

CARLOS FRANCISCO ORTIZ PANIAGUA

Doctor en Ciencias del Desarrollo Regional por la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
México

[carlos.ortiz@umich.mx]

MANUEL VÁZQUEZ HERNÁNDEZ

Doctor en Políticas Públicas por la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
México

[manuel.vazquez@umich.mx]



**IMPLICACIONES
ECONÓMICAS DE LA
PANDEMIA DE COVID-19
EN UN SECTOR
TURÍSTICO REGIONAL
DE MÉXICO (2020-2021)**

**ECONOMIC IMPLICATIONS
OF COVID-19 PANDEMIC IN A
REGIONAL TOURISM SECTOR
IN MEXICO (2020-2021)**

Ortiz, C. & Vázquez, M. (2024). Implicaciones económicas de la pandemia de COVID-19 en un sector turístico regional de México (2020-2021). *Turismo y Sociedad*, xxxiv, 457-482. doi: <https://doi.org/10.18601/01207555.n34.18>

Fecha de recepción: 27 de abril de 2022
Fecha de modificación: 3 de junio de 2022
Fecha de aceptación: 10 de mayo de 2023

Resumen

En México, el Programa Pueblos Mágicos es una estrategia gubernamental diseñada para estimular y diversificar las actividades económicas que impulsen las economías locales en 177 ciudades turísticas pequeñas. El presente estudio tiene como objetivo comparar la afectación que las medidas de confinamiento por el COVID-19 ocasionaron a la economía local vinculada con el turismo en 8 de los 9 pueblos mágicos (PM) de Michoacán. Para alcanzar dicho objetivo, se diseñó un experimento con dos grupos muestrales, uno de personas y otro de empresas de los PM. La afectación económica se midió con dos índices que se compararon para cada grupo muestral entre los PM mediante la técnica de Fisher conocida como Mínimas Diferencias Significativas (MDS). Los resultados sugieren que la población percibió un alto impacto (72/100), mientras que las empresas percibieron un impacto regular (49/100). La prueba MDS indica que la afectación económica del confinamiento fue homogénea en 25 contrastes, que no mostraron diferencias significativas; en cambio, en tres contrastes sí las hubo, con un PM como factor común (Tzintzuntzan), en el que se percibió una afectación económica mayor que en el resto.

Palabras clave: turismo, pueblos mágicos, impacto económico del COVID-19, prueba Fisher LSD, economía, turismo local

Abstract

In Mexico, the Magical Towns Program is a government strategy designed to stimulate and diversify economic activities that boost local economies in 177 small touristic towns. The aim of this study is to compare the impact of COVID-19 confinement measures on the local economy linked to tourism in eight out of the nine Magical

Towns (MTs) of Michoacan. To achieve aim, an experiment was designed with two sample groups, one of people and the other of companies from MTs². The economic impact was measured with two indices that were compared for each sample group among the MTs using Fisher's technique known as Least Significant Differences (LSD). The results suggest that the population perceived a high impact (72/100), while companies perceived a regular impact (49/100). The LSD test suggests that economic impact of confinement was homogeneous in 25 contrasts, which did not show significant differences. On the other hand, there were three contrasts, with a MT as a common factor (Tzintzuntzan), in which a greater economic impact than the rest was perceived.

Keywords: tourism, magical towns, COVID-19 economic impacts, Fisher LSD test, economy, local tourist

1. Introducción

Desde los primeros meses de 2020, los destinos turísticos y centros recreacionales fueron cerrados por motivos de la pandemia de COVID-19, hecho que provocó severas afectaciones en los distintos ámbitos de este sector. Se presentaron diversas cancelaciones de vuelos y de reservaciones en establecimientos de hospedaje, también disminuyó de manera abrupta la movilidad de turistas. Ello propició una seria afectación de los servicios que participan de manera directa e indirecta en el sector turístico y que sufrieron la interrupción de sus actividades (Félix et al., 2021).

La pandemia de COVID-19 desencadenó una crisis sin precedentes en la economía del turismo (Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2020). Se estima que el número de turistas internacionales disminuyó un 74 %, lo que se traduce en una caída del gasto que hacen los turistas de USD 1,3 billones y que representa 11 veces la pérdida de ingresos por turismo en 2009 (OMT, 2021). La situación implicó el paro de 100 millones de puestos de trabajo directos del sector (Naciones Unidas, 2020). La afectación de este sector se aprecia en la pérdida de mil millones de llegadas de turistas internacionales, lo cual sitúa la cifra en niveles semejantes a 1990 (OMT, 2021). El desplome en el funcionamiento del sistema turístico planteó un triple reto: (1) la recuperación de los territorios que dependen en mayor o menor grado de este sector (Cabanilla et al., 2021), (2) las formas de adaptación y (3) la evaluación del futuro próximo del sector.

En México, el turismo representó el 8,7 % del producto interno bruto (PIB) en 2019 (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2020b) y el 6,7 % en 2020 (INEGI, 2022b). Para el año 2020, el PIB turístico cayó 28 %, lo que ocasionó la reducción de 2,4 % del PIB. La economía mexicana se contrajo un 8,2 % en 2020, pero alcanzó un crecimiento del 4,8 % en 2021 (INEGI, 2022a). La caída del PIB generó un descenso aproximado de 73.959 millones de pesos mexicanos en remuneraciones de empleados. Por el impacto en el sector del turismo, se estimó la pérdida de 753.000 puestos de trabajo, lo que equivale al 1,4 % de la población ocupada en el país (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2020a).

Entre los destinos turísticos más emblemáticos de México se encuentran los denominados "pueblos mágicos" (PM), localidades con potencial para desarrollar la actividad turística,

cuyo nombramiento tiene su origen en una iniciativa gubernamental del año 2001. En veinte años, los PM se han posicionado como algunos de los principales destinos del país preferidos por los turistas, incluso ligeramente por encima de las ciudades patrimonio, en aspectos relacionados con imagen, acceso al destino, servicios turísticos, atractivos, satisfacción en la experiencia en el destino, seguridad y costos de los productos y servicios turísticos (Secretaría de Turismo [SECTUR], 2015).

Exceptuando la Ciudad de México, todos los estados de la República Mexicana cuentan con al menos un PM. Michoacán es uno de los estados que presentan más localidades con esta distinción, pues actualmente suma nueve: Pátzcuaro, Tlalpujahua, Tzintzuntzan, Angangueo, Jiquilpan, Tacámbaro, Cuitzeo, Santa Clara del Cobre y Paracho; el nombramiento de este último fue a finales de 2020.

En estas localidades, así como en todos los destinos turísticos de México, el turismo se vio afectado por la pandemia de COVID-19 debido a que los desplazamientos y la afluencia de personas se vieron severamente restringidos. El turismo se redujo y, como consecuencia, ello impactó la economía de estos lugares, de ahí que sea oportuno indagar sobre (1) la magnitud de la afectación de la pandemia en los PM de Michoacán y (2) la homogeneidad/heterogeneidad de la afectación económica por las medidas de confinamiento en dichos PM. Esa información es pertinente para tener una idea de la afectación económica y que esto sea documentado para los PM en cuestión en caso de tener que enfrentar alguna situación semejante en el futuro.

Sobre la base de estas consideraciones, la presente investigación tiene dos objetivos: (1) determinar la magnitud de la afectación percibida por la pandemia del COVID-19 en los PM de Michoacán y (2) conocer si el impacto fue homogéneo o si hubo diferencias estadísticamente significativas entre los distintos PM. Para tal efecto, se elaboró un cuestionario que ayudó en el diseño de un índice de impacto económico y se aplicó una encuesta por grupos de interés: (a) empresarios locales y (b) población. La hipótesis que se plantea es que el impacto fue homogéneo para los PM y tuvo afectaciones importantes en la economía local.

El trabajo se divide en seis apartados. El primero es la presente introducción. El segundo aborda la relación entre turismo y COVID-19, donde se destacan la relevancia del turismo en el mundo, los efectos de las pandemias sobre el turismo y las afectaciones de la pandemia de COVID-19 en la actividad turística; también se mencionan algunas perspectivas y medidas de recuperación de este sector ante los daños de la pandemia. En el tercer apartado se establece el diseño metodológico empleado en la investigación. La cuarta sección contiene la presentación, el análisis y la interpretación de los resultados de la investigación. La quinta parte se refiere a la discusión de los resultados. En el acápite final aparecen las conclusiones del estudio.

2. Turismo y COVID-19: afectaciones

2.1 Importancia del turismo en el mundo

El turismo constituye una actividad que tiene una incidencia en la articulación entre distintos sectores económicos y espacios rurales y urbanos. El turismo genera puentes,

sinergias, economías de escala y aglomeración entre distintos entes económicos (Gan et al., 2021), además de ser generador de divisas. Por estas razones, esta actividad influye en las economías locales por su capacidad dinamizadora de los sectores productivos, creación de fuentes de empleo, atracción y generación de inversión, aumento de los ingresos fiscales, todo lo cual demuestra que puede incidir en el crecimiento económico de una región (Pablo-Romero & Molina, 2013).

A nivel local, el turismo tiene efectos positivos, como la preservación de la cultura, la construcción de infraestructura institucional, demanda derivada de motivos e identidad turística y actitud de colectivizar por parte de la población (Shahzalal, 2016). El turismo contribuye asimismo en muchos casos con la preservación y protección de áreas naturales (Cohen, 1978; Shahzalal, 2016).

La captación de turistas a nivel mundial mantiene una tendencia ascendente: Europa es la región que capta un mayor número de turistas y, por lo tanto, de ingresos por ese concepto, en contraste con África y Oriente Medio (OMT, 2019). En este sentido, el turismo llega a representar más del 20 % del PIB de algunos países (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2020). Este sector económico ofrece oportunidades sin distinción de género, edad, religión o grupos minoritarios; como ejemplo de ello, el 54 % del empleo en el sector es femenino, comparado con el 39 % global. En 2019, la actividad turística generó 330 millones de empleos en el mundo, aproximadamente 1 de cada 10, y se le atribuyó el 10,3 % del PIB global (Pomés, 2020; World Travel and Tourism Council [WTTC], 2020). Se estima que por cada empleo directo del sector turístico se crean casi 1,5 empleos indirectos más (ONU, 2020).

2.2 Efectos de las pandemias en el sector turístico

La afectación que el sector turístico sufrió por la pandemia de COVID-19 ha sido la más aguda que se ha presentado, aunque no ha sido la única, ya que el turismo es un sector altamente vulnerable a este tipo de fenómenos. La actividad turística depende de la movilidad de las personas, la cual se restringe ante las contingencias sanitarias. En 2003, la aparición del síndrome agudo respiratorio severo (SARS) en Asia, Norteamérica, Sudamérica y Europa, principalmente, derivó en un costo aproximado de más de USD 40.000 millones en productividad (Lee & McKibbin, 2004), equivalente a una reducción del 0,6 % del crecimiento económico de las economías asiáticas; en el turismo, esta cifra alcanzó un 10 %, debido a la restricción de los flujos de personas (Zeng et al., 2005; Zeng & Gerritsen, 2014). En el mismo sentido, la pandemia de H1N1 generó una pérdida de USD 45.000 millones en 2009, y los efectos económicos y sociales derivados del ébola fueron de USD 53.000 millones (Junta de Vigilancia Mundial de la Preparación [GPMB], 2019).

La aparición del virus de la influenza AH1N1 reafirmó la fragilidad de la economía del turismo a nivel mundial ante situaciones de crisis sanitarias excepcionales. Los diversos elementos que se mueven alrededor de esta actividad resintieron los efectos de una epidemia: empleo turístico, producción, distribución y consumo de bienes y servicios derivados del turismo tuvieron una caída significativa (Dávila et al., 2010).

Otro evento epidémico, cuyo origen se presentó en Bolivia en 2008, estuvo relacionado con el dengue. El Gobierno de ese país declaró la alerta sanitaria nacional el 12 de enero

de 2009. Se estima que el costo económico total de la epidemia a nivel nacional ascendió a los USD 9 millones. Las afectaciones en los establecimientos comerciales fueron notorias en términos del volumen de ventas. Por fortuna, el dengue no se propagó a otros países, solo en muy pocos casos aislados (CEPAL & Organización Panamericana de la Salud [OPS], 2010).

Asimismo, desde finales de 2013 y hasta octubre de 2014, la epidemia de ébola —cuyo epicentro se localizó en las regiones de África, Norteamérica, Reino Unido e Italia— repercutió en la imagen de la seguridad del continente africano, razón por la cual se cancelaron las salidas aéreas a países de África y hubo una afectación casi total de la cadena productiva del turismo en esa región (Maphanga & Henama, 2019).

El más reciente suceso que ha afectado social y económicamente al planeta ha sido la pandemia del virus SARS CoV-2, causante del COVID-19 (OPS & Organización Mundial de la Salud [OMS], 2020). Desde su aparición, el COVID-19 rápidamente se convirtió en una de las pandemias más catastróficas de la historia de la humanidad, con un nivel muy alto de afectación en todos los sectores de la economía mundial. Solo en China, las pérdidas económicas se estimaron en un 2,7%, equivalente a USD 382,02 millones (Jin et al., 2021). A nivel mundial, se estima que tales pérdidas correspondieron al 3,5% del PIB en 2020 (Levy & Filippini, 2021).

2.3 Afectaciones de la pandemia de COVID-19 en la actividad turística

El COVID-19 se propagó por todas partes del mundo, por ello, en marzo de 2020, la OMS lo declaró pandemia mundial (Maguiña et al., 2020). Durante los primeros seis meses de ese año, la economía mundial se vio seriamente afectada por la pandemia, que dejó un cúmulo de afectaciones no solo económicas, sino también sociales, pero que asimismo dejó aprendizajes, así como políticas nacionales y mundiales (Rivas et al., 2020). No obstante, los efectos de las pandemias en el turismo no solo se relacionan con aspectos económicos, puesto que también tienen implicaciones psicológicas y en las preferencias del turismo (Félix et al., 2021). Esto conlleva que las medidas de recuperación no deben enfocarse tan solo en los aspectos económicos, sino que han de abordar de manera integrada varios más.

En el mes de la declaratoria de la pandemia, el número de casos fuera de China se había multiplicado por 13 y el número de países afectados se había triplicado: existían más de 118.000 casos en 114 países alrededor del mundo y 4.291 decesos por causa del COVID-19 (OMS, 2020). Se trata de un virus de magnitudes catastróficas para la humanidad: al 4 de octubre de 2021 se habían presentado 234.609.003 casos confirmados y 4.797.368 muertes (ONU, 2021b). La pandemia de COVID-19 obligó a tomar medidas de distanciamiento social que afectaron al turismo por el paro en múltiples actividades y el cierre de fronteras (Menchero, 2020).

El año 2019 presentó crecimiento de la actividad turística mundial en un 4%, puesto que alcanzó 1.500 millones de salidas. La Organización Mundial del Turismo (OMT) previó un crecimiento semejante para el año 2020, no obstante, la pandemia de COVID-19 desencadenó una crisis sin precedentes, dado el impacto inmediato e inmenso que sufrió el sector (OECD, 2020). Se estima que el número de turistas internacionales disminuyó un 74% en 2020, con una caída del gasto de turistas de USD 1.500 millones de dólares. Las cifras de viajeros en 2020 son comparables con las de 1990, es decir, hubo un retroceso de treinta años en

ocho meses (OMT, 2020; ONU, 2020). Además, se suspendieron más de 100 millones de empleos directos del sector (ONU, 2020).

Los niveles de impacto en el sector del turismo fueron distintos en cada agente económico: promotores de viajes, operadoras, aerolíneas y guías llevaron la peor parte debido al confinamiento. Algunos restaurantes lograron sostenerse gracias a que contaban con servicio a domicilio, que tuvo una alta demanda en los primeros seis meses de confinamiento; también una pequeña parte del sector de alojamiento se vio beneficiada de los pocos viajeros que llegaban en vuelos humanitarios y realizaron cuarentena obligatoria (Cabanilla et al., 2021).

En Latinoamérica, los efectos del COVID-19 se materializaron en la reducción del flujo de visitantes a América Central, lo que originó una fuerte caída en los ingresos por concepto del turismo y la pérdida de fuentes de empleo (CEPAL, 2020a). Las repercusiones en el sector turístico se dieron en tres ámbitos fundamentales: la producción económica, el empleo y la balanza de pagos de los países de esta región (Mooney & Zegarra, 2020).

Los daños del COVID-19 en el turismo se manifestaron principalmente en los sistemas económico, político y sociocultural, lo que probablemente implicará transformaciones futuras en las formas de hacer y estudiar la industria del turismo, que hoy en día ofrece un alcance limitado para avanzar en el conocimiento de la crisis (Sigala, 2020) y sus consecuencias.

En otra perspectiva, las medidas para enfrentar la pandemia de COVID-19 también incidieron en los ámbitos cultural y ambiental. La riqueza mundial de tradiciones, cultura y diversidad es una de las principales motivaciones para viajar. Entre los impactos económicos de los sitios turísticos se apreciaron el cierre de los mercados de artesanías, productos y otros bienes, hecho que afectó especialmente los ingresos de los comercios locales. Además, la pérdida de los ingresos del turismo puso en peligro aún más las zonas protegidas y otras áreas de conservación de la biodiversidad, donde tiene lugar la mayor parte del turismo relacionado con la fauna y la flora silvestres. Por esta razón, ante la falta de oportunidades y alternativas, las comunidades pudieron recurrir a la sobreexplotación de los recursos naturales, ya fuese para su propio consumo o para generar ingresos (ONU, 2020).

2.4 Perspectivas y medidas de recuperación del sector turístico

Las implicaciones más significativas y devastadoras de esta crisis se relacionaron con la salud y el bienestar de las personas. Pero las medidas preventivas, en particular en las fronteras, contribuyeron al *shock* con sus implicaciones tanto para el turismo procedente del extranjero como para el interno (Mooney & Zegarra, 2020). Los intentos de pronosticar el probable impacto de la pandemia en la economía del turismo se vieron rápidamente superados por la velocidad con la que esta evolucionó. El impacto en las economías fue considerable, y una acción concertada era necesaria, de lo contrario, las repercusiones serían devastadoras (Longart, 2021).

Derivado del alto grado de incertidumbre poscovid, se plantearon algunos escenarios, los cuales suponían que, mientras que el primer trimestre de 2020 no sufrió mayores interrupciones, el segundo trimestre experimentaría una pérdida total de la actividad turística. Las pérdidas oscilaron entre un 43 % y un 68 % en comparación con años anteriores (Mooney &

Zegarra, 2020). La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) planteó una afectación de entre el 60 % y el 80 % en la economía del turismo internacional (OECD, 2020), por eso fue importante el manejo de la situación con base en modelos de gestión de crisis del sector turístico, contemplando las distintas fases de esta: reducción, preparación, respuesta y recuperación (Félix et al., 2021).

Ante el panorama incierto que enfrentaba el sector turístico, se propusieron estrategias para hacer frente a los efectos de la pandemia de COVID-19. Algunas de esas estrategias provinieron de organismos internacionales que se ocuparon de proponer alternativas para mitigar las afectaciones en los destinos turísticos, otras surgieron de estudios en torno al turismo y al COVID-19 (Tabla 1).

En México, las medidas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas se expresaron en cuatro componentes: liquidez, empleo, financiamiento y apoyo a la producción (Heredia & Dini, 2021). Si bien los apoyos se generalizaron para mitigar el efecto económico de la pandemia, los rubros de esparcimiento, cultura, deportes y recreación cayeron un 54 %, en tanto que los de alojamiento y preparación de alimentos y bebidas disminuyeron en un 43,7 %, ambos en comparación con 2019 (Aguilera & Torres, 2021).

Tabla 1. Propuestas para hacer frente a los efectos de la pandemia de COVID-19

| <i>Organismos internacionales</i> | |
|-----------------------------------|---|
| OMT (1 de abril de 2020) | a) Gestión de la crisis y atenuación de efectos b) Generación de estímulos hacia la recuperación c) Preparación para el futuro |
| WTTC (20 de marzo de 2020) | a) Brindar esquemas financieros para proteger los ingresos de los trabajadores b) Préstamos ilimitados y sin intereses a las empresas del ramo c) Exentar hasta por un año el pago de impuestos al sector |
| OECD (2020) | a) Reforzar la industria de viajes, sobre todo, las empresas pequeñas b) Focalizar apoyos en los más vulnerables, por ejemplo, las zonas rurales c) Reformular políticas de atracción y mantener medidas sanitarias rigurosas |
| CEPAL (2020a) | a) Identificación del riesgo b) Reducción de riesgos c) Preparación o anticipación d) Protección financiera e) Recuperación resiliente |
| CEPAL (2020b) | a) Estímulos fiscales para servicios sanitarios, así como protección laboral b) Estrategias de apoyo a poblaciones vulnerables c) Aseguramiento de liquidez del sistema bancario d) Cooperación internacional y entre organizaciones e) Eliminación de penalización |
| CEPAL (2020c) | a) Protección del empleo y de los ingresos de los trabajadores b) Apoyar la supervivencia de los negocios, en particular de las mipymes, a lo largo de la cadena de valor del turismo c) Facilitar la recuperación del sector a corto plazo d) Promoción de la sostenibilidad y la resiliencia del sector a mediano plazo e) Cooperación regional |

| | |
|------------------------------|---|
| ONU (2020) | <ul style="list-style-type: none"> a) Gestión de la crisis y mitigación en los medios de subsistencia b) Impulso de la competitividad y aumento de la resiliencia c) Promoción de la innovación y de la digitalización del ecosistema turístico d) Promoción de la sostenibilidad y del crecimiento ecológico inclusivo e) Fortalecimiento de la coordinación, las alianzas y la solidaridad para la recuperación socioeconómica |
| <i>Estudios</i> | |
| Rivas et al. (2020) | <ul style="list-style-type: none"> a) Financiamiento extraordinario al sector b) Control de movilidad y monitoreo de protocolos de higiene c) Regionalización de políticas para entidades receptoras de turismo d) Innovaciones en el sector |
| Romero-Padilla et al. (2020) | <ul style="list-style-type: none"> a) Estrategia turística para la adaptación al Pacto Verde b) Impulso a nuevas generaciones de agentes turísticos c) Fomento del empleo turístico de calidad d) Adaptación de los modelos de negocio turísticos y la gestión de riesgos e) Enfoque holístico para la gestión de crisis y riesgos en destinos turísticos f) Plan de ayudas a las empresas turísticas afectadas por el COVID-19 g) Impulso al desarrollo de procesos más sostenibles en el sector turístico h) Mejora de la resiliencia económica de las empresas del sector i) Estructuración de paquetes de ayudas para una reconstrucción de la industria turística |
| Andreu et al. (2020) | <ul style="list-style-type: none"> a) Planes operativos de <i>marketing</i> adaptados a cada zona b) Aprovechamiento de las TIC para el fomento de los destinos turísticos c) Organización de distintas conferencias y eventos a nivel institucional para promover zonas y captar notoriedad en medios. d) Colaboración institucional |

Nota. Elaboración propia.

Bajo este contexto, se estimó en su momento que la actividad turística sería una de las actividades económicas que más tardarían en volver a la normalidad en el engranaje económico mundial, lo que conllevaría la necesaria y urgente aplicación de estrategias encaminadas a la mitigación de daños y la planificación para la recuperación mediante la colaboración público-privada entre las autoridades nacionales y locales y el sector empresarial privado (Félix & García, 2020). En este sentido, resulta importante analizar las implicaciones que tuvieron las medidas para enfrentar la pandemia en entornos locales, como es el caso de los PM en Michoacán, cuya actividad económica mantiene un fuerte vínculo con el turismo.

3. Diseño metodológico

3.1 Ubicación geográfica de los PM

Hasta 2022, México contaba con 132 PM distribuidos en el territorio, como se aprecia en la parte izquierda de la Figura 1. En la parte derecha de la misma figura se presenta la ubicación de los ocho PM de Michoacán que se consideraron en el presente estudio: Pátzcuaro, Tlalpujahuá, Cuitzeo del Porvenir, Santa Clara del Cobre, Tzintzuntzan, Mineral de Angangueo, Tacámbaro de Codallos y Jiquilpan de Juárez.

3.2 Tamaño de la muestra, muestreo e instrumento empleado para la obtención de información

El diseño metodológico de esta investigación inició con la formulación de un instrumento para la colecta de información a partir de un muestreo aleatorio simple, para los ocho PM. El propósito era contar con información que capturara la magnitud de las afectaciones derivadas de la pandemia de COVID-19 en los PM seleccionados.

La muestra de empresarios se seleccionó con base en el muestreo no probabilístico o dirigido, también conocido como muestreo por juicio, que consiste en elegir las unidades que mejor representan el objeto de estudio (Johnson & Kubly, 2012). Se determinaron 42 unidades económicas (empresas) relacionadas directamente con el sector turístico, de las cuales se eligieron 5 para cada PM, con excepción de Pátzcuaro y Tacámbaro, para los que se escogieron 6 por cada uno, distribuidas en puntos de venta a visitantes en las zonas de mayor afluencia turística. Se eligieron de manera deliberada las empresas con al menos uno de los siguientes rubros: (1) guías de turistas y agencias turísticas; (2) establecimiento de comida y bebidas; (3) establecimiento de hospedaje y alojamiento; y (4) empresas de transporte turístico. Para la población de los PM se realizó un muestreo probabilístico a partir de un tamaño mínimo de 379 unidades, distribuidas proporcionalmente en función del número de viviendas en cada PM (Tabla 2).

Tabla 2. Tamaño de la muestra por localidad en los PM de Michoacán¹

| <i>Pueblo mágico (PM)</i> | <i>Viviendas</i> | <i>Porcentaje en el total de las viviendas</i> | <i>Tamaño de la muestra</i> | <i>Porcentaje de cuestionarios</i> |
|---------------------------|------------------|--|-----------------------------|------------------------------------|
| Pátzcuaro | 18.943 | 36,7 % | 139 | 36,6 % |
| Tlalpujahuá | 1.390 | 2,7 % | 10 | 2,6 % |
| Cuitzeo | 3.393 | 6,6 % | 25 | 6,6 % |
| Santa Clara del Cobre | 4.595 | 8,9 % | 34 | 8,9 % |
| Tzintzuntzan | 1.619 | 3,1 % | 13 | 3,4 % |
| Mineral de Angangueo | 1.421 | 2,8 % | 10 | 2,6 % |
| Tacámbaro de Codallos | 9.337 | 18,1 % | 69 | 18,2 % |
| Jiquilpan de Juárez | 10.893 | 21,1 % | 79 | 21,1 % |
| Universo | 51.591 | | | |
| Tamaño de la muestra | | | 379 | |

Nota. Elaboración con base en INEGI (2020a).

La percepción de la población receptora sobre los efectos que tiene el turismo en el entorno justifica su participación en el estudio (García et al., 2015; Monterrubio et al., 2013). La

1 En esta investigación no se incluye el pueblo mágico Paracho, ya que su reciente nombramiento en 2020 no contribuye al cumplimiento de los objetivos de este trabajo.

percepción de los habitantes del destino turístico receptor favorece también la revisión de acciones y propuestas desde la visión de local anfitrión de todos los agentes (negocios turísticos, empleados, población y organismos relacionados con el turismo) y sus interacciones, que ayudan a detectar áreas de oportunidad y elementos que puedan afectar negativamente el proceso de recuperación después de las crisis (Wright & Sharpley, 2018).

Para recolectar la información se emplearon dos cuestionarios: uno con 5 preguntas para los empresarios y otro con 13 preguntas para la población. También se aplicaron entrevistas entre junio y octubre de 2021. Las preguntas se relacionaron con indicadores sobre la percepción de los siguientes temas: (1) impacto de las medidas de confinamiento por la pandemia; (2) empleo, ingreso, consumo, producción y comercio; (3) en el ámbito social, llegada de turistas, eventos culturales y/o turísticos y afectaciones en los distintos grupos insertos en esta actividad; también se preguntó sobre las medidas para reactivar el turismo.

Tabla 3. Cuestionario de la entrevista para la población

| Edad _____ Sexo _____ Ocupación _____ Escolaridad _____ | Respuesta |
|--|---|
| 1. Indique la importancia del turismo para su localidad. | Likert, 0-4 |
| 2. ¿Sabe usted si su localidad tiene la distinción de pueblo mágico? | Si _____ No _____ |
| 3. Desde su perspectiva, ¿en qué porcentaje ha disminuido la actividad de los negocios? | Likert 0(20); 1(40); 2(60); 3(80); 4(100) |
| 4. ¿Cuánto ha reducido el consumo de bienes y servicios para el turismo? | Likert 0(20); 1(40); 2(60); 3(80); 4(100) |
| 5. ¿Cuánto ha reducido la producción de bienes para el turismo? | Likert 0(20); 1(40); 2(60); 3(80); 4(100) |
| 6. ¿Cuánto ha disminuido la llegada de turistas durante el año? | Likert 0(20); 1(40); 2(60); 3(80); 4(100) |
| 7. ¿Han disminuido los eventos culturales, artísticos, ferias y festivales? | Likert 0(20); 1(40); 2(60); 3(80); 4(100) |
| 8. Tipo de negocios perjudicados por la pandemia | a) Espacios turísticos b) Locales comerciales c) Establecimientos de alimentos y bebidas d) Guías, agencias y operadores turísticos e) Establecimientos de hospedaje |
| 9. ¿Qué estrategia considera Ud. que se necesita para reactivar el turismo afectado por la pandemia? | a) Coordinación y alianzas con otros pueblos mágicos b) Estímulos fiscales a negocios, como exención de impuestos c) Incentivos económicos, como créditos a los negocios d) Promoción o publicidad del pueblo mágico e) Seguridad pública |

Nota. Elaboración propia.

Se tomó como base el método de escalamiento unidimensional de Murphy y Likert (1938), con escala de 0 a 4, en la que se categorizó la respuesta 0 como la *menos importante* y la 4 como la *más importante* en cuanto a la percepción de afectación sobre el ítem en cuestión. Una vez obtenidos los resultados, se sacaron los promedios y se emplearon pruebas “t” para establecer la diferencia de medias (Bhattacharjee, 2012).

Sobre la base de las respuestas a las preguntas de la tres a la siete de la Tabla 3, se propuso un índice. Para ello se partió de los ítems como componentes, siguiendo las reglas de fórmulas necesarias de escalas en agregación (Bhattacharjee, 2012). Una vez obtenida la consistencia del instrumento en una prueba piloto de 30 entrevistas, se obtuvo un alfa de Cronbach de 0,92 (Tabla 4) y se construyó el índice de afectación económica por la pandemia de COVID-19 para la población (IAEP) de los PM. Se obtuvo posteriormente el promedio de los ítems en las preguntas 4, 5, 6 y 7, sobre consumo, producción, llegada de turistas y eventos para el turismo.

Tabla 4. Análisis de la consistencia del instrumento mediante el alfa de Cronbach

| Índice | Cronbach |
|--------|----------|
| IAEP | 0,928 |
| IAEPE | 0,892 |

Nota. Elaboración propia.

De este modo, se muestra la magnitud de afectación por la pandemia que percibe la población. El valor máximo posible del IAEP y del IAEPE es 4,0, lo que sugiere un impacto muy alto, y viceversa si el IAEP o el IAEPE = 0. De manera análoga, se realizó una prueba piloto de 12 entrevistas para la consistencia del instrumento, a partir de las cuales se obtuvo un alfa de Cronbach de 0,89 (Tabla 4), y se procedió a realizar el índice de afectación económica por la pandemia para las empresas (IAEPE), que se ilustra en la Tabla 5. Por contar con unidades homogéneas en la escala de Likert, se propuso la suma de ambos índices, que dio como resultado el índice de afectación económica total (IAET).

Tabla 5. Cuestionario de entrevista para las empresas

| | | |
|---|---|--|
| 1 | Tipo de establecimiento | (a) (b) (c) (d) * |
| 2 | Cantidad de empleados | Número (porcentaje) |
| 3 | Indique el porcentaje de empleados que tuvo que despedir durante la etapa de confinamiento respecto a la plantilla total. | Likert 0(20); 1(40); 2(60); 3(80); 4(100) |
| 4 | Mencione cuánto se han reducido las ventas durante la etapa de confinamiento por el COVID-19. | Likert 0(20); 1(40); 2(60); 3(80); 4(100) |
| 5 | Indique cuánto se han reducido sus ingresos y ganancias durante las medidas de confinamiento por el COVID-19. | Likert 0(20); 1(40); 2(60); 3(80); 4(100) |

Nota. *a = Guías de turistas, agencias turísticas, transporte turístico; b = Establecimiento de comida y bebidas; c = Establecimiento de hospedaje y alojamiento y d = Centros/espacios turísticos. Elaboración propia.

Tabla 6. Magnitud de impacto del IAEP y del IAEPE

| | <i>Magnitud del impacto %</i> | <i>Índice de impacto (IAEP, IAEPE)</i> |
|-----------------|-------------------------------|--|
| <i>Muy alta</i> | De 76 a 100 | De 3,1 a 4,0 |
| <i>Alta</i> | De 51 a 75 | De 2,1 a 3,0 |
| <i>Regular</i> | De 25 a 50 | De 1,1 a 2,0 |
| <i>Baja</i> | De 0 a 25 | De 0,0 a 1,0 |

Nota. Elaboración propia.

Se establecieron rangos para graduar la magnitud del impacto económico de la pandemia. Luego de estimar los resultados en promedio de los indicadores para cada muestra, empresarios y población, se identificó la valoración relativa en la Tabla 6 para determinar la magnitud del impacto.

4. Resultados: impacto de la pandemia de COVID-19 en los pueblos mágicos (PM) de Michoacán

Una de las acciones llevadas a cabo en los últimos años por el Gobierno federal en materia turística ha sido la creación, en el año 2001, del Programa Pueblos Mágicos como parte de una estrategia para el impulso turístico, cuyo fin es estructurar una oferta turística complementaria y diversificada, basada en atributos históricos y culturales de localidades con características particulares. Este programa forma parte de la política turística de México y actúa directamente sobre las localidades como un distintivo del turismo para lograr los objetivos de desarrollo de sus habitantes y hacer de la actividad turística un mecanismo que ayude a elevar su calidad de vida. El programa, entonces, busca fortalecer, optimizar y aprovechar de manera racional los recursos y atractivos tanto naturales como culturales y gastronómicos de los destinos; también pretende fortalecer su infraestructura, la calidad de sus servicios, la innovación y el desarrollo de sus productos turísticos, además de potenciar el desarrollo social y económico (SECTUR, 2015).

Debido a la importancia que ha representado el programa, con el tiempo se ha incrementado el número de localidades incorporadas, por lo que hasta 2022 sumaban 132 PM. Exceptuando la Ciudad de México, todos los estados de la República Mexicana cuentan con al menos un PM, pero son Puebla y el Estado de México los que tienen el mayor número de localidades con este distintivo, con diez respectivamente, les siguen Michoacán y Jalisco, con nueve cada uno (SECTUR, 2020).

La marca o eslogan de PM, si bien tiene su origen en una iniciativa gubernamental, se trata de localidades que desde hace varias décadas cuentan con potencial para desarrollar la actividad turística. En veinte años, los PM se han posicionado como uno de los principales destinos preferidos por los turistas, incluso ligeramente por encima de las ciudades patrimonio (SECTUR, 2020).

La percepción de la población de los PM contribuye a identificar los principales efectos negativos del COVID-19. La opinión de la población no es menos importante, por el contrario,

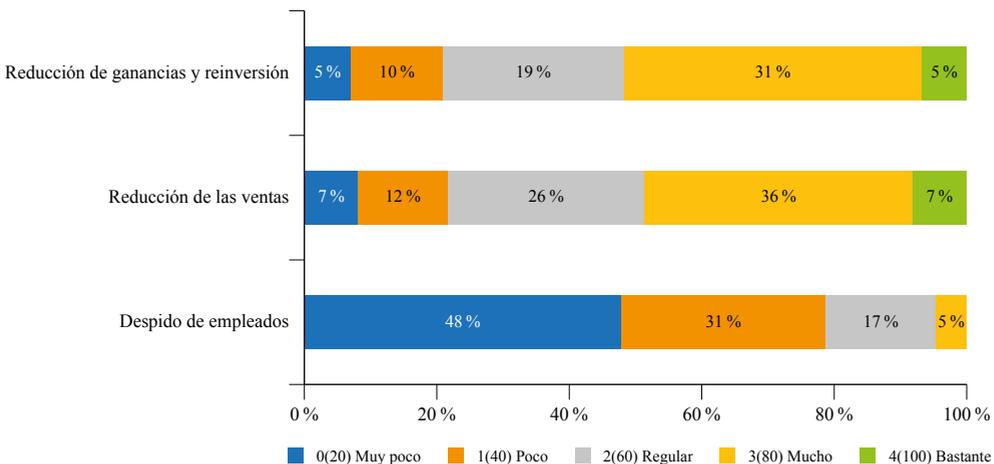
se trata de la visión de personas que a través de los años y de manera cotidiana han convivido con el entorno de la actividad turística. La composición de los sectores poblacionales encuestados es la siguiente: amas de casa (16 %), jubilados/pensionados (2 %), empleados de particulares (22 %), servidores públicos (8 %), estudiantes (2 %), comerciantes (24 %), profesionistas (6 %), obreros (14 %) y otros (6 %); estos últimos aluden a trabajadores por cuenta propia, religiosos y personas desempleadas.

4.1 Afectaciones del COVID-19 en el sector empresarial local vinculado con el turismo

Se identificaron cuatro sectores en la actividad turística: (a) establecimientos de hospedaje y alojamiento (52 %); (b) establecimientos de comida y bebidas (38 %); (c) guías de turistas, agencias turísticas, transporte turístico (8 %); y (d) centros/espacios turísticos (2 %).

En relación con el empleo en el sector turístico, el 48 % de las empresas locales despidieron al 10 % de sus empleados durante el periodo de mayor propagación del COVID-19 (2020 y primeros seis meses de 2021). El resto de los datos son los siguientes: un 32 % prescindió de los servicios del 20 % de sus empleados, el 16 % corrió al 30 % y solo el 4 % despidió al 40 % de su nómina.

Figura 2. Percepción de los empresarios por ítem del IAEPE



Nota. Elaboración propia con base en la encuesta para conocer el impacto económico de la pandemia de COVID-19 en los pueblos mágicos de Michoacán.

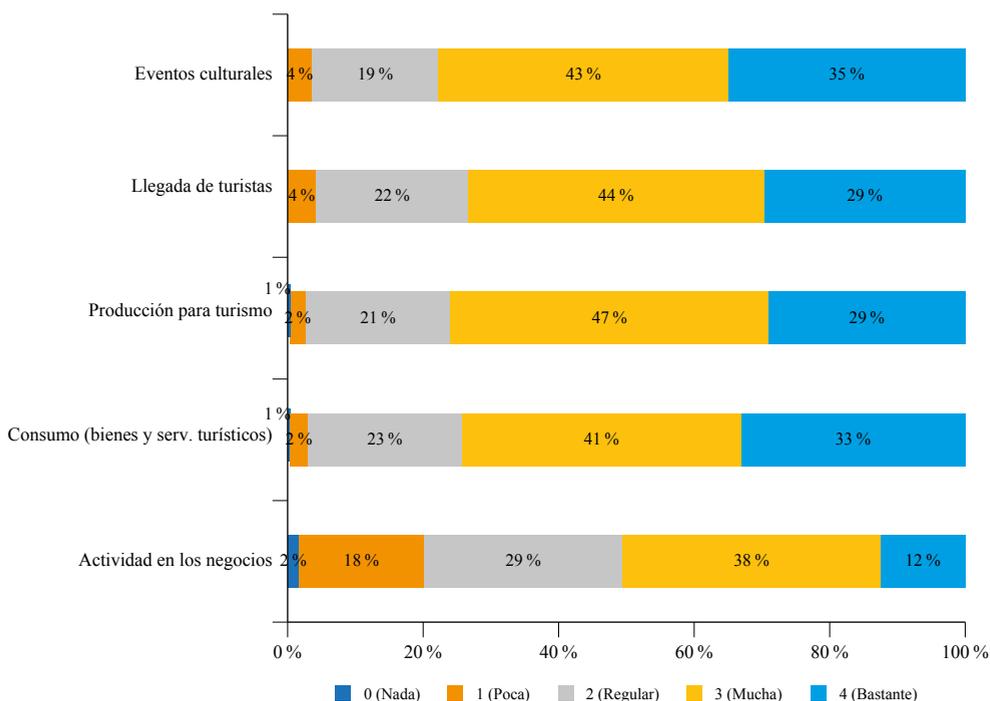
Otro sector que resultó afectado fue el de las ventas, pues en el 36 % de las empresas encuestadas estas disminuyeron en un 80 %, mientras que el 48 % mencionaron que la reducción osciló entre un 40 % y un 60 %, aproximadamente. En relación con el impacto económico de la pandemia de COVID-19 por localidades, en la Figura 4 se aprecia que los valores más altos del IAEPE los obtuvieron Tzintzuntzan, Pátzcuaro y Cuitzeo, precisamente los que presentan más afluencia turística, en cambio, el menor impacto lo recibieron Santa Clara del Cobre, Tlalpujahua y Angangueo.

4.2 Percepción de la población sobre las afectaciones de la pandemia en la actividad turística

De los 379 entrevistados, el 97 % conocían sobre la denominación de PM de su localidad y un 98 % consideran importante o muy importante la actividad turística para la economía de la localidad. La muestra se ubicó entre los 26 y los 49 años, con una media de 37. En relación con el nivel educativo, un 47 % contaban con primaria, el 26 % terminó la secundaria, un 18 % tenía educación media superior, el 8 % cursó licenciatura y un 1 % había realizado estudios de posgrado.

El dinamismo de la actividad turística incide en el comercio de los negocios locales que indirectamente se benefician de esta actividad. Al respecto, el 39 % de la población percibe que el sector más perjudicado por la pandemia fue el de los comerciantes. Ello es relevante, ya que el turismo no solo beneficia a los agentes relacionados de manera directa con esta actividad, sino también a los asociados de forma indirecta, con un efecto multiplicador en el cúmulo de los diversos giros comerciales establecidos en las localidades. La disminución en el nivel del comercio implica una disminución en el consumo; al respecto, lo que el 33 % de la población percibió es que el consumo de los productos y servicios locales derivados de la actividad turística disminuyeron bastante o demasiado debido a la pandemia de COVID-19 (Figura 3).

Figura 3. Percepción de la población por ítem del IAEP



Nota. Elaboración propia con base en la encuesta para conocer el impacto económico de la pandemia de COVID-19 en los pueblos mágicos de Michoacán.

Por otro lado, los eventos culturales y/o turísticos en los PM son de gran relevancia, ya que representan atractivos por los cuales los turistas se desplazan hacia estos destinos. Este tipo de representaciones (artísticas, festividades, tianguis turísticos, ferias, encuentros deportivos, eventos religiosos, entre otros) se efectuaron de manera limitada debido a la pandemia de COVID-19. En ese sentido, para el 43 % de la población, según su percepción, la realización de este tipo de eventos se redujo mucho (Figura 3).

La Tabla 7 permite conocer la normalidad en la distribución de la información con la que se construyeron el IAEP y el IAEPE por medio de la prueba de Shapiro-Wilk. El resultado sugirió que lo más probable es que los datos se distribuyeron de manera normal, por lo que se pudo proceder con las pruebas inferenciales, en este caso, el análisis de diferencia de medias.

Tabla 7. Prueba de Shapiro-Wilk para el IAET (IAEP, IAEPE)

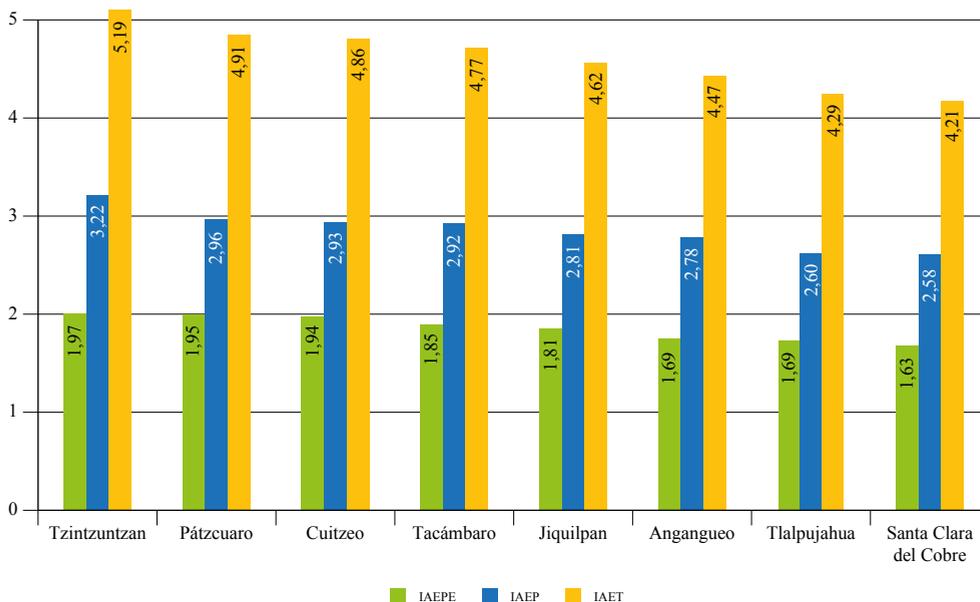
| <i>PM</i> | <i>W</i> | <i>Valor-p (bilateral)</i> | <i>Alfa</i> | <i>Interpretación</i> |
|--------------|----------|----------------------------|-------------|---|
| Tzintzuntzan | 0,902 | 0,421 | 0,05 | H0: Los residuos siguen una distribución normal. Ha: Los residuos no siguen una distribución normal. |
| Tlalpujahuá | 0,952 | 0,692 | 0,05 | |
| Santa Clara | 0,982 | 0,960 | 0,05 | |
| Pátzcuaro | 0,948 | 0,105 | 0,05 | |
| Jiquilpan | 0,927 | 0,554 | 0,05 | |
| Cuitzeo | 0,969 | 0,625 | 0,05 | |
| Angangueo | 0,881 | 0,314 | 0,05 | |

Nota. Elaboración propia con información de la base de datos de la encuesta para conocer el impacto económico de la pandemia de COVID-19 en los pueblos mágicos de Michoacán.

En la Figura 4 se observa la magnitud del impacto de las medidas de confinamiento por la pandemia de COVID-19 en el turismo y en la economía de los PM según los tres indicadores: IAEPE, IAEP, IAET. El PM con el mayor valor en el IAEP fue Tzintzuntzan (3,22), y el menor valor lo obtuvo Santa Clara del Cobre (2,58); el promedio para los nueve PM fue de 2,84, con una desviación estándar de 0,206 en el IAEP y de 0,133 para el IAEPE. Es importante notar que la percepción de los empresarios se ubica por debajo de la percepción de la población, situación que llama la atención. También se resalta que los PM con impacto mayor tienen dos características: (1) mayor presencia del turismo y (2) menor diversificación económica, como muestran los estudios de Gudiño y Aguayo (2015), Ortiz-Paniagua (2017) y Tello et al. (2013).

Para alcanzar el segundo objetivo, relativo a indagar por la homogeneidad/heterogeneidad del impacto de las medidas de confinamiento por la pandemia, se compararon por separado la población y los empresarios de los PM, para lo cual se aplicó un análisis de mínimas diferencias significativas de Fisher (LSD) (Williams & Abdi, 2010).

Figura 4. Índice de afectación económica por la pandemia de COVID-19 (IAET = IAEP + IAEPE) en los PM de Michoacán



Nota. Elaboración propia con base en la encuesta para conocer el impacto económico de la pandemia de COVID-19 en los pueblos mágicos de Michoacán.

En este sentido, por medio del empleo de contrastes de medias entre los diferentes PM, en la Tabla 8 se puede apreciar que en la percepción de los empresarios no hay diferencia en términos de la magnitud del impacto de las medidas de confinamiento por el COVID-19. En cambio, en la percepción de los habitantes, este análisis dio como resultado que Tzintzuntzan tiene una diferencia significativa en comparación con Talpujahuá, Cuitzeo y Angangueo, lo que sugiere que el impacto de la pandemia fue mayor en este caso que en los demás desde la perspectiva de la población. En cierta manera, este resultado era de esperarse, dado que el IAEP de Tzintzuntzan obtuvo un valor mucho mayor que el de Angangueo y Talpujahuá, no así en comparación con Cuitzeo; no obstante, para la diferencia de medias (LSD), el resultado fue significativamente distinto en los tres casos.

5. Discusión de resultados

Se aprecia que en 25 comparaciones entre los PM no hay diferencia significativa en la magnitud de la percepción de la población (IAEP). El valor del índice osciló entre 2,58 y 3,22, esto lo sitúa en rangos de magnitud alta para todos los PM y muy alta para Tzintzuntzan, de acuerdo con la Tabla 6. Los resultados serían consistentes en términos de que la magnitud del impacto en la economía por la reducción del turismo y las medidas de confinamiento fue relativamente homogénea en los PM.

Vale la pena destacar que para el caso de los empresarios hubo una debilidad metodológica que obedeció a que la muestra fue de cinco y seis entrevistas por PM, en procura de

representar los cuatro sectores de interés relacionados con el turismo. Sin embargo, no hubo mucha colaboración para participar en las entrevistas, por lo que se decidió mantener 42 entrevistas en total, lo que quizá no haya sido suficiente para estimar la media poblacional de la percepción en el IAEPE.

Un IAEPE entre 1,63 y 1,97 ($1,97/4,0 = 49,2\%$) sugeriría un impacto regular de las medidas de confinamiento por el COVID-19. Dado el tiempo que pasó, no fue posible recuperar la información con un nuevo levantamiento, porque las condiciones cambiaron para la temporalidad en la que se escribió el presente artículo. En este sentido, no se cuenta con la robustez estadística o muestra representativa deseada para el sector, pero se puede suponer que al menos da una idea de la situación económica que vivieron los empresarios en el confinamiento. Esta suposición se hace dado que en ambos sectores el IAEP y el IAEPE actúan en el mismo sentido en todos los casos; por ejemplo, Tzintzuntzan mostró los valores mayores en ambos índices y, por su parte, Santa Clara del Cobre evidenció los menores valores en ambos.

Otro estudio que midió la percepción de la población en lo que atañe a la afectación en los salarios y la precariedad del empleo a inicios de la pandemia muestra que, según el tipo de profesionistas, la reducción de salarios se percibió como más alta para el resto de los profesionales en comparación con los empleados del sector privado (Ortega et al., 2022). Dicho estudio, enfocado en los salarios y las ganancias de los respectivos sectores (empleados y empleadores), identificó a su vez que la percepción en la reducción de las ganancias fue mayor que la correspondiente a la reducción de los salarios (Ortega et al., 2022). En cuanto a la reducción de las ganancias, en el presente estudio se encuentra que el 55 % de la población percibe el impacto como regular, mucho o bastante, y un 22 % mencionó el despido de empleados como el problema más grave.

Una posible explicación de que la percepción de ambas muestras tuviese diferencias puede deberse a los ítems utilizados. Mientras que a la población se le preguntó sobre actividad económica, consumo y producción de bienes y servicios para el turismo, llegada de turistas y eventos turísticos, a los empresarios se les interrogó acerca del impacto en los empleos y la reducción de ventas, ganancias e ingresos.

Para los dos grupos de la muestra se mantuvo la percepción de un impacto entre regular y alto, no obstante, se percibió menos intenso en el caso de los empresarios. Sin embargo, se aprecia una relativa coincidencia en que los empresarios comentaron que la actividad económica había caído levemente para después recobrar un dinamismo moderado a mediados de 2020, lo cual redujo la percepción de la caída económica de manera significativa a medida que pasaron los primeros meses del inicio del confinamiento (Bullemore-Campbell & Cristóbal-Fransi, 2021). Esta situación podría también haber ocurrido con los empresarios de los PM, sin embargo, no se encontraron estudios relativos durante dicho periodo.

Hasta cierto punto, esta divergencia de percepción entre empresarios y población podría obedecer a que la población contaba con recursos insuficientes para una emergencia de este tipo, lo cual supone un comportamiento como el que muestra la encuesta de inclusión financiera, según la cual solo el 20 % de los mexicanos cuentan con un fondo de emergencia (Consejo Nacional de Inclusión Financiera [CONAIF] y Comité de Educación Financiera [CEF],

2020). Sumado a lo anterior, se esperaba que la pandemia durara menos tiempo, pero, a medida que se superaban los dos meses iniciales, la percepción tendió a que podría tardar más (Bullemore-Campell & Cristóbal-Fransi, 2021). Si bien estas afirmaciones cabían como posibilidades, demostrar con detalle esto sería motivo de un estudio más exhaustivo.

La percepción en ambas muestras, que tuvo diferencias, puede deberse a los ítems utilizados, también al sesgo bajo de incertidumbre. En una dimensión de la probabilidad o de la creencia, la incertidumbre puede seguir diferentes reglas, pero desde una perspectiva psicológica esta comprende una gran variedad de procesos y experiencias, ya que todos los días se toman decisiones que a su vez alimentan ciertas “anomalías” en el pensamiento de un sector experimental determinado (Kahneman & Tversky, 1982); por ejemplo, mientras que los empresarios dan cuenta de lo que reportaron sus negocios, los habitantes dan cuenta de lo que percibieron y reafirmaron en pláticas con otras personas.

En suma, la afectación económica ocasionada por la pandemia de COVID-19 en los PM, derivada de las medidas de confinamiento establecidas, fue importante debido a la dependencia que los PM tienen del turismo y a que cada vez se integran con más elementos a la economía que depende de dicha actividad. Tal como apuntan otros estudios, incluso los perfiles se profesionalizan y el turismo toma cada vez más un rol de actividad impulsora de la economía local, por eso algunos lugares se identifican como destinos turísticos con impulso a la promoción e inversión, desde los aspectos educativos y profesionales hasta el fomento de la cultura y la integración con otros sectores (Julca, 2016). En otros términos, se va consolidando cada vez más una especialización económica turística para algunas localidades, situación que puede estar ocurriendo en los PM.

Tabla 8. Diferencias entre el índice de impacto económico de la pandemia de COVID-19 de empresas y el de población en los pueblos mágicos seleccionados (confianza de 95%). Fisher (LSD*)

| <i>Empresas</i> | | | | <i>Población</i> | | | |
|---------------------------------------|-------------------|--------------------|---------------|-----------------------------------|-------------------|--------------------|---------------|
| <i>Contraste</i> | <i>Diferencia</i> | <i>Pr > Dif</i> | <i>Sig.**</i> | <i>Contraste</i> | <i>Diferencia</i> | <i>Pr > Dif</i> | <i>Sig.**</i> |
| Santa Clara del Cobre vs Tzintzuntzan | -0,340 | 0,160 | No | Tlalpujahua vs Tzintzuntzan | -0,635 | 0,004 | Sí |
| Santa Clara del Cobre vs Pátzcuaro | -0,320 | 0,167 | No | Tlalpujahua vs Pátzcuaro | -0,378 | 0,089 | No |
| Santa Clara del Cobre vs Cuitzeo | -0,305 | 0,206 | No | Tlalpujahua vs Jiquilpan | -0,348 | 0,118 | No |
| Santa Clara del Cobre vs Tacámbaro | -0,220 | 0,338 | No | Tlalpujahua vs Tacámbaro | -0,336 | 0,131 | No |
| Santa Clara del Cobre vs Jiquilpan | -0,180 | 0,452 | No | Tlalpujahua vs Salvador Escalante | -0,226 | 0,309 | No |
| Santa Clara del Cobre vs Angangueo | -0,057 | 0,820 | No | Tlalpujahua vs Angangueo | -0,198 | 0,373 | No |

| <i>Empresas</i> | | | | <i>Población</i> | | | |
|--------------------------------------|-------------------|--------------------|---------------|---------------------------------------|-------------------|--------------------|---------------|
| <i>Contraste</i> | <i>Diferencia</i> | <i>Pr > Dif</i> | <i>Sig.**</i> | <i>Contraste</i> | <i>Diferencia</i> | <i>Pr > Dif</i> | <i>Sig.**</i> |
| Santa Clara del Cobre vs Tlalpujahua | -0,055 | 0,817 | No | Tlalpujahua vs Cuitzeo | -0,020 | 0,928 | No |
| Tlalpujahua vs Tzintzuntzan | -0,285 | 0,236 | No | Cuitzeo vs Tzintzuntzan | -0,615 | 0,006 | Si |
| Tlalpujahua vs Pátzcuaro | -0,265 | 0,250 | No | Cuitzeo vs Pátzcuaro | -0,358 | 0,107 | No |
| Tlalpujahua vs Cuitzeo | -0,250 | 0,298 | No | Cuitzeo vs Jiquilpan | -0,328 | 0,141 | No |
| Tlalpujahua vs Tacámbaro | -0,165 | 0,471 | No | Cuitzeo vs Tacámbaro | -0,316 | 0,155 | No |
| Tlalpujahua vs Jiquilpan | -0,125 | 0,600 | No | Cuitzeo vs Santa Clara del Cobre | -0,206 | 0,354 | No |
| Tlalpujahua vs Angangueo | -0,003 | 0,992 | No | Cuitzeo vs Angangueo | -0,178 | 0,423 | No |
| Angangueo vs Tzintzuntzan | -0,282 | 0,268 | No | Angangueo vs Tzintzuntzan | -0,438 | 0,049 | Si |
| Angangueo vs Pátzcuaro | -0,263 | 0,284 | No | Angangueo vs Pátzcuaro | -0,180 | 0,416 | No |
| Angangueo vs Cuitzeo | -0,248 | 0,331 | No | Angangueo vs Jiquilpan | -0,150 | 0,500 | No |
| Angangueo vs Tacámbaro | -0,163 | 0,505 | No | Angangueo vs Tacámbaro | -0,138 | 0,534 | No |
| Angangueo vs Jiquilpan | -0,123 | 0,628 | No | Angangueo vs Salvador Escalante | -0,028 | 0,899 | No |
| Jiquilpan vs Tzintzuntzan | -0,160 | 0,503 | No | Santa Clara del Cobre vs Tzintzuntzan | -0,410 | 0,066 | No |
| Jiquilpan vs Pátzcuaro | -0,140 | 0,540 | No | Santa Clara del Cobre vs Pátzcuaro | -0,152 | 0,492 | No |
| Jiquilpan vs Cuitzeo | -0,125 | 0,600 | No | Santa Clara del Cobre vs Jiquilpan | -0,122 | 0,584 | No |
| Jiquilpan vs Tacámbaro | -0,040 | 0,861 | No | Santa Clara del Cobre vs Tacámbaro | -0,110 | 0,620 | No |
| Tacámbaro vs Tzintzuntzan | -0,120 | 0,599 | No | Tacámbaro vs Tzintzuntzan | -0,299 | 0,178 | No |
| Tacámbaro vs Pátzcuaro | -0,100 | 0,646 | No | Tacámbaro vs Pátzcuaro | -0,042 | 0,849 | No |
| Tacámbaro vs Cuitzeo | -0,085 | 0,710 | No | Tacámbaro vs Jiquilpan | -0,012 | 0,958 | No |
| Cuitzeo vs Tzintzuntzan | -0,035 | 0,883 | No | Jiquilpan vs Tzintzuntzan | -0,288 | 0,195 | No |

| Empresas | | | | Población | | | |
|---------------------------|------------|----------|--------|---------------------------|------------|----------|--------|
| Contraste | Diferencia | Pr > Dif | Sig.** | Contraste | Diferencia | Pr > Dif | Sig.** |
| Cuitzeo vs Pátzcuaro | -0,015 | 0,948 | No | Jiquilpan vs Pátzcuaro | -0,031 | 0,890 | No |
| Pátzcuaro vs Tzintzuntzan | -0,020 | 0,930 | No | Pátzcuaro vs Tzintzuntzan | -0,257 | 0,247 | No |

Nota. *LSD = Diferencia menos significativa (*Least Significant Difference*)

**Sig. = Significativa

Elaboración propia con base en la encuesta para conocer el impacto económico de la pandemia de COVID-19 en los pueblos mágicos de Michoacán.

6. Conclusiones

El turismo es una actividad de suma relevancia en México, puesto que favorece a diversos subsectores económicos, genera efectos multiplicadores y fomenta el desarrollo local en los destinos turísticos, como es el caso de los PM. En un balance sobre los cuestionables efectos negativos que la pandemia pudo eventualmente generar a la actividad turística, es notorio su impacto.

El turismo produce ingresos, es un gran generador de fuentes de empleo, crea un efecto multiplicador para el comercio local y aumenta la captación de ingresos públicos vía impuestos. Además, representa un escaparate para las representaciones culturales de las distintas regiones, y favorece la preservación y protección de sitios o áreas naturales.

La actividad turística fue afectada por la pandemia de COVID-19 debido a que implicó la contención del desplazamiento de las personas. Algunos de los destinos turísticos afectados, que se han posicionado en las dos últimas décadas, son los denominados pueblos mágicos (PM) de México. La presente investigación identificó la magnitud del impacto percibida por sus habitantes y determinó que, en promedio, el índice de impacto económico de la pandemia percibido por la población (IAEP) alcanzó un 72 % para los PM (IAEP = 2,84), lo que implica un impacto alto. Al respecto, Tzintzuntzan fue el PM más afectado negativamente, en un 80 % (IAEP = 3,21) (impacto muy alto), y Santa Clara del Cobre registró el menor impacto, con una magnitud del 64 %, equivalente a un IAEP = 2,58 de 4,0 puntos posibles del índice (impacto alto).

El levantamiento de información para el IAEPE contó con una muestra de 42 participantes, lo que sería insuficiente para la realización de inferencias y constituye la principal limitante del trabajo. No obstante, este levantamiento al menos proporciona una idea de la situación percibida por los empresarios. Al respecto, la muestra de los empresarios fue consistente con la muestra de la población en cuanto a que ambas percibieron el impacto, pero con diferente magnitud de percepción entre una muestra y la otra, pues en la población se encontró un mayor impacto percibido. De manera que ambas se comportaron en el mismo sentido para todos los PM, es decir, el IAEP y el IAEPE actúan en la misma dirección en todos los casos; así, por ejemplo, Tzintzuntzan mostró los valores mayores en ambos casos y, por su parte, Santa Clara del Cobre presentó los menores valores para ambos.

En la comparación realizada con 28 contrastes entre los distintos PM con la población, se encontró también que el impacto fue relativamente homogéneo, sin diferencias significativas desde el punto de vista estadístico en la prueba de medias, salvo en el caso de Tzintzuntzan, que sí mostró ser diferente (más alto) de otros PM: Tlalpujahua, Cuitzeo y Angangueo; en ese caso, se puede decir que el impacto tuvo una diferencia significativa desde la prueba de medias, no así para los otros 25 contrastes, los cuales indicaron que no existe una diferencia significativa (Tabla 8). Esto sugiere que el impacto de las medidas de la pandemia fue relativamente homogéneo en la economía de los PM de Michoacán.

En la comparación realizada con 28 contrastes entre los PM con los empresarios no se encontró diferencia significativa, lo que indica que la percepción de este grupo fue más homogénea. Por otro lado, el impacto de la pandemia medido por el índice de afectación económica de la pandemia en la percepción de los empresarios (IAEPE) alcanzó una magnitud del 45 % ($IAEPE = 1,81$ de 4,0), lo que sugiere una percepción relativamente baja. Al respecto, Tzintzuntzan fue el PM con el impacto más alto según la percepción manifestada, con un $IAEPE = 1,97$ de 4,0 (49 %), y Santa Clara del Cobre el PM evidenció el menor impacto, con un $IAEPE$ de 1,63 de 4,0 (41 %); este comportamiento es congruente con el IAEP.

Si bien ambos índices (IAEP - IAEPE) mostraron comportamientos semejantes, es interesante reconocer que la magnitud de percepción de cada sector poblacional fue diferente en cerca de 20 puntos porcentuales.

Referencias

Aguilera, G. & Torres, D. (2021). Impacto económico sectorial del COVID-19 en México. *Revista Universitarios Potosinos*, (264), 22-27. <https://leka.uaslp.mx/index.php/universitarios-potosinos/article/view/172/116>

Andreu, L., Palomo, J., & Stojanovic, I. (2020). Recuperar la confianza de los turistas: medidas a implementar. En F. Bauzá & F. Melgosa (Dirs.), *Turismo post COVID-19: el turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación* (pp. 95-112). Ediciones Universidad de Salamanca.

Bhattacharjee, A. (2012). *Social science research: Principles, methods, and practices*. Global Text Project.

Bullemore-Campbell, J. & Cristóbal-Fransi, E. (2021). La dirección comercial en época de pandemia: el impacto del COVID-19 en la gestión de ventas. *Información Tecnológica*, 32(1), 199-208. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642021000100199>

Cabanilla, E., Ocaña, W., Garrido, C., & Molina, E. (2021). La nueva realidad del turismo post COVID-19. En V. Llugsha (Coord. y Ed.), *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el COVID* (Serie Territorios en Debate – Segunda etapa, vol. 14, pp. 63-98). CONGOPE, Ediciones Abya Yala e Incidencia Pública Ecuador.

Cohen, E. (1978). The impact of tourism on the physical environment. *Annals of Tourism Research*, 5(2), 215-237. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(78\)90221-9](https://doi.org/10.1016/0160-7383(78)90221-9)

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2020a). *Evaluación de los efectos e impactos de la pandemia de COVID-19 sobre el turismo en América Latina y el Caribe: aplicación de la metodología para la evaluación de desastres* (DaLA). CEPAL. <https://acortar.link/BhQfKy>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (3 de abril de 2020b). *América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19. Efectos económicos y sociales* (Informe Especial COVID-19, n.º 1). CEPAL. <https://acortar.link/yhjlau>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (9 de julio de 2020c). *Medidas de recuperación del sector turístico en América Latina y el Caribe: una oportunidad para promover la sostenibilidad y la resiliencia*. CEPAL. <https://acortar.link/fQWVHD>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) & Organización Panamericana de la Salud (OPS). (23 de marzo de 2010). *Evaluación preliminar del impacto en México de la influenza AH1N1*. CEPAL. <https://acortar.link/8DLxkN>

Consejo Nacional de Inclusión Financiera (CONAIF) y Comité de Educación Financiera (CEF). (2020). *Política Nacional de Inclusión Financiera*. CONAIF y CEF. <https://acortar.link/QfzPtC>

Dávila, M., Aramburu, C., Morte, E., Vera, I., Iglesias, M., & González, Ó. (2010). Control y vigilancia en fronteras. Papel de sanidad exterior durante las fases de contención de la pandemia (H1N1) 2009. *Revista Española de Salud Pública*, 84(5), 507-516. <https://acortar.link/oRskkW>

Félix, Á. & García, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta (Ecuador). *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 4(1), 79-103. <https://doi.org/10.21071/riturem.v4i1.12743>

Félix, Á., Zepeda, A., & Villafuerte, J. (2021). Turismo en tiempo de pandemias. COVID-19 en Latinoamérica. *Turismo y Sociedad*, 29, 129-155. <https://doi.org/10.18601/01207555.n29.06>

Gan, C., Voda, M., Wang, K., Chen, L., & Ye, J. (2021). Spatial network structure of the tourism economy in urban agglomeration: A social network analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 124-133. <https://doi:10.1016/j.jhtm.2021.03.009>

García, A., Serrano, R., Osorio, M., & López, E. (2015). Percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo local. Caso San Pedro Tultepec, México. *Turismo y Sociedad*, 16, 43-65. <https://doi.org/10.18601/01207555.n16.04>

Gudiño, P. & Aguayo, L. (2015). Competitividad y satisfacción turística en las regiones del estado de Michoacán (México). *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 1(1), 289-296. <https://acortar.link/LMvn6f>

Heredia, A. & Dini, M. (2021). *Análisis de las políticas de apoyo a las pymes para enfrentar la pandemia de COVID-19 en América Latina*. CEPAL. <https://acortar.link/FHGxH3>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2020a). *Censo de Población y Vivienda 2020*. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2020b). *PIB y cuentas nacionales. Cuentas satélite. Turismo*. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/temas/turismosat/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (31 de enero de 2022a). *Estimación oportuna del PIB cuarto trimestre de 2021* (Comunicado de prensa n.º 66/22). INEGI. <https://acortar.link/spZc3C>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (26 de septiembre de 2022b). *Estadísticas a propósito del Día Mundial del Turismo (27 de septiembre). Datos nacionales* (Comunicado de prensa n.º 557/22). INEGI. <https://acortar.link/ABGTbi>

Jin, H., Wang, H., Li, X., Zheng, W., Ye, S., Zhang, S., Zhou, J., & Pennington, M. (2021). Economic burden of COVID-19, China, January-March, 2020: A cost-of-illness study. *Bulletin of the World Health Organization*, 99(2), 112-124. <https://doi.org/10.2471/BLT.20.267112>

Johnson, R. & Kubly, P. (2012). *Estadística elemental* (11.ª ed., Trad. V. Campos). Cengage Learning Editores.

Julca, E. (2016). Un enfoque a la importancia del turismo. *Turismo y Patrimonio*, (10), 133-136. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2016.n10.09>

Junta de Vigilancia Mundial de la Preparación (GPMB). (2019). *Un mundo en peligro. Informe anual sobre preparación mundial para emergencias sanitarias*. GPMB – OMS. <https://acortar.link/rFurcE>

Kahneman, D. & Tversky, A. (1982). Variants of uncertainty. *Cognition*, 11(2), 143-157. [https://doi:10.1016/0010-0277\(82\)90023-3](https://doi:10.1016/0010-0277(82)90023-3)

Lee, J-W. & McKibbin, W. (2004). Estimating the global economic costs of SARS. En Institute of Medicine (US) Forum on Microbial Threats, S. Knobler, A. Mahmoud, S. Lemon, A. Mack, L. Sivitz, & K. Oberholtzer (Eds.), *Learning from SARS: Preparing for the next disease outbreak: Workshop summary*. National Academies Press. <https://doi.org/10.17226/10915>

Levy, E. & Filippini, F. (8 de junio de 2021). *Social and economic impact of COVID-19* (Brookings Global Working Paper #158). Global Economy and Development at Brookings. <https://acortar.link/svSy9J>

Longart, P. (2021). El turismo mundial y los efectos de COVID-19 ¿qué nos espera? En V. Llugsha (Coord. y Ed.), *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el COVID-19* (Serie Territorios en Debate – Segunda etapa, vol. 14, pp. 155-191). CONGOPE, Ediciones Abya Yala e Incidencia Pública Ecuador. <https://acortar.link/sOJ8Pa>

Maguiña, C., Gastelo, R., & Tequen, A. (2020). El nuevo coronavirus y la pandemia del COVID-19. *Revista Medicina Herediana*, 31(2), 125-135. <https://doi.org/10.20453/rmh.v31i2.3776>

Maphanga, P. & Henama, U. (2019). The tourism impact of Ebola in Africa: Lessons on crisis management. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(3). <https://acortar.link/eTxI7d>

Menchero, M. (2020). Flujos turísticos, geopolítica y COVID-19: cuando los turistas internacionales son vectores de transmisión. *Geopolítica(s). Revista de Estudios sobre Espacio y Poder*, 11(Núm. Esp.), 105-114. <https://doi.org/10.5209/geop.69249>

Monterrubio, J., Mendoza, M., & Huitrón, T. (2013). Percepciones de la comunidad local sobre los impactos sociales del “spring break” en Acapulco, México. *El Periplo Sustentable*, (24), 41-65. <https://acortar.link/jqqsz6>

Mooney, H. & Zegarra, M. (2020). *COVID-19: shock sin precedentes sobre el turismo en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. <http://dx.doi.org/10.18235/0002470>

Murphy, G. & Likert, R. (1938). *Public opinion and the individual: A psychological study of student attitudes on public questions with a re-test five years later*. Harper Books.

Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2020). *Informe de políticas: la COVID-19 y la transformación del turismo*. ONU. <https://acortar.link/UGVGAK>

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2020). *Tourism Policy responses to the coronavirus (COVID-19)*. <https://acortar.link/6aRbxG>

Organización Mundial de la Salud (OMS). (11 de marzo de 2020). *Alocución de apertura del director general de la OMS en la rueda de prensa sobre la COVID-19 celebrada el 11 de marzo de 2020*. <https://acortar.link/uLa2pU>

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). *Panorama del turismo internacional, edición 2019*. OMT. <https://doi.org/10.18111/9789284421237>

Organización Mundial del Turismo (OMT). (1 de abril del 2020). *Apoyo al empleo y a la economía a través de los viajes y el turismo*. <http://bitly.ws/9CxM>

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2021). *COVID-19 y turismo. 2020: análisis del año*. OMT. <https://acortar.link/g3jdfj>

Organización Panamericana de la Salud (OPS) & Organización Mundial de la Salud (OMS). (11 de diciembre de 2020). *Actualización epidemiológica. Enfermedad por coronavirus (COVID-19)*. OPS-OMS. <https://acortar.link/dkzjB7>

Ortega, G., Navarro, E., & Cerezo, A. (2022). Percepción de los actores sobre los impactos y estrategias de recuperación a aplicar ante una crisis turística severa: el caso del COVID-19 en España. *Cuadernos de Turismo*, (50), 429-434. <https://doi.org/10.6018/turismo.541921>

Ortiz-Paniagua, C. F. (2017). Agriculture and municipality economics in Michoacan from a perspective of vulnerability. *CIBA. Revista Iberoamericana de las Ciencias Biológicas y Agropecuarias*, 6(12), 63-91. <https://doi.org/10.23913/ciba.v6i12.69>

Pablo-Romero, M. & Molina, J. A. (2013). Tourism and economic growth: A review of empirical literature. *Tourism Management Perspectives*, 8, 28-41. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.05.006>

- Pomés, J. (17 de mayo de 2020). *Mientras España no abra sus puertas, la recuperación será una quimera*. Fundación Civismo. <https://acortar.link/Z01Lxy>
- Rivas, J., Callejas, R., & Nava, D. (2020). Perspectivas del turismo en el marco de la pandemia COVID-19. En J. Sarmiento, M. Valles, & V. Mota (Coords.), *Factores críticos y estratégicos en la interacción territorial: desafíos actuales y escenarios futuros*. Vol. II (pp. 607-622). UNAM y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A. C. <https://acortar.link/F8vZsA>
- Romero-Padilla, Y., Romero-Martínez, J., & Navarro-Jurado, E. (2020). Reflexiones desde el post-crecimiento: ideas, estrategias y tácticas para el turismo post-COVID-19. En F. Bauzá & F. Melgosa (Dirs.), *Turismo post COVID-19: el turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación* (pp. 57-76). Ediciones Universidad de Salamanca. <https://doi.org/10.14201/0AQ0296>
- Secretaría de Turismo (SECTUR). (30 de diciembre de 2015). Acuerdo por el que se emiten las Reglas de Operación del Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos (PRODERMÁGICO), para el ejercicio fiscal 2016. DOF: 30/12/2015. https://dof.gob.mx/reglas_2016/SECTUR_30122015_01.pdf
- Secretaría de Turismo (SECTUR). (1 de diciembre de 2020). *Pueblos Mágicos de México*. <https://www.gob.mx/sectur/articulos/pueblos-magicos-206528>
- Shahzalal, M. (2016). Positive and negative impacts of tourism on culture: A critical review of examples from the contemporary literature. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, 20, 30-35. <https://acortar.link/N3EG3W>
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- Tello, J. M., Gudiño, M., Gómez, K., & Cerda, G. (2013). *PERFITUR 2012. Perfil del turista que visita Michoacán*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. <https://acortar.link/KVR3hY>
- Williams, L. J. & Abdi, H. (2010). Fisher's Least Significant Difference (LSD) test. En N. Salkind (Ed.), *Encyclopedia of Research Design* (pp. 840-853). SAGE. <https://acortar.link/Irqcfx>
- World Travel & Tourism Council (WTTC). (20 de marzo de 2020). *Lives being devastated and one million jobs a day being lost due to coronavirus pandemic*. <https://acortar.link/V9SHCE>
- Wright, D. & Sharpley, R. (2018). Local community perceptions of disaster tourism: The case of L' Aquila, Italy. *Current Issues in Tourism*, 21(14), 1569-1585. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1157141>
- Zeng, B., Carter, R. W., & De Lacy, T. (2005). Short-term perturbations and tourism effects: The case of SARS in China. *Current Issues in Tourism*, 8(4), 306-322. <https://doi.org/10.1080/13683500508668220>
- Zeng, B. & Gerritsen, R. (2014). What do we know about Social Media in tourism? A review. *Tourism Management Perspectives*, 10, 27-36. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.01.001>