

VIRGINIA GUADALUPE LÓPEZ TORRES
Doctora en Ciencias Administrativas por la Universidad
Autónoma de Baja California
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales,
Universidad Autónoma de Baja California
México
[virginia.lopez@uabc.edu.mx]

KARLA SUSANA BARRÓN ARREOLA
Doctora en Ciencias Económicas por la Universidad
Autónoma de Baja California
Unidad Académica de Economía, Universidad
Autónoma de Nayarit
México
[kbarron@uan.edu.mx]

LUIS RAMÓN MORENO MORENO
Doctor en Ciencias Económicas por la Universidad
Autónoma de Baja California
Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad
Autónoma de Baja California
México
[lmoreno@uabc.edu.mx]



TECATE, CARACTERIZACIÓN DE ATRIBUTOS TURÍSTICOS Y EMPRESAS¹

TECATE, CHARACTERIZATION OF TOURIST ATTRIBUTES AND COMPANIES

1 Para citar el artículo: López, V., Barrón, K., & Moreno, L. (2023). Tecate, caracterización de atributos turísticos y empresas. *Turismo y Sociedad*, XXXII, 165-185. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n32.07>

Fecha de recepción: 24 de julio de 2020
Fecha de modificación: 26 de marzo de 2021
Fecha de aceptación: 14 de mayo de 2021

Resumen

El Programa Pueblos Mágicos (PPM) es una estrategia de política pública que ha incorporado a 132 localidades hasta el año 2021 y busca promover el turismo sustentable. Tecate, Baja California, forma parte de este programa público desde 2012. En este estudio exploratorio se analiza la pertinencia de su incorporación, se describe su patrimonio turístico y su tejido empresarial a partir de una investigación *in situ*, utilizando las técnicas de observación y encuesta. Los datos ilustran un pueblo mágico urbano, con atractivos y servicios turísticos, un tejido empresarial dedicado mayormente al comercio, que son elementos factibles de articularse para generar un producto turístico competitivo que potencie los beneficios actuales representados en empleo formal, con una remuneración promedio de 2,5 salarios mínimos.

Palabras clave: pueblo mágico, atractivos turísticos, empresas.

Abstract

The Magical Towns Program (MTP) it's a public policy strategy that has incorporated 132 until the year 2021 and seeks to promote sustainable tourism. Tecate has been part of this public policy since 2012. This exploratory study analyzes the relevance of its incorporation, describes its tourist heritage and its business network based on an on-site investigation, using observation and survey techniques. The data illustrates a magical urban town, with tourist attractions and services, a business sector dedicated mostly to commerce, that are key elements to articulate and generate a competitive tourism product that enhances the current benefits represented in formal employment with an average remuneration of 2.5 minimum wages.

Keywords: magic town, tourist attractions, companies.

Introducción

Durante las primeras dos décadas del siglo XXI, el turismo ha sido el sector económico de mayor volumen y más rápido aumento a nivel mundial, y anualmente ha presentado una tasa de crecimiento positiva². Con estos datos, los países han incorporado a este sector en sus estrategias de crecimiento económico y desarrollo inclusivo, con la intención de generar más empleos y bienestar en las comunidades donde se desarrolla esta actividad (Barrientos & Sandoval, 2019). En el caso mexicano, el país no ha dejado pasar la oportunidad, por eso, la Secretaría de Turismo [SECTUR] creó una estrategia de apoyo a comunidades con potencial turístico a la que denominó Programa Pueblos Mágicos (PPM), entre cuyos objetivos se encuentra diversificar la oferta turística, además de hacer uso de las ventajas tecnológicas y de comunicación para posicionar lo mexicano en el imaginario colectivo por medio de representaciones simbólicas asociadas con una cultura (Bellota, 2017).

Se trata, pues, de una nueva política turística caracterizada por la promoción de un nuevo modelo de desarrollo turístico acorde con las tendencias del mercado y con énfasis en la necesidad de una distribución de la riqueza más equitativa. Con base en ello, el PPM retoma los principios del turismo sustentable (Presidencia de la República, 2002), para lo cual busca establecer un modelo de desarrollo de largo plazo, promotor de prosperidad, oportunidades económicas, mayor bienestar social y protección del medio ambiente. En ese marco, el turismo se concibe como un instrumento para promover el desarrollo sustentable en localidades rurales por medio de la valorización de sus atractivos culturales y naturales, además del mejoramiento de la infraestructura y los servicios turísticos. Esta es una apuesta que invita a recorrer México y a conocer la red de 132 localidades tipificadas como pueblos mágicos (Balslev & Gyimóthy, 2016; Bellota, 2017; Muñoz, 2019), entre ellas, Tecate, la única ubicada en el estado de Baja California. Vale la pena mencionar que, de acuerdo con Muñoz (2019), los requisitos para la obtención del nombramiento hasta ahora han sido ambiguos.

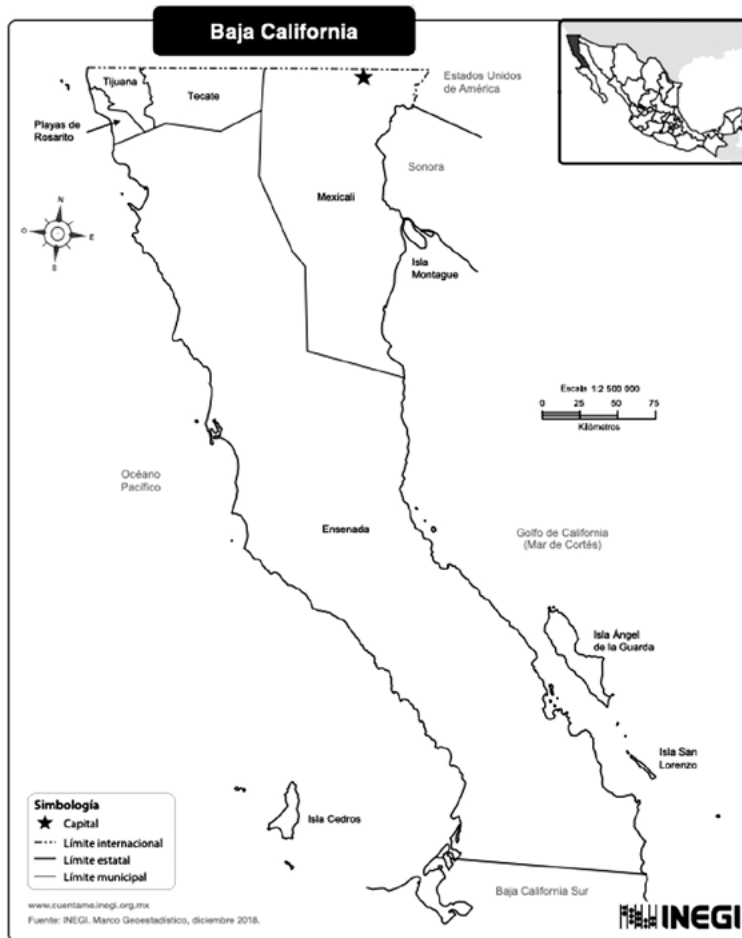
Por otra parte, siguiendo a Cardoso *et al.* (2014), es la geografía, la que explica el territorio que se ocupa de la práctica turística y los recursos naturales como un medio de operación del turismo. Así mismo, estos autores argumentan que le corresponde a la economía abordar el turismo desde los procesos productivos y reflexionarlo desde lo microeconómico (transporte, alojamiento, restaurantes). Para ellos, el turismo es un conjunto sistemático de actividades de ocio, recreación, descanso, salud, negocios y religión, así como de procesos administrativo-institucionales que generan las condiciones necesarias para un desplazamiento de personas.

En tal sentido, deben tomarse en consideración los señalamientos de Palma y Cañizares (2018), para quienes el concepto de desarrollo sostenible es equivalente a nuevas tecnologías y formas de hacer negocios (acuerdo establecido en la Reunión Nacional sobre Sostenibilidad).

2 El fenómeno de la COVID-19 no solo afectó su crecimiento, sino que lo ha puesto en pausa como consecuencia de la emisión de las políticas de gobierno de varios países que cerraron sus fronteras como medida de protección; posteriormente, al reabrirse el temor de las personas al contagio, las ha mantenido en un número importante en casa, postergando los viajes. Durante el primer trimestre de 2020, el turismo internacional se contrajo en un 22%. Un análisis sobre el impacto de la pandemia en este sector puede revisarse en Organización Mundial de Turismo (2020).

Tecate³ es uno de los siete municipios del estado de Baja California; cuenta con una superficie aproximada de 2.686,94 km² (Coplade BC, 2017) y su división política incluye siete delegaciones: Tecate, La Rumorosa, Luis Echeverría Álvarez (El Hongo), Mi Ranchito (Chula Vista), Nueva Colonia Hindú, Valle de Las Palmas y Héroes del Desierto (Sindicatura, 2019). Cuenta, además, con una población de 102.406 habitantes (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2015). Este es un municipio de corte campirano, rodeado de montañas rocosas, entre las que destaca La Rumorosa⁴, la cual es un lienzo que pinta paisajes coloridos y posee un escenario natural con recursos para el desarrollo de actividades de ecoturismo.

Figura 1. División municipal de Baja California



Nota. Tomado de INEGI (2018).

3 Es una palabra de la etnia indígena kumiai, para quienes iytacat se refiere al lugar utilizado para cortar leña o realizar ceremonias.

4 Para Tapia (2019), La Rumorosa es un poblado, no una sierra, y está enclavado en el norte de la sierra de Juárez; se reconoce que sus enormes rocas de granito, de múltiples tamaños y formas, cautivan la visión de sus visitantes.

La ciudad de Tecate es la cabecera municipal; esta es una zona urbana que cuenta con una población de 108.440 habitantes (2,88 % del total estatal) (INEGI, 2020a). La ciudad presenta un nivel muy bajo de marginación y rezago social la ubican (Secretaría de Desarrollo Social [SEDESOL], 2013). Se encuentra localizada en el norte de México y es frontera de la comunidad de Tecatito (California, Estados Unidos). Tecate es el único pueblo mágico de Baja California y es territorio del grupo indígena kumiai (Tapia & Grijalva, 2012). En el municipio operan poco más de tres mil unidades económicas, entre las que se destacan tres sectores que en conjunto representan el 63 % de la actividad económica local: (a) comercio al por menor, (b) industrias manufactureras y (c) servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas (tabla 1). La incorporación de Tecate al PPM ocurrió a finales de 2012, aunque vale la pena mencionar que la distinción de pueblo mágico corresponde únicamente a la zona centro de la ciudad (Ayuntamiento de Tecate, 2019).

Tabla 1. Unidades económicas por sector en el municipio de Tecate

<i>Actividad económica</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
Total	3.221	100
Industrias manufactureras	396	12,3
Comercio al por menor	1.251	38,8
Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	391	12,1
Otros servicios, excepto actividades gubernamentales	547	17,0
Otros	636	19,8

Nota. Elaboración propia con base en datos tomados de INEGI (2020b).

De acuerdo con Duis (2018), el desarrollo turístico en Tecate debe diseñarse desde un enfoque que ponga en valor los recursos culturales y que, al mismo tiempo, integre el patrimonio y la cultura a las dinámicas del destino. De esta forma, los beneficios económicos del turismo podrían convertirse en beneficios sociales, por ser diseñados a partir de la realidad de las comunidades (Acero, 2018).

Teniendo en cuenta el contexto descrito, y bajo el marco del proyecto denominado *Impacto del turismo en México: estrategia de desarrollo y generación de empleo*, en este documento se desarrollan tres objetivos: (1) reflexionar respecto a la pertinencia del nombramiento de Tecate como pueblo mágico (PM); (2) describir la construcción del territorio y la configuración del paisaje como atractivo para impulsar una experiencia turística; y (3) describir el tejido empresarial establecido en la delimitación geográfica de Tecate como PM.

En tal sentido el documento se desarrolla en cinco apartados, incluyendo este, destinado a la introducción del tema. En la segunda parte se presenta la revisión de literatura, la cual se construye a partir de la geografía del turismo, la revisión del PPM y estudios recientes sobre PM. La siguiente sección describe la metodología empleada para la recolección y el análisis de los datos. Posteriormente, se presentan los resultados siguiendo el orden de los objetivos y se emiten los comentarios finales. Este documento tiene como principales aportes ser el primer estudio de Tecate como PM y dar cuenta de un PM urbano, dado que el resto son rurales.

Revisión de literatura

Geografía del turismo

La geografía turística tradicional describe los atributos, sitios o espacios con potencialidad turística, así como también la distribución de atractivos y el nivel de equipamiento (Pinassi & Ercolani, 2015). En ese sentido, el espacio geográfico es la materia prima alrededor de la cual se estructura la actividad turística, por eso, algunos factores geográficos, tanto de tipo natural como social y económico, determinan esa localización (Morera-Beita & Miranda-Álvarez, 2015). En específico, el territorio se convierte en recurso y factor, además de ser un producto de consumo para el turismo (Pillet, 2015).

El territorio debe disponer de cinco elementos para transformarse de un simple lugar a un núcleo de actividad turística: paisaje, accesibilidad, infraestructura, promoción e imaginario, aunque cabe mencionar que es el medio geográfico (natural o cultural) lo que se promueve para acceder a la actividad turística (Sánchez & Propín, 2010). Siguiendo a Pillet (2015), los espacios de turismo se clasifican en de litoral y de interior, y de ello depende el tipo de turismo que se desarrolla, el cual se clasifica como turismo de costa, de naturaleza, rural, urbano e industrial. En el ámbito de la actividad turística, para los destinos turísticos es conveniente reivindicar el desarrollo de un turismo territorial o comarcal, que contemple en su conjunto la riqueza microespacial, considerada también como patrimonio territorial, que mezcla elementos naturales y culturales, materiales e inmateriales —y contenidos literarios, algunas veces—, con el fin de motivar el deseo de viajar o de hacer turismo local.

Por ello, los recursos naturales son utilizados en la actividad turística como factores de atracción de la demanda, que los requiere para su uso y disfrute (León *et al.*, 2016). Para Duis (2018), solo aquellos bienes patrimoniales reconocidos y valorados como tales pueden entrar en la lógica del desarrollo turístico que busca productos con significado y que además representen una supuesta identidad. Para Acero (2018), los turistas buscan nuevas experiencias que les permitan tener contacto directo con la naturaleza, las comunidades y con ellos mismos. De acuerdo con Comparato y Gorgone (2019), las formas de turismo que tienen como objeto principal la observación y la apreciación de la naturaleza otorgan ventajas comparativas cuando forman parte del mismo producto turístico o complementan la oferta cultural; al mismo tiempo, destacan el potencial uso turístico del patrimonio intangible asociado con comidas típicas, danzas, tradiciones, rituales, saberes o música.

En el presente estudio, y con base en la geografía del turismo en su modalidad clásica, se enlistan y describen los atributos del territorio de Tecate que pueden ser referentes para la atracción de turistas y, de esta forma, conformar un producto con la capacidad de competir con el resto de la oferta turística de Baja California.

El Programa Pueblos Mágicos (PPM)

En 2001, la Secretaría de Turismo de México creó el PPM como una estrategia para promover el desarrollo sustentable mediante el turismo en localidades caracterizadas por la ruralidad, esto a partir de la valoración de sus atractivos culturales —o, en su caso,

naturales— y del mejoramiento de la infraestructura y los servicios turísticos. El PPM formó parte del *Programa Nacional de Turismo 2001-2006* y su enfoque pretendía integrar regiones para desarrollar productos turísticos atractivos, temáticos y diferenciados por medio de la participación de los tres órdenes de gobierno (federal, estatal y municipal), la iniciativa privada y las comunidades (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública [CESOP], 2006).

El *Programa Sectorial de Turismo 2007-2012* (SECTUR, 2008), en su objetivo 4 —sobre oferta competitiva— estableció como estrategia rediseñar los instrumentos de política pública, entre ellos el PPM, para impulsar la integración de circuitos y rutas temáticas y regionales donde se incorporasen las diversas categorías de productos; en el caso específico de Tecate, se incluyeron la Ruta del Vino, el turismo de salud, el de naturaleza y el religioso. Después de trece años de funcionamiento, se realizó un diagnóstico para identificar los avances, los problemas y las oportunidades presentes en su operación, con el fin de buscar nuevas alternativas para su reestructuración y consolidación con el objetivo de establecer un adecuado seguimiento mediante indicadores que permitieran evaluar su impacto en las economías locales. En tal sentido, en 2014 se publicaron los *Lineamientos generales para la incorporación y permanencia al PPM*, documento que al mismo tiempo se concibe como una respuesta al aumento de solicitudes de ingreso al Programa y como un medio para dotarlo de certidumbre jurídica (SECTUR, 2014).

Este cambio en la política turística redefinió a los PM, ahora caracterizados como localidades que requieren orientarse para fortalecer y optimizar el aprovechamiento racional de sus recursos y atractivos naturales y culturales, su infraestructura, la calidad de sus servicios, la innovación y el desarrollo de productos turísticos, el *marketing* y la tecnificación, acciones que contribuyen a promover el crecimiento del mercado turístico (SECTUR, 2014). Según la última evaluación del Programa, llevada a cabo en 2020, existen 132 localidades que cuentan con el distintivo de PM, y se encuentran representadas todas las entidades federativas del país, a excepción de Ciudad de México. Destacan los casos del Edo. de México y de Puebla, con 10 PM cada uno (SECTUR, 2020).

Cabe mencionar que esta estrategia de promoción asignaba recursos federales a las entidades del país para detonar el desarrollo de localidades con potencial turístico. En ese sentido, en 2015, se destinaron apoyos al PPM superiores a los 445 millones de pesos (mdp). Destaca que el 52 % de tales recursos se dirigieron a los estados de Puebla (70 mdp), Michoacán (57,5 mdp), Edo. de México (54 mdp) y Yucatán (52 mdp) (SECTUR, 2017a).

En 2016, se hicieron modificaciones al Programa y se emitieron las *Reglas de operación de desarrollo regional turístico sustentable y pueblos mágicos* (Prodermágico) con el fin de contribuir al mejoramiento de las condiciones de infraestructura y equipamiento en las regiones turísticas y a la consolidación de los destinos turísticos. Con base en ello, en el mismo año se otorgaron apoyos en los rubros de diversificación y fortalecimiento, con un monto superior a los 1.000 mdp. En diversificación, los recursos totales ascendieron a los 260 mdp, ejercidos principalmente por el Edo. de México (76 mdp), Michoacán (40 mdp), Baja California Sur (25 mdp) y Jalisco (22.5 mdp). En fortalecimiento, el monto que se repartió fue superior a los 743 mdp, cuya mayoría fueron obtenidos por Coahuila (98 mdp), el Edo. de México (66 mdp), Chiapas (47 mdp), Querétaro (48 mdp), Sonora (48 mdp) y

Puebla (45.5 mdp) (SECTUR, 2017b). En el caso de Tecate, en 2015 recibió 13 mdp, suma que ascendió a los 56,5 mdp en 2016 (2 mdp estaban destinados para diversificación y 31,5 mdp a fortalecimiento) (SECTUR, 2017a y 2017b). Cabe mencionar que, en 2019, y con la llegada de un nuevo gobierno, se resolvió dejar sin recursos federales al PPM, lo cual vulnera la capacidad de permanencia de estas localidades como polos de turismo nacional e internacional. Actualmente, el PPM se encuentra en revisión y se plantea sustituirlo por un programa denominado México de Colores (Senado de la República, 2020).

Desde el nacimiento del PPM, distintos autores han cuestionado sus resultados. Por ejemplo, para Fernández (2018), en teoría, la estrategia hace énfasis en las empresas, así como en la generación de empleo, ingreso y desarrollo sustentable local, pero, en la práctica, su gestión privilegia el crecimiento sobre el desarrollo. Para este autor, el PPM beneficia únicamente a los participantes de la actividad turística y perjudica al medioambiente. Por ello, Fernández concluye que se trata de una oportunidad de negocios para un determinado grupo de actores locales y que, si bien hay que reconocer mejoras en la imagen urbana, en la infraestructura y en la creación de empleos, también es menester observar los procesos de especulación inmobiliaria, el aumento de los precios y los problemas asociados con dotación de servicios públicos, niveles de contaminación y depredación natural.

Por otro lado, de acuerdo con Muñoz (2019), desde la creación del Programa, los requisitos para la obtención del nombramiento como PM han sido ambiguos, a tal grado que plantea que algunas localidades recibieron la distinción a pesar de no contar con los elementos necesarios. En ese sentido, y siguiendo a Barcelata (2015), pareciera que, al destinar fondos públicos, el PPM se convirtiera en un objetivo de los gobiernos estatales y municipales para acceder a estos recursos, que terminarían en el presupuesto estatal y marginalmente serían destinados a las comunidades registradas en el Programa.

Estudios en pueblos mágicos

Distintos autores han realizado algunos análisis de reflexión y de campo respecto al PPM que hasta cierto punto pueden considerarse como evaluación de esta estrategia, debido a que documentan los impactos (positivos y negativos) en las comunidades que forman parte del Programa. En ese sentido, véanse, por ejemplo, los trabajos de Alvarado (2015), Rivero (2015), Rosas-Jaco *et al.* (2015), Balslev y Gyimóthy (2016), Pérez-Ramírez y Antolín-Espinoza (2016), Saiz-Álvarez (2018), Rodríguez *et al.* (2018), Coronado *et al.* (2018) y Espinoza *et al.* (2018), entre otros. Cabe destacar que en la revisión bibliográfica no se encontró ningún análisis referido al PM de Tecate.

Entre los trabajos recientes sobre PM destaca el análisis realizado por Winiarczyk y Raźniak (2019), quienes documentan cómo la falta de criterios del Programa dio como resultado una profundización de la polarización social, contrastes en las condiciones de vida de las comunidades locales y una explotación descontrolada de los recursos naturales y culturales. En el mismo sentido, en su estudio sobre Talpa de Allende, en Jalisco, García *et al.* (2019) encontraron que la población percibe el turismo como irresponsable y que pone en riesgo las áreas naturales, por lo que se pronostica un potencial conflicto.

López *et al.* (2019) analizan el proceso de gentrificación en Sayulita, en Nayarit, y describen el crecimiento residencial sin control que se ha experimentado en la comunidad; así mismo, mencionan el hecho de que los ciudadanos extranjeros tienen poder en los procesos de toma de decisiones. Los autores argumentan asimismo que la expansión de la turistización del destino ha sobreexplotado el territorio y ha arrasado con la cultura local. Por su parte, Núñez-Camarena y Ettinger-Mc Enulty (2020), en su análisis de Pátzcuaro, en Michoacán, encontraron efectos positivos en el crecimiento del sector terciario (hoteles y restaurantes), aunque a costa del cambio de uso de suelo; por ello, proponen la promoción de zonas poco exploradas que permitan diversificar el turismo cultural en la región purépecha, a fin de mitigar el colapso que sufre el centro histórico.

Briones (2020) describe los aspectos que intervienen en el desarrollo de Real del Monte, en el estado de Hidalgo, desde la perspectiva de los sistemas complejos. En su análisis, expone que el turismo local teleológicamente es un sistema que propicia el bienestar de la comunidad, procura la armonía de participación en el mercado de servicios y promueve la preservación ecológica y cultural. En este caso, se trata de un PM identificado con la prestación de servicios de calidad, el respeto a la apariencia típica y el enaltecimiento de la gastronomía y la cultura del sitio.

Por su parte, Díaz y Osorio (2021) analizan los imaginarios espaciales de Ixtapan de la Sal a partir de las subjetividades de autoridades y empresarios, para los que el turista es el generador de la derrama económica directa e indirecta. Los autores evidenciaron una fragmentación física y simbólica resultado del control minoritario en la toma de decisiones, una desigual distribución de la riqueza y desacuerdos en la explotación de los recursos naturales y/o culturales.

Como se ha descrito, distintos estudios analizan los impactos que el PPM ha generado en las localidades, tema que ha sido de interés no solo para la academia, sino para las poblaciones locales. Estos estudios proveen información que debería ser considerada como insumo en la revisión que actualmente el Gobierno Federal realiza.

Metodología

Para esta investigación exploratoria se realizaron visitas *in situ*, aplicando herramientas de investigación como la observación directa, la investigación bibliográfica y la aplicación de cuestionarios. Cabe mencionar que se obtuvo una muestra representativa de empresas establecidas en la ciudad de Tecate, específicamente en el interior del área denominada PM, para con ello realizar su caracterización. Para este punto, se utilizó un instrumento tipo cuestionario, diseñado con base en los *Censos económicos 2014* (INEGI, 2014). En el instrumento se consideran aspectos asociados con (a) características generales; (b) operación (horas laborables, ingresos); (c) vínculos entre la empresa y la sociedad; (d) personal ocupado y trabajo familiar; (e) impacto de los pueblos mágicos.

El cálculo de la muestra se realizó tomando en cuenta el número de unidades económicas señalado por INEGI (2016), y a partir de ese dato se obtuvo una muestra estratificada con un nivel de confianza de 95 % y un margen de error de ± 5 . La muestra final incluyó 120 empresas. El levantamiento de la información se realizó en julio y agosto de 2018. Los

atributos turísticos se identificaron mediante la investigación de campo y con el empleo de fichas descriptivas para la recolección de información. Se aplicó observación no participante con registro sistematizado para dar cuenta de los factores ambientales (naturales y culturales) y dinámicos del territorio (infraestructura), es decir, los recursos turísticos de Tecate.

Resultados

De acuerdo con los objetivos planteados previamente, se presentan los siguientes resultados. En lo que concierne a la pertinencia del nombramiento de la localidad de Tecate, Baja California, como PM, en la tabla 2 se señalan algunos criterios establecidos en el PPM y retomados por diversos autores, los cuales son el punto de partida para el análisis.

Tabla 2. Requisitos para obtener la denominación de pueblo mágico

<i>Criterios-requisitos</i>	<i>Tecate</i>	<i>Comentarios</i>
Revitalización rural y áreas remotas (Balslev & Gyimóthy, 2016).	Es un área urbana, típica de una ciudad del interior del país. Es el corazón comercial. Se ubica a dos kilómetros de la línea fronteriza.	Tecate es un territorio con una localización estratégica entre Mexicali, Ensenada y Tijuana. En el municipio existen varias localidades rurales.
Promoción de los destinos culturales de pequeñas comunidades (Rosas <i>et al.</i> , 2015).	Considerando su población y extensión, se trata de una ciudad.	A nivel tanto estatal como municipal, hay localidades que cumplen con la tipificación de pequeña comunidad, que pudiesen haber sido elegidas para la designación de PM, por ejemplo, La Rumorosa o Puerto Nuevo.
Búsqueda del desarrollo endógeno de las comunidades mediante la diversificación productiva en el sector turístico, poniendo sobre todo en valor el patrimonio cultural y natural local (Rodríguez <i>et al.</i> , 2018).	Presencia de cerca de 400 plantas maquiladoras, que generan 54.252 empleos, lo que representa el 53 % de la población total del municipio (INEGI, 2020b).	El municipio de Tecate posee una amplia diversidad de paisajes naturales, culturales y urbanos, entornos rurales con potencial de aprovechamiento turístico entre los que destacan cascadas, balnearios, zonas de senderismo y de observación de flora y fauna.
Diversificación de la oferta turística explorando nuevos sitios turísticos e impulso del turismo alternativo: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural (Rosas <i>et al.</i> , 2015).	Es una alternativa viable en el municipio, dado que se cuenta con sierra y ranchos de descanso.	Aquí se encuentra Rancho La Puerta, un <i>spa</i> reconocido mundialmente, fundado en 1940. Este es un espacio dedicado al bienestar (salud, belleza y relajación).
Búsqueda de los atributos culturales de las diferentes localidades para que se conviertan en una oportunidad de aprovechamiento turístico (Rosas <i>et al.</i> , 2015).	Su cultura culinaria es original, de sabor campirano y rústico; destaca la elaboración de productos de panadería.	Conocida como la capital del pan, atrae a turistas de California y Baja California por su producto elaborado en hornos de ladrillo.

<i>Crterios-requisitos</i>	<i>Tecate</i>	<i>Comentarios</i>
Puesta en práctica de Programa de Reordenamiento del Comercio Semifijo y/o Ambulante (Rodríguez <i>et al.</i> , 2018).	Vendedores ambulantes operan en el parque Miguel Hidalgo y sus alrededores.	El gobierno municipal expide permisos para comercio ambulante o semifijo y establece el pago de una cuota anual, la cual va desde los 678,74 pesos hasta 2.545,27 pesos (H. XXII Legislatura Constitucional del Estado Libre y Soberano de Baja California, 2017).
Recursos públicos para la conservación y rehabilitación de la imagen urbana (Pérez-Ramírez & Antolín-Espinosa, 2016).	En 2015 y 2016 recibió fondos por un total de 69,5 mdp.	Los recursos han sido invertidos en remodelación y acondicionamiento de las más de 40 calles que comprenden el PM, en la plaza del parque Miguel Hidalgo y en la iluminación.
Participación de las comunidades urbanas y rurales (Coronado <i>et al.</i> , 2018; Rosas <i>et al.</i> , 2015).	Cuenta con un comité constituido y en operación.	Los empresarios señalan un estancamiento en la toma de decisiones respecto a la regulación sobre la imagen que se va a proyectar.

Nota. Elaboración propia.

En términos generales, Tecate sería el primer y único PM urbano a nivel nacional, cuyos recursos turísticos en su mayoría son generados por los ranchos que suelen albergar a los visitantes del turismo religioso. Pero cabe mencionar que Tecate es más un destino de excursión, debido a que muchos de los viajeros no pernoctan en la ciudad y en gran medida visitan el territorio para el consumo de alimentos, consultas médicas u odontológicas, compra de artesanías y trámites de ingreso a los Estados Unidos (formulario I-94. Registro de Entrada/Salida), entre otros motivos.

En lo que respecta al tema del territorio, para la construcción y configuración del paisaje que permita dar paso a una experiencia turística, es importante dar cuenta de los atractivos y la infraestructura presente en el municipio. En ese sentido, en la localidad operan más de treinta ranchos y balnearios que atienden al segmento de campistas, ciclistas y senderistas (*hiking*); ofrecen áreas especiales para ubicar tiendas de campaña, así como servicios de alberca, *jacuzzi*, zonas infantiles y asadores. El Museo Comunitario Kumiai⁵ representa un viaje histórico a esta etnia y permite conocer sus aportes, entre los que se destacan las pinturas rupestres de Vallecitos; los brebajes como el toloache, el fermentado de miel y los atoles de avellanas; las hierbas medicinales; las ropas tradicionales y la cocina con carne de venado. Así mismo, sobresalen su saludo “auka”, que significa “que la luz te ilumine”, y su montaña sagrada Cuchumá, que representa el lugar del fin del mundo donde se refugió un guerrero cuando la tierra se inundó, sitio del que, además, dicen que tiene poderes curativos.

⁵ Los kumiai son uno de los cinco pueblos yumanos de Baja California y son una tribu en peligro de desaparecer. En Tecate viven en Valle de Las Palmas, a 30 minutos de la ciudad, así como en el poblado Puntas de Nejí. Otros asentamientos se ubican en las comunidades de San José de La Zorra, la Huerta y Peña Blanca.

Uno de los atractivos que ofrece la ciudad es el parque Miguel Hidalgo (figura 1), localizado en el corazón urbano de Tecate, cuyos árboles dan sombra para descansar en las bancas colocadas a lo largo de su superficie, mientras que, a su alrededor, el visitante encuentra restaurantes y bares, uno de ellos es el Jardín Tecate, espacio de la empresa cervecera que lleva el mismo nombre.

Para la práctica del ecoturismo, en la sierra de Juárez destacan las Puntas de Nejí, con su paisaje rocoso marrón, y La Rumorosa (figura 3), con sus mágicos escenarios, que alcanzan los 1.232 m s. n. m. Aquí se ubica un emprendimiento conocido como la Casa de Piedra, que oferta atracciones de tirolesa, rapel y escalada.

La gastronomía es un distintivo en Tecate: su pan es famoso, a la par con la comida *gourmet* o urbana a base de cortes de carne y mariscos potenciados por el maridaje con cerveza artesanal o vino producidos localmente. Tecate forma parte de la Ruta del Vino, conocida como la Puerta Norte del Vino.

Figura 2. Parque Miguel Hidalgo. Vista del cerro Cuchumá al fondo



Nota. Fotografía propia.

Figura 3. Paisaje rocoso en la Rumorosa, Baja California



Nota. Tomado de Osegueda (2021).

Estos son solo algunos ejemplos de los atractivos que constituyen atributos susceptibles de aprovechamiento turístico; cabe mencionar que algunos de ellos ya cuentan con un posicionamiento en el mercado que ha derivado en emprendimientos innovadores dirigidos a segmentos específicos del turismo: enológico-gastronómico, de naturaleza, astroturismo y de bienestar (salud y belleza). En ese sentido, es conveniente que el Comité de PM diseñe y ponga en marcha un plan estratégico de turismo con el propósito de potenciar los impactos positivos y la trascendencia de esta actividad a nivel municipal. Dado que la belleza paisajística y el cuidado de los recursos naturales son un atractivo para los turistas, estos deben manejarse de forma adecuada, a fin de que no pierdan valor frente a los ojos de los visitantes (Orellana & Lalvay, 2018).

Por otro lado, vale la pena comentar que la economía del municipio se vincula fuertemente a la industria manufacturera; sin embargo, existen indicios de una incipiente industria turística. En ese sentido, y de acuerdo con datos de la Secretaría de Turismo de Baja California [SECTUREBC], 2018b), Tecate recibe al año un total aproximado de 68.328 turistas, que corresponden, en su mayoría (87,6%), a visitantes nacionales.

En la zona delimitada como PM, las empresas se clasifican como establecimientos fijos (87%), semifijos (8%) y aquellos con actividad económica dentro de la vivienda (5%). El tejido empresarial está conformado por empresas creadas antiguamente y de reciente creación; así, por ejemplo, la más longeva inició operaciones en 1969, mientras que las más jóvenes fueron fundadas en 2018. En ese sentido, teniendo en cuenta el año de comienzo

de actividades, se creó la clasificación que aparece en la tabla 3, en la que se encuentran organizaciones de reciente creación (de 0 a 2 años), jóvenes (de 3 a 5 años), adultas (de 6 a 10 años) y mayores (de más de 10 años) (INEGI, 2014). La clasificación obtenida permite observar que una tercera parte de las empresas entrevistadas cuentan con más de 10 años de operación.

Tabla 3. Clasificación de empresas encuestadas por edad

	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
De reciente creación	19	11,7
Jóvenes	25	20,8
Adultas	35	29,2
Mayores	41	34,2
Total	120	100,0

Nota. Elaboración propia.

De la misma forma, el 52,5 % de los negocios se establecieron antes de la distinción de PM, mientras que en el periodo 2012-2018 iniciaron operaciones el 47,5 %. Cabe mencionar que el 84 % de las organizaciones entrevistadas corresponden a microempresas, el 14 % son pequeñas y el 2% son medianas (clasificación acorde con el número de empleados).

Las empresas que inician operaciones a partir del nombramiento de PM cuentan con una plantilla laboral de 362 empleados, que representan el 32 % en la zona (tabla 4). Cabe mencionar que mayormente el origen de estos empleados es local, es decir, un 55 % de estos nacieron en Baja California. De la misma forma, las empresas entrevistadas pueden ser consideradas como familiares, dado que en estas laboran 127 personas (11,25 %) que son miembros de la familia propietaria.

Tabla 4. Empleos y empresas en Tecate PM

<i>Tamaño</i>	<i>n.º empresas</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>n.º empleos</i>	<i>Porcentaje</i>
Micro	92	76	379	34
Pequeña	23	19	412	36
Mediana	5	5	343	30
Total	120	100	1.134	100

Nota. Elaboración propia.

Respecto al tipo de régimen fiscal, el 78 % de la muestra se clasifica como persona física y el 22 % corresponde a personas morales. Este dato es relevante desde el enfoque de empresarialidad, dado que, acorde con la Ley del Impuesto sobre la Renta [ISR], la tasa impositiva de personas físicas asciende a 35 %, mientras que en las personas morales

este valor es de 30%. También es importante destacar que el 90% de las organizaciones encuestadas cuenta con Registro Federal de Contribuyentes [RFC], es decir, está dada de alta en el Servicio de Administración Tributaria [SAT] y paga impuestos. Ello implica que solo un 10% de los negocios son considerados informales por no estar registrados ante la autoridad tributaria. Según la Ley de Ingresos del municipio de Tecate, para el 2018 se contemplaba el pago de derechos por expedición de permisos para comerciantes ambulantes o semifijos, y se estableció el pago de una cuota anual, la cual varía con base a los servicios prestados o en los artículos vendidos; el monto de esta cuota va desde los 678,74 hasta 2.545,27 pesos.

En la tabla 5 se puede observar la participación de las distintas ramas económicas de las empresas encuestadas. Destaca el apartado de preparación de alimentos y bebidas, bajo la modalidad de restaurantes y cafeterías, con un 33% o una de cada tres organizaciones.

Tabla 5. Actividades principales de las empresas encuestadas

<i>Rama</i>	<i>Participación (%)</i>
Restaurantes, cafeterías	33,0
Abarrotes, minisúper	13,0
Bar, cantina	7,0
Servicios médicos	7,0
Farmacias	5,0
Hotel, motel, pensiones	4,0
Transporte	3,0
Ropa, artículos de vestir	3,0
Clínicas de belleza	2,0
Otros	23,0

Nota. Elaboración propia.

Cabe mencionar que estos resultados son similares a los encontrados por Morales y Rodil (2015), quienes documentan que la mayor proporción en la creación de empresas se da en el sector servicios, lo cual se relaciona con el mayor dinamismo de estas actividades, además de la disminución de las barreras de entrada que suelen caracterizar a dicho sector. De acuerdo con datos de los *Censos económicos 2014* (INEGI, 2014), a nivel municipal se contaba con un conjunto de establecimientos vinculados directamente al sector turismo, entre los que se encontraban 67 empresas de alimentos y bebidas (48 restaurantes, 6 cafeterías, 3 bares, 10 de otro tipo), 2 agencias de viajes, 43 balnearios y 2 centros de convenciones, empresas que deberían beneficiarse del flujo turístico.

Como se mencionó previamente, Tecate (figura 4) es una ciudad fronteriza y vecina de Tecatito California, pequeña localidad conectada a través de la carretera 94. Dada la

imagen favorable por la operación eficiente y ordenada de la garita fronteriza, en los últimos años se ha incrementado el cruce vehicular fronterizo de este puerto, hecho que ha empezado a aumentar la demanda de servicios médicos de residentes estadounidenses en la modalidad de servicios dentales y análisis clínicos; en tal sentido, del primer tipo operan cuatro establecimientos y del segundo existen tres en la zona clasificada como PM. Llama la atención la presencia de dos hoteles⁶, ambos de una sola estrella, cuyos clientes principales corresponden a las personas que llegan a la ciudad y que tienen intenciones de cruzar hacia los Estados Unidos de forma ilegal, ya sea por su cuenta o contratando a un *pollero*⁷. Sin embargo, a nivel municipal se identifican 27 empresas de hospedaje: 14 hoteles, 6 moteles, 3 empresas que ofertan cabañas, 2 campamentos y 2 pensiones; de manera conjunta, se ofertan 488 habitaciones. La información estadística oficial, documenta una ocupación promedio anual del 64 %, con una estadía de 1,1 noches por turista (SECTUREBC, 2018).

Figura 4. Ciudad de Tecate y su zona definida como PM (en cuadro)



Nota. Elaboración propia a partir de Google Maps.

Las empresas iniciaron operaciones con un origen diverso, por ejemplo, el 81 % se creó como un emprendimiento de autoempleo, un 10 % como medio para expandir el capital, el 4,2 % como producto de una asociación y un 3,3 % por herencia familiar. Llama la atención que solo el 1 % surgió como resultado de un proyecto con financiamiento público. Estos hallazgos

6 En la salida norte de la ciudad, cerca de la zona industrial se ubican otros hoteles, los cuales atienden, en su mayoría, a turistas de negocios que viajan a alguna de las plantas maquiladoras o a la empresa cervecera Tecate. También operan hoteles *boutique* o *spa*.

7 El término “pollero” se aplica a la persona que transporta ilegalmente ciudadanos indocumentados a otro país, generalmente, a los Estados Unidos de América (Real Academia Española [RAE] y Asociación de Academias de la Lengua Española [ASALE], 2010).

van de la mano con los obtenidos por Callejón y Ortún (2009), quienes argumentan que la mayor proporción de nuevos emprendimientos es el resultado de necesidades económicas personales ante las limitaciones en el acceso a empleos suficientemente remunerados. Así mismo, los autores argumentan que la tasa neta de entrada de autoempleados es más elevada cuando disminuye la entrada neta de empresas con empleados, lo que implica que los incentivos de unos y otros son opuestos.

De la muestra de las empresas estudiadas, el 86 % operan con capital social local, 12 % corresponden a una sociedad de capital nacional y 2% son extranjeras. Con relación al horario de operación, el 69 % de ellas operan más de ocho horas al día, 28 % solo trabajan ocho horas y un 3 % laboran menos de ocho horas. La jornada de trabajo de las empresas va desde dos hasta siete días a la semana, aunque en promedio operan 6,4 días. Respecto al mercado, el 72 % tiene como cliente principal a la población local, para el 10 % está representado por turistas extranjeros y en el 18% restante el cliente principal corresponde a turistas nacionales. Por último, en el apartado de ventas, las organizaciones entrevistadas presentan un ingreso promedio mensual que asciende a 153 mil pesos mexicanos⁸. En cuanto a la cantidad de empleo generado, el valor medio asciende a 9,5 trabajadores.

El salario promedio percibido por un empleado alcanza un valor de 1.609 pesos mexicanos por semana (aproximadamente 80 dólares americanos). Cabe mencionar que este salario promedio representaba alrededor de 2,6 veces el salario mínimo establecido por las autoridades laborales mexicanas en 2018. Se destaca asimismo que el 80 % de los empleados percibe un salario fijo, un 15 % tiene un salario variable y solo el 5 % recibe un salario por comisión según las ventas.

Conclusiones

Tecate es el PM urbano de México cuyo patrimonio es una mezcla de elementos naturales y culturales. Es un municipio con un conjunto de atributos geográficos con un elevado potencial para el desarrollo de actividades turísticas de naturaleza y paisajísticas, además de la práctica de algunos deportes, entre los que destacan el ciclismo de montaña y el senderismo. Cabe mencionar que, en el municipio de Mexicali, vecino de este, y como resultado de la pandemia por la COVID-19, se ha presentado un crecimiento explosivo en las actividades relacionadas con la naturaleza, particularmente, en los casos de senderismo y ciclismo de montaña.

Con base en los resultados, es posible identificar el escaso aporte que tiene la denominación de PM en la localidad. Es decir, esta distinción se centra en un pequeño espacio urbano de una ciudad que cuenta con más de 100.000 habitantes, cuya actividad económica gira en torno del sector comercio y servicios y de la rama de la manufactura (uno de los mayores empleadores localmente). De la misma forma, se observa que las organizaciones entrevistadas presentan un bajo grado de integración y funcionan de manera tradicional, es decir, no han modificado sus procesos de producción/administración por el hecho de ser PM.

8 Al tipo de cambio peso-dólar promedio de 2020, esto representa aproximadamente 7.600 dólares de los Estados Unidos de América.

Consideramos, así mismo, que el alto nivel salarial percibido por las empresas encuestadas no es resultado del hecho de ser PM, sino una característica común en una ciudad fronteriza donde el costo de vida es elevado por prevalecer una cultura que usa el dólar estadounidense para tasar precios en transacciones como renta, venta de productos y servicios.

Se observa asimismo que la actividad turística es objeto de un intenso proceso de diversificación y que cuenta con algunos segmentos consolidados, como es el caso del turismo de bienestar (salud y belleza). A pesar de ello, se evidencian algunas áreas de oportunidad, como lo es la práctica de actividades de naturaleza. Con base en los resultados obtenidos, se considera que el turismo puede ser un elemento importante en la economía local, teniendo en cuenta la infraestructura carretera, la ubicación geográfica del municipio y, por supuesto, elementos puntuales como la gastronomía. Vale la pena así mismo atender las debilidades identificadas, entre las que se encuentra la escasa innovación en la oferta de servicios turísticos, además de la falta de centros de información turística.

Falta por hacer un análisis desde la geografía del turismo que permita llevar a cabo una ordenación, planificación y gestión de los espacios turísticos como instrumentos para articular el territorio con las actividades turísticas de manera armoniosa, de modo que estas beneficien directa e indirectamente a un mayor número de pobladores locales.

Referencias

- Acero, E. (2018). Turismo, patrimonio y comunidades indígenas. *Turismo y Sociedad*, 22, 213-233. <https://doi.org/10.18601/01207555.n22.11>
- Alvarado, C. (2015). Conservación del patrimonio cultural en el pueblo mágico de Tepoztlán, Morelos (2001-2012). *Territorios*, (32), 15-33. <https://dx.doi.org/10.12804/territ32.2015.01>
- Ayuntamiento de Tecate. (2019). *Pueblo Mágico*. <https://tecate.gob.mx/index.php/municipio/pueblo-magico>
- Balslev, H. & Gyimóthy, S. (2016). Seizing community participation in sustainable development: Pueblos Mágicos of Mexico. *Journal of Cleaner Production*, 111(Part B), 318-326, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.01.084>
- Barcelata, H. (2015). Círculos de pobreza y finanzas municipales en México. *Economía: Teoría y Práctica*, (42), 69-103. <https://bit.ly/3UnoF23>
- Barrientos, T. & Sandoval, M. (2019). El turismo accesible en Chile: articulación y pertinencia de la oferta. *Revista Cartográfica*, (99), 125-145. <https://doi.org/10.35424/rcarto.v0i99.589>
- Bellota, L. (2017). *Programa de Pueblos Mágicos: valorización turística de la cultura* (Documento de trabajo n.º 249). Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública [CESOP], Cámara de Diputados. <https://bit.ly/3S9XG88>

Briones, A. (2020). Modelo dinámico conceptual del turismo local: caso de estudio pueblo mágico de Hidalgo, México. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25(11 Extra), 275-284. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4278367>

Callejón, M. & Ortún, V. (2009). La caja negra de la dinámica empresarial. *Investigaciones Regionales – Journal of Regional Research*, (15),167-189. <https://bit.ly/3LssT4b>

Cardoso, C., Castillo, M., & Hernández, C. (2014). Sosteniendo al turismo o turismo sostenible (TS): reflexiones teóricas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23(2), 376-395. <https://bit.ly/3Sezl0V>

Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública [CESOP]. (2006). Políticas públicas y gestión gubernamental de la administración vigente. En G. Meixueiro Nájera (Inv. Resp.), *Turismo*. CESOP. www.diputados.gob.mx/cesop/

Comparato, G. & Gorgone, A. (2019). Patrimonio jesuítico Guaraní (Argentina): entre conflictos y potencialidades. *Revista LÍDER*, 21(35), 27-51. <http://dx.doi.org/10.32735/S0719-52652019359>

Coplade BC. (abril de 2017). *Tecate. Publicaciones Sociodemográficas I Baja California*. Coplade.

Coronado, Y., Rosas, M., & Cerón, H. (2018). Ecotourism as a path to sustainable development in an isolated Magic Town: The case study of La Trampa, Mexico, *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, 25(1), 23-38. <https://doi.org/10.1108/JTA-02-2018-0004>

Díaz, A. & Osorio, M. (2021). Los imaginarios de los actores sociales del pueblo mágico de Ixtapan de la Sal, México. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 19(1), 101-115. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2021.19.007>

Duis, U. (2018). Apuntes para la construcción del turismo cultural a partir del análisis de la oferta cultural patrimonial y su demanda por el sector turístico del Quindío. *Turismo y Sociedad*, 22, 125-149. <https://doi.org/10.18601/01207555.n22.07>

Espinoza, R., Chávez, R., & Andrade, E. (2018). *Población local y Pueblos Mágicos de México. Una mirada crítica a la realidad*. Universidad de Guadalajara y Ediciones Eón.

Fernández, A. (2018). Turismo, negocio o desarrollo: el caso de Huasca, México. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(1), 233-253. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.015>

García, C., Vargas, Y., & Quiroz, B. (2019). Conflictos ambientales y sus efectos en la calidad de vida en una región occidental de México. *Economía, Sociedad y Territorio*, XIX(60), 273-304. <http://dx.doi.org/10.22136/est20191316>

H. XXII Legislatura Constitucional del Estado Libre y Soberano de Baja California. (2017). Ley de ingresos del municipio de Tecate, Baja California y tabla de valores catastrales unitarios, base del impuesto predial para el ejercicio fiscal 2018. <https://bit.ly/3R1S3rO>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2014). *Censos económicos 2014*. <https://bit.ly/2RalwVe>

- _____. (2015). *Encuesta intercensal 2015*. <https://bit.ly/2Ri5c1M>
- _____. (2016). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas DENUE*. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- _____. (2018). *Marco Geoestadístico 2018*. <https://bit.ly/2Ak9lM4>
- _____. (2020a). *Información por Entidad Federativa. Baja California*. <https://www.inegi.org.mx/app/estatal/?ag=07000002>
- _____. (2020b). *Censos económicos 2019*. <https://bit.ly/2RbF XuV>
- León, C., Ledesma, J., & Niño, L. (2016). Valoración económica de los recursos naturales de Islas del Rosario y San Bernardo, Colombia. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25(3), 241-254. <https://bit.ly/3Sh8t07>
- López, J., Espinoza, R., & Villanueva, R. (2019). Gentrificación turística en Sayulita, Nayarit, México. *Hospitalidad ESDAI*, (35), 59-80. <https://bit.ly/3LsCY11>
- Morales, D. & Rodil, Ó. (2015). Factores explicativos de la creación de empresas en diez países europeos: una propuesta desde la perspectiva institucional. *Revista de Economía Mundial*, (40), 91-122. <https://bit.ly/3doGflv>
- Morera-Beita, C. & Miranda-Álvarez, P. (2015). De la geografía del turismo al análisis territorial del turismo: el rastro en Costa Rica. *Revista Geográfica de América Central*, 1(54), 15-43. <http://dx.doi.org/10.15359/rgac.1-54.1>
- Muñoz, E. (2019). Participación ciudadana y patrimonio cultural en la planificación turística de los pueblos mágicos (México): alcances y limitaciones. *Turismo y Sociedad*, 25, 29-50. <https://doi.org/10.18601/01207555.n25.02>
- Núñez-Camarena, G. & Ettinger-Mc Enulty, C. (2020). La transformación de un territorio cultural: el desarrollo de los pueblos mágicos en México: Pátzcuaro como caso de estudio. *Urbano*, 23(41), 40-57. <https://doi.org/10.22320/07183607.2020.23.41.03>
- Orellana, J. & Lalvay, T. (2018). Uso e importancia de los recursos naturales y su incidencia en el desarrollo turístico. Caso cantón Chilla, El Oro, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 14(1), 65-79. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2018000100065>
- Organización Mundial de Turismo [OMT]. (7 de mayo de 2020). *Las cifras de turistas internacionales podrían caer un 60-80% en 2020, informa la OMT*. <https://bit.ly/3eZsAls>
- Osegueda, R. (2021). La Rumorosa, una de las carreteras más sorprendentes de México. *México Desconocido*. <https://bit.ly/3S72dbC>
- Palma, G. & Cañizares, M. (2018). Environmental accounting as a management tool for a sustainable tourism. *Cofin Habana*, 13(1), 124-146. <https://bit.ly/3qLZTeb>

Pérez-Ramírez, C. & Antolín-Espinosa, D. (2016). Programa Pueblos Mágicos y desarrollo local: actores, dimensiones y perspectivas en El Oro, México. *Estudios Sociales*, 25(47), 217-242. <https://bit.ly/3DAVlnA>

Pillet, F. (2015). Del espacio geográfico al turismo como uso y disfrute del territorio comarcal: una reflexión teórica desde España. *Revista de Geografía Norte Grande*, (62), 185-201. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022015000300011>

Pinassi, A. & Ercolani, P. (2015). Geografía del turismo: análisis de las publicaciones científicas en revistas turísticas. El caso de Argentina. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 24(1), 213-230. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v24n1.47778>

Presidencia de la República. (22 de abril de 2002). Programa Nacional de Turismo 2001-2006. El turismo: la fuerza que nos une. DOF: 22/04/2002. <https://bit.ly/3hTa1AT>

Real Academia Española [RAE] y Asociación de Academias de la Lengua Española [ASALE]. (2010). Pollero. En *Diccionario de americanismos*. <https://www.asale.org/damer/pollero>

Rivero, C. (2015). Patrimonio arquitectónico y tradición en los pueblos mágicos. Percepción de los gobiernos locales en Tapalpa y San Sebastián del Oeste, Jalisco. *Topofilia: Revista de Arquitectura, Urbanismo y Territorios* (Segunda Época), 5(1), 165-183.

Rodríguez, I., Pulido, J. I., Vargas, A., & Shaadi, R. (2018). Dinámica relacional en los pueblos mágicos de México. Estudio de las implicaciones de la política turística a partir del análisis de redes. *Turismo y Sociedad*, 22, 85-104. <https://doi.org/10.18601/01207555.n22.05>

Rosas-Jaco, M., Almeraya-Quintero, S., & Guajardo-Hernández, L. (2015). Modelo de desarrollo turístico: caso Tepotzotlán y El Oro, pueblos mágicos del Estado de México. *Spanish Journal of Rural Development*, 6(Extra 1), 45-54.

Saiz-Álvarez, J. (2018). Turismo sostenible y emprendimiento social. El pueblo mágico de Tequila, México. *Retos: Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(15), 51-67. <https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.04>

Sánchez, Á. & Propín, E. (2010). Tipología de los núcleos turísticos primarios de América Central. *Cuadernos de Turismo*, (25), 165-184. <https://bit.ly/3xyVhMo>

Secretaría de Desarrollo Social [SEDESOL]. (2013). *Catálogo de localidades: Tecate*. SEDESOL.

Secretaría de Turismo [SECTUR]. (2007). *Programa Sectorial de Turismo 2007-2012*. DOF: 18/01/2008. <https://bit.ly/3qOqDuQ>

_____. (26 de septiembre de 2014). Acuerdo por el que se establecen los lineamientos generales para la incorporación y permanencia al Programa Pueblos Mágicos. DOF: 26/09/2014. <https://bit.ly/3BSFkmV>

_____. (2017a). *Recursos asignados a los Pueblos Mágicos (DGGD)*. <https://bit.ly/3RWbO55>

- _____. (2017b). *Convenios firmados a través de PROMAGICO (DGGD)*. <https://bit.ly/3UlvQI4>
- _____. (1.º de octubre de 2020). Acuerdo por el que se expide la Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos. DOF: 01/10/2020. https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5601638&fecha=01/10/2020
- Secretaría de Turismo de Baja California [SECTUREBC]. (2018a). *Indicadores turísticos 2017*. SECTUREBC.
- _____. (2018b). *Tecate, indicadores 2017*. <https://bit.ly/3Empu3W>
- Senado de la República. (3 marzo de 2020). Solicita a Turismo informe sobre los 121 Pueblos Mágicos. *Boletín 1169*. <https://bit.ly/3TOUb7m>
- Sindicatura. (2019). *Directorio del Gobierno Municipal, XXIII Ayuntamiento*.
- Tapia, A. (2019). *Memorias de La Rumorosa. Narrativa de identidades rumorocenses*. Ed. Alberto Tapia Landeros. <https://bit.ly/3eOSqbw>
- Tapia, A. & Grijalva, A. (2012). El imaginario colectivo *kumiai* y sus recursos naturales. *Estudios Fronterizos*, 13(25), 131-156. <https://doi.org/10.21670/ref.2012.25.a05>
- Winiarczyk-Rażniak, A. & Raźniak, P. (2019). Magic of Mexico – Pueblos Mágicos in the tourist space of the country. *Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society*, 33(3), 112-126. <https://doi.org/10.24917/20801653.333.8>