

Política turística y transformación económica en territorios rurales

Arlén Sánchez Valdés*
Carlos Hugo Millán García*

Desde principio de siglo XXI, el gobierno federal ha concebido al turismo como un medio para promover el crecimiento económico. En consecuencia, esta actividad ha ocupado un lugar preponderante dentro de sus programas prioritarios (Poncela, 2016), lo cual ha derivado en acciones y diseño de políticas públicas orientadas a su fortalecimiento.

A nivel federal, una de las políticas más representativas es el programa de Pueblos Mágicos (PM), formulado en el año 2000 y para el 2001 ya se habían otorgado los primeros nombramientos a Huasca de Ocampo (en el estado de Hidalgo) y Real del Catorce (San Luis Potosí). En la actualidad, el programa cuenta con 177 localidades reconocidas (SECTUR, 2025) y su objetivo principal sigue siendo fomentar el turismo interno mediante la promoción de destinos regionales con valor patrimonial y natural, contribuyendo a la preservación del patrimonio local.

Por su parte, el Gobierno del Estado de México también ha hecho lo propio y en el 2005 lanzó la iniciativa de Pueblos con Encanto (PE), la cual hasta hoy en día se fundamenta en el órgano estatal y se enfoca en municipios con potencial turístico que aún no alcanzan la denominación de Pueblo Mágico. Esta estrategia se orienta al desarrollo turístico local mediante la promoción de destinos con riqueza histórica, cultural, arquitectónica y paisajística, con el propósito de dinamizar las economías locales a través del turismo.

Entre las consideraciones de reconocer los PE se encuentra el promover la derrama económica “que beneficie a pequeñas empresas, grupos sociales y artesanos; que una línea de acción en su momento fue posicionar al Estado de México como uno de los principales destinos turísticos sin costa del país y fomentar la comercialización de productos del estado a nivel nacional e internacional” (Periódico Oficial Gaceta Del Gobierno, 2014a).

Se reconoce a la vez, que para ello “es necesario mejorar la imagen urbana, la profesionalización, certificación de los servicios y promoción de atractivos” (Periódico Oficial Gaceta del Gobierno, 2014a). De alguna forma, se busca transformar los espacios rurales en destinos turísticos de cercanía a las capitales de los estados.

En ambos programas, los recursos naturales, patrimoniales e históricos podrían ser comercializables bajo principios de una gobernanza participativa integrando a empresarios, comunidades locales, comerciantes y otros grupos organizados en la toma de decisiones. Así se percibe en los fines que persigue “impulsar la innovación, diversificación y consolidación de la oferta turística” e “impulsar el desarrollo de productos turísticos que sean susceptibles de comercializarse con el objeto de originar corrientes turísticas” (Periódico Oficial Gaceta del Gobierno, 2014b).

Desde la perspectiva de la planeación, ambos programas buscan la diversificación de mercados, la creación de nuevos negocios y la generación de empleos en el espacio local como una forma de contribuir al crecimiento del PIB Turístico Nacional (PIBt_n) y Estatal (PIBt_e). Esto es de suma importancia si se considera que el turismo corresponde al 8.7 del PIB nacional (Datatur, 2024) siendo las actividades de servicios que aportan en conjunto el 64% del total, destacando el comercio al por menor, transporte, financiero y seguros.

En términos numéricos, nadie duda de los beneficios económicos del turismo y la incorporación de pequeños destinos en programas de desarrollo y promoción turística resulta una fórmula atractiva para el desarrollo. Empero, cuando se redefinen nuevas metodologías para medir los impactos económicos y se analiza el avance en infraestructura, los resultados pueden ser contradictorios.

Se identifica que los PM que han logrado posicionar al turismo entre sus prioridades económicas como Valle de Bravo, Malinalco, Ixtapan de la Sal, han pasado por una transformación de infraestructura para atender las necesidades del visitante, principalmente enfocada a servicios de alimentación, imagen urbana y en menor medida de hospedaje. Sin embargo, hoy en día Valle de Bravo y Malinalco ya presentan problemas de gentrificación en gran medida por el nombramiento de PM (Díaz, 2024).

Con base en la experiencia previa, el impulso de políticas públicas que inciden en la promoción turística sin duda plantea una disyuntiva para los PE: la transformación de su paisaje rural, por uno más enfocado a la prestación de servicios, sin perder su identidad, que es uno de los principios del programa. Entre sus principales riesgos se encuentran que al agrupar un conjunto de municipios, que si bien tienen algunos atractivos turísticos, pero sin estar articulados, podría estar cayendo en destinar recursos útiles para fortalecer otras industrias para una actividad que requiere mucho más de lo que hasta ahora se tiene, como es el turismo.

Adicional, la ponderación de un atractivo principal único, que motive el desplazamiento y en torno al cual se orienta la actividad turística, así como la suma de otros atractivos que provoquen la prolongación de la visita en un PM o un PE, demanda el desarrollo de infraestructura de atención al turista, lo que puede acelerar la transformación de un destino rural a otro enfocado al turismo. Sin embargo, en función de los atractivos y cualidades del destino, es importante que esa transformación preserve una identidad propia y la imagen urbana debería responder a una planeación que no rompa con las cualidades que justamente han ponderado al municipio en cuestión como se aprecia en las imágenes 1 y 2.

Imagen 1. Mobiliario urbano con indicaciones en Otomí e inglés, adicional al castellano



Imagen 2. Comercialización de productos del campo en los portales del primer cuadro de un municipio



Fuente: Creación propia 2026

Desarrollo de infraestructura, ¿la tarea pendiente?

Los elementos del territorio siempre se han utilizado como factores de producción que son parte de la economía local, pero el paisaje ha sido objeto de comercialización masiva desde la aparición del turismo (Baidal & Rebollo 2008). Esto se explica a partir de que la función de la política pública en materia de turismo es estimular el desarrollo del sector dando lugar a la creación de la oferta turística y suministrando la infraestructura que se requiere para iniciarla (Benavides, 2015). Ésta involucra aspectos de planeación (Benseny, 2013) e integra un conjunto de normativas y estrategias que delinear las decisiones relacionadas con el desarrollo y la promoción turística (Goeldner et al., 2012). Empero, los espacios rurales donde se gestan los programas de PM y PE son heterogéneos porque están inmersos en dinámicas multifuncionales y de pluriactividad, coexistiendo diversas modalidades de sustento (Suárez et al., 2023), lo que complica el desarrollo de infraestructura, incide en su calidad y en la imagen urbana.

Según datos del INEGI (2023), en los PM, predomina una oferta tradicional de hoteles y casas de huéspedes con muy poca diversificación en turismo alternativo o de naturaleza como se aprecia en la tabla 1, al existir pocas cabañas y campamentos, lo cual resulta importante si se vincula con las tendencias de los turistas actuales.

Tabla 1. Número de unidades económicas de alojamiento de los Pueblos Mágicos

Pueblo Mágico	Hoteles con servicios integrados	Hoteles sin servicios integrados	Moteles	Cabañas	Campamentos	Casas de huéspedes
003 Aculco	2	4	0	0	0	0
040 Ixtapan de la Sal	14	12	0	1	0	13
045 Jilotepec	5	6	1	0	0	0
052 Malinalco	7	18	0	3	1	21
054 Metepec	10	3	2	0	0	2
064 El Oro	2	1	0	0	0	2
065 Otumba	0	7	4	1	0	0
075 San Martín de las Pirámides	2	6	0	0	0	1
092 Teotihuacán	14	18	2	2	1	4
095 Tepotzotlán	8	9	0	1	0	18
107 Tonalico	2	4	0	1	0	17
110 Valle de Bravo	22	22	0	7	1	18
112 Villa del Carbón	4	9	2	2	0	3
Total	92	119	11	18	3	99

Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, (2023)

Asimismo, la concentración de casas de huéspedes podría estar reflejando una oferta turística de menor calidad. Esto incide en la limitada generación de empleos formales, ya que su administración suele operar de manera informal. Aunado a ello, el desarrollo de infraestructura tiende a ser deficiente, lo que, en consecuencia, favorece una baja derrama económica y una mala imagen urbana.

Imagen 3. Identidad tradicional de fachadas de casas, algunas habilitadas como posadas familiares



Fuente. Propia 2026.

Los PE evidencian una dinámica estructural similar: la predominancia de casas de huéspedes y moteles (como se muestra en la tabla 2) no solo describe la configuración de la oferta, sino que también sugiere un posicionamiento turístico de bajo valor agregado. En la mayoría de los destinos, la limitada infraestructura (véase la imagen 3) se correlaciona con una reducida afluencia de turistas con necesidad de pernocta, lo que a su vez responde a la escasa diversificación del producto turístico. Este patrón incide en la baja competitividad, donde la falta de inversión en infraestructura y la limitada diversificación de la oferta inciden en el flujo turístico y, por ende, de derrama económica

Tabla 2. Número de unidades económicas de alojamiento de los Pueblos con Encanto

Pueblo con Encanto	Hoteles con servicios integrados	Hoteles sin servicios integrados	Moteles	Cabañas	Campamentos	Casas de huéspedes
002 Acolman	0	1	2	0	0	1
007 Amanalco	0	1	0	0	0	0
009 Amecameca	0	4	1	0	0	1
016 Axapusco	2	1	1	1	0	1
017 Ayapango	0	0	0	0	0	1
021 Coatepec Harinas	0	2	2	0	0	1
032 Donato Guerra	0	0	0	0	0	4
047 Jiquipilco	0	1	0	0	0	1
048 Jocotitlán	0	4	2	0	0	2
051 Lerma	4	1	2	0	0	1
061 Nopaltepec	2	2	0	0	0	0
068 Ozumba	0	1	1	0	0	0
069 Papalotla	1	0	0	0	0	1
071 Polotitlán	1	2	0	0	0	1
074 San Felipe del Progreso	2	6	1	0	1	1
080 Sultepec	0	2	0	1	0	2
085 Temascalcingo	2	2	1	0	0	0
086 Temascaltepec	2	2	0	0	0	0
087 Temoaya	3	2	0	0	0	0
090 Tenango del Valle	2	7	0	0	0	0
093 Tepetlaoxtoc	0	0	0	0	0	1
094 Tepetlaxpa	0	0	0	1	0	1
103 Tlalmanalco	0	0	1	0	0	0
117 Zacualpan	0	2	0	0	0	0
118 Zinacantepec	1	6	6	0	0	0
Total	22	49	20	3	1	20

Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, (2023)

Esto mismo se replica cuando se analiza la infraestructura destinada a los Alimentos y Bebidas (AyB). La alta presencia de bares y gastronomía ajena a la localidad también se puede atribuir a la actividad turística (ver tabla 3 y 4) lo cual incide de manera directa en la configuración de la imagen urbana. Adicionalmente, se observa una tendencia hacia la homogeneización de la oferta de AyB, que, aunque es resultado de las demandas del mercado turístico, genera tensión entre la preservación de la autenticidad cultural y la identidad territorial de los destinos.

Tabla 3. Número de unidades económicas de Alimentos y Bebidas de los Pueblos Mágicos

Pueblos Mágicos	Bares	Restaurante a la carta	Pescados y mariscos	Antojitos	Tortas y tacos	Café y fuente de soda	Pizza, hamburguesa o similares
003 Aculco	4	16	2	8	15	12	8
040 Ixtapan de la Sal	6	42	13	61	65	39	20
045 Jilotepec	15	34	9	39	64	37	52
052 Malinalco	34	41	48	73	36	23	22
054 Metepec	53	270	42	293	314	310	157
064 El Oro	7	22	4	14	19	24	10
065 Otumba	9	13	5	43	38	25	15
075 San Martín de las Pirámides	10	28	7	28	16	26	19
092 Teotihuacán	35	82	9	77	70	79	47
095 Tepetzotlán	23	86	16	163	73	87	70
107 Tonicato	8	15	7	53	24	9	8
110 Valle de Bravo	11	87	13	45	76	79	36
112 Villa del Carbón	10	26	5	21	23	20	22
Total	225	762	180	918	833	770	486

Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, (2023)

Tabla 4. Número de unidades económicas de Alimentos y Bebidas de los Pueblos con Encanto

Pueblo con Encanto	Bares	Restaurante a la carta	Pescados y mariscos	Antojitos	Tortas y tacos	Café y fuente de soda	Pizza, hamburguesa o similares
002 Acolman	31	33	13	188	127	102	118
007 Amanalco	2	4	2	2	9	10	6
009 Amecameca	15	37	6	69	65	36	29
016 Axapusco	19	12	3	29	30	29	14
017 Ayapango	1	4	0	7	7	12	4
021 Coatepec Harinas	5	12	5	34	57	19	12
032 Donato Guerra	3	3	1	15	12	17	4
047 Jiquipilco	5	7	0	17	16	7	8
048 Jocotitlán	13	14	4	27	33	33	35
051 Lerma	35	42	9	126	159	105	74
061 Nopaltepec	8	5	1	29	19	15	15
068 Ozumba	10	8	5	44	49	34	19
069 Papalotla	0	5	0	13	4	7	9
071 Polotitlán	3	7	2	16	17	8	8
074 San Felipe del Progreso	27	17	1	31	55	53	49
080 Sultepec	5	10	0	17	16	7	7
085 Temascalcingo	10	20	5	30	35	27	22
086 Temascaltepec		5	1	11	16	6	6
087 Temoaya	15	13	7	46	53	31	40
090 Tenango del Valle	16	23	14	130	131	63	47
093 Tepetlaoxtoc	12	2	1	29	16	17	15
094 Tepetlaxpa	6	18	2	26	25	24	15
103 Tlalmanalco	8	20	3	48	47	34	24
117 Zacualpan	1	5	0	17	17	5	4
118 Zinacantepec	23	34	57	90	155	84	113
Total	273	360	142	1091	1170	785	697

Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, (2023)

En cuanto a los impactos económicos, diversos referentes cuestionan tanto la vocación turística de algunos PE como las expectativas que el programa genera en los municipios. En este sentido, antes de emprender decisiones que comprometan recursos locales y transformen el paisaje, resulta fundamental considerar que, si bien al sector turístico del Estado de México se le atribuye una contribución del 8.7% al PIB turístico nacional (Datatur, 2024), dicha derrama no se distribuye de manera equitativa entre los territorios. Esta desigualdad da cuenta de que los beneficios del turismo no son inmediatos ni homogéneos, y que están sujetos a factores estructurales como el aporte económico de otras industrias, la competitividad del destino, la diversificación de la oferta, la calidad de la infraestructura, entre otros.

Así, se observa que los municipios con mayor tamaño y dinamismo económico concentran una proporción significativa del PIB turístico. Tal es el caso de Naucalpan, que supera los \$33,000 millones de pesos corrientes, así como Tlalnepantla y Ecatepec, cuyos niveles rebasan los \$20,000 millones cada uno. En contraste, destinos con una vocación eminentemente turística, como Valle de Bravo, apenas alcanzan poco más de \$1,600 millones de pesos anuales (estimación propia con base en la metodología de Asuad-Sanen et al., 2024).

En el extremo inferior, municipios como Jiquipilco, Amanalco de Becerra y Papalotla registran ingresos turísticos considerablemente menores, con estimaciones para 2024 de aproximadamente \$50, \$40 y \$16 millones de pesos corrientes, respectivamente (estimación propia con base en la metodología de Asuad-Sanen et al., 2024). Estas cifras muestran profundas disparidades territoriales en la generación de ingresos turísticos y en lo que se puede esperar de contribución de la actividad al desarrollo local.

Lo anterior invita a considerar las características del territorio antes de proyectar actividades turísticas como alternativas de desarrollo. Si bien, hay modalidades de turismo alternativo que tienen potencial y su impacto es menor, su viabilidad depende de la consolidación de atractivos y productos turísticos estructurados, acorde a nichos de mercado con necesidades y expectativas específicas.

Conclusiones

La política pública constituye un instrumento clave para impulsar el turismo y fomentar el desarrollo económico local. No obstante, la apuesta por esta actividad conlleva múltiples riesgos, particularmente cuando el desarrollo de infraestructura no se traduce en una mejora sustantiva de la oferta turística, lo cual, puede generar impactos negativos en la imagen urbana, derivados de productos turísticos con limitada capacidad de atracción, mala calidad y baja rentabilidad, como ocurre en diversos PM y PE del Estado de México.

Así también, las iniciativas y partidas presupuestales no sólo deben enfocarse al fomento empresarial para incidir en la infraestructura, sino también promover el desarrollo de capacidades, la consolidación de acciones colectivas y la cooperación, respetando las otras actividades económicas que tradicionalmente han existido en los municipios incluyendo la agrícola. Al final, las actividades turísticas no están peleadas con la naturaleza y con acciones coordinadas se puede incidir en mejores propuestas de productos turísticos. De la misma forma, el tener diversificadas las actividades económicas ayuda a mitigar los riesgos, hay que recordar que el turismo es una actividad frágil que puede crecer o decrecer por factores sociales, ambientales, políticos, entre otros y los impactos pueden manifestarse de manera inmediata en las comunidades.

También se debe considerar la participación e inclusión coordinada de los distintos actores del sector turístico —como empresas, organizaciones de la sociedad civil y la academia— con el gobierno para que la política turística tenga mayores posibilidades de éxito (Magaña, 2009) y aunque esto es algo que ya se contempla en las reglas de operación de los PM y PE, el fortalecer la gobernanza es un medio para lograr que el turismo genere los resultados esperados en temas de desarrollo económico.

Referencias.

Asuad-Sanén, N. E., Contreras Cleofas, O., Mújica Romo, A., & Huitrón Mendoza, J. A. (2024). Tourism GDP estimate by locality, municipality, and federal entity of Mexico in 2018. *El Trimestre Económico*, 91(361), 47–77. <https://doi.org/10.20430/ete.v91i361.2071>

Baidal, J. A. I., & Rebollo, J. F. V. (2008). *Espacios turísticos: Mercantilización, paisaje e identidad*. Universidad de Alicante.

Benavides, G. F. (2015). Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano. *Suma de Negocios*, 6(13), 66–73.

Benseny, G. (2013). *Gestores costeros: De la teoría a la práctica: Una aplicación en áreas litorales*.

DATATUR. (2024). *Cuenta Satélite del Turismo de México*. <https://datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ProductoDestacado3.aspx>

Diario Oficial de la Federación. (2014). Acuerdo por el que se establecen los lineamientos generales para la incorporación y permanencia al Programa Pueblos Mágicos. <https://bit.ly/3bbM4xs>

Díaz, J. E. L. (2024). Análisis de gentrificación urbana en México: Reflexión teórica y aportaciones científicas. *Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo*, 16.

Goeldner, C., & Ritchie, J. R. B. (2012). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2023). *Censos Económicos*. <https://www.inegi.org.mx/app/saic/>



Magaña-Carrillo, I. (2009). La política turística en México desde el modelo de calidad total: Un reto de competitividad. *Economía, Sociedad y Territorio*, 9(30), 515–544.

Periódico Oficial Gaceta del Gobierno. (2014a). Publicación no. 65. https://legislacion.edomex.gob.mx/ve_periodico_oficial

Periódico Oficial Gaceta del Gobierno. (2014b). Publicación no. 70. https://legislacion.edomex.gob.mx/ve_periodico_oficial

Poncela, A. M. F. (2016). Una revisión del programa Pueblos Mágicos. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 10(1), 3–34.

Secretaría de Turismo (SECTUR). (2025). Sector concluye primera fase de Estrategia Nacional de Fortalecimiento de los 177 Pueblos Mágicos. <https://www.gob.mx/sectur/>

Suárez, Y. A. A., Sánchez, Z. H. V., & Vásquez, J. L. C. (2023). El turismo y la transformación del capital social en las comunidades rurales. *Apuntes del CENES*, 42(76), 123–152.