empleo y de continuar su paso a Estados Unidos; viajeros que llegan con fines turísticos pero que posteriormente se convierten en residentes temporales y se subemplean, y extranjeros con alto poder adquisitivo que invierten en negocios relacionados al turismo en su mayoría que se convierten en residentes permanentes.

Se cree necesario indagar con mayor profundidad cómo la política turística ha incidido en el desarrollo de cada uno de los cuatro Pueblos Mágicos, pues si bien, dominan las repercusiones positivas desde la percepción de la población local, es muy valioso identificar qué tipo de estrategias están visualizadas para mantener y fortalecer a estos destinos desde su identidad cultural y desde los beneficios económicos y sociales obtenidos.

El PPM, surgido hace casi 20 años, con 121 sitios reconocidos, cuenta dentro de sus experiencias, espacios socio-territoriales con crecimiento, desarrollo, buenas prácticas y casos exitosos. En el caso de los PM de Chiapas, si bien la población explorada percibe aspectos positivos de su presencia como oferta turística, algunos de los grandes pendientes es que en estos Pueblos Mágicos el turismo sea visto desde el desarrollo local, bajo estrategias que integren la sustentabilidad y el combate a la pobreza como pilares, conjuntamente con políticas de equidad y de inclusión, que van más allá del paradigma neoliberal (López, Valverde & Fernández, 2018).

En concreto, se confirma que la identidad cultural de los Pueblos Mágicos de Chiapas ha tenido repercusiones positivas relevantes por la presencia de la actividad turística; aunque dicha percepción no es uniforme, es evidente que son más notables dichas repercusiones en los destinos con menor tiempo de denominación, lo cual demuestra una consistencia en el sentido inverso. Ya

que se confirma que las repercusiones negativas son más notables en los destinos con mayor tiempo de denominación de acuerdo con la percepción de sus habitantes. Por lo tanto, se considera relevante que este tipo de investigaciones se amplíen bajo un enfoque cualitativo, utilizando entrevistas a profundidad o grupos focales para indagar con mayor precisión en los temas tratados y las diversas perspectivas que puedan aportar los residentes sobre las repercusiones negativas vinculadas con la inmigración.

FUENTES DE CONSULTA

- Azpelicueta, M. (2014). "Percepción de los impactos culturales en una comunidad insular". Revista académica REDMARKA. Universidad de A Coruña-CIECID Año VII, Número 13, (2014), v I pp. 63-92 <http://www.redmarka.org/>
- Bákula, C. (2000). "Tres definiciones en torno al patrimonio". Reflexiones en torno al patrimonio cultural. Revista Turismo y Patrimonio No. 1.
- Bayona E. (2018). La puesta en escena y performatividad del turismo étnico en Los Altos de Chiapas. *Revista de Antropología Social*. Núm. 27(1) PP. 123-144.
- Borda, E. (2003). "Hacia el turismo de la sociedad de ensueño: nuevas necesidades de mercado" Conferencia UOC, Barcelona.
- Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (2017). Programa de Pueblos Mágicos: valorización turística de la cultura. Documento de trabajo No. 249, 20. Obtenido de: [http://www5.diputados.gob.mx/index.php/camara/Centros-de-Estudio/CESOP/Estudios-e-Investigaciones/Documentos-de-Trabajo/\(offset\)/60](http://www5.diputados.gob.mx/index.php/camara/Centros-de-Estudio/CESOP/Estudios-e-Investigaciones/Documentos-de-Trabajo/(offset)/60)
- Centro de Investigación y Estudios Turísticos del Tecnológico de Monterrey. (CIETec). (2012). Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos Primera edición. México: CIETec. Disponible en: <https://bit.ly/2TxFri6>
- Chávez C. & Rosales T. (2016) El diseño de Pueblos Mágicos desde el en-

foque de la gobernanza. Pueblos Mágicos, discurso y realidades Una mirada desde las políticas públicas y la gobernanza. Universidad Autónoma Metropolitana. México.

Chías J. (2005). "El negocio de la felicidad: desarrollo y marketing turístico de países, regiones, lugares y ciudades". Madrid, Pearson.

Consejo Nacional de Evaluación (CONEVAL) (2015). Índice de Rezago Social 2015 Presentación de Resultados. Obtenido el 30 de julio de 2019, de: https://www.coneval.org.mx/coordinacion/entidades/Documents/Indice-de-Rezago-Social-2015/Nota_Rezago_Social_2015_vf.pdf

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA). (2010). "Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de México". Obtenido de: <http://sic.gob.mx/atlas2010/fo/ATLAS-1a-parte.pdf>

Conti A. & Cravero S. (2010). "Patrimonio, comunidad local y turismo: La necesidad de planificación para el desarrollo sostenible". Notas en Turismo y Economía. Año I. No. I. Obtenido de: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/15769/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cornejo J., Andrade E., Chávez R., & Espinoza R. (03 de 07 de 2018). "Percepción de la población local sobre los impactos del turismo en el Pueblo Mágico de Tapalpa, Jalisco, México". PASOS.

De la Rosa B. Cruz G. & Porras F. (2016). Redes de política, élites y gobernanza. Marco teórico para el estudio de un caso turístico. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 14 No. 3. PP. 595-610. Universidad Autónoma del Estado de México. México.

De la Rosa B., Cruz G. & Castillo M. (2017). "El Programa Pueblos Mágicos: el patrimonio cultural como generador de nuevas dinámicas en la red de política pública de Chiapa de Corzo". *Teoría y Praxis*, núm. 21, enero-abril 2017. Obtenido de: <http://www.redalyc.org/pdf/4561/456150029007.pdf>

Dredge D. (2006) "Policy networks and the Local Organization of Tourism", *Tourism Management*, 27 (2), 269-280.

García D. & Guerrero R. (2014). El programa «Pueblos Mágicos»: análisis de los resultados de una consulta local ciudadana. El caso de Cuit-

- zeo, Michoacán, México. *Economía y Sociedad*, vol. XVIII, núm. 31, julio-diciembre, 2014, pp. 71-94. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Morelia, México.
- Gauna C. (2019). Análisis sociodemográfico, económico y turístico de los "Pueblos Mágicos" de Jalisco, México. *El Periplo Sustentable*. Núm. 36, 34-66.
- Gobierno del Estado de Chiapas, (02 Julio 2017). "4º Informe de Gobierno". Manuel Velasco, Gobernador. Pág. 299 Obtenido de: <http://www.chiapas.gob.mx/media/informes/2012-2018/4-informe/contexto-estatal/4to-Informe-de-gobierno.pdf>
- Gobierno del Estado de Chiapas, (2019). "Reporte estadístico de indicadores del Sector Turístico de Chiapas". Diciembre, 2018. Chiapas, México.
- González C. (2009) El turismo factor de aprovechamiento y conservación del patrimonio cultural de la Humanidad. México: IV Encuentro Estatal de Investigación Científica y Tecnológica.
- Guerrero R. (2015). "La construcción de una identidad cultural y el desarrollo del turismo en México". *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol.13, núm. 5, pp.1019-1036.
- Hiriart C. & Alvarado I. (2013) Una reflexión sobre el modelo de turismo cultural en Morelia: escenarios y tendencias para consolidar un turismo cultural sustentable. *Revista MEC-EDUPAZ*, No. III Septiembre-Marzo 2013. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Ibarra P. & Velarde M. (2016) El Programa Pueblos Mágicos y la sustentabilidad turística; el caso de Cosalá y los eventos "Cosaltazo" y "Cosalazo". *El Periplo Sustentable*, núm. 31. Universidad Autónoma del Estado de México. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193449985005>
- Instituto Nacional de Antropología e Historia, [INAH], (2014). "Lugares INAH". <http://www.lugares.inah.gob.mx/es/museos-inah.html?pag=a>
- Jansen-Verbeke, M. (1998), "Tourismification of historical cities", *Annals of Tourism Research*, 25 (3), 739- 742.
- Jensen R. (1999). "The Dream Society: How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform Your Business". New York: McGraw-Hill.

- Knox P.L. (2005), "Creating ordinary places: slow cities in a fast world", *Journal of Urban Design*, 10 (1), 1-11.
- López L, Valverde C. & Fernández A. (2015). Pueblos mágicos Una visión interdisciplinaria Volumen I. México, DF: Universidad Autónoma Metropolitana.
- López L, Valverde C. & Figueroa M. (2016). Pueblos mágicos. Una visión interdisciplinaria Volumen II. México, DF: Universidad Autónoma Metropolitana.
- López L, Valverde C. & Fernández A. (2017). Pueblos mágicos Una visión interdisciplinaria Volumen III. México, DF: Universidad Autónoma Metropolitana.
- López L, Valverde C. & Fernández A. (2018). Pueblos mágicos Una visión interdisciplinaria Volumen IV. México, DF: Universidad Autónoma Metropolitana.
- López M. (2017). La diversidad cultural, el desarrollo local y turismo en Chiapas: impactos en lo identitario. *Revista Electrónica de Investigación e Innovación Educativa*. Vol. 2 No. 2 p.p. 16-26. Disponible en: https://scholar.google.es/scholar?as_ylo=2015&q=chiapas+turismo+e+identidad+cultural&hl=es&as_sdt=0,5
- Madrid F. (2012) El turismo cultural en los albores del siglo XXI, *Patrimonio Cultural y Turismo, Cuadernos*, 19, 15-21. Edición Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Medrano B. (2017). "111 Pueblos Mágicos, Comisión Especial para el Impulso y Promoción de los Pueblos Mágicos". México.
- Molano O. (2007). "Identidad cultural un concepto que evoluciona". *Revista Opera*, núm. 7, pp. 69-84. Universidad Externado de Colombia Bogotá, Colombia.
- Monterrubio Cordero J. C., Mendoza Ontiveros M. M. & Huitrón Tecotl, T. K. (2012). «Percepciones de la comunidad local sobre los impactos sociales del "spring break" en Acapulco, México». *El Periplo Sustentable*, 24, 41-65.
- Muñoz A, Osorio M. & Guijarro G. (Editoras) (2018). Tendencias de Investigación en Turismo en América Latina. Estudios de caso. Quito, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

- Organización Mundial del Turismo (UNWTO). (2019). Barómetro del Turismo Mundial. *Anexo estadístico. Vol.1.*
- Pine B. J. & J. H. Gilmore. (1999). "The Experience Economy". Boston: Harvard Business School Press.
- Pérez L. (29 de 01 de 2016). "Impactos turístico-económicos y socio-culturales de los Festivales Musicales en la Comunidad Valenciana. Alicante, Valencia, España". Universidad de Alicante.
- Pulido-Fernández M. & Pulido-Fernández J. (2014). ¿Existe gobernanza en la actual gestión de los destinos turísticos? Estudio de casos. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Vol. 12 No. 4. PP. 685-705.*
- Romero R. (2005). "¿Cultura y desarrollo? ¿Desarrollo y cultura? Propuestas para un debate abierto". Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Perú.
- Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) (2018). Jóvenes y Patrimonio Cultural en México. Obtenido de: https://www.academia.edu/38920563/Jovenes_y_patrimonio_cultural_en_México
- Secretaría de Hacienda del Estado de Chiapas, SHCH (2019). "Plan Estatal de Desarrollo de Chiapas 2019-2024". Chiapas, México.
- Secretaría de Turismo (SECTUR), (2006). "Reglas de Operación Pueblos Mágicos", SECTUR obtenido de: <http://www.sectur.gob.mx>
- Secretaría de Turismo de Chiapas (2013) Programa Sectorial de Turismo 2013-2018. Chiapas, México.
- Secretaría de Turismo de Chiapas (2018) *Comparecencia Mario Uvence Rojas Secretario de Turismo 2018*. Obtenido el 25 de noviembre de 2019 de: http://congresochiapas.gob.mx/legislaturalxvii/transparencia/comparecencias/6to_informe/4.-%206o.%20INFORME%20TURISMO.pdf
- Secretaría de Turismo de Chiapas, (2019). "Reporte estadístico de Indicadores del Sector Turístico de Chiapas". <http://www.turismochiapas.gob.mx/institucional/estadisticas/formatos/DICIEMBRE2018.pdf>
- Secretaría de Turismo de México (2017). Guía de incorporación y permanencia, Pueblos Mágicos. DOI: <http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/10/GUIA-FINAL.PDF>

- Secretaría de Turismo (SECTUR), (2018). "La visión global del turismo a México. Análisis de mercados, perspectivas del turismo mundial enero-abril de 2018". Sectur. Obtenido de: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20compartidos/VisionGlobalTurismo-Mex Abr2018.pdf>
- Secretaría de Turismo (SECTUR), 2019. "Ranking mundial del turismo internacional". <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/RankingOMT.aspx>
- (SEDESOL, 2018).
- Subsecretaría de Planeación y Finanzas. Gobierno de Chiapas. (2006) Evaluación sectorial 2001-2006 Sector Turismo. Obtenido el 04 de octubre de 2019 de: http://www.monitor-odm.chiapas.gob.mx/odm/descargas/Evaluaciones_2001_2006/Turismo.pdf
- Themis OMT (2009). "Chiapas 2015. Plan de estrategia y Competitividad Turística para los Clusters de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Comitán de Domínguez y Chiapa de Corzo". Proyecto Chiapas 2015. Fundación UNWTO. Themis.
- Velázquez M. A., 2012. Los Imaginarios del Desarrollo Turístico: El Programa Pueblos Mágicos en Ciudades y Comunidades Pequeñas de México. *Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales. Centro de Estudios de América del Norte. El Colegio de Sonora. México, Vol. III (Núm. 2), pp. 1-23.*
- Vinuesa T., Ángel M., De la Calle M., Ruiz A. e Hiriart, C. (Coords.) (2010). *Dinámicas Funcionales del Turismo y sus Impactos en las Ciudades Patrimonio de la Humanidad. México: Universidad de Guanajuato.*

Copyright of Hospitalidad ESDAI is the property of Universidad Panamericana and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.