

Efectos y limitaciones en el proceso de turistificación para la población local de San Miguel de Allende, Guanajuato

Effects and limitations of the tourism process on the local population of San Miguel de Allende, Guanajuato

Montserrat Castillo Vito^a, Cristina Flores Amador^b, Ernesto Bolaños Rodríguez^c

Abstract:

The purpose of this research is to analyze the factors that contribute to the process of touristification in San Miguel de Allende Guanajuato since its designation as a World Heritage Site by the United Nations, considering the implications generated with the modification of its social, economic and physical structure, as well as the challenges and effects they represent for the local community. The work has a non-experimental transversal design, with quantitative orientation, it was divided into two stages, the first was based on bibliographic and documentary research, with an exploratory, descriptive and explanatory approach, the second was approached in field work, with data collection instruments such as three types of questionnaires with direct closed questions, one to residents, another to tourist service providers and the third to visitors answered through a simple random sample, as well as an observation guide was also applied. The main conclusions obtained show that the process of touristification is the result of the neoliberal development model, favoring the dispossession of spaces and leading to the displacement of local inhabitants from the benefits that tourism as a predominant activity could bring them, in the same way, the expansion of real estate development is accentuated, The concession of public spaces, as well as the vertiginous increase of foreign actors who settle permanently in this place to establish businesses and enterprises with which they benefit through privatization privileges, impacting the transformation of identity and generating competitive disadvantages to the local inhabitants.

Keywords:

Touristification, Tourism, Cultural Heritage of Humanity, Local Population.

Resumen:

La presente investigación tiene como propósito analizar los factores que contribuyen al proceso de turistificación en San Miguel de Allende Guanajuato a partir de su denominación como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas, considerando las implicaciones generadas con la modificación de su estructura social, económica y física, así como los desafíos y efectos que representan para la comunidad local. El trabajo tiene un diseño de tipo no experimental transversal, con orientación cuantitativa, se dividió en dos etapas la primera se basó en investigación bibliográfica y documental, con un enfoque exploratorio, descriptivo y explicativo, la segunda se abordó en trabajo de campo, con instrumentos de recogida de datos como tres tipos de cuestionarios con preguntas cerradas directas, uno a pobladores, otro a prestadores de servicios turísticos y el tercero a visitantes respondidos a través de un muestreo probabilístico aleatorio simple, así también se aplicó una guía de observación. Las principales conclusiones obtenidas evidencian que el proceso de turistificación es resultado del modelo de desarrollo neoliberal, propiciando el despojo de espacios y orillando al desplazamiento de los habitantes locales sobre los beneficios que el turismo como actividad preponderante podría aportarles, de igual manera, se acentúa la expansión de desarrollo inmobiliarios, la concesión sobre espacios públicos, así también, el vertiginoso incremento de actores extranjeros que radican de modo permanente en este lugar para establecer negocios y emprendimientos con los que se benefician a través de privilegios de privatización, repercutiendo en la transformación de identidad y generando desventajas competitivas a los pobladores oriundos.

Palabras Clave:

Turistificación, Turismo, Patrimonio Cultural de la Humanidad, Población Local.

Introducción

El turismo es una actividad que por décadas ha sido un factor de crecimiento, que desde distintas miradas es considerado como fenómeno, como sector y como industria, desde esas visiones se ha convertido en un generador de ingresos, aunado a la gama de empleos que se apertura, y los impactos que este produce en el medio ambiente, aunado a los efectos socioculturales que propicia, como tal, es clave en el desarrollo local de aquellos lugares que carecían de condiciones de infraestructura óptima para los visitantes, sitios que se visibilizan para la preferencia de los visitantes a partir de resaltar sus cualidades y captar la atención de los mercados nacionales e internacionales, en ese sentido, desde los organismos gubernamentales se busca instituir políticas y transformaciones que argumenten la diversificación de la oferta a la que se puede acceder, lo que conlleva que existan normativas que buscan consolidar a los sitios que poseen un patrimonio cultural para que se tenga mayor inversión orientada al sector turístico, es así que, se procura reactivar la economía local, priorizando proyectos de índole turístico, encauzados a la iniciativa privada estableciendo e innovando en los servicios que se venden, abriendo un espacio a la competencia a inversionistas de nacionalidades distintas.

No obstante, esto puede favorecer, toda vez que se cuente con una organización y planificación integral, en donde se tomen en cuenta las necesidades e intereses de emprendimiento y no influir negativamente en la vida cotidiana de la población, lo cual, no siempre es así, dado que, en los sitios que se implementa el turismo como actividad preponderante desencadena que se incrementen situaciones que afectan a los actores locales, principalmente en el tema de estabilidad social y distribución de la economía, al fomentar una competencia no equilibrada, sobre todo cuando gran parte de inversionistas son de la iniciativa privada de origen extranjero, dejando en desventaja a los habitantes del lugar, sobre todo a quienes fungen como prestadores de servicios turísticos, siendo fundadores de empresas familiares en ese sector.

Es por lo que, se puede tomar en cuenta que, el turismo visto como un agente de oportunidades, que busca un equilibrio en el ámbito socioeconómico y ambiental, y, que orientado a impulsar y visibilizar a los sectores más vulnerables, puede abrir una gama de oportunidades encauzadas al bienestar común, tomando en cuenta el emprendimiento como un factor que procure ponderar las necesidades de trabajo y bienestar de las familias locales, siendo un escenario ideal, empero, no se ha dado de esa

forma, pues particularmente en poblados que se han transformado en destinos de gran auge y creciente flujo turístico presentan modificaciones en la calidad de vida, en las ofertas de trabajo, en el encarecimiento de servicios públicos, además de incremento en los costos de productos y el valor de la propiedad privada.

A ese respecto, se origina y generaliza que el poder adquisitivo de la población, se ve afectado, pues su consumo y utilización de productos y servicios no es en la misma medida que cuando previo a ser un lugar con la demanda de turistas tenían, lo cual, las familias suponían que esta actividad económica debía fortalecer económica a toda la sociedad, pero sin duda, no sucede de esa manera, eso se traduce en menoscabos para los pobladores oriundos dando cabida a condiciones desiguales contextualizando entornos de descontento y ambigüedad para las pequeñas y medianas empresas del ámbito turísticos y de giros comerciales relacionados a la atención al cliente, por la posición de dominio y posicionamiento ante la demanda turística que se tenga. Bajo ese panorama, distintos sitios al encarecer el costo de la vida rutinaria por contar con una vocación y sello turístico tienen afianzada en gran medida el flujo turístico, ocupación hotelera, uso y adquisición de servicios durante la estadía de los visitantes, dando una imagen de ser destinos costosos de renombre mundial donde incluso las tarifas pueden ser elevadas para los estándares del turismo internacional. Bajo ese tenor, el turismo en localidades con esas características hace no mucho tiempo tuvo tintes elitistas se fue democratizando, por los costos de traslado, precios para consumo, así como el estatus socioeconómico dominante. En este contexto, diversos sitios del planeta se fueron transformando debido al incremento de la actividad turística a la cual apostaban los gobiernos nacionales y supranacionales, como vía de crecimiento económico (Hernández, 2021). Todo ello, con el interés de potenciar el interés de nuevos mercados motivados por la diversificación de destinos que proyecten un nuevo concepto para experiencias significativas.

Desde ese enfoque, se puede afirmar que, a través del turismo se crea la necesidad de atraer a un mayor número de personas interesadas en satisfacer sus necesidades, gustos y preferencias, tomando en cuenta opciones diversas a nivel nacional, que puedan conseguir mantener el interés y ampliar la derrama económica de ese flujo de personas, para sumar beneficios en las comunidades locales, por lo que, se impulsa la creación de nuevos proyectos con el objetivo de construir distintos espacios de negocios, dejando así, que el turismo no solo busca desarrollarse en actividades tradicionales y/o culturales, sino que incursiona innovando en acciones y

estrategias que buscan resaltar el patrimonio cultural de cada lugar, ocupando como tema de identidad a la denominación Patrimonio Cultural de la Humanidad, concedida por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) como una insignia o marca que brinda seguridad, certeza y diferenciación entre los destinos, involucrando a prestadores de servicios y dando pauta a nuevos inversionistas.

Es entonces que, estas medidas y modelos de consolidación por los organismos públicos orilla a mantenerse en la esfera comercial y de productos que buscan ser opción alternativa en los disímiles segmentos de la corriente turística. Desde ese tenor, se genera la promoción de establecimientos con fines de lucro en conjunto con los atractivos focales de localidades definidas como destinos de alto impacto con un sello de reconocimiento por las actividades, por su reconocimiento y ubicación en las tendencias de los consumidores dejando un parteaguas que establece una realidad a cambios trascendentales en el modo y estructura de cómo difundir y establecer el contexto turístico en el ámbito nacional y al exterior. En consecuencia, la promoción turística local abre paso al proceso de turistificación, los establecimientos se convierten en espacios exclusivos, ofreciendo la oportunidad de consumo en un ambiente agradable para los turistas nacionales e internacionales, dejando de lado a la comunidad local. Por lo cual, es posible destacar que, en México se empieza a percibir este tipo de cambios, principalmente en los estados de Zacatecas, Querétaro, Puebla, Guanajuato y algunas Alcaldías de la Ciudad de México, donde la presencia de grandes capitales económicos se ha ido destinando al desarrollo de alojamientos turísticos y de los comercios, no solo ligados al ocio sino también al nivel de calidad del consumo que exigen los grupos de mayor poder económico que llegan a esas entidades. En el caso específico de Guanajuato, la propensión que se tiene por el posicionamiento cultural e histórico que ha ganado, destaca por su anfitriona y colocarse en las predilecciones de turistas nacionales e internacionales, lo que propicia que los actores locales emprendan la búsqueda de otras fuentes de ingresos, una de ellas es el turismo gracias al valor arquitectónico y autenticidad con la que cuenta todo el Estado.

Además, otro factor de notabilidad mundial que ha logrado con la realización del Festival Cervantino desde 1950, ya que, se podía observar que el lugar tenía un claro potencial para desarrollar un turismo cultural; como consecuencia de eso, en 2008 la UNESCO le otorga el nombramiento como Patrimonio de la Humanidad, siendo esto otro motivo para la explotación de Guanajuato como destino turístico.

De esta forma, se provoca una gran serie de cambios, específicamente en dos puntos, en las residencias de los alrededores de la ciudad y en los edificios ya que se generó una explotación en algunos de ellos para convertirlos en rutas turísticas de alto impacto e inversión, que estimuló la atención de los organismos y sectores vinculados al turismo de índole privada y pública para renovar la imagen, infraestructura y mantenimiento de los principales atractivos con los que cuenta, dando prioridad a los municipios y localidades con mayor índice de visitantes y con una marcada propensión de situarse en los intereses de los turistas e inversionistas, justificando los planes, programas y proyectos federales, estatales y municipales que engloban un gasto millonario para el rescate y mejoramiento de los espacios públicos, áreas comunes, servicios básicos y apertura a los capitalistas y negocios que eligen establecerse como parte de los productos y servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, recreación, inmobiliarios cambiando la fisonomía del lugar.

Dentro de esos municipios en donde de manera marcada se ha vivido un proceso más profundo que incluye cambios desde la estructura social, aspectos económicos y físicos de este hermoso lugar es en San Miguel de Allende dividido en dos fases, la primera tiene un enfoque dirigido al espacio llevándose a cabo una renovación urbana y de arquitectura para asegurar la originalidad y singularidad que procura plasmarse en la preferencia de los turistas, igualando fachadas, áreas verdes, como segunda etapa fue dar autorización bajo la normatividad gubernamental y proliferación de residentes singularmente extranjeros, mayoritariamente estadounidenses, de Canadá y también europeos con mayor capacidad adquisitiva, generando diversidad cultural y cambios que arriesgan la pérdida de identidad de quienes por décadas habitan allí, así como disímiles impactos que alteran a la sociedad, pues, como bien señala Liévanos, 2022 después se comienza a notar un incremento en los precios de propiedades inmobiliarias, además del hecho de mantener un predio catalogado como Patrimonio de la Humanidad y por último se genera el proceso de desplazamiento de la población local.

Otro periodo evidente comienza en la década de los años 2000, año en el que se incorporaron políticas de regeneración urbana vinculadas al turismo, como el nombramiento de Pueblo Mágico por la Secretaría de Turismo (SECTUR) en el año 2002. Seis años después, de acuerdo con Liévanos (2022), por medio de la intervención del estado, instancias oficiales, la ciudad es declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el año 2008, con el título de Villa Protectora de San Miguel y Santuario de Jesús Nazareno de Atotonilco, título otorgado por el aporte cultural y arquitectónico del

Barroco mexicano, todos estas denominaciones favorecieron la consolidación de San Miguel de Allende como un lugar obligado en las preferencias de los visitantes, dado que al ser una novedad por sus atributos desencadenó un flujo masivo de turistas y la mirada de empresarios.

Desde ese contexto, fue que a partir de la incorporación de políticas de conservación patrimonial y turismo a nivel nacional e internacional se desarrolló una fuerte inyección de capital por parte de inversionistas y gobierno y se dio inicio al apogeo de centros comerciales y servicios, con nuevos desarrollos inmobiliarios, proyectos turísticos y comerciales, con la llegada de hoteles y resorts, bienes raíces de inversión multinacional, y bancos, negocios de entretenimiento y servicios complementarios.

Tomando en cuenta lo atractivo que se tornó San Miguel de Allende, la inversión tanto pública como privada canalizada al municipio, ha promovido las modalidades de turismo de negocios y residencial, favoreciendo la construcción de hoteles, unidades habitacionales y centros de retiro para extranjeros, opciones para un sector elitista que posee un alto poder adquisitivo respecto al de los residentes.

Derivado de las modificaciones que se realizan a la ciudad encaminadas para el beneficio de los turistas, se empieza a dar una transformación del paisaje debido al uso excesivo de los espacios públicos donde se satura de locales exclusivos y lujosos comercios que paulatinamente provocan la pérdida de la esencia y valor cultural, incluyendo lo gastronómico al querer ofrecer un turismo diversificado y al mismo tiempo que sea de alta gama lo cual puede llegar a provocar cambios desde la producción de alimentos en zonas aisladas debido a que son de bajo poder adquisitivo hasta el cambio en la demanda de alimentos o platillos típicos de San Miguel de Allende por parte de los turistas.

Es por eso que, aunque un amplio número de personas no son desplazadas de manera física de sus lugares de residencia y deciden permanecer en dicha zona de alguna forma terminan perdiendo el espacio al que pertenecen porque el dominio del área hace que se disipen todos aquellos valores a los que están acostumbrados y que son parte de su cultura, tradiciones y vida cotidiana, situación que al final los hace sentir fuera de lugar, lo que refleja precisamente que hay un fenómeno que limita la participación de los habitantes originarios, pues es aquí en donde se pone de manifiesto la turistificación como un hecho real que prioriza la satisfacción y experiencias de los turistas anteponiéndose a las prioridades y calidad de vida de las familias, comercios y servicios locales dando énfasis a

la explotación de la cultura, los espacios y áreas destinadas para actividades sociales y son transformadas para el ocio y disfrute de los visitantes, dejando a un lado la opinión y afectaciones que esto produzca para la gente que ha crecido en San Miguel de Allende.

Por lo cual, no se debe eludir que a pesar de generar beneficios económicos para algunos sectores, es pertinente, tomar en cuenta a la población local con relación a su situación emocional, ya que la modificación que ha tenido la ciudad en los últimos años se encuentra justo en el centro histórico, esto para los residentes es una evidencia de un acontecimiento negativo, especialmente porque el entorno se alteró erradicando la coincidencia social que ha predominado durante años, dejando a un lado el poder considerar la indagación del proceso emocional que viven ante estos fenómenos.

También, se debe tomar en cuenta que las tradiciones y manifestaciones culturales que otorgan identidad y reconocimiento a un lugar con estos procesos que claramente es convertirlos en productos de consumo turístico excluyendo el valor real de esas expresiones históricas, abandonando su valor auténtico y propósito, dejando demostrando así que eso es parte de la turistificación como efecto invasivo, aunado a la discriminación que pueden llegar a tolerar por tratar de preservar sus costumbres que aún en contra de todo un sistema capitalista que refuerza las nuevas inversiones y la penetración de población que se establece con ideales distintos ocasionando que empiecen a hacerlas a un lado, generando así una pérdida de su cultura y forjando menoscabos en la sociedad, por los conflictos de intereses.

De acuerdo con lo anterior, el objetivo de esta investigación es analizar los factores que contribuyen al proceso de turistificación en San Miguel de Allende Guanajuato a partir de su denominación como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas, considerando las implicaciones generadas con la modificación de su estructura social, económica y física, así como los desafíos y efectos que representan para la comunidad local.

San Miguel de Allende. Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Para describir al municipio de San Miguel de Allende, es importante identificar la entidad federativa en la que se ubica que es el Estado de Guanajuato, el cual está ubicado en la mesa central y al sur de la altiplanicie mexicana; posee una extensión territorial de 30,628.17 km² (1.6% del territorio nacional), colinda por el norte con

los estados de Zacatecas y San Luis Potosí; colinda por el sur con el estado de Michoacán; por el este con Querétaro, y colinda por el oeste con Jalisco.

Dicho estado se caracteriza principalmente por su pasado minero, su arquitectura barroca y sus callejones, tiene un gran peso dentro de la historia de México, es el destino turístico colonial más importante de México debido a la diversidad de sus atractivos, como sus seis Pueblos Mágicos, dos Ciudades Patrimonio, cinco zonas arqueológicas y lugares turísticos que atraen a bastantes visitantes. El estado de Guanajuato está constituido por 46 municipios.

Destaca también por su amplia gastronómica y el Festival Cervantino que anualmente abre las puertas a artistas de cohorte nacional e internacional, su vasta belleza le permite contar con seis pueblos mágicos y un municipio reconocido por su singularidad y excepcional riqueza patrimonial, que ha trascendido fronteras al distinguirse como un destino que cada día amplía su consolidación y diversificación en el ámbito turístico es San Miguel de Allende, el cual se identifica como emblema de Guanajuato y sitio en el que el interés por habitar en este lugar se toma como una posibilidad de incluirse en un lugar mágico por su majestuosidad, por la arquitectura, historia y cultura que representa. Por otra parte, de acuerdo con Data México, en 2020, la población en San Miguel de Allende fue de 174,615 habitantes (47.6% hombres y 52.4% mujeres). En comparación a 2010, su población creció un 8.87%. En 2002 este destino obtuvo el nombramiento de "Pueblo Mágico", que otorga la Secretaría de Turismo (SECTUR) a sitios que conservan atributos culturales e históricos de México; en 2008 tal distinción le fue revocada porque la UNESCO la reconoció como ciudad patrimonio cultural de la humanidad. En este sentido, autoridades, empresarios y la sociedad local han tenido que adecuarse a los estándares nacionales e internacionales que promueven la actividad turística, buscando el rescate y preservación del patrimonio cultural y natural de la localidad, no sólo porque acoge los bienes que consolidan la identidad, sino también porque representa un legado para la humanidad (Soto, Cruz & Vargas, 2019).

Por ende, también los pobladores han debido integrarse a estos cambios, al acoplarse e integrarse para subsistencia social y económica, ya que no se toma en cuenta las opiniones que estos expresen, debido a que las autoridades de gobierno se rigen por el proyecto de transformación que se estableció a partir de la denominación ciudad patrimonio cultural de la humanidad, sin duda no es un proceso sencillo al romper con la estabilidad que se tenía, pues también deben lidiar con otras costumbres e idiosincrasia de quienes se

establecen de manera permanente y adquieren inmuebles para radicar de forma definitiva. A pesar de que los habitantes pueden tener la oportunidad de dedicarse igualmente a explotar una actividad de giro comercial turístico, no todos optan por esas labores, es entonces que se estimula la desventaja por el costo de vida que incrementa para los locales al convivir con personas extranjeras y de otras entidades de México que se arraigan en San Miguel de Allende.

En las últimas tres décadas, San Miguel de Allende se ha posicionado como una ciudad estratégica en el ámbito regional y a nivel estatal por su importancia como ciudad turística colonial, logrando que su economía sea cada vez más dependiente del turismo. Las características del Centro Histórico de la ciudad, sus calles empedradas, su arquitectura virreinal, su vida cultural y artística y la riqueza histórica y tradicional que la envuelve, la han convertido en un destino turístico importante para el estado de Guanajuato y para el país en general (Flores & Guerra, 2019).

Bajo estas características es como se proyecta a este lugar a nivel nacional e internacional incursionando entre los más demandados por experimentar un turismo de elite, pues se ha posicionado como un destino de alto impacto y de costos en los servicios orientados a las clases económicas altas, sin dejar de ser frecuentado por otros segmentos con menor poder adquisitivo, solo que la mayoría de negocios y servicios tienen tarifas que no son del alcance del promedio de la población, lo que afecta a la gente que vive en el lugar pues eso impacta en sus ingresos al ser también consumidores de distintos productos.

La ciudad, particularmente en los espacios más emblemáticos de su Centro Histórico, es cada vez más modificada en su escenografía en donde se desarrollan hoy diversas actividades y eventos dedicados a la convivencia, el consumo, la recreación y el entretenimiento de estas élites, además de ser marco también de una intensa vida nocturna con una enorme infraestructura dispuesta también para los visitantes de fin de semana nacionales y extranjeros provenientes de ciudades cercanas (Flores & Guerra, 2019).

La gastronomía de San Miguel de Allende refleja la diversidad de la región. Los visitantes pueden disfrutar de una mezcla de sabores mexicanos tradicionales y experiencias culinarias más modernas. Los mercados locales ofrecen productos frescos y auténticos, y los restaurantes locales sirven platillos típicos como enchiladas, tamales y carnitas. Por otro lado, San Miguel de Allende es hogar de numerosas festividades y tradiciones a lo largo del año. La celebración de la

Semana Santa, las festividades en honor a San Miguel Arcángel en septiembre y la festividad del Día de los Muertos son momentos destacados que muestran la riqueza cultural y religiosa de la ciudad.

De acuerdo con Visit San Miguel de Allende 2024, la mejor manera de disfrutar de la ciudad es caminando por sus calles empedradas llenas de mansiones coloniales y hermosos templos. Algunas de las atracciones que se puede encontrar en su caminata es el Jardín Principal en donde los visitantes acostumbra sentarse a platicar en las bancas de hierro forjado a la sombra de los laureles, escuchando a los músicos que tocan a los alrededores, o ver alguno de los muchos desfiles que pasan y tanto se disfrutan, uno de los principales atractivos culturales que se pueden disfrutar por su majestuosa fachada y exposiciones es el Museo Casa de Ignacio Allende, este edificio barroco de dos pisos es del siglo XVIII y, con su complejo trabajo en piedra y hierro forjado, es un magnífico ejemplo de las casas que construyó la rica nobleza española. Fue la cuna del Generalísimo Don Ignacio Allende y hoy en día funge como un museo con exhibiciones que nos hablan del papel que protagonizó el General Allende en la Guerra de Independencia, así como la historia y arqueología de la región.

Igual de imponente es la visita a la Parroquia de San Miguel Arcángel, quienes llegan a este lugar se reconfortan en la grandeza de su simbolismo, se construyó a finales del siglo XVII, era de arquitectura barroca, compuesta por dos torres, esto cambió dramáticamente en 1880 cuando un arquitecto autodidacta, fue comisionado para crear una fachada nueva. Se dice que se inspiró para su diseño en dibujos, grabados y tarjetas postales de catedrales europeas.

De ello, resulto una fantástica edificación neogótica, cuyas torres se pueden ver de casi cualquier lugar de la ciudad, ha hecho de la parroquia una de las iglesias más fotografiadas de México. Indudablemente todos estos espacios gozan de una privilegiada historia que les permite atraer y motivar su disfrute, empero los espacios públicos además de estar en condiciones adecuadas de imagen, limpieza, seguridad, se convierten en áreas de fiesta y celebraciones, en donde principalmente los grupos de jóvenes se reúnen a convivir antes y después de recrearse en negocios que prestan servicios como bares, cafeterías, y actividades nocturnas.

Con el mismo estilo y relevancia la Plaza Cívica es un recinto en el que concurren los pobladores locales como una costumbre dominical la cual se ha visto irrumpida por el excesivo número de visitantes que llega a ese lugar en donde en distintos momentos hay demasiado ruido, actividades que rompen la paz y tranquilidad de quienes

buscan un área de descanso y quietud para una tarde de relajación, pues los turistas llegan hasta este sitio modificando lo que por años se practicaba como reuniones familiares y de amigos con serenidad. Esta plaza fue construida originalmente en 1555 a un costado de la Plaza de la Soledad, esta área y no el jardín, era el centro más significativo para la población, fue el mercado y lugar de encuentro en su tiempo. Hoy en día la estatua ecuestre de Ignacio Allende domina la plaza.

Como parte de otras alternativas para conocer e integrarse a la cultura de la región, existe la fábrica La Aurora, esta alberga galerías, estudios de arte, joyerías, tiendas de diseño y antigüedades. En este centro de arte y diseño se puede conocer el trabajo de muchos artistas de San Miguel de Allende y de otros lugares, existen cerca de 50 galerías, además de tiendas de antigüedades, un par de restaurantes y cafés, lo que hace que de manera permanente exista movimiento y flujo de personas con intereses divergentes, originando mayor demanda de los servicios, lo que hace que cada día se amplíe la cantidad de establecimiento y eso la convierte en un potencial comercial para los inversionistas, y, a pesar de ser un lugar con un alto rango de costo en la vida cotidiana, para los interesados de nacionalidad extranjera no es un problema, dado el valor de su moneda con relación a la moneda nacional les otorga ventajas respecto a los locales.

Aparte de los lugares anteriormente mencionados, los museos públicos y privados, las galerías se han convertido en negocios que amplían la gama de opciones, ocupando en arrendamiento o adquisición del inmueble especialmente en la zona del centro histórico, pagando rentas desproporcionadas a los ingresos de los habitantes locales, y, quienes los ocupan mayormente son extranjeros que invierten en el lugar con sus negocios propios excluyendo a las familias originarias, dejando esa desventaja en situación crítica para estos últimos.

Para los visitantes esas exposiciones temporales y permanentes, son espacios intergeneracionales donde el conocimiento fluye entre los interesados por conocer más sobre lo que representa ser mexicano y Sanmiguelense. Entre los principales espacios destacan el "Museo Histórico Casa de Allende", la "Casa del Mayorazgo de la Canal", el "Museo la Esquina", "El museo de la Catrina", "Museo la Otra Cara de México" y el "Centro cultural de arte y diseño La Aurora", los cuales promocionan el eslogan "San Miguel de Allende: El Corazón de México" (Soto de Anda, Cruz & Vargas, 2019).

Otro aspecto determinante que procura brindar una estancia confortable a los visitantes es que los propietarios de servicios de hospedaje han buscado modificar las casas e inmuebles que adquieren con un diseño arquitectónico que exigen las normas de la Secretaría de Turismo y de la UNESCO, es decir, se torna en una exigencia para contar con edificaciones que no alteren la imagen y particularidad de los edificios, de ese modo se ofrece una amplia gama de opciones de alojamiento, contando con aproximadamente 434 hoteles registrados en Booking, desde lujosos hoteles boutique en antiguas casonas coloniales hasta acogedoras posadas y hoteles íntimos, diseñados para recibir a los viajeros que buscan nuevas propuestas personalizadas, localización privilegiada y atmósferas tan entrañables como el esplendor histórico de la ciudad. La hospitalidad cálida y amigable de los lugareños contribuye a hacer que la estancia de los visitantes sea memorable, Cabe destacar que las tarifas son variadas conforme a cada empresa y modalidad de reservación.

Marco Teórico Conceptual

Para el desarrollo de la presente investigación la actividad turística es de gran importancia debido a que todo el estudio se lleva a cabo alrededor de ella. Por ello, según lo formulado por Requena y Muñoz 2006, señalan que es una de las pocas actividades humanas que ha sido abordada desde diversas disciplinas (economía, ecológico, psicología, geografía, sociología, historia, estadística, derecho, las ciencias políticas y administrativas). Esto hace ver que el turismo es multidisciplinario que se complementa. Igualmente, desde una perspectiva sociológica, para Matute y Asanza (2006), el turismo es el medio por el que las personas buscan beneficios psicológicos, mediante la suma de tres factores: tiempo e ingresos libres y una consideración positiva o de tolerancia social hacia el hecho de viajar. En este sentido se obtiene que el turismo cuenta con una serie de factores infinitos implicados para que las personas puedan realizar actividades de ocio de forma individual o colectiva según sea su situación.

Al respecto, la Organización Mundial del Turismo (OMT), define al turismo como un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios, es así que, esta perspectiva se refleja tal cual en San Miguel de Allende pues el sector turístico es una actividad indispensable para el crecimiento de la ciudad, porque se ha convertido en un importante destino para la llegada de turistas y

gracias a ello, también se ha posicionado como destino con amplia gama de atractivos para el desarrollo de diferentes proyectos turísticos de disímiles empresas, dirigida a distintos segmentos de mercado.

De la misma manera, una gran cantidad de extranjeros y jubilados llegan por temporadas amplias de vacaciones y otros más a radicar a San Miguel de Allende como un sitio ideal para vivir gracias a la imagen y concepto de producto turístico que se ha creado, con un estatus de historia, comodidad, servicios múltiple, una ubicación geográfica privilegiada, y la ventaja del valor de su moneda en este país, lo que para ellos significa provechoso, para el resto de la población se traduce en un problema y dejar de tener ganancias competitivas y menoscabo en su tranquilidad social

El turismo ha llegado para cambiar por completo la ciudad de San Miguel de Allende entre sus antecedentes importantes como ser pueblo mágico hasta el actual como ciudad patrimonio se ha convertido en algo tan atractivo para poder dar paso al proceso de la turistificación, que de acuerdo a Navarrete (2022) se refiere a la apropiación a través del tiempo de un territorio por el turismo, manifiesto por la predominancia de espacios destinados a hoteles, servicios y equipamientos para visitantes, la polarización espacial y temporal de flujos turísticos, y por diversos efectos sociales, económicos y espaciales en el territorio de recepción. De ahí que, el término turistificación hace alusión a la forma excesiva que ocupa el turismo y el turista individuo-consumidor en las actividades sociales, culturales, económicas e identitarias del lugar de destino. De la misma manera, De la Calle, 2019 menciona que la turistificación consiste en una progresiva reorientación de las actividades comerciales y hosteleras a la clientela foránea.

En consecuencia, estos negocios ofertan productos de consumo orientados a una clientela amplia, desde los vecinos a los turistas internacionales, incluso el proceso de turistificación implica una adaptación progresiva de estos establecimientos hacia los turistas, transformación que afecta a horarios, precios, idiomas de atención e incluso al tipo de productos expuestos.

Por otro lado, la turistificación según Ojeda y Kieffer (2020), es un concepto válido que refiere un conjunto de complejos procesos de transformación a nivel social, económico, cultural, sobre un determinado espacio geográfico. Seguido de esto, la idea de turistificación se trata sobre todo de un modelo conceptual y de análisis de un espacio que se desea estudiar. Sin embargo, para Mansilla (2019), definen la turistificación como la

ocupación del espacio físico y la posterior transformación de éste en un producto turístico para una gran cantidad de masas de consumidores.

Contemplando estas orientaciones es válido tomar en cuenta que en San Miguel de Allende sí se tienen elementos que clarifican la forma en que se ha vendido dando de manera incipiente el proceso de turistificación, a partir de incluir al turismo como actividad meramente comercial vista como un producto que mercantiliza los espacios, los atractivos y la propia identidad de los pobladores, menguando los valores de quienes tienen sus raíces y se ven avasallados por las nuevas costumbres y estilos de vida de los residentes que se insertan como miembros de la comunidad, forjando un choque cultural y de historias paralelas que rebasan la tranquilidad y estabilidad emocional de las familias exponiendo el sentir de la añoranza de tiempos de tranquilidad a cambio de comercializar el municipio como un destino potencial de crecimiento forzado ante las miradas de aceptación y adaptación, empero con vasto incremento de la corriente turística que cada año se amplía.

De acuerdo a lo anterior, en San Miguel de Allende a partir de la popularidad que la ciudad empezó a tener una gran oleada de inversiones para la realización de distintos proyectos como centros comerciales, hoteles, restaurantes, bancos, entre otros, han ocasionado una modificación en las dinámicas sociales y en el uso que se le da a los espacios públicos. La especialización hacia el turismo de la economía de la cabecera municipal ha influido para que la relación de intercambio sea desigual y dependiente, además de haber una hiperconcentración de la zona urbana y de los recursos orientada exclusivamente hacia el turismo.

De manera que, la popularidad que ha alcanzado dicho municipio es además por su nombramiento como Patrimonio Cultural de la Humanidad que, de acuerdo a la UNESCO, el patrimonio es el legado que heredamos del pasado, con el que vivimos hoy en día, y que transmitiremos a las generaciones futuras. Nuestro patrimonio cultural y natural constituye una fuente irremplazable de vida y de inspiración. El concepto de Patrimonio Mundial tiene un carácter excepcional debido a su alcance universal. Los sitios del Patrimonio Mundial pertenecen a todos los pueblos del planeta, independientemente del territorio en el que se encuentren.

Con esos términos, es importante mencionar que la ciudad de San Miguel de Allende fue inscrita en la lista de la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad el 7 de julio de 2008, bajo el título de Villa Protectora de San Miguel el Grande y Santuario de Jesús Nazareno de

Atotonilco. La distinción se otorgó debido a su aporte cultural y arquitectónico al barroco mexicano y a su importancia en la lucha de Independencia de México. En el siglo XX, San Miguel se volvió un lugar atractivo por su belleza, tranquilidad y vida cultural y académica (Flores & Guerra, 2019). La ciudad patrimonio, San Miguel de Allende tiene un encanto particular que se desprende de su arquitectura colonial bien conservada, calles empedradas y una rica historia que se remonta a la época de la Colonia. La arquitectura colonial española impregna la ciudad, con iglesias barrocas y edificios con fachadas de colores vibrantes. La parroquia de San Miguel Arcángel, con su distintiva fachada neogótica, es un ícono reconocible de la ciudad.

Además de la arquitectura y su belleza natural, un aspecto que se debe destacar es la población local por conformarse no sólo de seres humanos, comúnmente denominados residentes, sino de un espacio geográfico con especificidades sociales, económicas, culturales, ecológicas y políticas que se conjugan para construir la complejidad comunitaria, precisa de ser analizada como un elemento cuya importancia recae al mismo tiempo en los aspectos sociales, económicos, culturales, ecológicos y políticos de todos aquellos involucrados directa o indirectamente en el turismo (Monterrubio, 2009).

En el caso de San Miguel de Allende, la población local es parte indispensable del destino ya que gracias a ellos la cultura que distingue a la ciudad sigue presente al seguir las costumbres y tradiciones que se tenían; además, de que la mayoría de los servicios turísticos son ofrecidos por integrantes de la población.

Marco Metodológico

La presente investigación concibe la relación desde la descripción a través de un exhaustivo análisis documental, mediante un estudio deductivo y transversal, a partir de una investigación exploratoria, descriptiva y explicativa que se encarga de puntualizar la transformación que ha sufrido un Patrimonio Cultural de la Humanidad, como lo es San Miguel de Allende derivado del aumento de la popularidad para los visitantes tanto nacionales como extranjeros para conocer su arquitectura, historia y cultura principalmente. También, se presentan una serie de características para dar continuidad con el proceso de la investigación y que se resaltan para dar un abordaje más explícito sobre lo que se habla. Se presenta con la información verídica, precisa y sistematizada y no menos importante evitando realizar alguna inferencia en torno al fenómeno de estudio.

Por lo demás, es importante tomar las características primordiales que consisten en ser observables y verificables con la finalidad de un análisis más amplio para comprobar diferentes versiones. Igualmente, se llevó a cabo la aplicación de una guía de observación que en este caso se tomó en cuenta elementos de infraestructura, estructura turística y servicios, a la par con las condiciones en las que se encuentran cada uno de éstos, además se identificó aspectos de seguridad, medio ambiente, y, adecuaciones que se han implementado en las zonas públicas de la localidad, del mismo modo, transformaciones que se adaptaron para modificar la imagen de las calles, parques, áreas verdes, todas estas características se observaron a partir de las variables que se incluyen en los cuestionarios para llevar a la par la información y así tener un análisis profundo y con confianza en los resultados que se generaron.

Con base en la guía de observación, incluso se buscó profundizar en las alteraciones que se han dado en los inmuebles, locales y sitios exclusivos de atención a los turistas para registrar los cambios que han presentado, orientado a homologarse en la normativa que determina la UNESCO a lugares con estas características de patrimonio Cultural de la Humanidad.

Por otra parte, además se aplicó como instrumento de recogida de datos en el trabajo de campo encuestas para poder reconocer las condiciones actuales en las que se encuentra San Miguel de Allende, desde los puntos de vista de la comunidad anfitriona, prestadores de servicios turísticos y visitantes, con la finalidad de recabar datos respecto a su percepción, grado de satisfacción, cómo observan y ocupan la infraestructura, servicios básicos o complementarios, las condiciones de su vida cotidiana y a lo que se enfrentan actualmente la población local de San Miguel de Allende a partir del incremento de la afluencia turística por la alta demanda que se genera al ser parte de la lista de Patrimonio Cultural de la Humanidad y lo que conlleva con los impactos que se derivan de acciones propias de varias actividad como lo es la turistificación.

Cabe señalar que los cuestionamientos de cada encuesta dirigida a los diferentes grupos que se eligieron se tomaron en consideración las variables que correspondían a cada rubro, es decir, los temas que se abordaron a visitantes, prestadores de servicios y pobladores se avocaron a un fin común saber su opinión, conocimiento y experiencia sobre la temática que plantea este estudio.

De tal forma, la metodología empleada es a partir de un enfoque con orientación cuantitativa que pretende dar

conocimiento más a fondo de los cambios que se han tenido con la turistificación en San Miguel de Allende, y de esta manera saber cuáles son los efectos y limitaciones de la población local ante el proceso de la turistificación. En este caso, como ya se mencionó se emplean instrumentos de investigación estructurados, con preguntas directas en los cuestionarios para recopilar datos de manera concisa y veraz. Además, los resultados se basan en muestras representativas de la población, visitantes, y pobladores lo que garantiza la validez y confiabilidad de las conclusiones extraídas. Pues esto busca tener una perspectiva rigurosa y sistemática que permite obtener resultados que son significativos y aplicables en diversos contextos científicos y prácticos (Hernández- Sampieri y Mendoza., 2018).

Población, Muestra y Muestreo.

La población (N) objeto de estudio, la constituyen los pobladores. N= 174,615 habitantes (Data México, 2020) Una muestra en el contexto de la investigación cuantitativa es un subconjunto seleccionado de una población más amplia que se estudia para obtener conclusiones sobre esa población en su conjunto, siendo un grupo representativo de individuos, elementos o unidades que se eligen deliberadamente para ser estudiados en lugar de investigar a todos los miembros de la población completa (Hernández - Sampieri y Mendoza, 2018).

Dentro de este enfoque se aplica la siguiente fórmula matemática estadística que permite determinar el tamaño de las muestras representativas de la población, turistas y población local.

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Cuestionario 1. Población local

Donde:

n= muestra.

N= Tamaño de la población o universo. Teniendo 174,615 habitantes en San Miguel de Allende (Data México, 2020).

i= Error imprevisto o incontrolado, toma valores de 1 hasta 10%

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

Z= Estadígrafo de la Curva Normal Gaussiana, al 95% de confianza y un 5% de error admitido. Z = 1.96 (Marchal, 2019).

Teniendo como resultado de la muestra a 115 pobladores, a los cuales se le aplica el instrumento de recogida de datos (cuestionario diseñado).

Dentro de la investigación, se toma en cuenta el muestreo probabilístico aleatorio simple sin reemplazo, el cual implica la recopilación de datos de una muestra en un solo punto en el tiempo. Este diseño se utiliza para describir características de una población o para explorar relaciones entre variables en un momento específico, sin manipular ninguna variable independiente (Hernández - Sampieri y Mendoza, 2018).

Cuestionario 2. Turistas

Donde:

n = muestra.

N = Tamaño de la población o universo. Teniendo 2 millones de turistas en San Miguel de Allende (El Economista, 2024).

i = Error imprevisto o incontrolado, toma valores de 1 hasta 10%

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

Z = Estadígrafo de la Curva Normal Gaussiana, al 95% de confianza y un 5% de error admitido. $Z = 1.96$ (Marchal, 2019).

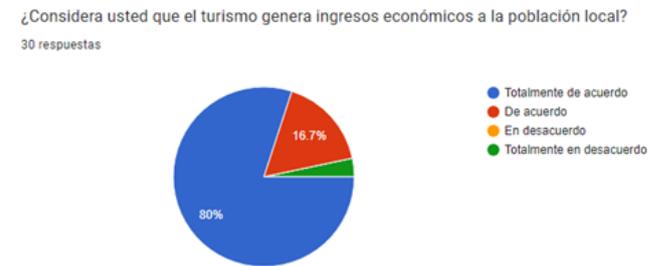
Teniendo como resultado de la muestra a 185 turistas, a los cuales se le aplicó el instrumento de recogida de datos (cuestionario diseñado). Teniendo como resultado de la muestra a 65 prestadores de servicios turísticos, a los cuales se le destinó el instrumento de recogida de datos (cuestionario diseñado). Ocupando el mismo proceso de la fórmula para los cuestionarios de la población local, dando como número de participantes mediante el muestreo aleatorio simple a 150 habitantes, y en el mismo método con los turistas teniendo a 165 turistas encuestados.

Análisis y Discusión de Resultados.

Resultados de la validez y confiabilidad

Los instrumentos de la recolección de datos son válidos porque miden lo que tienen que calcular, en este caso los cuestionarios miden los aspectos de la turistificación, según lo establecido por la literatura especializada en el tema (Ojeda y Kieffer, 2020), (Mansilla, 2019) y (Fundéu, 2020). Por lo que, se exponen algunas representaciones de los resultados conseguidos.

Gráfica 1. Resultados de la pregunta 1 del cuestionario para la población local.



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 2. Resultados de la pregunta 3 del cuestionario para la población local.



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a lo anterior, se destaca que el 80% de la comunidad local piensa que la llegada de turistas les ayuda a generar ingresos porque consumen, sin embargo, muchos de estos compradores adquieren sus servicios y productos con empresas de recién creación o instaladas por la iniciativa privada, como en los servicios de alojamiento, la mayoría de los visitantes busca alojarse en hoteles boutique o en hospedaje de alta categoría que el común de estos son propietarios inversionistas extranjeros, dejando en desventaja a los empresarios locales o familias que arrendaban sus casas como sitios de descanso, eso cambio a partir de que se incorporó un mayor número de personas que se han quedado a radicar en San Miguel de Allende visualizando a este municipio como un destino de inversión y emprendimiento.

De acuerdo a los resultados conseguidos en el cuestionario aplicado a la población local, es importante destacar que ellos es beneficioso que San Miguel de Allende cada vez sea más reconocido de manera nacional e internacional porque trae consigo ventajas, principalmente económicas por los ingresos, aunque

también, la mayoría de la población mencionó que otro de los beneficios es el constante cambio en la infraestructura de la ciudad principalmente en la vialidad porque se vuelve más fácil acceder a distintos servicios. En cuanto a la llegada de más extranjeros para residir ahí comentan que no les beneficia pero que tampoco les perjudica porque no se da como tal una interacción ya que la comunidad local o residentes desde hace algunos años se encuentran en determinada parte de la ciudad y los nuevos residentes están en otro punto.

invertir cantidades económicas que no tenían consideradas en su capital, sin embargo, se ven obligados a renovarse o se ven afectados por el amplio número de empresas que se incorporan al catálogo de prestadores, tales como hoteles de distintas categorías, predominando los hoteles boutique, de 5 y 4 estrellas, aún y las casas de huéspedes se han reformado y los Airbnb siendo desarrolladores de esta modalidad en auge que limita a los pequeños alojamientos locales por la gama de productos y valor que el consumidor recibe y espera como una moda y precios que estos les otorgan, resaltando que estos espacios son mayormente de personas extranjeras que adquieren un inmueble en zonas céntricas y las modifican para hospedaje, ofertándose bajo tarifas algunos de estos en dólares,

¿En qué ha cambiado la forma de dar servicios a partir del nombramiento de Ciudad Patrimonio de SMA?



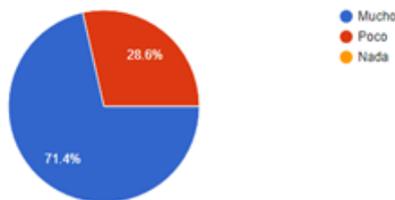
Gráfica 3. Resultados de la pregunta 4 del cuestionario para los P.S.T

Fuente: Elaboración propia

Aún y con ello, el gobierno estatal y local lo permite, y los visitantes por diversas razones los prefieren, pues consideran que les da mayor calidad aunque no es siempre así, además se crea una notoriedad particular de marca para quienes se hospedan en esos sitios, por lo que se asevera como mencionan los empresarios locales que, ante ese escenario no es sencillo competir, augurando que si se continúa con esa misma dinámica, sus ingresos se verán mermados, afectando su estabilidad económica, a pesar de que el flujo de turistas incrementa prioritariamente en fines de semana y temporadas vacacionales, que es cuando ellos, pueden tener ocupación más alta, y le sirve como aliciente para sus entradas monetarias.

¿En que medida aumentó la competencia a partir del nombramiento de Ciudad Patrimonio de SMA?

28 respuestas



Gráfica 4. Resultados de la pregunta 5 del cuestionario para los P.S.T

Fuente: Elaboración propia

De ahí que, la gran mayoría de pobladores que se convirtieron en prestadores de servicios turísticos y complementarios en San Miguel de Allende buscan mantener su segmento en un punto medio y no segregar a sus clientes según su poder adquisitivo ya que siempre tienden a ofrecer su servicio de la mejor calidad para todo tipo de demandante. Para muchos prestadores, la competencia aumentó en gran medida desde que San Miguel de Allende recibió su nombramiento como pueblo mágico e incluso como ciudad patrimonio.

De acuerdo con lo anterior, se puede decir que los principales cambios que se han tenido que implementar en este lugar son diversos, entre los cuales destaca: mejorar la calidad de los servicios, adecuarse a las tendencias turísticas, agregar más variedad en los servicios u otros detalles como amenidades o decoraciones, mejorar la infraestructura del establecimiento y redirigir o definir el tipo de turista objetivo al que se le ofrece el servicio.

Esto lo perciben más los negocios de los cuales son residentes locales sus propietarios, ya que se encuentran más los negocios de tipo Boutique o categorías similares que ofrecen servicios de alta calidad y son los que reciben la mayoría de los clientes, empero, los turistas en algunos espacios, como por ejemplo, en restaurantes prefieren consumir en negocios locales y no en restaurantes de mayor nivel, es precisamente aquí donde los establecimientos que tienen mayor antigüedad e historia por pertenecer a lagunas familias oriundas tratan de verlo como un posicionamiento con relación a las empresas y negocios nuevos, dado que ellos no tienen la singularidad

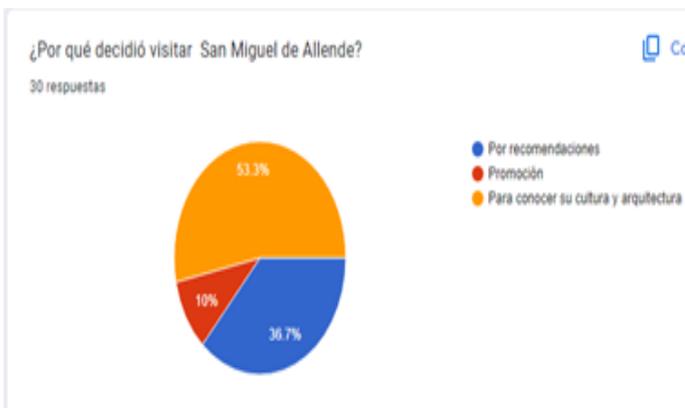
Una considerable parte de los prestadores mencionaron que han cambiado ampliamente sus servicios, debiendo

de las recetas y gastronomía ancestral, lo que les acerca más a los paladares de los visitantes que buscan deleitarse con preparaciones endémicas y llevarse la experiencia de degustar lo original de la cocina local, en ese sentido, este es uno de los aspectos que sirve de rescate económico para esos negocios de alimentos y bebidas que se ven desplazados por las marcas que recién se introducen el mercado.

Por lo que respecta a los cambios que ha afrontado la comunidad local referente a el tema gastronómico y de identidad, se puede destacar que sí se observan cambios, ya que, dicho por los habitantes, entre ellos surge la curiosidad e interés por probar y saborear algunos platillos que no son propios del lugar, es entonces que dejan de adquirir en locales comerciales de comidas típicas y se convierten en clientes asiduos de establecimientos de reciente creación, dejando a un lado sus costumbres y dando paso a variar sus hábitos, entre ellos, comer, desayunar o cenar en restaurantes de familias originarias de este lugar y cambian a ser comensales de esas empresas nuevas en el municipio.

Sumado a lo anterior, reconocen tanto los prestadores de servicios locales como la población que sí han perdido identidad, sobre todo los grupos de jóvenes que nacieron en San Miguel de Allende y tienen su vida en este sitio, con la llegada masiva de visitantes, imitan los comportamientos, viven procesos de cambio en su vestimenta, en su estilo de vida, en la cultura, en las creencias, adoptando los modos de conducta y pensamiento de los turistas principalmente.

Gráfica 5. Resultados de la pregunta 2 del cuestionario para los turistas



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 6. Resultados de la pregunta 5 del cuestionario para los turistas



Fuente: Elaboración propia

Dando seguimiento a los resultados obtenidos, es posible resaltar que, con base a las gráficas anteriores, se puede mencionar que el 53.3% de los turistas sugiere un interés significativo en la historia, el arte y la belleza arquitectónica que la ciudad tiene para ofrecer, dejando al 36.7% por recomendación y este podría ser un indicador de la satisfacción de los visitantes anteriores. Finalmente, el 10% llegó a San Miguel de Allende por promoción, esto resalta la importancia de estrategias efectivas de marketing y promoción para atraer visitantes. Así mismo, el 100% señaló que ha sido muy buena (70%) o buena (30%), indicando que a pesar de no ser un destino barato en México (puesto que la ciudad se ha visto gentrificada en los últimos años), la comunidad local y los prestadores de servicios turísticos tienen un trato agradable con ellos.

En algo que coinciden es en la experiencia que se llevan durante su estancia pues ninguna fue mala ni muy mala, la gran parte de las personas llenan sus expectativas en cuanto a lo que ven y escuchan sobre la ciudad cuando llegan a vivirlo y presenciarlo en persona y algunas otras dicen que es buena ya que se disfruta de toda la oferta turística pero son personas que sienten demasiada afluencia turística y en especial extranjera, pues en ciertos momentos y en ciertas zonas deja de sentirse como México, pero fuera de eso los cambios notorios que identifican las personas que han ido más de una vez a San Miguel de Allende son los de infraestructura lo cual se considera para algunos bastante beneficioso y para otros desfavorable ya que puede traer ventajas como mayor seguridad en las calles pues existe bastante vigilancia, limpieza y orden en todas las calles y por supuesto también de manera estética por los colores y diseños con los que cuentan las casas y los edificios en general.

Conclusiones

La turistificación en San Miguel de Allende es un tema muy extenso y lleno de información por retomar para analizar sus efectos y limitaciones, por lo que, al tomar en cuenta a la comunidad local se puede destacar que la percepción de los pobladores de acuerdo a su experiencia en el proceso de cambio y evolución que la actividad turística ha presentado durante los últimos años, pues expresan que si resienten las transformaciones cruciales en su modo de vida, en la identidad, en los valores y en los aspectos culturales que la sociedad ha enfrentado, principalmente en aspectos que los visitantes practican y algunos sectores de la localidad tienden a compararse y actuar de modo similar a estos.

Además reproducen acciones, frases y gustos de turistas extranjeros, conjuntamente las familias de este municipio que han vivido por décadas aquí, sostienen su preocupación por el uso de algunas áreas verdes, espacios comunes que se destinan para festivales o expresiones artísticas, que por un lado benefician a la cultura pero que además convierte a estas zonas en escenarios que en diversos momentos se consume alcohol, genera basura y descuido de la imagen, tendiendo a la inseguridad, es entonces en donde se pierde la finalidad cultural.

Así mismo, las vicisitudes que se han dado en la vida cotidiana en la comunidad local respecto al movimiento masivo de paseantes disminuye la calidad en la tranquilidad de los residente que radican en la zona centro y periferia de los principales atractivos turísticos, en el mismo tenor, se distingue la imagen que las autoridades gubernamentales atienden con mayor interés la infraestructura e imagen de los puntos centrales de San Miguel de Allende, dejando en segundo o tercer rango de importancia aquellas colonias que no son visitadas o no son de la motivación de los visitantes, ya que se ubican muy separada de la zona turística pues se puede identificar de manera inmediata debido a que la zona de la población además de estar a las orillas de la ciudad no sigue el mismo patrón de colores y diseño que tiene el centro e incluso algunas de las viviendas y calles se notan descuidadas. Algunos de los problemas que notan los residentes de San Miguel de Allende a causa de la turistificación, es la discriminación ya que determinados espacios se han desarrollado exclusivamente para un público extranjero con alto poder adquisitivo, esto es más perceptible en la parte céntrica de San Miguel, donde la mayoría de prestadores de servicios no solo turísticos ofrecen servicios de clase más lujosa donde los precios son más elevados que en otras zonas, esto solo es uno de los desafíos que enfrentan los residentes locales a

causa de la turistificación remarcando que este proceso realmente afecta a la ciudad en diversos aspectos, como el costo de servicios de predial, agua, energía eléctrica y servicios de uso común.

Definitivamente existe una evolución en cuanto a los espacios públicos y de vivienda, así mismo, consta de una gran transformación en cuanto a la oferta de productos y servicios por la presencia de establecimientos como hoteles y restaurantes de alta gama e incluso las modificaciones que se realizaron a casas para adaptarlas como un lugar de hospedaje, dicho desarrollo trajo consigo mayor reconocimiento y a su vez mayor publicidad que cada vez capta un mayor número de visitantes pero todos los beneficios tienen un enfoque en los turistas o los nuevos residentes.

Sin duda alguna, el trabajo y las ventajas económicas incrementaron para los prestadores de servicios pero al mismo tiempo el crecimiento constante de la competencia provoca problemas para residentes locales que tienen negocios haciendo que no tengan tantos beneficios por parte del turismo que llega a comparación con negocios más lujosos o con mejor ubicación, la zona céntrica está llena de este tipo de servicios donde la demanda aumenta con el paso del tiempo y el nivel socioeconómico de los clientes es arriba del promedio.

Así como la exitosa promoción turística de San Miguel de Allende ha logrado atraer tanto a turistas nacionales como extranjeros, contribuyendo al crecimiento económico de la región. No obstante, este éxito también ha generado desafíos significativos, como el aumento de los precios y la consiguiente turistificación, que amenaza con desplazar a la comunidad local y por lo consiguiente una pérdida de la cultura en este sitio tan característico.

Referencias

- [1] Data México. (2020). San Miguel de Allende. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/san-miguel-de-allende>
- [2] De la Calle Vaquero, M. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 83, 2829, 1-40. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2829>
- [3] Flores, P, M. I., & Guerra, V, M. P. (2016). Entre lo local y lo foráneo gentrificación y discriminación en San Miguel de Allende, Guanajuato. Revista legislativa de estudios sociales y de opinión pública, 9(18), 183-206. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5814202>
- [4] Fundeu RAE (2020): Turistificación, neologismo válido. <https://www.fundeu.es/recomendacion/turistificacion-neologismo-valido/>
- [5] Hernández, A. (2021). Gentrificación y turistificación: origen común, efectos diferentes. Dimensiones Turísticas. <https://doi.org/10.47557/KRUW8909>

- [6] Fundéu RAE (2020): Turistificación, neologismo válido. <https://www.fundeu.es/recomendacion/turistificacion-neologismo-valido/>
- [7] Hernández Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education.
- [8] Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI. (2020). Cuéntame INEGI. Resumen. Guanajuato. <https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/gto/default.aspx?tema=me&e=11>
- [9] Lázaro, E. (2024). Sector turístico de San Miguel de Allende aporta 85% al PIB municipal. <https://www.eleconomista.com.mx/estados/Sector-turistico-de-San-Miguel-de-Allende-aporta-85-al-PIB-municipal-20240421-0091.html>
- [10] Liévanos, J. E. (2022). Gentrificación turística y elitización urbana en San Miguel de Allende, México. *PatryTer*, 5(10), 114-129. <https://www.redalyc.org/journal/6040/604071867007/html/>
- [11] Mansilla, J. (2019): Gentrificación, turistificación y clases sociales en las ciudades del Mediterráneo en E. Cañada Mullor. *El turismo en la geopolítica del Mediterráneo*, Alba Sud Editorial, Serie Informes en Contraste número 9, Barcelona: 62-65. <http://ru.iiec.unam.mx/4730/1/3-079-Arevalo-Armas.pdf>
- [12] Marchal, L., Wathen. (2019). Estadística aplicada a los negocios y la economía (17.a ed.). McGraw Hill.
- [13] Matute y Asanza. (2006). Aspectos sociopsicológicos del turismo. Consultado el 14 de noviembre del 2006, en <http://www.eumed.net/libros/2006c/209/index.htm>
- [14] Monterrubio, C, J. C. (2009). La comunidad receptora: elemento esencial en la gestión turística. Universidad Autónoma del Estado de México. <https://doi.org/10.4206/gest.tur.2009.n11-06>
- [15] Navarrete, E, D. (2022). Matices de la turistificación y de la gentrificación en México: Comparativa de impactos socioespaciales en la Roma-Condesa y el centro patrimonial de San Miguel de Allende. https://ru.atheneadigital.filos.unam.mx/jspui/handle/FFYL_UNAM/7169
- [16] Ojeda, A.B.; Kieffer, M. (2020): Turismo. ¿Concepto o elemento vacío de Análisis en geografía turística? DOI: <https://doi.org/10.51349/veg.2024.1.1>
- [17] OMT. Glosario de términos de turismo. UNWTO. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#>
- [18] Requena y Muñoz. (2006). Turismo e Internet. Factores de desarrollo en países subdesarrollados. *Revista Actualidad Contable* Año 9 No 12, enero-junio 2006. Mérida. Venezuela. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>
- [19] Soto de Anda, L. A. ., Cruz, J, G., & Vargas M., E. E. . (2019). Turismo e identidad en San Miguel de Allende, México. *Cuadernos de Turismo*, 1(44), 413–440. <https://doi.org/10.6018/turismo.44.404961>
- [20] UNESCO. Patrimonio Mundial. <https://www.unesco.org/es/world-heritage>
- [21] Visit San Miguel de Allende. Atractivos turísticos. <https://visitsanmiguel.travel/historia2.p>