

## **Diagnóstico de percepción de comerciantes de un pueblo mágico, para el diseño de un programa de educación ambiental**

### ***Perception of merchants of a magical town, for the design of an environmental education program***

**Dulce María Reyes Barrera**

Universidad de Guanajuato

[dm.reyes@ugto.mx](mailto:dm.reyes@ugto.mx)

ORCID: 0000-0001-8468-5892

### **Resumen**

El objetivo de este trabajo fue generar un diagnóstico de la percepción sobre sostenibilidad que tienen los comerciantes dedicados a actividades turísticas en el Pueblo Mágico de Salvatierra, Guanajuato, en vinculación con la Dirección de Turismo municipal y el Comité Ciudadano. La metodología consistió en diagnosticar la percepción de los comerciantes sobre el desarrollo sostenible como primer paso, para luego partir de los resultados y construir el programa piloto. Para esto, se aplicó un cuestionario de 22 preguntas con distintas categorías: a) perfil del participante, b) giro de negocio y perfil del turista, c) problemática socioeconómica y ambiental, d) percepción sobre la sustentabilidad, prácticas y objetivos del desarrollo sostenible, e) interés en participar en capacitación sobre la sustentabilidad aplicada a sus negocios. Los resultados muestran un perfil variado de los comerciantes, con predominancia en prestadores de servicios de alimentos y bebidas, turistas que los visitan, problemas relacionados con la "basura", violencia y falta de empleos; falta de conocimiento sobre generalidades de la sustentabilidad y, finalmente, interés en capacitarse, pero en horarios flexibles. Se concluye con una propuesta de educación ambiental apegada a la generación de información y distribución personalizada, en horarios diversos, apegada a la sensibilización por medios impresos y digitales.

**Palabras clave:** Ecodesarrollo, educación ambiental, percepción del entorno (Tesauros); percepción ambiental, pueblos mágicos (Palabras claves del autor).

## Introducción

El Desarrollo Sostenible (DS) ha sido una impronta para integrar los sistemas socioeconómicos y naturales a las políticas de cualquier escala, con el fin de que las actividades humanas dañen lo menos posible los ecosistemas. Al respecto, a partir del año 2015, se incorporaron a este reto los llamados Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), los cuales incluyen: fin de la pobreza, hambre cero, salud y bienestar, educación de calidad, equidad de género, agua limpia y saneamiento, energía asequible y no contaminante, trabajo decente y crecimiento económico, industria, innovación e infraestructura, reducción de desigualdades, ciudades y comunidades sostenibles, producción y consumo responsables, acción por el clima, vida submarina, vida de ecosistemas terrestres, paz, justicia e instituciones sólidas, y alianzas para lograr los objetivos (ONU, 2022).

No obstante, los antecedentes de los ODS se remiten a distintos planteamientos institucionales, sobre todo derivados del Informe Brundtland (1987), en el que se hizo latente el tema de la pobreza, la urbanización y la hiperproducción industrial. Además, los ODS fueron madurando en distintas cumbres y acuerdos internacionales desde aquella época, como en la Cumbre del Milenio, por mencionar una de ellas.

De la mano del desarrollo sostenible, el cual busca satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la satisfacción de las necesidades y su satisfacción a las generaciones futuras, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) ha generado la educación para el desarrollo sostenible, como un eje que contribuya a sensibilizar a la población sobre sus principios y los ODS.

Si bien se realizan esfuerzos para que la sociedad y los agentes del sistema económico adopten la filosofía del DS y de los ODS, desde un punto constructivista de la educación ambiental (EA), es probable que la sociedad aún no posea conocimiento suficiente para incorporar la sostenibilidad a sus actividades diarias.

En el caso de la educación ambiental, esta trata de incluir temas sobre cuidado del entorno, incluyendo el tema ambiental a las dinámicas socioeconómicas. No obstante, compartir información no implica que el conocimiento se relacione directamente con una mayor conciencia sobre lo ambiental ni sobre el cambio de actitudes, hábitos y valores en la relación sociedad-naturaleza.

Sobre lo anterior, Márquez (2019) señala que el constructivismo supone que el aprendizaje de las personas depende de las influencias de su entorno y de cómo ellas interactúan con él, ya que a partir de estas dinámicas es que cada sujeto adquiere diferentes aprendizajes. A la vez, cada individuo requiere anclar nuevos conocimientos sobre sus experiencias y aprendizajes pasados; así, será más fácil anclar los nuevos aprendizajes sobre temas o situaciones con los que están relacionados y que se presentan en el entorno inmediato.

Por otro lado, es importante considerar que la percepción ambiental se basa en tomar en cuenta el discurso que los sujetos realizan sobre su propio entorno. Justamente, los análisis de percepción se interesan en rescatar las subjetividades de los sujetos de estudio en el lugar donde se presenta el fenómeno, esto implica disposición mental de cada individuo ante estímulos del entorno, aprendizaje y conductas o comportamientos derivados de dichos estímulos (Ortega et al., 2018).

Lucca (2016) señala que los seres humanos damos ciertos significados a la naturaleza, y eso se vuelve parte de nuestra identidad y cultura. En este sentido, existe desde finales de los 80 una propuesta de cambio de paradigma, de uno extremadamente consumista, a uno más consciente e integral que busca el equilibrio entre los ámbitos económico, social y natural, es decir, el desarrollo sostenible (ONU, 1987).

Por otro lado, el sector turístico es uno que, desde el ámbito socioeconómico, puede tener impactos catastróficos en el entorno natural de los sitios donde se practica (Reyes et al., 2018). No obstante, existen posturas en las que se considera que los impactos negativos del turismo se presentan en mayor medida en sitios donde la actividad no se planea ni se regula; en cambio, donde el turismo se planea y es liderado por habitantes, otros actores locales, como los comerciantes, y autoridades administrativas del sitio que se visita, es posible lograr un turismo sostenible (Reyes et al., 2018; Medina-Castro et al., 2019).

Sobre el tema turístico en México, desde el año 2001, se comenzó a generar el Programa de Pueblos Mágicos (PPM). De acuerdo con la Secretaría de Turismo (SECTUR):

*“Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin, magia que te emanan en cada una de sus manifestaciones socioculturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico. El Programa Pueblos Mágicos contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros”* (SECTUR, 2019).

El PPM lo que ha procurado desde su surgimiento ha sido diversificar la oferta turística para que el turismo de sol y playa se redistribuya, así como su derrama económica, en más puntos atractivos para visitantes. No obstante, aunque se ha trabajado en incorporar estrategias de cuidado ambiental y de desarrollo sostenible, entre otras, es posible que estas aún no permeen entre los habitantes y turistas de dichos PM.

Considerando lo anterior, este trabajo se centra en interpretar la percepción de la sostenibilidad que tienen los comerciantes dedicados a actividades turísticas en el Pueblo Mágico de Salvatierra, Guanajuato, México; para, a partir de los resultados, proponer una estrategia de capacitación para ellos a través de la Dirección de Turismo Municipal y del Comité Ciudadano Salvatierra Pueblo Mágico.

## **Materiales y métodos**

Esta iniciativa surgió debido a que la Dirección de Turismo del Municipio de Salvatierra y el Comité Ciudadano solicitaron apoyo a la Universidad de Guanajuato, sede Salvatierra, con el fin de trabajar esquemas de educación ambiental para el desarrollo sostenible con comerciantes que se dedican a atender turistas por medio de sus diferentes giros de negocios.

Desde el 2011, la cabecera municipal fue denominada Pueblo Mágico; no obstante, la sostenibilidad no se ha trabajado dentro de los planes turísticos locales, lo cual deja en riesgo la sobreexplotación de recursos naturales locales y problemas ambientales más agudos en el municipio. Además, los comerciantes son quienes reciben y están en contacto

permanente con ciudadanos y turistas, dados los servicios que ofrecen en sus negocios locales.

Previo a este trabajo, se diseñó un curso de 4 horas para comerciantes, se convocaron 52 de un listado proporcionado por la Dirección de Turismo; no obstante, de ellos solo llegaron cinco a la capacitación. Debido a esto, se consideró generar el presente estudio, debido a que previamente no se partió de un diagnóstico de intereses y percepciones de los comerciantes, que facilitaría los temas y logística para generar una capacitación más adecuada a sus necesidades y disponibilidad.

La metodología de este estudio es de carácter diagnóstico, exploratorio y cualitativo, basado en un cuestionario de 22 preguntas con distintas categorías:

#### **a) Perfil del participante**

1. Edad.
2. Sexo.
3. ¿Eres propietario o propietaria del negocio?
4. ¿Antes del 2011 vivías en Salvatierra?

#### **b) Giro de negocio y perfil del turista**

5. ¿Cuál es el giro de tu negocio?
6. ¿Tú negocio atiende turistas?
7. ¿De dónde provienen generalmente los turistas que visitan tu negocio?
8. Califica del 0 al 10 qué tanto consideras que beneficia a tu negocio que Salvatierra sea pueblo mágico.

#### **c) Problemática socioeconómica y ambiental**

9. ¿Cuál crees que sea un problema social de gran gravedad en Salvatierra?
10. ¿Cuál crees que sea un problema económico de gran gravedad en Salvatierra?
11. ¿Cuál crees que sea un problema ecológico de gran gravedad en Salvatierra?
12. De los problemas que señalaste ¿cuál puede llegar a afectar más tu negocio?

#### **d) Percepción sobre la sustentabilidad, prácticas y objetivos del desarrollo sostenible**

13. ¿Qué significa para ti la sustentabilidad?
14. ¿Consideras que Salvatierra es sostenible?
15. ¿qué acciones realizas en tu negocio que sean buenos para la sustentabilidad?
16. ¿conoces los objetivos del desarrollo sostenible?
17. Menciona un objetivo del desarrollo sostenible
18. ¿Coincide su respuesta con el ODS?
19. ¿Qué consideras que deba hacer Salvatierra para ser sostenible?
20. ¿En tu negocio aplicas alguna ecotecnología que sea sostenible? (en caso de que tu respuesta sea "sí" menciona cuál).

#### **e) Interés en participar en capacitación sobre la sustentabilidad aplicada a sus negocios**

21. ¿Te gustaría participar en un curso o taller sobre sustentabilidad?
22. En caso de participar en algún curso o taller sobre sustentabilidad, menciona en qué horario se te facilitaría.

Debido a la escasez de personal y tiempo para aplicar de manera personal los cuestionarios a los 52 comerciantes identificados en el listado proporcionado por la Dirección de Turismo Municipal, se les envió un enlace que dirigía a la herramienta Google Forms. De esta manera, la aplicación se realizó de manera virtual. Previamente, se constató por medio de llamada que cada negocio contara con un servicio de celular y que pudieran recibir el formulario por medio de la aplicación de WhatsApp.

Las preguntas realizadas tenían como finalidad recopilar datos generales sobre el perfil de los comerciantes y su percepción e interés sobre el tema de la sustentabilidad, así

como de la problemática que más identifican en su entorno. A partir de los resultados, se ha generado la logística para el curso de capacitación, tomando en cuenta horarios, temas ambientales en los cuales se debe hacer énfasis, así como la profundidad del abordaje sobre el desarrollo sostenible.

## **Resultados**

Del total de 52 comerciantes del listado proporcionado por la Dirección de Turismo Municipal, se obtuvieron 29 cuestionarios respondidos. En términos de validez, se considera un margen de error del 12% con un nivel de confianza del 95%. Los resultados se presentan de manera resumida en este documento, a partir de las respuestas con mayoría identificada en la base de datos generada por el programa en línea Google Forms (ver Tabla 1).

Los datos arrojan las principales necesidades que deben de considerarse dentro del programa piloto, algunas de las más representativas se señalan a continuación:

- Edades: 30 y 40 años.
- Giro: Alimentos y bebidas.
- Problemáticas: Crímenes y homicidios, falta de empleo, basura.
- Se percibe a la sustentabilidad como una integralidad con sesgo hacía el cuidado de la naturaleza.
- Atienden a pocos turistas, pero muchos visitantes.
- La mayoría de visitantes provienen de CDMX, Querétaro y Michoacán.

Las principales consideraciones se describen a continuación:

### **a) Perfil del participante**

En este caso, el discurso elaborado para la comunicación de la información puede ser para el público en general, pero se debe considerar en mayor medida la terminología que sea fácilmente comprensible y familiar para personas entre 30 y 40 años de edad. Es posible que se incluyan actividades o dinámicas de trabajo enfocadas en los comerciantes dentro de este rango de edad. Además, es importante tener en cuenta que la mayoría de los propietarios son mujeres, por lo que se les capacitará en temas de desarrollo sostenible. También es importante reconocer que no todos los comerciantes han vivido siempre en Salvatierra. Por lo tanto, es



probable que sea necesario incluir temas o referencias que ellos puedan identificar en su entorno.

Es fundamental utilizar un lenguaje, contenido y medios de capacitación adecuados. Por ejemplo, se pueden utilizar presentaciones en salones con proyectores o mesas de trabajo, dependiendo del perfil de los participantes.

#### **b) Giro de negocio y perfil del turista**

El giro del negocio y el perfil del turista que atienden los comerciantes son importantes para definir las recomendaciones de técnicas, ecotecnias o prácticas que pueden realizar los comerciantes. En el caso de Salvatierra, la mayor parte de negocios se dedica al sector de alimentos y bebidas. Por lo tanto, en las capacitaciones se pueden incluir ejemplos sobre el entorno o los ODS acotados a dinámicas gastronómicas, o uso y desechos de residuos orgánicos, alimentos saludables, ecotecnias, entre otros utilizados en dicho giro. Además, se debe considerar que no todos los negocios reciben turistas, por lo que dentro de la capacitación debe señalarse que ellos también contribuyen al bienestar y atención de los ciudadanos, no solo de los turistas. Al respecto, la mayoría de los turistas en Salvatierra provienen del interior de México, sobre todo de la Ciudad de México y estados vecinos. Un bajo porcentaje es de extranjeros. Por lo tanto, se puede facilitar que los comerciantes lleven a cabo propuestas o estrategias comunicativas o de concientización considerando las costumbres y tradiciones de los connacionales, a diferencia de cómo se tendría que hacer con extranjeros, en otros idiomas o con estrategias diferentes.

#### **c) Problemática socioeconómica y ambiental**

En el caso de Salvatierra, entre los problemas principales se encuentran los crímenes y homicidios, la falta de empleo y la basura. De estos, se puede realizar una planeación temática previa, observando los ODS y reflexionando en dónde encuentra cabida y una posible solución cada uno, ya que todos pueden ser abordados mediante uno o varios ODS, incluso señalando cuál es uno de los más importantes para los comerciantes, que en este caso fue el del ámbito social: crímenes y homicidios, que pueden abordarse por medio del ODS 16 “Paz, justicia e instituciones sólidas”, por mencionar un ejemplo.



Identificar los principales problemas del entorno socioeconómico y ambiental donde se encuentra el comerciante puede ayudar a retomar ejemplos o temas para explicarlos en las capacitaciones sobre sustentabilidad.

#### **d) Percepción sobre la sustentabilidad, prácticas y objetivos del desarrollo sostenible**

Es común que el desarrollo sostenible sea relacionado únicamente con el ámbito natural y sus procesos; no obstante, por medio de los ODS se pueden abarcar 17 temas generales con sus propias metas o especificidades. Por lo anterior, la percepción que tienen los comerciantes sobre la sostenibilidad puede dar pauta a abordar temas básicos, intermedios o avanzados. Si bien esto lo define el capacitador, aporta una interesante noción.

En el caso de Salvatierra, los comerciantes sí relacionan la sustentabilidad con temas ecológicos, pero en sus respuestas también hablan de la integralidad de la naturaleza, la sociedad y la economía como parte de un todo. En este caso, se percibe al PM como sostenible, y los mismos comerciantes ya realizan diferentes acciones de sustentabilidad, casi todas enfocadas al manejo de residuos sólidos, lo que ellos llaman “reciclaje”, que es estrictamente el acopio de PET para venta o regalo a personas de escasos recursos. Otro tema más es el consumo de agua de manera responsable, ya que sobre todo los hoteles comienzan a carecer del servicio constante de agua potable. Además, la mayoría de comerciantes indica conocer los ODS, pero pocos pudieron señalar al menos uno. Por tanto, el programa de capacitación debería contemplar una explicación no tan básica en el tema de desarrollo sostenible, sino intermedia, pero con énfasis en la descripción de cada ODS. Algo que apoyaría la capacitación sería aportar ideas de ecotecnias, ecotecnologías y beneficios de su aplicación. Finalmente, los comerciantes señalan que para que el municipio sea más sostenible, debe llevar a cabo más acciones de educación, conciencia y capacitación en este tema.

#### **e) Interés en participar en capacitación sobre la sustentabilidad aplicada a sus negocios**

La capacitación es un tema que los comerciantes consideran pertinente, sobre todo para que la ciudad sea sostenible. No obstante, casi la mitad de ellos prefiere horarios matutinos y el

resto, vespertinos entre semana; unos pocos eligen capacitación en sábado y otros, por medios virtuales.

Programar capacitaciones en horarios obligatorios para los comerciantes, sin tomar en cuenta su disponibilidad, puede ser un riesgo para que las sesiones tengan poca asistencia, lo cual impedirá alcanzar el objetivo del trabajo. Debido a lo señalado, considerar el tiempo sugerido por los propios participantes ayudará a brindarles una mejor atención y aumentará las posibilidades de asistencia.



**Tabla 1. Categorías con respuestas mayoritarias en las preguntas realizadas**

a) Perfil del participante	b) Giro de negocio y perfil del turista	c) Problemática socioeconómica y ambiental	d) Percepción sobre la sustentabilidad, prácticas y objetivos del desarrollo sostenible	e) Interés en participar en capacitación sobre la sustentabilidad aplicada a sus negocios
La mayoría de comerciantes se ubica entre los 30 y 40 años.	La mayoría de los negocios son del sector de alimentos y bebidas, los negocios menos representativos son de actividades, salud y viajes.	El principal problema social corresponde a crimen y homicidios.	La mayoría de los comerciantes relacionan la sustentabilidad con la ecología, de igual manera que con la ecología- sociedad-comercio (integralidad).	La Mayoría de los comerciantes señala que sí se interesa en capacitaciones sobre sustentabilidad.



La mayoría de los negocios tienen mujeres como propietarias.	No todos los negocios atienden turistas (13.7%, no).	El principal problema económico señalado es falta de empleo y gente con deseos de trabajar.	La mayoría de los comerciantes percibe a Salvatierra como sostenible.	52% de comerciantes indica que podría asistir con mayor facilidad a capacitaciones matutinas (antes de las 12:00 horas), 47 %señala que podría por las tardes, entre 15:00 y 18:00 horas; el resto indica que los sábados y por medio de internet.
No todos los comerciantes vivían en Salvatierra antes del 2011 (antes de que Salvatierra fuera nombrado Pueblo Mágico).	La mayoría de turistas son nacionales, sobre todo de lugares cercanos, como CDMX, Querétaro y Michoacán, y de ciudades vecinas del mismo estado, menos del 20% son extranjeros, y casi el 10% de comunidades del municipio.	El principal problema del medio natural es la basura.	La mayoría de comerciantes realizan acciones que perciben enfocadas a la sustentabilidad tales como reciclaje y uso eficiente de agua.	



	La mayoría de las opiniones señalan que ha sido un beneficio para su negocio que Salvatierra sea pueblo mágico.	De los problemas señalados, el que más consideran los comerciantes que puede afectar sus negocios es el de la delincuencia.	La mayoría de los comerciantes expone conocer los ODS.	
			La mayoría de los comerciantes no supo señalar un ODS.	
			La mayoría de los comerciantes comenta que Salvatierra debe de realizar más acciones de conciencia, educación y capacitación para ser sostenible.	
			La mayoría de los comerciantes no utiliza ecotecnologías en sus negocios.	

Fuente: Elaboración propia.

## Discusión

El desarrollo sostenible es un paradigma con más de 30 años en el mundo. No obstante, su difusión e integración en la vida de las sociedades aún no permea cada ámbito. Debido a esto, la educación ambiental se ha reconocido como una herramienta, considerando los ODS; sin embargo, hace falta establecer procesos y prácticas cercanos a la gente, para que puedan integrarlos a su vida.

Como lo señala Márquez (2019), el conocimiento de distintos temas, incluyendo los de DS y ODS, debe partir de experiencias de los sujetos que aprenden. Por esto, como lo señala Ortega et al. (2018), considerar su percepción permitirá saber de dónde partir y qué contenidos sumar.

Por esto, los resultados permiten tener en cuenta el perfil de la mayoría de comerciantes y, así, programar contenidos que incluyan un lenguaje apropiado, así como estrategias contenidas en educación para adultos. Sobre todo, incorporando el giro de sus negocios, más enfocado al de alimentos y bebidas, considerando, además, los principales problemas que ellos detectan.

Si bien esta propuesta es acotada al grupo en cuestión, puede ser un ejemplo para llevar a cabo en otros sectores o con otros grupos poblacionales.

Además, tomando en cuenta que el sector turístico puede ser un gran depredador, Reyes et al. (2018) considera que también puede contribuir a los procesos de desarrollo local de los distintos lugares.

## Conclusiones

En las distintas categorías, se ha encontrado información que ayuda a consolidar de mejor manera una propuesta de capacitación. Si bien el fin de este trabajo no fue desarrollar dicha propuesta, se deberán tomar en cuenta los resultados expuestos para atender las necesidades y percepciones planteadas.

Además, como se ha señalado anteriormente, tomar en cuenta las percepciones de los comerciantes ayudará a que los contenidos del programa piloto se construyan a partir de lo

que ellos ya conocen e identifican en su entorno. Así, la información, métodos de difundirla o tratarla en el programa, así como el lenguaje utilizado y las técnicas de participación podrán ser más específicas, no solo en cuanto a ejemplos que se puedan incluir, sino a las reflexiones y acciones que los participantes pueden realizar.

Otra cuestión más es la de identificar qué ODS pueden ser atendidos de manera más concreta dentro de los giros de los negocios de los comerciantes. Estrategias o análisis de acciones sobre el tema de la violencia, la falta de empleo y el manejo de la basura deberán ser los ejes rectores de una capacitación de mayor impacto.

Finalmente, una vez atendidos los contenidos, se recomienda que los participantes sean quienes hagan propuestas y compromisos que puedan asumir en sus negocios, ya que la sostenibilidad implica que los sistemas sean duraderos y se sostengan por sí mismos.

## **Futuras líneas de investigación**

En futuras investigaciones, se pretende realizar propuestas de contenidos y análisis de resultados del programa piloto. Todo esto bajo el mismo enfoque de desarrollo sostenible, considerando la educación para el desarrollo sostenible como una vía de acción y los ODS como instrumentos guía para acompañarlos de contenidos específicos, adaptados a los contextos de la población participante.

## **Agradecimientos**

Se agradece a la Universidad de Guanajuato por el apoyo para la investigación, a la Dirección de Turismo del municipio de Salvatierra, Guanajuato, México; además, al Comité Ciudadano de Salvatierra Pueblo Mágico, y a los comerciantes participantes en este trabajo.



## Referencias

- Lucca, E. (2016). La Gestión de los territorios: la cosecha escondida o la percepción ambiental de los espacios. 1ª. Ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. P. 314.
- Medina-Castro, Y., Roldán-Clara, B. & Leyva, C. (2019). Impactos del turismo en dos Parques Nacionales y áreas aledañas de Baja California, México: el caso de Sierra de San Pedro Mártir y Constitución de 1857. *Sociedad y Ambiente*, 7(19), 165-194. <https://doi.org/10.31840/sya.v0i19.1940>
- Márquez, F. (2019). Modelo de Naciones Unidas: una herramienta constructivista. *ALTERIDAD. Revista de Educación*, 14(2), 267-278. <https://doi.org/10.17163/alt.v14n2.2019.10>
- Organización de las Naciones Unidas (1987). Informe Brundtland. Nueva York.
- Organización de las Naciones Unidas (2022). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe.
- Reyes, M., Olague de la Cruz, J., & Verján, R. (2018). Estrategia de gestión pública para un enoturismo sostenible a partir de la percepción de problemas ambientales: El Valle de Guadalupe (México). *Estudios y perspectivas en turismo*, 27(2), 375-689. Recuperado en 28 de septiembre de 2022, de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322018000200010&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322018000200010&lng=es&tlng=es).
- Secretaría de Turismo (SECTUR) (2019). Programa Pueblos Mágicos, Recuperado en 28 de septiembre de 2022, de <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-pueblos-magicos>

Ortega, R., Veloso, R. y Hansen, O. (2019). Percepción y actitudes hacia la investigación científica. *ACADEMO. Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, 2(5), 101-109. <http://dx.doi.org/10.30545/academo>