

**Percepción de la población a partir del nombramiento de pueblo mágico: Jalpan de Serra , contribuciones del turismo al desarrollo de los pueblos**

Guadalupe Morado & Sergio Soto

G. Morado & S. Soto  
Universidad Tecnológica de San Juan del Río, Querétaro de Arteaga  
mgmoradoh@utsjr.ued.mx

M. Ramos.,V.Aguilera,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2013.

## **Abstract**

A population evaluates and expresses an opinion, when it sees growing up and reinforces better proposals to its locality. The appreciation which represents the population related Pueblo Mágico de Jalpan de Serra name, plays a very important role in the knowledgment that persons can perceive to create a cultural identity of the touristic place. The study is about on how to "place the mark of Pueblo mágico into the Jalpan de serra population, in order to get identification and an acceptance for the proposal activities by the citizen committee and the actions which are developed for the touristic activity". As a consequence, it is considered that these reception actions of visitors and an adecuation of certain lifestyles show an impact in the acceptance or rejection of the designation, and of its conceptualization.

## **11 Introducción**

La actividad turística genera interacciones entre individuos que por sí mismo poseen una idiosincrasia específica que genera relaciones para el intercambio de experiencias y servicios.

La convivencia puede generar ventajas hacia la población receptora, la cual, por ende proporciona puntos de vista acerca de la misma, ya sea positiva o negativa. El resultado de ellas gira en torno a los beneficios que estos ciudadanos han obtenido.

Por lo anterior, la percepción juega un papel muy importante en el proceder de los ciudadanos respecto a las decisiones que se toman en torno al fenómeno que se observe.

En consecuencia se realiza la investigación con la finalidad de atender el punto de vista de la población de Jalpan de Serra respecto al nombramiento de éste como pueblo mágico, la cual tiene como objetivo adicional proponer un modelo de comunicación y sensibilización que incite a la propuesta de productos turísticos que generen una percepción de bienestar económica.

Son siete perspectivas que se analizan para obtener el resultado a partir del cual se deberá optar por la mejor estrategia para el planteamiento antes mencionado.

### **Objetivo:**

Identificar la percepción que tienen los pobladores Jalpenses a partir del nombramiento de Pueblo Mágico, con el fin de detectar el reconocimiento que tienen sobre experiencias ocurridas para instituir un modelo de identidad cultural del lugar.

### **Hipótesis:**

La percepción de la población Jalpense respecto al nombramiento de Jalpan de Serra, permite detectar el reconocimiento de experiencias ocurridas para instituir un modelo de identidad cultural.

Vi. Percepción de la población.

Vd. Detectar el reconocimiento de experiencias ocurridas para instituir un modelo de identidad cultural.

Desarrollo:

La exposición se desarrolla en la localidad de Jalpan de Serra, se localiza en la región norte del Estado de Querétaro, y forma parte de uno de los cinco municipios que comprenden la Reserva de la Biosfera Sierra Gorda (RBSG), los cuatro municipios restantes son: Arroyo Seco, Landa de Matamoros, Peñamiller y Pinal de Amoles, y comprende un total de 383.567 hectáreas que representan el 32.02% del espacio territorial del estado Programa de Manejo Reserva de la Biosfera Sierra Gorda (1999), Nieto (2010), Grupo Ecológico Sierra Gorda, I. A. P. (2011).

El presente es una parte del estudio la cual se propone a través del método cuantitativo y por la importancia que reviste la exposición se fracciona presentándose la parte cualitativa en otro proyecto como complemento del posicionamiento de marca.

### **11.1 Metodología**

Para la construcción del marco metodológico, es necesario tomar en cuenta que en las ciencias sociales la manera de realizar investigación, es enfocar el problema para buscar una respuesta y se puede corroborar en lo descrito por Hernández, Fernández y Baptista (2010), describen que el enfoque cuantitativo se realiza en razón del alcance del estudio que en este caso se pretende trabajar en su fase exploratoria para recabar información del fenómeno de estudio, debido al periodo de inicio de reconocimiento de Pueblo Mágico de Jalpan. La investigación pretende extender el conocimiento al realizar el estudio con un alcance descriptivo sobre la percepción que tienen los residentes respecto al nombramiento citado, que permita identificar las variables principales que han dejado huella en la comunidad y su proceso de asimilación a hoy día.

Como se ha vertido, para el desarrollo del estudio se utilizara el enfoque de investigación *cuantitativa* (enfoque positivista) para valorar e interpretar las variables que surgieron de la aplicación de encuesta a la población de interés.

Naturaleza de la encuesta:

Se aplica una encuesta descriptiva del tipo no probabilístico, teniendo como unidad de estudio la población Jalpense. Este instrumento se aplico de manera directa en un solo período a edades promedio de 15 a 70 años, considerando que tuviesen como mínimo diez años de residencia en el municipio, en caso de ser avecindados.

#### Diseño del instrumento:

Previo a la aplicación del instrumento definitivo, se aplicó una prueba piloto a un promedio de 90 personas residentes de la localidad, que permitió extraerse las variables que guían el cuestionario definitivo. Se elaboró un segundo instrumento y definitivo con identificación de siete variables que se agruparon con un promedio de cinco ítem cada variables que arrojó un total de 31 de opción de respuesta múltiple en escala de Likert, siendo el nivel 1 el más bajo hasta el 5 de mayor rango.

#### Muestra de la población:

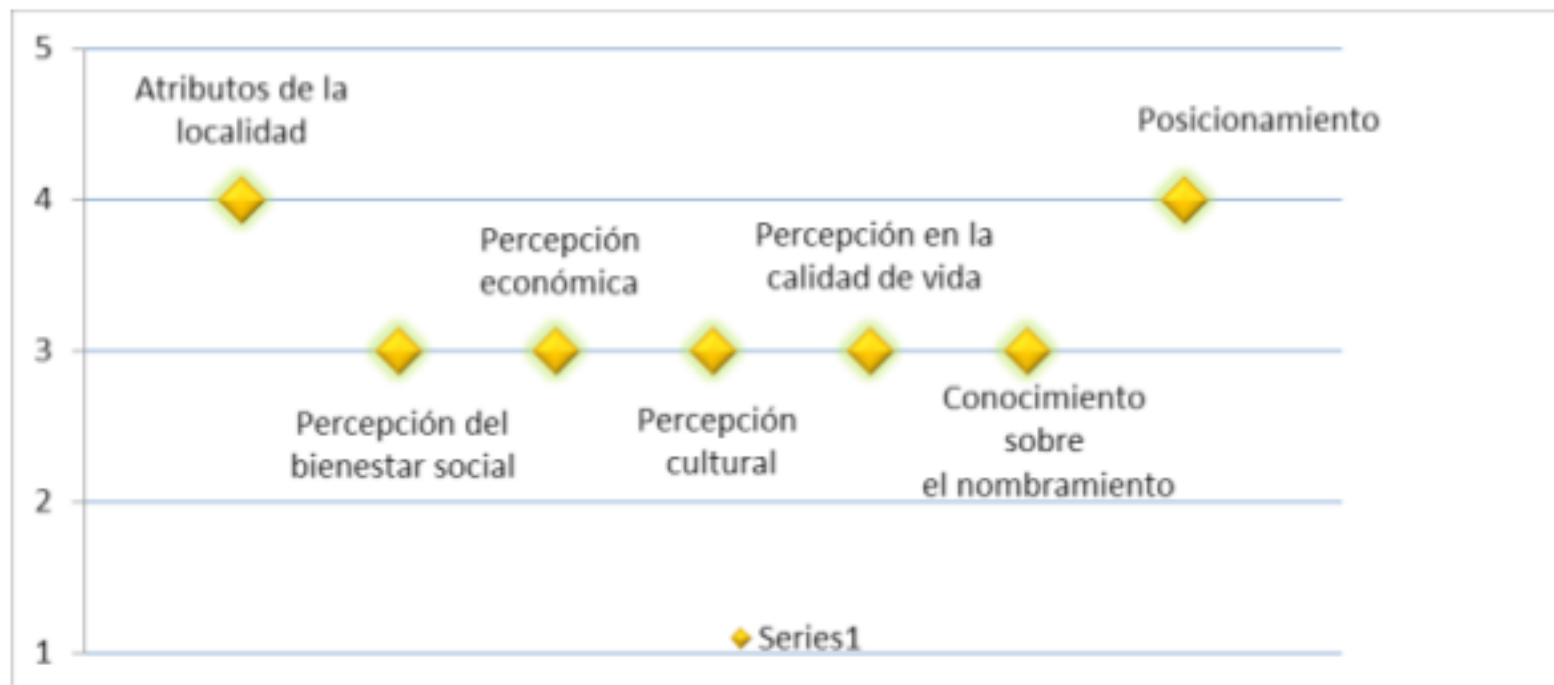
En cuanto al tipo de muestreo, se considera el no probabilístico, ya que no utiliza una estadística representativa para el diseño y selección de muestra. Se considera únicamente como unidad de estudio la población Jalpense por corresponder a un nombramiento específico de la localidad. En cuanto al tipo de levantamiento, es directo mediante la labor de dos profesores investigadores y un grupo de ocho alumnos. Por cuanto a la periodicidad, para esta encuesta se planeó llevarla en una sola partida con el fin de recolectar y analizar en forma inmediata la información sin tendencias a ser obsoletas por dispersión de tiempo. La definición del universo se encara al segmento de mercado a personas de ambos géneros con rangos promedio de 15 a 20 años, 21 a 30 años, 31 a 50 años y de 50 a 70 años, por considerarse que puedan proporcionar información fehaciente de la localidad, dirigido a personas que tengan al menos 10 años de residencia en la localidad.

#### Tamaño de la muestra:

Se realizó en forma directa sin considerar un dato estadístico como se mencionó anteriormente y se aplicó en el lugar de trabajo, de residencia y sobre cita de los encuestados. La cantidad de cuestionarios aplicados, fueron 444 y se llevó a cabo durante los meses de enero y febrero de 2012, mediante los investigadores y un grupo de alumnos investigadores de la Universidad Tecnológica de San Juan del Río en su Unidad Académica de Jalpan, que se dieron a la tarea de ser recolector de datos, siendo en una primera instancia la relación existente con los distintos actores de la población como; población residente de Jalpan. La recolección de la información se concentró en formato de programa SPSS, generando la información por variable y de la cual se graficó cada una, siendo de mayor interés los atributos de la localidad y el potencial turístico a partir del mencionado nombramiento.

## 11.2 Resultados

La derivación acerca de la aceptación y/o rechazo de una nominación de pueblo mágico, está trabajado desde una postura positivista, debido a que la sustentación del objeto de estudio refiere la construcción del dato numérico mediante una encuesta aplicada a la población del área de estudio, misma que se presenta con siete variables.

**Grafico 11** Variables de estudio

Fuente: Investigadores

#### Atributos de la localidad:

Entre las variables que arrojó la encuesta, los encuestados valoran con un nivel cuatro al atributo de la localidad para el cual se describe una localidad como lo establece el diccionario de la Real Academia Española (RAE), representa una cualidad de las cosas en un estado fijo, como un lugar o pueblo como lo es el municipio de interés de Pueblo Mágico de Jalpan de Serra, que simboliza para la ciudadanía una forma de estabilidad que les brinda un sentido de pertenencia a la esfera de oportunidades que ofrece la humanidad, o bien como exponen Kotler, Haider y Rein (1994, pág. :2), “los lugares son algo más que presupuestos y negocios, son personas, culturas, patrimonio histórico, bienes físicos y oportunidades”, que amplían la identificación de cualidades del territorio dignas de representar a una sociedad abierta a las circunstancias del entorno.

#### Percepción del bienestar social:

El termino percepción es controversial en su contexto, que dependiendo del terreno que lo ubique el investigador y el caso concreto del presente, se basa en el autor Arturo, Shoening (1997), quién describe como primer factor “es la capacidad de percibir, la de recibir las impresiones exteriores mediante los sentidos”, que no necesariamente sea absorbido por todos los seres humanos en el mismo sentido, es decir; el ser humano presenta distintas formas de captar los mensajes y ese proceso de emisor a receptor, genera una retroalimentación, que puede captar lo que se necesita, lo que se desea, lo que hace falta de mejorarse, siendo trascendental para la población de Jalpan, la percepción que tienen sobre el bienestar social.

Se retoma la descripción de Bienestar de acuerdo al Programa de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente (PNUMA), “El bienestar humano tiene múltiples constituyentes entre los que se incluyen los materiales básicos para el buen vivir, la libertad y las opciones, la salud, las buenas relaciones y la seguridad. El bienestar es uno de los extremos de un continuo cuyo opuesto es la pobreza, que se define como una privación ostensible del bienestar”. Los elementos que describe, dependen de las circunstancias que han permitido el desenvolvimiento de la comunidad de interés, como el caso de Jalpan de Serra que presenta una riqueza natural y cultural y sobre el entorno que conforma su razón de desenvolvimiento.

Dicho por Vargas (1994), la percepción es biocultural, dependiendo de los estímulos físicos y sensaciones involucradas, y por otro lado, de la selección y organización de dichos estímulos y sensaciones. Depende de la situación en que se encuentre el individuo para que interprete e identifique esos estímulos y sensaciones conforme a las experiencias que le asistan para emitir un juicio de un objeto o cosa.

#### Percepción económica:

Los beneficios que se obtienen por el rubro económico son múltiples y claro está para los pobladores de Jalpan, que atraer turistas Ramírez (1981) “la persona que viaja temporalmente y regresa a su lugar de origen o residencia permanente” a la región de interés, es vital para contribuir a mejorar las condiciones de los pobladores al atender visitantes que generan una derrama económica a la localidad mediante la prestación de servicios turísticos y otros que se benefician en forma e indirecta.

Afirma Left, Enrique (2010), la nueva economía debe basarse en una rearticulación entre cultura y naturaleza, es decir, de la capacidad creativa del ser humano, de la productividad cultural asociada a la productividad ecológica del planeta y de cada uno de sus ecosistemas”, siendo el caso de Pueblo Mágico de Jalpan, que se encuentra inmerso en una combinación de factores medioambientales que ha educado a la población a tomar en cuenta el crecimiento económico de la región a partir de valores y principios sustentados en el cuidado y protección de Sierra Gorda (decretada como Reserva de la Biosfera el 19 de Mayo de 1997), y representa uno de los pulmones fundamentales para el país y del mundo por estar integrado como un Área Natural Protegida (ANP).

#### Percepción cultural:

A modo de comprender el contexto de la cultura, se considera lo descrito por Ruíz, Korzbaek y Soto (2011), “es el resultado de un proceso de organización social sobre el espacio que da lugar a conceptos como el de pertenencia, identidad y territorio”, lo que representa para la comunidad Jalpense el nombramiento que surge a partir de factores de relevancia como lo es el de cultura y que trae consigo un sentido de capital e identidad para los pobladores, porque además de rescatar un valor intangible les posiciona en el terreno turístico; a destacar en el país por contener una cultura digna de ser expuesta como el resto de Pueblos Mágicos (55 en total al mes de Julio de 2012) que han alcanzado el nombramiento.

Es precisamente la cultura que máxime posee el lugar lo que dignifica el pueblo mágico de Jalpan, los valores intangibles que han hecho una riqueza exclusiva por los pobladores que lo habitan y que ven crecer una población con tradiciones, usos y costumbres, que les hacen sentirse dignos del lugar y les permite crear hábitos de identificación, a modo de disminuir esa transformación a partir de los fenómenos de la cultura y abandono natural por la demanda de migrantes hacía el vecino país del Norte (Estados Unidos de Norteamérica), que asumen nuevas necesidades de consumo y costumbres adversas a las que fueron delegadas en el seno familiar.

Conforme a Magaña y Padín (2009), “el reconocimiento de identidad y una divulgación para concienciar sobre las posibilidades que para los propios actores posee el centro histórico de Colima”, como lo es el caso de Pueblo Mágico de Jalpan, que mediante un trabajo multidisciplinario, con los esfuerzos que emprenden los prestadores de servicios turísticos y no turísticos, como el comité ciudadano en estrecha colaboración con las autoridades municipales y gubernamentales, se puede cerciorar el nombramiento a largo plazo.

Entre los estudiosos sobre el concepto de Identidad Cultural, se retoma lo expresado por Molano (2006), se crea un concepto propio: “Es una combinación de elementos de patrimonio cultural de una localidad que les identifica como un quehacer propio, que mediante espacios territoriales y de tiempo las prácticas se conviertan en hábitos para generarles un papel en la historia de la humanidad y puedan alcanzar un reconocimiento legítimo como producto de una colectividad de habitantes”, como lo es el caso del municipio de Jalpan de Serra y poblaciones serranas que les ha permitido desenvolverse y fomentar esa identidad cultural.

#### Percepción de la calidad de vida:

En el controvertido tema de la calidad, se parte la conceptualización de algunos fundadores del término como lo es el caso de Ishikawa (1988), provee una interpretación estrecha, como “calidad del producto”. En su glosa más amplia, significa “calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad del proceso, calidad de la división, calidad de las personas incluyendo a los trabajadores, ingenieros, gerentes y ejecutivos, calidad del sistema, calidad de la empresa, calidad de los objetivos”; el enfoque básico es controlar la calidad en todas sus manifestaciones.

Mientras que para Gutiérrez (2007), define la calidad como aquel grado de adecuación de un producto al uso que desea darle el consumidor. El término en sí es muy subjetivo dependiendo de la ubicación del contexto; los pobladores de la localidad tienen conciencia que los turistas o visitantes que les visitan hoy día, son muy exigentes, por ello busca mejorar las condiciones de servicio de atención al cliente para brindar una prestación que dignifique el nombramiento del lugar.

### Conocimiento del nombramiento:

Un nombramiento para una localidad, representa una mención digna para los pobladores que habitan un pueblo, independientemente de la participación que pueda ser en línea directa e indirecta; el hecho de haberle fortalecido y darle forma a la población con el transcurso del tiempo, es un valor apreciativo que solo pueden sentirlo quienes lo conforman.

Siendo uno de los valores de orgullo de la localidad y lo sustenta el presidente municipal de Jalpan de Serra el C. P. Miguel Ángel Torres Olguín, describe en 2do. Informe de Jalpan (2011), “Uno de los logros más importantes en Turismo es el nombramiento de “Jalpan Pueblo Mágico”, que el pasado 19 de Octubre, recibimos con gran orgullo este Galardón, de manos de la Secretaria de Turismo la Maestra Gloria Guevara”, atribuyen los residentes como un beneficio muy importante el nombramiento obtenido a través de la Secretaría de Turismo Federal, y representa un orgullo para la localidad porque se obtuvo con la participación ciudadana, entendida de acuerdo a Díaz, Escárcega (2009), “como un proceso a través del cual los actores sociales son parte, influyen y controlan el rumbo y la dinámica del desarrollo”, como lo fue el caso presente, que mejor ejemplo para sentir esa presunción de éxito.

### Posicionamiento:

En esta última variable que cualifican los encuestados en un nivel cuatro, sobre el posicionamiento Kotler y Keller (2006), lo definen como la acción de diseñar la oferta y la imagen de una empresa de tal modo que éstas ocupen un lugar distintivo en la mente de los consumidores. En forma similar la que presenta Ahmed, P., Sheperd, C., Ramos, L., y Ramos C. (2012), la empresa necesita establecer la postura estratégica que permitirá a la empresa, con su capacidad e historia dada, construir el éxito de su futuro. Siendo factible para las autoridades y representantes de promover la marca turística de Pueblo Mágico así como de la población, colaborar en conjunto para alcanzar esta noble tarea de diseñar estrategias que permitan identificar los productos y servicios propios de la región de estudio, que logren motivar a los consumidores de servicios turísticos una percepción del lugar y que les distinga de otros aun cuando cuenten con el nombramiento en otro sitio turístico de la república mexicana.

## 11.3 Discusión

Se pudo apreciar la percepción que presentan los encuestados respecto a las siete variables de interés, siendo las percepciones de atributos de la localidad y la de posicionamiento como las mejor posicionadas con un rango de aceptación de nivel cuatro cuando el cinco es el más alto a diferencia de las variables restantes que se refieren a percepción del bienestar social, económica, cultural, de la calidad de vida y conocimiento sobre el nombramiento de Jalpan como Pueblo Mágico, que las califican en un estado suspensivo de nivel tres que despierta un foco de interés para proponer estrategias por parte de los principales actores del turismo que son gobierno (en sus respectivos niveles federal, estatal y municipal).



Así como de la propia población en crear conciencia que mejorar las condiciones actuales sobre el nombramiento, puede representarles un beneficio multiplicador para formular acciones que fortalezcan el posicionamiento de marca en la totalidad de las variables elegidas.

Debido a los datos que arroja el estudio, se acepta la hipótesis del planteamiento tomando en cuenta que da a conocer una realidad latente que a un periodo aproximado de año y medio, exista una incertidumbre sobre dicho reconocimiento y que la muestra da a conocer que al menos la mitad de la muestra seleccionada no se siente identificado con los factores de percepción y sin embargo resalta atributos de la localidad y posicionamiento en mejor posición, parece contradicho el resultado porque al menos los aspectos personales de su percepción son los que emite un juicio de apatía.

La variable dependiente se enriquece al dar a conocer las sensaciones personales que generan información fehaciente para la construcción de un modelo de identidad cultural en futuros estudio dentro de este propósito de trabajo de cuerpos académicos.

#### **11.4 Conclusiones**

El rescate de información valiosa para los residentes de la localidad de Jalpan de Serra, emana de una motivación sólida de la percepción a partir del nombramiento como se vertió en el documento de un lugar de atractivos naturales y culturales denominado “Pueblo Mágico de Jalpan”.

El estudio genera información valiosa sobre la percepción de los residentes de un lugar que les ha visto nacer, crecer y desarrollarse para compartir con ese mismo agrado un legado que dignifica el patrimonio turístico de la región y de la humanidad en sucesión.

La valoración que principalmente identifican los residentes mediante el diagnóstico del enfoque cuantitativo, se enfoca al de *potencial turístico* que perciben los residentes a partir del nombramientos de Jalpan de Serra como un Pueblo Mágico, pese a que ya cuenta con otros reconocimientos de renombre como formar parte de un Área Natural Protegida de Reserva de la Biosfera, Sierra Gorda inscrita en la red Medio Ambiente y Biosfera (MAB), Patrimonio Turístico de la Humanidad por la UNESCO, Sitio RAMSAR, Biodiversidad de Ecosistemas (catorce) y la riqueza en Flora y Fauna; desde luego que este cumulo de reconocimientos se integran a un paquete de atractivos turísticos naturales y culturales.

Fuera del producto turístico por el cual fue nombrado Jalpan como un Pueblo Mágico, en lo que se refiere a la Misión Franciscana fundada en 1749 por Fray Junípero Serra de acuerdo a Nieto (2010), es innegable que requiere una concientización de la población respecto al nombramiento si pretenden que permanezca dicho nombramiento, dados los resultados de la percepción es urgente incluir estrategias de promoción de marca, capacitar a los prestadores de servicios turísticos en torno a la atención y conocimiento de sitios turísticos, resaltar los valores que dignifican la cultura y magia del lugar como de la actitud que presenten ante los visitantes que serán la mejor referencia ante otros que pretendan viajar al lugar.

El modelo será necesario sustentarlo con participación ciudadana para que estos puedan proporcionar la información que genere valor para ellos, es decir, donde identifican la magia que los caracteriza, para entonces establecer los mecanismos de comunicación adecuados y el proceso de sensibilización que les provoque la propuesta de productos turísticos.

### 11.5 Referencias

Ahmed, P., Sheperd, C., Ramos, L., y Ramos C. (2012), Administración de la innovación. México: Pearson.

Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP), Dirección de la Reserva de la Biosfera “Sierra Gorda” (RBSG). Programa de Manejo Reserva de la Biosfera Sierra Gorda, México, Serie didáctica.

Díaz, R y Escárcega, S. (2009). Desarrollo sustentable. México: Mc Graw Hill  
Diccionario Real Academia Española (RAE).

Grupo Ecológico Sierra Gorda, I. A. P. (2011). Monografía, Herencia viva. Compilación y redacción.

Gutiérrez, Mario. (2007) Calidad. México: Limusa.

Hernández, Roberto, Fernández Carlos y Baptista, Pilar, (2010). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.

Ishikawa, Kaoru. (1988) ¿Qué es el control total de la calidad?. Colombia: Prentice Hall.

Kotler, P. y Keller, K. (2006). Dirección de marketing. México: Pearson.

Kotler, P., Haider D. H., y Rein, I. (1994). Mercadotecnia de localidades. (1ª. Edición), México, D. F. México: Diana.

Left, Enrique. (2010). Discursos sustentables. México: Siglo xxi.

Magaña, Irma y Padín, Carmen, (2009). Un modelo sistémico-estratégico. La identidad del centro histórico de la ciudad de Colima. Colima, México: Universidad de Colima.

Martínez, Magdy. (2008). Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). México, D. F., México: Círculo diseño, S. C., México, Abril 2008.

Masri, Sofía y Robles, Luisa. (1997). La industria turística hacia la sustentabilidad. México, D. F., México: Diana.

Molano, Olga, (2006). La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial. Chile: RIMISP 20 aniversario.

Municipio de Jalpan de Serra, Qro. 2do. informe de gobierno, H. Ayuntamiento de Jalpan de Serra, Querétaro 2011. C. P. Michel Torres.

Municipio de Jalpan de Serra, Qro. Plan de Desarrollo Municipal (2009-2012).

Nieto, J. (2010). Sierra Gorda de Querétaro. La tierra y el hombre. Universidad Marista de Querétaro/Universidad Autónoma de Querétaro. Ediciones Universitarias Maristas.

Ramírez, Manuel (1981). Teoría general del turismo. México, D. F., México: Diana.

Ruiz, Héctor, Korsbaek, Leif, y Soto, Ricardo (2011). Diversidad cultural, identidades y territorio: adscripción, apropiación y re-creación. Caso San Luis Potosí, México.

Shoening, Arturo. (1997). Apuntes para una definición de servicio. (1ª. Edición), México, D. F., México: Diana.

Programa de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente (PNUMA), (2011), Ecosistemas y bienestar humano: Marco para la evaluación. Recuperado de <http://www.maweb.org/documents/document.3.aspx.pdf>

Secretaría de Turismo, (2007) Programa Pueblos Mágicos 2007-2012, México. Recuperado de [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_Pueblos\\_Magicos](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Pueblos_Magicos)

Secretaría de Turismo, (2007) Programa Sectorial de turismo 2007-2012, México. Recuperado de <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/14944/PST20072012.pdf>

