



ISSN 1695-7121

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
ISSN: 1695-7121
info@pasosonline.org
Universidad de La Laguna
España

Percepción de la población local sobre los impactos del turismo en el Pueblo Mágico de Tapalpa, Jalisco, México

Cornejo-Ortega, Jose Luis; Andrade Romo, Edmundo; Chavez-Dagostino, Rosa María; Espinoza-Sanchez, Rodrigo

Percepción de la población local sobre los impactos del turismo en el Pueblo Mágico de Tapalpa, Jalisco, México

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 16, núm. 3, 2018

Universidad de La Laguna, España

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88166098013>

DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.053>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional.

Percepción de la población local sobre los impactos del turismo en el Pueblo Mágico de Tapalpa, Jalisco, México

The perception of the local population with respect to the impacts of tourism in the Pueblo Mágico of Tapalpa, Jalisco, Mexico

*Jose Luis Cornejo-Ortega **
Universidad de Guadalajara, México
jose.luiscornejo@hotmail.com

DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.053>
Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88166098013>

*Edmundo Andrade Romo ***
Universidad de Guadalajara, México
eandraderomo@gmail.com

*Rosa María Chavez-Dagostino ****
Universidad de Guadalajara, México
rchavezdagostino@yahoo.com.mx

*Rodrigo Espinoza-Sanchez *****
Universidad de Guadalajara, México
rickylizbe@yahoo.com.mx

Recepción: 04 Mayo 2016
Aprobación: 08 Marzo 2018

RESUMEN:

La actividad turística ha sido y es el motor de crecimiento de algunos municipios de México, en particular los denominados Pueblos Mágicos. Este es uno de los programas de turismo más exitosos. En este trabajo se efectuó un análisis sobre la percepción de la población local y los turistas acerca de los impactos que el turismo ha generado a partir de la denominación de Tapalpa como Pueblo Mágico. Para medir el impacto sobre la población local se realizó una encuesta a la población. La encuesta se dividió en seis segmentos para medir impactos positivos y negativos. Para el análisis se obtuvo la media aritmética de las respuestas a cada pregunta con el fin de analizar el grado de percepción global que la población y los turistas tienen sobre los impactos del turismo. El análisis de comparación de medias demuestra que los pobladores no diferencian entre los impactos positivos y negativos, ya que en ambos casos las medias están por encima de tres lo que significa que para ellos los impactos se dan indistintamente tanto para beneficiar a la población como para perjudicarla.

PALABRAS CLAVE: Percepción, Impacto económico, Impacto ambiental, Impacto sociocultural.

ABSTRACT:

Tourism has been and is the driving force behind development in many municipalities in Mexico, particularly in the network of so-called "Magic Towns" or Pueblos Mágicos. This is one of the most successful tourism programmes. This paper presents an analysis of the perception of the local population with respect to the impact of tourism on Tapalpa after its designation as "Pueblo Mágico", as reflected in a survey carried out on the general population. The survey was divided into six segments to measure both positive and negative impacts. The arithmetic mean value was calculated for each response to analyse the overall perception of

NOTAS DE AUTOR

* Doctor en Ciencias, Coordinador de la Licenciatura en Turismo; E-mail: jose.luiscornejo@hotmail.com

** Director de la División de Estudios Sociales y Económicos; E-mail: eandraderomo@gmail.com

*** Profesor Investigador; E-mail: rchavezdagostino@yahoo.com.mx

**** Profesor Investigador; E-mail: rickylizbe@yahoo.com.mx

the impact of tourism. The resulting mean comparison analysis shows that the residents do not differentiate between positive and negative impacts, since in all cases the mean is above three reflecting that the overall perception is both positive and negative., indicating that tourism is seen as a benefit and a danger at one and the same time.

KEYWORDS: Perception, Economic impact, Environmental impact, Sociocultural impact.

1. INTRODUCCIÓN

La actividad turística ha sido y es el motor de crecimiento de algunos municipios de México, en particular los denominados pueblos mágicos. El Programa Pueblos Mágicos es una política federal que comenzó a operar en el 2001, con la incorporación de 30 localidades en todo el país. En ese primer año el gobierno invirtió 4' 950, 000 pesos, para el año 2007 este monto se incrementó a 90'271,182 y, para el año 2012 fue de 162'818, 547.

La decisión gubernamental de generar un programa como Pueblos Mágicos, que busca resaltar "lo mexicano", obedece a intereses y definiciones particulares sobre qué es lo deseable para el desarrollo del país y de ciertas localidades (Clausen, 2007; Clausen y Velázquez, 2011).

Según el OCDE este es uno de los programas de turismo más exitosos, porque ha logrado impulsar el crecimiento de comunidades y pueblos rurales, además de generar la conservación de los paisajes naturales y las tradiciones culturales locales (OCDE, 2012).

Al definirse que hay un creciente interés por visitar ciertos lugares que reúnen determinadas características típicas, se comienza a determinar, al mismo tiempo, una idea precisa sobre los elementos de lo "mexicano auténtico" que puedan resultar vendibles en términos turísticos, es decir atractivas para los posibles clientes (Clausen, 2007; Jacobs, 2001).

Para el análisis se partió de la construcción social de la población objetivo. Esta es una perspectiva sociológica dentro del análisis de diseño de las políticas públicas, que busca analizar la forma en que se operativiza la ciudadanía, la participación y la democracia en la confección y operación de programas gubernamentales. Una de las hipótesis centrales de este modelo, es que el diseño y resultados de una política pública están relacionados a las percepciones sociales que existen sobre ciertos grupos sociales y sus comportamientos (Ingram, Schneider y Deleon, 2007).

En este sentido existe un creciente interés por analizar aspectos culturales, económicos, sociales y de políticas públicas relacionados al turismo (Clausen, 2007; Clausen y Velázquez, 2011; Fox, 2001; Clancy, 2001). Así como a la transformación que sufren estos lugares donde se desarrolla el turismo, que no sólo implica cambios físicos sino también en las representaciones y relaciones sociales (Hieranaux, 2005; Clausen y Velázquez, 2011).

Ahora bien este impacto puede ser positivo en estos pueblos (inyección de ingresos, creación de empleos, mejora de infraestructura, etc.), sin embargo genera también impactos negativos que la actividad turística lleva implícita como son los impactos medioambientales y socioculturales de las poblaciones locales.

El turismo impacta en el desarrollo regional en la medida que (1) genera cambio económico a través del crecimiento del empleo, del crecimiento de la producción directa, indirecta e inducida, de la transformación de los rubros económicos tradicionales, de la mejora de los recursos públicos y de la distribución de la renta, entre otros factores; (2) genera efectos sociales y ambientales a través de la diversificación del empleo, del mejoramiento de infraestructuras y de los desajustes socioculturales, brindando posibilidades de movilidad social, entre otros (Figuerola, 2005). El desarrollo regional o local es un supuesto que depende de condicionantes relacionadas con las características de los gobiernos locales, la capacidad de participación y la corrupción como la principal limitante (Chávez-Dagostino, Maldonado, Ramos y Espinoza, 2015).

La principal dificultad al medir el impacto económico del turismo se debe al carácter multisectorial de la actividad turística que conlleva beneficios que resultan difíciles de cuantificar y que de alguna manera disminuyen la verdadera contribución del turismo al desarrollo económico (Meyer, 2004). El análisis del impacto del turismo en países que, como México, se tipifican como economías capitalistas emergentes (Dabat,

1994) tiene especial interés, porque en este tipo de países la dialéctica turismo/ desarrollo puede tener un significado ambiguo.

Identificar los impactos sociales del turismo es de suma importancia para el desarrollo sustentable de las comunidades locales. De acuerdo con Richards y Hall (2000), las comunidades locales han sido un concepto central en la sustentabilidad abarcando e integrando dimensiones ambientales, económicas, políticas, culturales y sociales. A través de la identificación de los impactos sociales percibidos, se pueden desarrollar programas para minimizar el conflicto entre los turistas y residentes y optimizar oportunidades de desarrollo. Como Ayres y Potter (1989) señalan, cuanto más atención ponga el gobierno en las preocupaciones de los residentes, mayor será el apoyo que éstos otorguen a las iniciativas de desarrollo local. De acuerdo con Hernández-Sampieri et al. (2003), una actitud es una predisposición para responder de una consistentemente de una manera favorable o desfavorable ante un objeto. En este sentido, si se concibe que una actitud es la suma total de inclinaciones y sentimientos, prejuicios o distorsiones, nociones preconcebidas, ideas, temores, amenazas y convicciones de un individuo acerca de cualquier asunto específico (Ávila-Baray, 2006), ésta se puede conocer a través de la opinión que expresa una persona. Es decir, por medio de una opinión puede conocerse la actitud. Dicho lo anterior, en 1994, Lankford y Howard (1994) publicaron un artículo sobre el desarrollo de una “Escala de Actitudes” hacia los Impactos del Turismo (Tourism Impact Attitudinal Scale, TIAS). Como justificación del desarrollo de esta escala, los autores arguyen que las escalas estandarizadas pueden proveer a los investigadores y planificadores turísticos una herramienta para medir las actitudes de los residentes hacia el turismo en diferentes contextos y períodos de tiempo, y de esa forma proveer una base para el análisis comparativo adecuado.

El objetivo de este trabajo es realizar un análisis sobre la percepción de la población local acerca de los impactos que el turismo ha generado a partir de la denominación de Tapalpa como Pueblo Mágico en el estado de Jalisco y el municipio del mismo nombre. La visitación ha incrementado ya que Tapalpa, junto con Tequila, fueron los primeros pueblos mágicos de Jalisco, quienes se insertaron al programa en 2002, de acuerdo a datos de la Dirección de Inteligencia de Mercados de Secturjal la tendencia de afluencia de turistas al municipio en los últimos tres años es ascendente, ya que en 2012 se recibieron 95,136 turistas, en 2013: 98,140 y en 2014: 101,145 lo que representa un incremento considerable.

Tapalpa que tiene una población de 18,096 habitantes (INEGI, 2010), al que frecuentan visitantes principalmente del estado de Jalisco. Se caracteriza por un paisaje boscoso que mantiene la apariencia de las antiguas comunidades agrícolas y ganaderas. El pueblo se distingue por quietud, sus casas de fachada blanca y techos rojos de dos aguas. Se desconoce la fecha de fundación del pueblo de Tapalpa, sin embargo existen registros que datan del siglo XV donde ya se referían a las localidades de Tapalpa, Juanacatlán y Atacco perteneció al señorío de Tzaollan gobernado por Cuantomá, en esta región se adoraba al dios del agua: Atlquiahuit (Botello, 1987).

2. METODOLOGÍA

Para medir la percepción de los impactos del turismo sobre la población local y los mismos turistas se seleccionó el método directo que se basa en la información que proporciona la población (encuesta) ya que interesa conocer cuál es la percepción acerca de las ventajas o desventajas de vivir en un Pueblo Mágico. El mecanismo más simple para conocer cómo valora el poblador local los impactos del turismo es preguntándole a el mismo a través de la encuesta.

Medida mediante muestreo probabilístico:

Se realizó una encuesta con un tamaño de muestra de 200 (100 población local y 100 turistas) encuestas con una confianza de 90% y un error estadístico de $\pm 6\%$. El tamaño de muestra para un muestreo aleatorio simple es la siguiente (Cochran, 1977):

$$n_{mas} = \frac{\frac{Z^2 PQ}{\epsilon^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{Z^2 PQ}{\epsilon^2} - 1 \right)} \approx 100,$$

n_{mas} = Tamaño de muestra para un Muestreo Aleatorio Simple,

$Z = 1.64$ Confianza, valor normal de la abscisa en la curva normal,

$\epsilon = \pm 8\%$ Error estadístico máximo absoluto,

$P = 50, Q = 50\%$,

N = Población local (18,096).

La encuesta se dividió en seis segmentos para medir impactos positivos y negativos con 18 preguntas (Anexo 1), además contó con una sección de datos demográficos para analizar de mejor manera los resultados. Para responder las preguntas se utilizó la escala de Likert con escala del 1 al 5 para conocer el grado de acuerdo o desacuerdo sobre una serie de percepciones que tiene la población sobre los impactos del turismo. Para el análisis se obtuvo la media aritmética de las respuestas a cada pregunta con el fin de analizar el grado de percepción global que la población de Tapalpa tiene sobre los impactos que el turismo ha generado a partir del nombramiento de Pueblo Mágico.

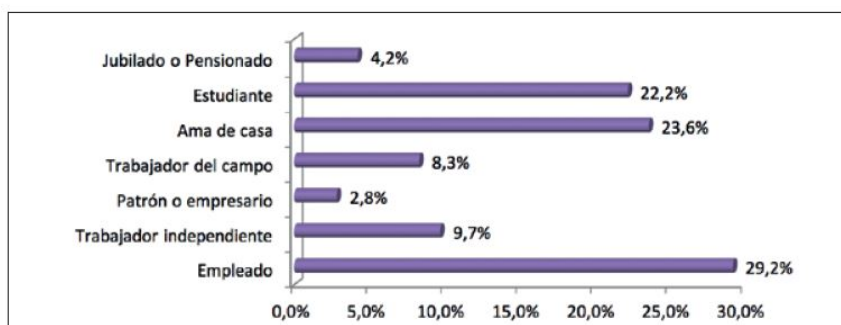
Después se identificó cuáles de estos impactos tienen una percepción relativa mayor, para esto se dividieron las preguntas en dos grupos en función de que la media aritmética se encuentre por encima de 3, es decir las preguntas en que la respuesta media ha tenido un sentido directo con la pregunta, independientemente de que se trate de un impacto positivo o negativo, y las respuestas que se encuentran por debajo de 3 para las preguntas que tendrían un sentido negativo.

Una vez divididos los grupos, se obtuvo la media aritmética de cada grupo, con el fin de compararla con la media aritmética de cada pregunta utilizando la prueba T. De igual forma se realizó una prueba de muestras independientes por grupos de pobladores locales y turistas. Con esta comparación se busca identificar que impactos de cada grupo son percibidos más claramente por la población y por los turistas

3. RESULTADOS

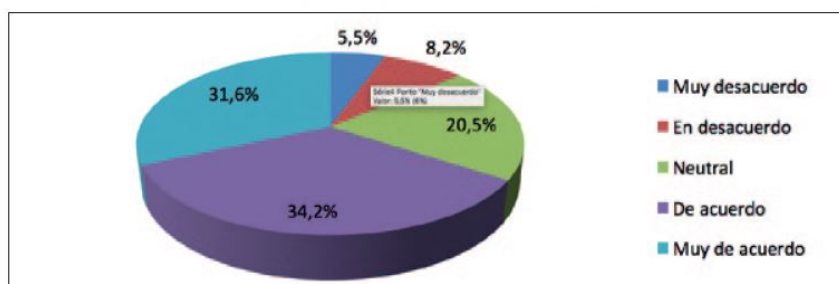
En lo referente a los datos demográficos, el 64.4% de los entrevistados son de 18 a 30 años, el 5.5% fueron mayores de 61 años, lo que significa que la población joven es la que prevalece en el municipio, el 52.8% fueron mujeres, el 47.2% hombres, en lo referente a la escolaridad el 30.6% dijo tener estudios de preparatoria, mientras que solo el 6.9% tiene una licenciatura, el 6.9% refirió no tener estudios, en cuanto a la ocupación el 29.2% de los entrevistados es empleado, el 23.6% es ama de casa y el 22.2% son estudiantes (Gráfica 1). El 68.5% de los entrevistados están de acuerdo o muy de acuerdo en que el turismo atrae más inversión a la zona, el mismo porcentaje opina que existe un aumento en la calidad de vida por el gasto de los turistas, y el 63% opina que están de acuerdo o muy de acuerdo en que se ha mejorado la infraestructura de la población a partir de que se convirtió en Pueblo Mágico.

Gráfica 1: Ocupación de los entrevistados



En lo referente a los ingresos familiares el 73.1% de los entrevistados sobrevive con 1,500 pesos mensuales, el 13.4% de 1,501 a 4,500 pesos, el 11.9% de 4,501 a 7,500 y solo el 1.5% tiene ingresos de 10,501 a 15,000 pesos. En la tabla 2 se muestran las medias aritméticas obtenidas para cada tipo de impacto en la cual se refleja su importancia absoluta. En lo referente a las oportunidades de empleo la gran mayoría opina que se incrementaron (Gráfica 2).

Gráfica 2. Existencia de mayores oportunidades de empleo por la designación de Pueblo Mágico

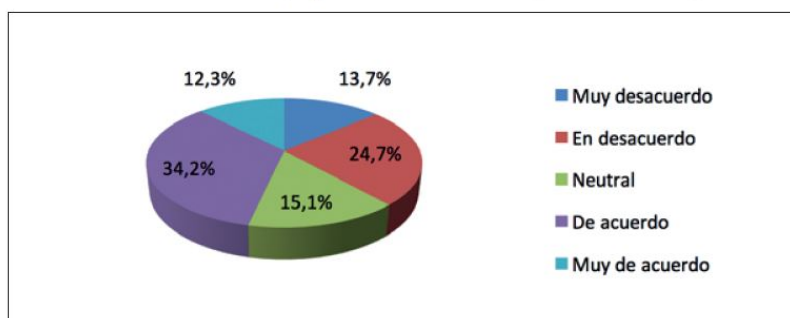


En lo referente a impactos negativos, el 63% de los entrevistados opinan que existe aumento en los precios por ser Pueblo Mágico, de igual manera el 65.7% están de acuerdo o muy de acuerdo en que hay un aumento en la renta de los locales, en tanto se percibe que existe mayor intercambio cultural (el 52.1% están de acuerdo o muy de acuerdo), de igual forma el 61.7% opina que existen mayores espacios para el ocio. En lo referente a la restauración de edificios y a la conservación de los recursos naturales, el 57% de los entrevistados están de acuerdo o muy de acuerdo, solamente el 32.9% consideran que existe inmigración en el municipio a partir de la denominación de Pueblo Mágico, de igual forma solo el 30.6% percibe que hay cambios en la cultura tradicional.

El 26.4% considera que hay menor calidad de vida, en cuanto a la congestión en zonas de esparcimiento el 63.3% considera que si existe esta congestión, además el 63.4% consideran que hay mayor ruido y contaminación a partir de la denominación. El 56.9% consideran que existe destrucción del ambiente natural, mientras que el 58.4% opinan que existe el problema de la basura, en lo referente a la creación de programas, la opinión fue dividida (Gráfica 3).

Solamente el 28.7% percibe que los turistas apoyan a la restauración de áreas dañadas en el municipio. La media aritmética de las medias mayores a 3 es 3.5, mientras que la media aritmética de las medias menores de 3 es 2.88. (Tabla 1)

Grafica 3: Creación de programas de conservación por ser Pueblo Mágico



4. DISCUSIÓN

De acuerdo con Andriotis y Vaughan (2003), el conocimiento de las percepciones de los residentes hacia el desarrollo turístico y sus impactos puede ayudar a los planificadores a identificar los intereses reales de la comunidad para el desarrollo e implementación de políticas y acciones apropiadas, optimizando los beneficios y minimizando los problemas. En este sentido, los impactos no deseados del turismo, particularmente a nivel local, deberían ser normalmente la base para la planeación turística y la intervención gubernamental (Hall, 2008). En otras palabras, un análisis sistemático de los impactos del turismo puede ayudar a los planificadores, decisores locales, y promotores del turismo a identificar preocupaciones reales para las políticas turísticas (Lankford y Howard, 1994).

A través de las distintas agencias del gobierno federal, estatal y local, se ha conseguido establecer una extensa red de emprendimientos turísticos en comunidades como es el caso de los Pueblos Mágicos (Garduño-Mendoza, Guzmán-Hernández y Zizumbo-Villarreal, 2009).

En el caso de este tipo de políticas públicas toma una particular importancia el estudio de las definiciones sociales (sobre las actividades relacionadas al turismo, las fiestas, edificios y comidas mexicanas), dado que los lugares turísticos se caracterizan por la escenificación que experimenta el espacio (las edificaciones, actividades, festividades o relaciones sociales), a fin de que un conjunto de elementos sobresalgan respecto a otros para ser admirados o vividos, es decir, consumidos como turísticos (Pine y Gilmore, 1999; Clausen y Velázquez, 2011; Craik, 1997).

Tabla 1: Prueba T y medias aritméticas de cada una de las respuestas de la población de Tapalpa, Jalisco.

	Valor de prueba = 0					
	t	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
¿El turismo atrae más inversión en la zona?	42.598	200	.000	3.920	3.74	4.10
¿Existe un aumento en la calidad de vida por el gasto de los turistas?	42.665	200	.000	3.775	3.60	3.95
¿Se ha mejorado la infraestructura de la población a partir de que se convirtió en Pueblo Mágico?	39.070	200	.000	3.765	3.57	3.96
¿Hay mayores oportunidades de empleo?	38.482	200	.000	3.674	3.49	3.86
¿Hay aumento de precios por ser Pueblo Mágico?	40.145	200	.000	3.870	3.68	4.06
¿Hay aumento de la renta de locales?	43.977	200	.000	3.899	3.72	4.07
¿Existe mayor intercambio cultural?	43.130	200	.000	3.500	3.34	3.66
¿Existe mayor espacios para el ocio?	42.693	200	.000	3.543	3.38	3.71
¿Hay restauración de edificios y conservación de recursos naturales?	37.088	200	.000	3.482	3.30	3.67
¿Existe inmigración?	36.143	200	.000	3.168	2.99	3.34
¿Hay cambios a la cultura tradicional?	30.504	200	.000	3.015	2.82	3.21
¿Hay menor calidad de vida?	33.007	200	.000	3.109	2.92	3.30
¿Hay congestión de zonas de esparcimiento?	42.085	200	.000	3.545	3.38	3.71
¿Hay mayor ruido o contaminación?	39.460	200	.000	3.822	3.63	4.01
¿Existe destrucción del ambiente natural?	32.834	200	.000	3.606	3.39	3.82
¿Existen problemas de basura?	32.558	200	.000	3.701	3.48	3.93
¿A partir de ser Pueblo Mágico se han creado programas para la conservación de los recursos naturales?	28.986	200	.000	3.132	2.92	3.35
¿Los turistas apoyan a la restauración de áreas dañadas en el municipio?	26.851	200	.000	2.969	2.75	3.19

Los impactos sociales del turismo se han descrito como los cambios en la calidad de vida de los residentes de destinos turísticos como consecuencia de esta actividad (Wall y Mathieson, 2006). Más ampliamente, los impactos socioculturales del turismo han sido descritos como las formas en que el turismo y los viajes transforman los sistemas de valores sociales y colectivos, patrones de comportamiento, estructuras comunitarias, estilo y calidad de vida (Hall y Lew, 2009). A pesar de los posibles acercamientos a su definición, los impactos sociales del turismo son difíciles de categorizar debido a que los límites de las dimensiones sociales, culturales, ambientales y económicas de las comunidades locales son difíciles de distinguir con precisión.

Por lo tanto, para algunos, aspectos como los impactos del turismo en el empleo local pueden ser enlistado como un impacto económico (Ryan, 2003) mientras que para otros, pueden ser analizados como un efecto social (Brunt y Courtney, 1999). Esta dificultad se ha evidenciado normalmente en el uso de adjetivos compuestos en el que dos dimensiones son usualmente mezcladas; ejemplos de éstos son los efectos socioeconómicos (Broughan y Butler, 1981) e impactos socioculturales (Spanou, 2007; Dogan, 1989). En este sentido, la mayoría de los entrevistados están de acuerdo o muy de acuerdo en cada una de las preguntas, lo que significa que no identifican con claridad si reciben más beneficios o por el contrario, la nominación de Pueblo Mágico ha traído efectos negativos.

Los resultados coinciden con el reconocimiento de los beneficios y costos del turismo se mantuvo también en la primera década del siglo XXI. En el año 2007, Fredline y Faulkner publicaron un estudio basado en una encuesta a 350 residentes en Gold Coast, Australia. Analizando las percepciones de los residentes hacia el turismo y los eventos especiales, los autores identificaron beneficios comunitarios tales como el incremento del orgullo local, la identidad comunitaria y oportunidades para el comercio. Por otro lado, evidenciaron que los problemas físicos como el ruido, la basura, el estacionamiento limitado, el hacinamiento, el congestionamiento vehicular y el incremento de los precios fueron localmente percibidos como impactos negativos de dichas actividades. Muchos estudios en esta misma década han confirmado estos y otros beneficios y costos del turismo (ver por ejemplo Andriotis y Vaughan, 2003; Aguiló y Roselló, 2005; Andereck et al., 2005; Gu y Wong, 2006; Spanou, 2007; Dyer et al., 2007; Lepp, 2007).

En lo referente al análisis de comparación de medias, en los primeros grupos determinados por medias aritméticas los resultados se comportan de manera homogénea con la percepción de la población ya que la mayoría de respuestas está por encima del 3 y esto significa que el entrevistado identifica directamente el cuestionamiento con su acuerdo o desacuerdo.

5. CONCLUSIÓN

Los impactos económicos positivos percibidos más importantes están relacionados con la inversión en la zona, la mejora de la calidad de vida por los ingresos que percibe la población, más oportunidades de empleo y mejora de la infraestructura municipal, relacionada sobre todo con el turismo. Sin embargo, la vida en el pueblo se ha encarecido.

Entre los impactos socioculturales sobresalen los positivos: incremento del intercambio cultural, mayores espacios recreativos para los locales, incremento de acciones de restauración de edificios y conservación de recursos naturales. Al mismo tiempo, la inmigración se percibe como baja y sin cambios importantes para la cultura tradicional.

A pesar de que la mayoría percibe que la calidad de vida ha mejorado, hay una fracción de casi un tercio de la población que la cuestiona, sobre todo con relación a los efectos negativos ambientales que se han incrementado significativamente: ruido, congestión, contaminación y basura.

Con respecto a la existencia de programas para la conservación de los recursos naturales, existe desconocimiento por parte de la población y percibe que la actividad turística en general no aporta para la restauración de zonas degradadas en términos ambientales.

El análisis de comparación de medias demuestra que los pobladores no diferencian entre los impactos positivos y negativos, ya que las medias están por encima de tres lo que significa que para ellos los impactos se dan indistintamente tanto para beneficiar a la población como para perjudicarla.

En general hay una percepción mayoritaria de que los impactos del desarrollo turístico a partir de la denominación de Tapalpa como Pueblo Mágico, han sido positivos y el crecimiento de la afluencia turística se ha mantenido ligeramente a la alza en los últimos tres años, es recomendable dirigir los esfuerzos para impulsar las localidades de Atacco, Juanacatlán y San Antonio, así como de los atractivos naturales y culturales del municipio externos a la cabecera municipal, a fin que los beneficios del turismo puedan llegar a más poblados del municipio.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguiló, E. y Roselló, J. 2005. "Host community perceptions: A cluster analysis", *Annals of Tourism Research*, 32: 925-941.
- Andereck, K., Valentine, K., Knopf, R. y Vogt, C. 2005. "Residents' perceptions of community tourism impacts", *Annals of Tourism Research*, 32: 1056-1076.
- Andriotis, K. y Vaughan, R. 2003. "Urban residents' attitudes toward tourism development: The case of Crete", *Journal of Travel Research*, 42: 172-185.
- Ávila, B. y Héctor, L. 2006. Introducción a la metodología de la investigación [en línea]. [fecha de consulta: 24 octubre 2015]. Disponible en: www.eumed.net/libros/2006c/203 ISBN 84-690-1999-6.
- Ayres, J. y Potter, H. 1989. "Attitudes towards community change: A comparison between rural leaders and residents", *Journal of the Community Development Society* 20: 1-18.
- Botello, B., Heredia, M. y Moreno, R. 1987. Memoria del municipio. Jalisco. UEND. México.
- Broughan, J. E. y Butler, R. W. 1981. "A segmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism", *Annals of Tourism Research*, 8: 569-590.
- Brunt, P. y Courtney, P. 1999. "Host perceptions of sociocultural impacts", *Annals of Tourism Research*, 26: 493-515.
- Chávez-Dagostino, R.M., Maldonado, O.A., Ramos, K.J. y Espinoza, R. 2015. "¿Puede el turismo alternativo potenciar el desarrollo local en latino américa?", *Spanish Journal of Rural Development*, Vol. VI (Special 1): 71-82, 2015
- Clancy, M. 2001. "Mexican Tourism: Export Growth and Structural Change since 1970", *Latin American Research Review*, 36: 128-150.
- Clausen, B. H. 2007. Juntos pero no revueltos. Copenhagen Business School Press: Copenhagen.
- Clausen B. H., Velázquez M. A. 2011. "En búsqueda del México auténtico. Las comunidades norteamericanas en ciudades turísticas de México". En Tomás Mazón, Raquel Huete & Alejandro Mantecón (eds.) *Construir una nueva vida. Los espacios del turismo y la migración residencial*. Mil razones: Santander, 61-80.
- Craik, J. 1997. *The Culture of Tourism*, C. Rojek & J. Urry (eds), *Touring Cultures: Transformation of Travel and Theory*. Routledge: London.
- Cochran, W. G. 1977. *Sampling Techniques* (3rd ed.). U.S.A.: John Wiley & Sons, Inc.
- Dabat, A. 1994. México y la globalización. Centro de Investigaciones Multidisciplinarias, UNAM, México, Cuernavaca, Morelos.
- Dogan, H. Z. 1989. "Forms of adjustment: Sociocultural impacts of tourism", *Annals of Tourism Research*, 16: 216-236.
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B. y Carter, J. 2007. "Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia", *Tourism Management*, 28: 409-422.
- Garduño-Mendoza, M., Guzmán-Hernández, C. y Zizumbo-Villarreal, L. 2009. "Turismo rural: Participación de las comunidades y programas federales", *El Periplo Sustentable*, 17: 5-30.

- Figuerola, M. 2005. Turismo y desarrollo regional: Hacia una perspectiva multidisciplinaria. Trabajo presentado en el VII Congreso Nacional de Investigación Turística. Universidad de Guadalajara. México. Disponible en: [http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/13580/3/Presentacion_ManuelF. pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/13580/3/Presentacion_ManuelF.pdf)>. Consultado el 10 de noviembre de 2015.
- Fox, R. 2001. "Constructivism Examined", *Oxford Review of Education*, 27: 23-35.
- Fredline, E. y Faulkner, B. 2007. "Host community reactions: A cluster analysis", *Annals of Tourism Research*, 27: 763-784.
- Gu, M. y Wong, P. P. 2006. "Residents' perception of tourism impacts: A case study of homestay operators in Dachangshan Dao, North-East China", *Tourism Geographies*, 8: 253-273.
- Hall, M. y Lew, A. 2009. *Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach*, Londres: Routledge. 392 p.
- Hall, M. 2008. *Tourism planning: Policies, processes and relationships*, Essex: Pearson. 236 p.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C. y Batista, L. P. 2003. *Metodología de la Investigación*, México: McGraw Hill.
- Hieranaux, D. 2005. "Imaginarios y lugares en la reconquista de los centros históricos", *Ciudades*, RNIU, 65: 15-21.
- INEGI 2010. *Censo de Población y Vivienda*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, México.
- Ingram, H., Schneider, A. L. y Deleon, P. 2007. Social construction and policy design. En Sabatier, P.A. (ed.) *Theories of the Policy Process*. Westview. University of California: Davis, 93-128.
- Jacobs, C. 2001. "Folk for Whom? Tourist Guidebooks, Local Color, and the Spiritual Churches of New Orleans", *The Journal of American Folklore*, 114: 309-330.
- Lankford, S. & Howard, D. 1994. "Developing a tourism impact attitude scale", *Annals of Tourism Research*, 21: 121-139.
- Lepp, A. 2007. "Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda" *Tourism Management*, 28: 876-885.
- Meyer, D. 2004. *Economía turística en América Latina y el Caribe*. Bogotá: Ed. Universidad Externado de Colombia, Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.
- OCDE 2012. *Tourism Trends and Policies 2012*. OECD. European Union.
- Pine, J. y Gilmore, J. 1999. *The Experience Economy*. Harvard Business School Press: Boston.
- Richards, G. y Hall, D. 2000. The community: A sustainable concept in tourism development. En: Dereck Hall y Greg Richards (Eds.): *Tourism and sustainable community development*, Londres: Routledge. pp.1-13.
- Ryan, C. 2003. *Recreational tourism: Demands and impacts*, Clevedon: Channel View Publications. 358 p.
- Secretaría de Turismo 2012. *Inversión Federal en el Programa Pueblos Mágicos 2001# 2012*. Gobierno Federal.
- Spanou, E. 2007. "The impact of tourism on the sociocultural structure of Cyprus", *Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 2: 145-162.
- Wall, G. y Mathieson, A. 2006. *Tourism: Change, impacts and opportunities*, Essex: Pearson Prentice Hall. 412 p.

Anexo 1. Cuestionario

Impactos
<i>Impactos Económicos positivos</i>
1. ¿El turismo atrae más inversión en la zona? 2. ¿Existe un aumento en la calidad de vida por el gasto de los turistas? 3. ¿Se ha mejorado la infraestructura de la población a partir de que se convirtió en Pueblo Mágico? 4. ¿Hay mayores oportunidades de empleo?
<i>Impactos Económicos negativos</i>
5. ¿Hay aumento de precios por ser Pueblo Mágico? 6. ¿Hay aumento de la renta de locales?
<i>Impactos Socioculturales positivos</i>
7. ¿Existe mayor intercambio cultural? 8. ¿Existe mayor espacios para el ocio? 9. ¿Hay restauración de edificios y conservación de recursos naturales?
<i>Impactos Socioculturales negativos</i>
10. ¿Existe inmigración? 11. ¿Hay cambios a la cultura tradicional? 12. ¿Hay menor calidad de vida?
<i>Impactos Ambientales negativos</i>
13. ¿Hay congestión de zonas de esparcimiento? 14. ¿Hay mayor ruido o contaminación? 15. ¿Existe destrucción del ambiente natural? 16. ¿Existen problemas de basura?
<i>Impactos Ambientales positivos</i>
17. ¿A partir de ser Pueblo Mágico se han creado programas para la conservación de los recursos naturales? 18. ¿Los turistas apoyan a la restauración de áreas dañadas en el municipio?
<i>Demográficos</i>
19. ¿Cuál es su edad? 20. Género: 21. ¿Cuál es su escolaridad? 22. ¿Cuál es su ocupación? 23. Ingresos familiares mensuales