

Dinámica de la industria hotelera en los pueblos mágicos de Coahuila

Dynamics of the hotel industry in Coahuila's pueblos mágicos

César Barboza-Lara, Leonor Gutiérrez-González y Horacio Salas-Torres
Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Contaduría y Administración,
Carretera 57 km. 4.5 Col. Universidad, C.P. 25710, Monclova, Coahuila.

Correspondencia para autor: cesar.barboza@uadeC.edu.mx

Resumen

El objetivo del artículo consiste en analizar el entorno empresarial y la dinámica de los negocios en la industria hotelera en los Pueblos Mágicos de Coahuila desde una perspectiva sociodemográfica. Lo anterior implica el estudio y descripción de variables demográficas como: la edad de los negocios, generación, población de negocios, empleo, entre otros, para desarrollar una radiografía de las empresas hoteleras creadas en los Pueblos Mágicos en Coahuila. En la actualidad, el estado se posiciona en el quinto lugar nacional por el número de Pueblos Mágicos, con siete, los cuales son: Arteaga, Candela, Cuatro Ciénegas, Guerrero, Muzquiz, Parras de la Fuente y Viesca. No obstante, existen escasos estudios que hayan abordado el efecto de la implementación del programa desde la perspectiva de la demografía de los negocios y su impacto en otros indicadores como la generación de empleo y mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de cada Pueblo Mágico.

Palabras clave: pueblos mágicos, demografía empresarial, hoteles.

Abstract

The objective of the article is to analyze the business environment and business dynamics in the hotel industry in Coahuila's Pueblos Magicos from a sociodemographic perspective. This implies the study and description of demographic variables such as: the age of the businesses, generation, business population, employment, among others, to develop a business profile of the hotel companies created in the Pueblos Magicos in Coahuila. Currently, the state is ranked fifth nationally by the number of Pueblos Magicos, with seven, which are: Arteaga, Candela, Cuatro Cienegas, Guerrero, Muzquiz, Parras de la Fuente and Viesca. However, there are few studies that have addressed the effect of the implementation of the program from the perspective of business demography and its impact on other indicators such as job creation and improvement of the quality of life of the population of each Pueblo Magico.

Keywords: pueblos magicos, business demography, hotels.

Introducción

El Programa Pueblos Mágicos (2001) nació en 2001 como una forma de promover el crecimiento en el turismo hacia algunas localidades con características específicas. Según la Secretaría de Turismo (2020) un pueblo mágico se define como: “una localidad que tiene atributos únicos, simbólicos, historias auténticas, hechos trascendentes, cotidianidad, que significa una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico atendiendo a las motivaciones y necesidades de los viajeros”.

Además de impulsar un mayor número de visitantes a estos destinos, el programa también ha traído algunos beneficios importantes que es necesario conocer, como lo es la creación de negocios y pequeñas empresas destinadas a satisfacer las demandas del turista que visita los pueblos mágicos. Este desarrollo local se realiza, como afirma Fernández (2016) “a través de la diversificación de mercados y de la competitividad, además, en el marco municipal, por las características específicas del programa que enfatiza la creación de negocios y empleos en el espacio local en pequeñas localidades”. Esto da oportunidad a emprendedores locales que conocen mejor que nadie su entorno, para iniciar nuevos negocios en el sector turístico, como hoteles, restaurantes, tiendas de recuerdos, entre otros.

Los primeros pueblos mágicos que obtuvieron la denominación fueron Huasca de Ocampo, Hidalgo y Real de Catorce, San Luis Potosí (López y col., 2015). Dos décadas después del inicio del programa, actualmente existen 132 pueblos mágicos en México. Esta política del gobierno federal surge dado que hasta ese momento no existía alguna estrategia específica para la promoción de los pueblos o pequeñas ciudades cuyas costumbres, tradiciones, folklore, arquitectura y personajes fuesen atractivas para el turismo cultural, así como también por la carencia de programas de desarrollo local” (Equihua y col., 2015).

Algunos indicadores dan testimonio del impacto positivo para las comunidades que reciben más turistas a partir del nombramiento del pueblo mágico. Distintos

estudios han evidenciado esta tendencia: por ejemplo, Equihua y col. (2015) destacan que se observan mejoras en la cuestión de la infraestructura y los servicios públicos, en la creación de empleos y en el nacimiento de pequeñas y medianas. Estos autores incluso advierten que en algunos pueblos ha disminuido la migración en la medida en que se reactivan las actividades productivas del pueblo.

El estado de Coahuila no ha escapado a esta tendencia. En la actualidad se cuenta con siete pueblos mágicos en la entidad, lo que la convierte en el quinto estado con mayor número de Pueblos Mágicos en el país. Estos municipios son: Arteaga, Candela, Cuatro Ciénegas, Guerrero, Melchor Muzquiz, Parras de la Fuente y Viesca. Cada uno de ellos presenta distintos atractivos que los han convertido en puntos de atracción de turistas a nivel estatal y regional.

En este contexto, el objetivo de este artículo consiste en analizar el comportamiento que ha tenido la industria hotelera en los siete pueblos mágicos de Coahuila, mediante la caracterización de estas empresas de alojamiento, y estimar algunas variables de índole demográfica. Este propósito se justifica en la medida en que un elemento que ha sido poco estudiado consiste precisamente en determinar en qué medida la implementación de este programa ha generado bienestar y desarrollo empresarial en los municipios beneficiados, toda vez que uno de los retos de los pueblos mágicos es el “favorecer que los pobladores locales aprovechen las oportunidades de negocio” (García y Guerrero, 2014).

1. Los pueblos mágicos en Coahuila

Como ya se ha mencionado, Coahuila cuenta actualmente con siete pueblos mágicos. Es una de las entidades que mas denominaciones de este tipo tiene en todo el país, lo que refleja la importancia de esta industria para el crecimiento de los municipios que cuentan con el nombramiento. Cada uno de los siete pueblos mágicos cuenta con determinados atractivos que los hacen únicos y diferentes, por lo que es posible hablar de una red turística con potencial de crecimiento para aprovechar las características de cada pueblo mágico.

Este sistema en red de pueblos mágicos se podría materializar en la medida en que cada región del estado cuenta con al menos un pueblo mágico. Se han identificado en Coahuila un total de cinco regiones socioeconómicas (Aguirre y col., 2018), y cada una de ellas tiene por lo menos, un pueblo mágico. Al norte del estado, en la región fronteriza se encuentra Guerrero, que desde el año 2015 tiene el nombramiento; en la región carbonífera se localiza el último de los municipios que ha obtenido la denominación, Melchor Muzquiz; en la región centro-desierto se ubican dos pueblos: Candela, desde el 2015, y Cuatro Ciénegas, a partir del 2012. En la región laguna se sitúa Viesca, que en el 2012 se denominó pueblo mágico. Por último, en la región sureste está Arteaga, que se adhirió al programa en el 2012 y Parras de la Fuente, que tiene la característica especial de ser el primer pueblo mágico, no solo del estado, sino de todo el norte de México, en el 2004.

1.1 Parras de la Fuente: el primer pueblo mágico.

Parras de la Fuente fue el primer pueblo mágico que obtuvo tal denominación en todo el norte de México, en el año 2004, lo que significa que han transcurrido 17 años en los que se ha trabajado en la consolidación de este destino como un punto de referencia en Coahuila. Parras es un municipio que cuenta con un total de 44 472 habitantes, según el último Censo de Población y Vivienda del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2020). Un dato relevante es que la población disminuyó en 10 años, al pasar de 45 401 en el 2010 a 44 472 en 2020, es decir, una pérdida poblacional de casi 1 000 habitantes en una década.

En las casi dos décadas que tiene de ser pueblo mágico, Parras ha experimentado una serie de cambios importantes con el objetivo de atraer diferentes tipos de turistas, lo que también ha impactado el entorno y la oferta hotelera del municipio. Los principales atractivos se pueden dividir en tres categorías: turismo cultural/esparcimiento, enoturismo y turismo de eventos.

Los principales atractivos relacionados con el turismo cultural y de esparcimiento son la Plaza de Armas, el Palacio Municipal, la Iglesia de San Ignacio de Loyola, la Parroquia de la Asunción, la Plaza del Beso, la Alameda 20 de noviembre, el

Santuario de la Virgen de Guadalupe, la Capilla de Santo Madero, el Cañón de la Lima, el Cañón La Bandera, el Fuque y el Estanque de la Luz. Estos atractivos son parte de la historia de Parras y han recibido continuamente una gran cantidad de turistas.

A partir de la denominación de Pueblo Mágico, se ha incrementado el interés por la industria del vino en la ciudad. Este pueblo mágico es sede de la casa vinícola más antigua de todo el continente americano, Casa Madero, por lo que la producción de vino ha sido toda una tradición en la ciudad, mientras que lo que ha evolucionado ha sido la generación de nuevas experiencias relacionadas con el consumo del vino. Actualmente se tienen cerca de una veintena de vinícolas en la ciudad, entre las que se encuentran: Casa Madero, Bodegas de Perote, Bodegas el Vesubio, Rivero González, Segovia Fuantos, Hacienda el Marques, Vinos Don Leo, Las Pudencianas, Barro Viejo, Don Remigio, Vinos Parvada, entre otros.

Es posible señalar que, incluso, la producción y degustación del vino se ha convertido en el principal motivo para visitar Parras para un tipo particular de turistas, que cada fin de semana llegan a este pueblo mágico para conocer y experimentar el proceso del vino y todas las experiencias que se han generado alrededor de él. Derivado de esta situación, el turismo de eventos también ha mostrado un significativo avance en la ciudad, ya que parte de la promoción que se hace el pueblo, consiste principalmente en el desarrollo y organización de eventos sociales para turistas regionales y estatales.

Como se pudo observar, Parras de la Fuente es uno de los destinos turísticos más consolidados en Coahuila, que prácticamente cada fin de semana recibe visitantes que llenan los espacios disponibles de alojamiento, lo que ha generado un crecimiento importante en esta industria, lo cual será analizado más adelante.

1.2 Cuatro Ciénegas: el desierto y la vida

El municipio de Cuatro Ciénegas, ubicado en la región centro-desierto del Estado, también es uno de los destinos turísticos más importante de Coahuila, incluso de

México, por las características naturales que presenta el territorio en donde se asienta. Cuatro Ciénegas tiene actualmente una población de 12 715 habitantes, cifra que también disminuyó en comparación con diez años atrás, cuando vivían en el municipio 13 013 personas (INEGI, 2020).

Cuatro Ciénegas de Carranza es, desde 2012, un pueblo mágico. En los casi diez años desde su nombramiento, ha visto incrementar el número de turistas que recibe cada año, así como también el entorno de negocios y empresas hoteleras que invierten en el municipio.

Los principales atractivos de la ciudad son de orden natural, ya que poseen una riqueza inconmensurable reconocida por autoridades nacionales e internacionales, localizadas en lo que se conoce como Valle de Cuatro Ciénegas, un vasto territorio muy cerca del pueblo mágico, en donde se pueden visitar diferentes atractivos, como lo son: la Poza Azul, el Río San Marcos (o Parque Natural Aruna), las Minas de Mármol, las Dunas de Yeso, las Playitas (a las que solo se tiene acceso con el acompañamiento de un guía especializado), y muchos otros atractivos temporalmente cerrados a los turistas, por motivos de conservación.

Dentro del pueblo mágico, los principales atractivos que se pueden visitar son: el Museo Venustiano Carranza, el Templo de San José, el Centro Histórico, la Presidencia Municipal o la Casa de la Cultura. Adicionalmente el pueblo también cuenta con dos casas vinícolas de gran tradición en el municipio, como son las Bodegas Ferriño y Vinos Vitali. Adicionalmente, uno de los ramos turísticos que, al igual que Parras, ha cobrado un auge importante en los últimos años es el de eventos y convenciones, en donde se promueve la realización de eventos sociales, lo que genera una mayor cantidad de visitantes que utilizan la creciente oferta hotelera.

1.3 Arteaga: bosque y naturaleza

Arteaga es un pueblo mágico ubicado en el sureste de Coahuila. Tiene el nombramiento desde el año 2012, por lo que, casi una década después, ha

consolidado una oferta turística importante en actividades relacionadas con el entorno natural, dado su privilegiada ubicación y proximidad a la sierra coahuilense. La situación de Arteaga es particular en el sentido de que, como tal, el pueblo mágico se concentra en la cabecera municipal, pero se ha explotado un tipo de turismo enfocado en actividades al aire libre, las cuales se realizan en localidades ubicadas fuera del territorio delimitado como pueblo mágico.

La población total de todo el municipio asciende a 29 578 (INEGI, 2020), la cual creció de manera significativa en el periodo intercensal, al pasar de 22 544 en el 2010, a la cifra mencionada, lo que implica un crecimiento absoluto de más de siete mil nuevos habitantes, contrario a lo que ocurrió en Parras y Cuatro Ciénegas. Sin duda, este crecimiento estaría relacionado por la cercanía que tiene Arteaga con los municipios conurbado de Saltillo y Ramos Arizpe.

Los principales atractivos de Arteaga, dentro de la cabecera municipal son: la Presidencia Municipal, la Casa Carranza, la Iglesia de San Isidro Labrador de las Palomas, la Plaza de Armas, la caminata que se puede realizar por la Acequia de Arteaga, sobre la avenida Román Cepeda y la extensa Alameda Venustiano Carranza.

Después de recorrer el centro de la ciudad, a pocos kilómetros se encuentra San Antonio de las Alazanas, lugar donde se puede visitar el Museo de las Momias y empezar el recorrido por la Sierra de Arteaga, en donde se podrá apreciar un extenso bosque. De hecho, la oferta hotelera de Arteaga se caracteriza por su dispersión en distintos puntos del municipio. La gran mayoría de las unidades de alojamiento consisten en cabañas enclavadas en la sierra, en donde destaca el complejo Monterreal, al contar con la única pista para esquiar en México. Esta oferta comercial para pasar la noche ha ido en incremento desde el nombramiento de pueblo mágico, y se pueden encontrar por todo el territorio de Arteaga, principalmente en San Antonio, Los Lirios, Mesa de las Tablas, o El Tunal.

Finalmente, en Arteaga también se ha empezado a desarrollar el enoturismo, con la presencia de algunas casas productoras, como Bodega Los Cedros y Bodegas

del Viento, que contribuyen a incrementar los motivos de visita a este pueblo mágico.

1.4 Viesca: aventura al natural.

Viesca es una pequeña localidad ubicada en la región lagunera de Coahuila. Es pueblo mágico desde el año 2012, por lo que también está a punto de cumplir una década desde su nombramiento. La población en el municipio pasó de 21 319 en el 2010 a 20 305 en el último Censo de Población y Vivienda (INEGI, 2020). Es decir, también sufrió una pérdida de población de cerca de mil habitantes en diez años.

Los principales atractivos del pueblo mágico se concentran en el centro histórico, por un lado, y, además, en entornos naturales que caracterizan al pueblo. En primer lugar, en el perímetro que comprende el Centro Histórico, además de homologar la imagen de las construcciones, e instalar señalética similar para indicar el tipo de lugar que es, se encuentra: la Presidencia Municipal, la Plaza de Armas, el Reloj Bicentenario, la Casa de la Cultura, la Plaza del Carmen o la Parroquia de Santiago Apóstol. Cerca del centro histórico, se encuentra el Parque Recreativo Juan Guerra, considerado un importante atractivo para los turistas. Recientemente se ha invertido en la instalación de un Centro de Investigación y Jardín Etnobiológico, para profundizar en el conocimiento del entorno natural de Viesca, de la mano de la Universidad Autónoma de Coahuila.

Pero, sin duda, el principal atractivo de este pueblo mágico lo representan las Dunas de Bilbao. Este atractivo es una extensa área natural protegida de 16 hectáreas, aunque solo se pueden realizar actividades turísticas en un espacio delimitado, como tabla de arenas, paseos o ejercicio.

1.5 Candela: encuentro con la naturaleza

En el centro del estado de Coahuila se ubica Candela, que desde el 2015 es pueblo mágico. Este tranquilo lugar es apto para quienes buscan un contacto con la

naturaleza, puesto que sus principales atractivos se ubican en los alrededores del pueblo. Destaca sin duda el Corredor Turístico Las Lajas, que consiste en cuatro espacios distintos para disfrutar del cauce del Rio Candela: Los Carricitos, Ojo Caliente, Las Lajitas y El Frentón.

Otro punto de interés que también se ubica en las afueras del pueblo, a 17 kilómetros, es la Estación Candela. Este edificio era la antigua estación de ferrocarril y, aunque geográficamente se ubica en Nuevo León, se considera un atractivo de Candela por su cercanía y vínculos históricos. Ya dentro del pueblo se ubican distintos atractivos que es posible recorrer caminando por las tranquilas calles de Candela, como la Presidencia Municipal, la Plaza de Armas, el Museo Federico Berrueto Ramón, la Capillas del Santo Cristo y el Centro Histórico.

1.6 Guerrero: historia y frontera.

En el 2015 obtuvo el nombramiento de pueblo mágico este municipio fronterizo de Coahuila en donde residen 1 643 habitantes, según el último Censo de Población (INEGI, 2020). Dentro de sus atractivos más importantes destaca la Misión de San Bernardo, un imponente y emblemático lugar con mucha historia, ya que desde este punto inició el proceso de evangelización de los franciscanos en Coahuila y Texas. Es una parada obligatoria al visitar este pueblo mágico. Además de este punto, también es indispensable recorrer su bello y tranquilo centro histórico, en donde se puede visitar la blanca Parroquia de San Juan Bautista y recorrer la Plaza Principal. Otro punto de interés es el Parque La Pedrera, una importante área verde en el pueblo mágico con distintas opciones de esparcimiento.

Además de estos atractivos, en Guerrero destaca también el turismo cinegético, ya que cuenta con una importante red de más de 70 ranchos para la práctica de la caza de distintas especies, principalmente el venado cola blanca.

1.7 Muzquiz: mosaico cultural y étnico.

El pueblo mágico de Muzquiz, el más reciente con el nombramiento hace apenas tres años, es un lugar con una serie de atractivos de distinta índole: culturales,

naturales e históricos. En primer lugar, destacan los Museos de Paleontología, el Museo Histórico de Muzquiz, el Museo de la Ganadería y el Museo Quinta Julio Galán, así como la Iglesia de Santa Rosa de Lima y la Plaza Hidalgo.

Por otro lado, en la cuestión natural, es indudable la belleza de los parajes como el Parque La Cascada y la Sierra de Santa Rosa, en donde se puede practicar senderismo y otras actividades al aire libre.

El legado étnico en Muzquiz es indudable. La presencia de la tribu Kikapú y los Negros Mascogos, afrodescendientes asentados en Coahuila huyendo de las condiciones de esclavitud en Estados Unidos, sin duda contribuyen a enriquecer el valor cultural de este pueblo mágico.

En suma, la presencia de estos siete pueblos mágicos fortalece la industria turística coahuilense, cuyo impacto en el ámbito empresarial se refleja en un mayor número de instalaciones y aperturas de establecimientos dedicados al hospedaje, como hoteles, moteles, cabañas y otros formatos, ya que, como afirma Shaadi y col. (2017), los pueblos mágicos representan “localidades que requieren orientarse para mejorar y optimizar el aprovechamiento racional de sus recursos y atractivos naturales y culturales, fortalecer su infraestructura, la calidad de los servicios, la innovación y desarrollo de sus productos turísticos, el marketing y la tecnificación”.

2. La demografía empresarial y sus aplicaciones teóricas

La demografía de los negocios, o demografía empresarial es una rama de estudio que se encarga de aplicar los métodos demográficos a un conjunto de organizaciones con el objetivo de entender mejor su dinámica y comportamiento en el tiempo (Smith y Morrison, 2005). Es una disciplina relativamente reciente que aun no ha sido del todo explotada para efectos analíticos. España fue uno de los primeros países en donde se utilizó esta herramienta para comprender la dinámica de los negocios, en lo que se conoce como Demografía Armonizada de Empresas, que tiene como propósito generar indicadores sobre un conjunto de empresas,

especialmente lo relativo al stock, nacimiento, muertes y su sobrevivencia (Instituto Nacional de Estadística, 2019).

Por su parte, en nuestro país es el INEGI, el organismo que ha desarrollado esta perspectiva considerando algunas variables como la *edad de los negocios*, que se define como el número de años de vida de un negocio desde su nacimiento hasta un determinado corte en el tiempo (en este caso 2021); la variable *generación* significa la población total de negocios que nacieron en un año determinado; la *mortalidad*, que se define desde un punto de vista demográfico como la desaparición de los negocios en un momento en el tiempo, lo cual puede ocurrir por un cambio de razón social, cambio de ubicación o cierre de operaciones; o la esperanza de vida de los negocios, entendida como el número de años que se espera sobreviva un negocio con base en su actividad, tamaño y edad actual (INEGI, 2016).

Analizar los negocios desde una perspectiva demográfica contribuye a un mayor entendimiento sobre la dinámica empresarial de una ciudad, o un grupo de ciudades, como en este caso los pueblos mágicos de Coahuila, ya que permitiría generar estrategias específicas que podrían impedir el cierre de los negocios con base en su edad, esperanza de vida, nacimiento o características más importantes, considerando además que “se sabe que el riesgo de cerrar una empresa está siempre latente y que a diario una gran cantidad de empresas terminan sus operaciones independientemente de su edad. Es por ello que resulta importante conocer la edad o edades en que una mayor cantidad de empresas tiene que cerrar sus negocios (Morales, 2012).

Este análisis es particularmente relevante para una industria en constante evolución, como la hotelera, ya que existe una cada vez mayor competencia frente a los negocios establecidos, como las aplicaciones móviles. Entonces, el hecho de que se impulse el establecimiento de nuevas unidades de negocio de alojamiento en los pueblos mágicos de Coahuila contribuirá a generar un mayor análisis demográfico de la realidad empresarial hotelera de estos lugares. Y esto también es relevante porque, como afirman Bartelsman y col. (2003): “muchas firmas pierden

la batalla cada año, mientras un número similar de firmas entran al ruedo. Dentro de la población de establecimientos, las probabilidades de supervivencia para muchas pequeñas y pocas grandes empresas cambian en el tiempo... como resultado, aun en industrias en expansión, muchos negocios experimentan un declive sustancial, y en industrias en contracción no es común encontrar unidades en rápida expansión”.

El análisis demográfico aplicado a las empresas va más allá de estimar ciertos indicadores. Es decir, en la medida en que se conozcan más datos de los negocios, mayor será el impacto en otras áreas, como el empleo, ya que se ha documentado que “las empresas nuevas que entran al mercado y que logran sobrevivir hasta cinco años explican el grueso de la creación neta de empleo” (Fariñas y Huergo, 2015), por lo cual es muy relevante estudiar la dinámica de la industria hotelera en los pueblos mágicos de Coahuila, y analizar en qué medida contribuyen con este indicador considerando, por ejemplo, la variable edad. Adicional al efecto del empleo, Ahmad y Vale (2005) señalan que “altas tasas de creación de negocios generalmente se asocian al crecimiento económico, la creación de empleos y reducción de la pobreza a través del incremento de la productividad e innovación”.

En conclusión, el estudio de la dinámica empresarial desde un punto de vista demográfico aporta elementos necesarios para ampliar la discusión sobre la creación, permanencia y consolidación de un negocio, en este caso, de los hoteles en los pueblos mágicos de Coahuila, en donde se espera un crecimiento importante a partir del nombramiento de Pueblo Mágico que cada uno de los siete municipios recibió en distinto tiempo.

3. Estrategia metodológica

El objetivo general de investigación en este artículo consiste en analizar el entorno empresarial y la dinámica de los negocios en la industria hotelera en los Pueblos Mágicos de Coahuila desde una perspectiva sociodemográfica. El alcance

de esta investigación es cuantitativo, transversal y descriptivo, en la medida en que se busca caracterizar las principales empresas orientadas a este sector económico.

Respecto al lugar y temporalidad del estudio, este proyecto se llevó a cabo durante el 2021. La investigación se realizó mediante trabajo de campo en el periodo mayo a octubre en los siete pueblos mágicos que existen en el estado de Coahuila, los cuales son: Arteaga, Candela, Cuatro Ciénegas, Guerrero, Muzquiz, Parras de la Fuente y Viesca.

Dado que se buscaba obtener información sobre la industria hotelera, la recolección de datos consistió en acudir presencialmente a todos los establecimientos catalogados como hoteles, moteles, hostales u hoteles-boutique localizados en cada uno de los pueblos mágicos. Es decir, la unidad de análisis para esta investigación fueron todos los negocios establecidos identificados como tal, lo que excluye de este proyecto a otras formas de hospedaje y alojamiento en los pueblos mágicos, como casas en renta, plataformas de hospedaje como AirBnb, u opciones de campamento al aire libre.

En cada unidad de alojamiento, se aplicó un cuestionario de trece preguntas en donde se indagó sobre distintas características del establecimiento. Para efectos de esta investigación, se describirán principalmente las variables de: edad, año de nacimiento, generación, empleo y porcentaje de ocupación. La selección de estas variables se encuentra en concordancia con lo que se ha desarrollado en otras investigaciones sobre demografía empresarial (Fariñas y Huergo, 2015; Ahmad, 2006), principalmente en Europa y desde la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico.

La variable *edad* se mide como el número de años de vida de un negocio desde su nacimiento hasta un determinado corte en el tiempo, que en este caso será considerado el año 2021. Los hoteles en cada pueblo mágico serán clasificados según las categorías especificadas por Fariñas y Huergo (2015) en su estudio sobre la demografía empresarial en España, las cuales son: entrantes, de 0 a 2 años;

jóvenes, de 3 a 5 años; maduras, de 6 a 10 años; y viejas, que serán los hoteles con más de 10 años en cada pueblo mágico.

La variable de *generación* se refiere a la población de negocios que nació en un año determinado y se medirá como el total de hoteles nuevos por año a partir del nombramiento de pueblo mágico. Esto implica que el estudio del nacimiento empresarial se realiza mediante un análisis por cohorte, el cual es uno de los conceptos más utilizados en la demografía, y que se define como “un conjunto de individuos que han vivido un acontecimiento similar en el transcurso de un mismo periodo de tiempo. El tipo de cohortes más corriente en demografía es el que se refiere a individuos que han nacido durante un periodo de tiempo específico, generalmente un año calendario: estas cohortes se denominan generación” (Welti, 1997, p. 57).

La variable de empleo se relaciona con la demografía empresarial en la medida en que, a mayor cantidad de nacimientos, se espera un crecimiento en el número de empleos, lo que beneficia al sector económico de referencia. Un estudio de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE, 2017, p. 10), demostró que “las pequeñas y medianas empresas contribuyen significativamente al crecimiento del empleo en la región y puede ser estimulado mediante el adecuado conjunto de condiciones regionales relacionadas con la gobernanza local, disponibilidad de recursos y la educación”. En este sentido, también se calcula el total de empleo generado por los hoteles entrevistados y, con base en el número de trabajadores, se agruparán en micro (de 0 a 10 trabajadores), pequeñas (de 11 a 50 personas) y medianas (de 51 a 250 empleados), según la clasificación de INEGI (2020).

La última variable que también se analizará consiste en el porcentaje de ocupación. Este indicador se refiere al total de habitaciones ocupadas en fin de semana por cada hotel en los pueblos mágicos del estado. La ocupación promedio es un indicador clave para reconocer la actividad de la industria hotelera y

determinar el dinamismo que tiene el turismo en cada pueblo mágico, lo que repercute en la creación o no de nuevas instalaciones hoteleras.

Finalmente, es importante mencionar que, dado que es un análisis exploratorio sobre la dinámica de la industria hotelera en los pueblos mágicos, no se analiza la mortalidad, que es una de las variables demográficas más importantes. Esta ausencia del estudio de la mortalidad se debió en parte a que, al menos en este sector, no se observaron “fallecimientos” de empresas hoteleras, contrario a lo que ocurre con otras industrias cuya esperanza de vida es reducida. Durante la visita a cada uno de los pueblos mágicos lo que se observó fue una tendencia contraria, la de nacimientos consistentes de nuevas empresas hoteleras, como se podrá observar en los resultados, los cuales se presentan en la siguiente sección.

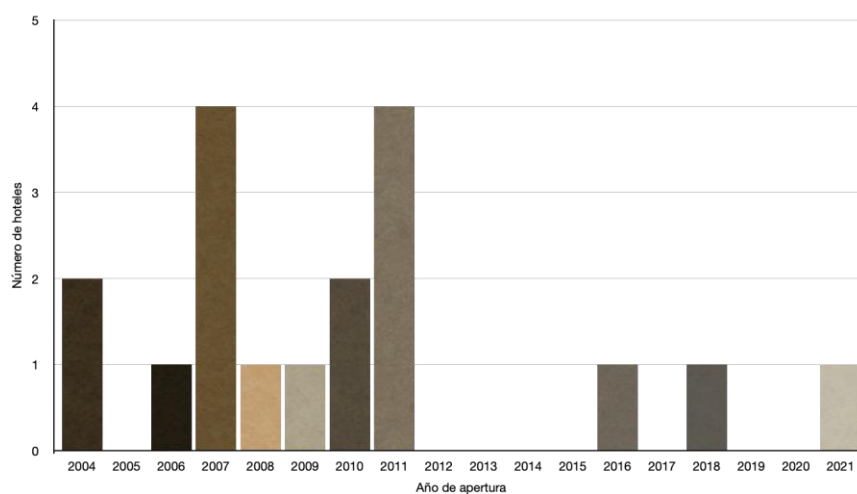
4. Principales resultados

Cada uno de los siete pueblos mágicos en Coahuila presenta características particulares en términos de los atractivos que ofertan a los turistas. Esta heterogeneidad también se observa en la industria hotelera, ya que se encontraron dinámicas empresariales distintas en cada pueblo mágico, lo cual tiene que ver con el tiempo que ha transcurrido desde el nombramiento, la inversión que se realiza en el sector, y el interés que tienen los visitantes por viajar a cada destino. En esta sección se presentan los principales resultados de la industria hotelera de cada pueblo mágico, considerando el orden cronológico en el que recibieron la denominación, por lo que primero se presentarán los datos de Parras de la Fuente (2004), después Arteaga, Cuatro Ciénegas y Viesca (2012), para posteriormente analizar la información de Candela y Guerrero (2015), y finalmente Muzquiz, Coahuila, que recibió su nombramiento en el año 2018.

En primer lugar, Parras de la Fuente es un pueblo mágico que ha sabido orientar y consolidar una industria turística en los 17 años que tiene con esta denominación, todo en favor de la cada vez mayor cantidad de visitantes que viajan a ese destino, particularmente en fin de semana. En este pueblo mágico se encuestaron a 43

hoteles, y se constató que existe una gran heterogeneidad en los establecimientos: el hotel más joven aun no tiene ni el año de operaciones, ya que se inauguró este 2021, mientras que existe uno que tiene más de 300 años en operación. La edad promedio de los hoteles es de 25.6 años, lo cual habla de una industria que ha sabido sobrevivir y mantenerse en el mercado.

Gráfica 1. Unidades de alojamiento en Parras por año de apertura desde el nombramiento de Pueblo Mágico.



Fuente: elaboración propia, 2021.

De los 43 hoteles identificados, 25 de ellos iniciaron operaciones previo a la denominación de pueblo mágico, lo que implica que el 40% de los nuevos hoteles fueron construidos e iniciaron operaciones después de que Parras de la Fuente se convirtió en pueblo mágico. Este impacto no es menor, ya que se trata de una industria en constante crecimiento. La industria de alojamiento en Parras se divide como sigue: 34 hoteles, 6 hostales, 1 hotel boutique y 2 opciones de cabañas.

La gráfica 1 presenta el año en que iniciaron operaciones los 18 hoteles mencionados. Como se puede observar, en el 2007 y el 2011 fueron los años en que más hoteles se crearon, con cuatro en cada año. Destaca también el 2004 y el 2010, en cuya generación fueron desarrollados dos hoteles por año. También es

importante resaltar que en algunos años no se creó ningún establecimiento hotelero, en donde figura principalmente el periodo del 2012 al 2015, y el 2019 y 2020.

La clasificación propuesta permite agrupar a la industria hotelera en Parras como sigue: entrantes, sólo 1 hotel; jóvenes, 2 hoteles; maduros, 4 hoteles; y viejos, los 36 hoteles restantes. Esta categorización confirma que el sector hotelero en Parras de la Fuente ha sabido mantenerse en operación, a pesar de situaciones adversas como crisis económicas o pandemias. Además, el hecho de que la mayoría de los hoteles sean de una antigüedad de más de 10 años implica un nivel de especialización que no se ve en muchos destinos turísticos del mismo tamaño, incluidos algunos pueblos mágicos del mismo estado.

Por su parte, la ocupación promedio de los hoteles en Parras es alta. Como resultado de los cuestionarios levantados entre los propietarios de los establecimientos, se estima un promedio de 87% de ocupación hotelera en fin de semana. Esto habla de una industria en constante demanda por parte de los visitantes que llegan a este destino desde estados circunvecinos, particularmente de Nuevo León, no solo para disfrutar los atractivos enológicos, sino también para un mercado creciente de eventos sociales en el pueblo.

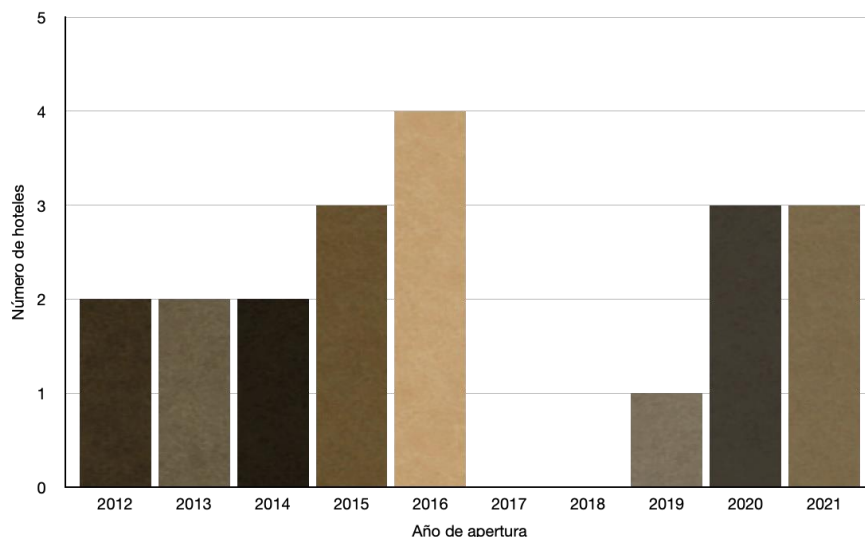
Esta dinámica empresarial tiene repercusiones importantes en el empleo. Al cuestionar a los hoteles sobre esta variable, un hallazgo relevante fue el cambio positivo en el número de empleados en el periodo entre el inicio de operaciones a la actualidad. En total, con la información proporcionada por las unidades de alojamiento, se concluye que 528 personas trabajan actualmente en los 43 hoteles del pueblo mágico. Este hallazgo es significativo por las condiciones de pandemia que aun se vive y que afectó de manera importante a la industria turística en México y el mundo. Según el número de empleos, los hoteles en Parras se pueden dividir de la siguiente manera: microempresas, 31; pequeñas empresas, 11; y medianas empresas; 1. Este resultado muestra que los hoteles creados y en operación en Parras aun se caracterizan por ser negocios pequeños que atienden una demanda

de visitantes que en promedio pernoctan no mas de dos noches en el pueblo mágico.

En suma, en Parras se ha consolidado una industria hotelera diversa que atiende a distintos mercados y perfiles turísticos.

Contrario a lo que sucede en Parras, el pueblo mágico de Arteaga presenta una situación particular. El nombramiento que obtuvo este destino ubicado en el sureste de Coahuila esta delimitado a la cabecera municipal, en donde se encuentra el Palacio Municipal y las cuadras aledañas. Sin embargo, la industria hotelera no esta concentrada en ese sitio. Arteaga es conocido por su infraestructura hotelera ubicada en el entorno natural de la sierra, lo que ha permitido la creación de empresas de alojamiento en el formato de cabañas, principalmente, y que también ha tenido incrementos significativos. En total se lograron encuestar a 40 unidades de alojamiento en Arteaga, 37 de los cuales son cabañas, 2 hoteles y 1 negocio en el formato de *glamping*. Los datos sobre la generación a la que pertenece cada establecimiento se presentan en la gráfica 2.

Gráfica 2. Unidades de alojamiento en Arteaga por año de apertura desde el nombramiento de Pueblo Mágico.



Fuente: elaboración propia, 2021.

Los datos del pueblo mágico de Arteaga señalan que el 50% de los nuevos establecimientos fueron creados a partir del nombramiento de pueblo mágico, lo que habla de un impacto importante en esta industria impulsada por una mayor cantidad de turistas que visitan Arteaga. La mayor cantidad de aperturas ocurrió en el periodo 2012 al 2016, con 12 negocios de cabañas y 1 hotel. A pesar de la contingencia por Covid-19, entre 2020 y 2021 se abrieron seis nuevos negocios de alojamiento.

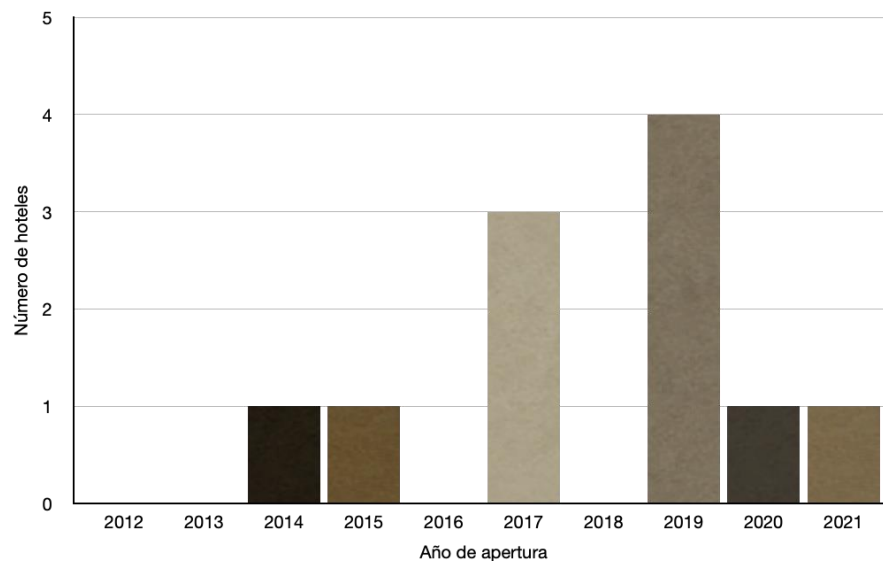
La edad promedio de estas empresas es de 9.87 años, una industria relativamente joven que ha sabido mantenerse en el tiempo y que continúa en crecimiento para recibir a los visitantes que optan por Arteaga como un adecuado destino de naturaleza. Según el cálculo de la edad de los negocios de hospedaje en este pueblo mágico, es posible categorizarlos de la siguiente manera: entrantes, 7 unidades; jóvenes, 4 establecimientos; maduros, 11 hoteles; y viejos, 20 empresas. En este pueblo mágico también se percibe una tradición hotelera de varios años, ya que la mitad de las empresas de todo el sector tiene más de 10 años.

La dinámica empresarial ha generado un total de 445 empleos en todas las unidades de alojamiento, aunque es importante destacar que un solo centro vacacional concentra la mayor cantidad de personal ocupado, por sus dimensiones e importancia regional, Bosques de Monterreal. Según el personal ocupado, la industria hotelera en Arteaga se divide de la siguiente manera: microempresas, 30 hoteles, los cuales representan la mayoría; pequeñas empresas, 9 negocios; y medianas, 1, precisamente el complejo denominado Bosques de Monterreal.

Un pueblo mágico que también obtuvo el nombramiento en 2012 es Cuatro Ciénegas, cuyo crecimiento en el sector hotelero es evidente. Los datos recolectados, presentados en la gráfica 3, indican una dinámica desigual en los nueve años que tiene con el nombramiento. Actualmente existen 24 establecimientos comerciales dedicados al hospedaje, entre hoteles, hostales y cabañas: 11 de estos negocios iniciaron operaciones a partir de la denominación de

pueblo mágico, es decir, el 45% de las empresas de alojamiento fueron creadas como resultado de la dinámica turística creciente de Cuatro Ciénegas.

Gráfica 3. Unidades de alojamiento en Cuatro Ciénegas por año de apertura desde el nombramiento de Pueblo Mágico.



Fuente: elaboración propia, 2021.

La mayor cantidad de aperturas ocurrió en el año 2019, cuando abrieron 3 hoteles y 1 negocio de cabañas, mientras que la generación a la que pertenecen más empresas es 2017, con 3 hoteles que iniciaron operaciones ese año. Aún en el periodo de pandemia, entre 2020 y 2021, fueron creados dos hoteles, uno por año.

Según la edad cumplida, los hoteles se clasifican como siguen: seis entrantes; tres empresas jóvenes; dos maduras y 13 hoteles considerados *viejos*, según las categorías descritas en el apartado metodológico. Con esta información se puede confirmar que la industria hotelera en Cuatro Ciénegas también tiene una tradición importante en el municipio, y que el nombramiento de pueblo mágico contribuyó a la creación de más hoteles.

Este entorno hotelero en Cuatro Ciénegas suma 428 habitaciones, el cual genera más de 400 empleos y cuenta con una alta ocupación del 80% cada fin de semana. Según el número de trabajadores, 18 de los 24 establecimientos, la gran mayoría, son microempresas, mientras que cinco hoteles son pequeñas empresas, y solo 1 es mediana.

Un tercer pueblo mágico que obtuvo su nombramiento en el año 2012 fue Viesca. A pesar de que han transcurrido casi 10 años desde la denominación, en este pueblo mágico la dinámica hotelera no ha logrado despuntar. El trabajo de campo realizado en Viesca constató que únicamente existen dos hoteles en operación, ambas microempresas, y solamente uno de ellos inició operaciones en el año 2021, con una baja ocupación declarada del 20%. El otro hotel tiene más de 20 años en funcionamiento, y sí ha visto un impacto positivo desde el nombramiento de pueblo mágico, ya que declara que cada fin de semana se ocupa el 100% de las 11 habitaciones disponibles en el negocio. Este entorno de negocios en Viesca es relevante en la medida en que es necesario analizar los principales factores que pudieran estar incidiendo en esta realidad de bajo crecimiento en las empresas hoteleras, lo cual puede ser objeto de estudio en un trabajo posterior.

Después de 2012, tuvieron que pasar tres años para que surgieran nuevos pueblos mágicos en Coahuila, ya que en 2015 Candela y Guerrero obtuvieron dicho nombramiento. En ambos casos, y al igual que Viesca, la industria hotelera no creció al mismo ritmo que Arteaga, Parras o Cuatro Ciénegas. En el caso de Candela, a pesar de que existen viviendas que ofrecen servicios de hospedaje, las opciones de alojamiento formal o comercial se limitan a tres hoteles, y solo uno de ellos fue creado recientemente, en el 2019, que tiene dos habitaciones y es administrado por la misma familia propietaria. Los otros dos tienen una importante tradición en el pueblo y se han mantenido activos. Se tratan de microempresas de menos de 10 empleados. Esto permite concluir que, para el caso de Candela, al ser también un pueblo pequeño, no ha presentado la misma dinámica hotelera en comparación con los más grandes, como Parras, Cuatro Ciénegas o Arteaga, ya

que no se ha invertido en nuevas instalaciones de hospedaje en los seis años que tiene Candela de ser pueblo mágico.

El caso de Guerrero es similar a Candela y Viesca. Los datos recabados en ese pueblo mágico permiten concluir que solo existe una opción de hospedaje, y se trata de un establecimiento en el formato de cabañas creado en el año 2020, es decir, se trata de un negocio nuevo, por lo que en los seis años desde que fue denominado pueblo mágico, en Guerrero no existían opciones adicionales de alojamiento formal.

Finalmente, sobre el caso de Muzquiz, que ha sido el último pueblo mágico en obtener dicha denominación en el 2018, es posible afirmar que ya contaba con una cierta infraestructura hotelera desde hace varios años. De los 10 hoteles establecidos en Muzquiz, siete de ellos ya existían antes del nombramiento de pueblo mágico, incluso algunos con más de 30 años de antigüedad y que continúan en operaciones. Para efectos de esta investigación, se encontró que, desde el 2018, se han aperturado únicamente 3 nuevos hoteles: uno en 2019 y dos en 2020. Según la edad de estos hoteles, tres son entrantes y siete son viejos. En total, todos los hoteles indicaron tener una alta ocupación los fines de semana de alrededor del 86%, generando 76 empleos dentro de sus instalaciones y caracterizados por ser microempresas, de menos de 10 empleados.

Conclusión y discusión

Los siete pueblos mágicos de Coahuila representan un sistema turístico con gran potencial de crecimiento. Ya sea turismo cultural, enológico, de aventura, deportivo, gastronómico, de convenciones, histórico o de esparcimiento, la oferta cada vez mas variada de cada pueblo mágico contribuye a fortalecer y consolidar su permanencia con dicho nombramiento. El reto es grande, puesto que cada vez existe mayor competencia para atraer turismo regional o nacional en un país con una gran riqueza turística, como México.

El objetivo principal de esta investigación se formuló a partir de un análisis que se pretendió realizar de la realidad empresarial de cada pueblo mágico,

particularmente del entorno hotelero. El supuesto detrás de este objetivo es que se esperaría un impacto positivo en cada pueblo mágico a partir de su denominación, lo que repercutiría en un mayor número de establecimientos de hospedaje para ampliar la oferta de habitaciones y satisfacer la demanda turística.

Después de analizar los datos recabados en cada unidad de hospedaje en los pueblos mágicos del estado, es posible resaltar tres conclusiones. La primera es que, con los datos demográficos de los hoteles, como su edad, generación y población total, existen dos grupos de pueblos mágicos en Coahuila. El primero corresponde aquellos con una mayor dinámica comercial en el ramo hotelero, en donde se evidenció mayores aperturas de hoteles, moteles, hostales y cabañas, y por lo tanto con un mayor impacto en el empleo. A este grupo pertenecen Parras de la Fuente, Cuatro Ciénegas y Arteaga, a donde siguen llegando las inversiones en este rubro. El segundo grupo se caracteriza por una ausencia importante de nuevos hoteles, a pesar de que han pasado algunos años del nombramiento. En general se trata de los pueblos mágicos más pequeños del estado, como Viesca, Candela y Guerrero, en donde aún no se alcanza a visualizar un impacto positivo del nombramiento, expresado en mayores inversiones en la industria hotelera, ya que sólo se ha inaugurado un hotel en cada pueblo mágico.

La segunda conclusión es que, prácticamente, en todos los pueblos mágicos se observa una alta ocupación hotelera cada fin de semana. En esta variable no hay diferencias por pueblo mágico, ya que todos se encontró que la ocupación promedio ronda el 80%. Este indicador tiene múltiples significados: uno de ellos es que los pueblos mágicos de Coahuila sí representan opciones de esparcimiento para los visitantes que deciden pasar un fin de semana en cualquiera de los siete pueblos mágicos, para conocer, experimentar y disfrutar de nuevas experiencias que se han ido creando en cada uno de ellos. Además, el hecho de que el indicador promedio de todos los pueblos mágicos sea del 83%, también debe ser un aliciente que impulse más inversiones en este rubro, particularmente en los lugares en donde aun no es tan visible este impacto positivo del turismo.

Finalmente, como tercera conclusión es importante resaltar las características de los hoteles. La mayor parte de ellos son micro y pequeñas empresas, ya que el 96% de los establecimientos encuestados dan empleo a menos de 50 personas, un hotel a 100 personas y dos empresas a más de 200 personas, los cuales son los complejos hoteleros más grandes del estado ubicados en los pueblos mágicos de Coahuila.

Agradecimientos

La información recabada en esta investigación fue posible gracias al financiamiento recibido por el Programa para el Desarrollo Profesional Docente (PRODEP), por lo que se extiende un agradecimiento especial por la aprobación de este proyecto.

Referencias bibliográficas

- Aguirre, L., Tobón G. y Mendoza R. (2018). *Dinámica de las regiones de Coahuila: entre las fuerzas de la cuarta revolución industrial, el asalto a sus recursos naturales y la luchas por el espacio*. México: Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C.
- Ahmad, N. y Vale, S., (2005). *Moving towards comparable business demography statistics*. OECD, Meeting Document 8.
- Ahmad, N. (2006). *A proposed framework for business demography statistics*. Paris, OECD Publishing.
- Bartelsmann. E., Scarpetta, S. y Schivardi, F. (2003). *Comparative analysis of firm demographics and survival: micro-level evidence for the OECD countries*, en OECD Economic's Department Working Papers No. 348, recuperado de: https://www.oecd-ilibrary.org/economics/comparative-analysis-of-firm-demographics-and-survival_010021066480
- Berger, A. y Udell, G. (1998). The economics of small business finance: the roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle. *Journal of Banking & Finance*, 22, 613-673.
- Equihua, G., Messina, S. y Ramírez J.P. (2015). Los pueblos mágicos: una visión crítica sobre su impacto en el desarrollo sustentable del turismo. *Revista Fuente Nueva Época*, Año 6, núm. 22, agosto-octubre 2015.

- Fariñas, J. y Huergo, E. (2015). *Demografía empresarial en España: tendencias y regularidades*, España, Fedea y Popular.
- Fernández, A. (2016). Una revisión del programa Pueblos Mágicos. *Revista Cultur*, año 10, núm. 1, 4-34.
- García, D. y Guerrero, H. (2014). El programa Pueblos Mágicos: análisis de los resultados de una consulta local ciudadana. El caso de Cuitzeo, Michoacán, México. *Economía y Sociedad*, vol. XVII (31), 71-94.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2016). Esperanza de vida de los negocios en México. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/temas/evnm/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020). Censo de Población y Vivienda 2020. Recuperado de: <https://censo2020.mx/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020). Estadísticas a propósito del día de las micro, pequeñas y medianas empresas. Datos Nacionales. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/MYPIMES20.pdf>
- López, L., Valverde, C., Fernández A. y Figueroa M. (2015). *Pueblos Mágicos. Una visión interdisciplinaria*. México; Universidad Autónoma Metropolitana y Universidad Nacional Autónoma de México.
- Morales, R. (2006). Demografía de negocios en México. *Estudios Demográficos y Urbanos*, Vol. 27(1), 201-225.
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (2017). *The geography of firms dynamics: measuring business demography for regional development*. Paris, OECD Publishing.
- Secretaría de Turismo (2020). *Guía de incorporación y permanencia de los Pueblos Mágico*. México: Secretaría de Turismo.
- Shaadi R., Pulido, J. y Rodríguez I. (2017). El producto turístico en los Pueblos Mágicos de México. Un análisis crítico de sus componentes. *Revista de Estudios Regionales*, núm. 108, 125-163.
- Smith, S. y Morrison, P. (2005). "Small-area and business demography", en Poston, Dudley y Michael Micklin (eds.), *Handbook of population*. New York, Springer Publishers.
- Welti, C. (1997). Demografía I. México, Programa Latinoamericano de Actividades en Población e Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.