




ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

Impacto del programa Pueblos Mágicos en la región de Todos Santos y Loreto-México: Análisis del ingreso de las empresas por género

Impact of the Pueblos Magicos program in the region of Todos Santos and Loreto-Mexico: Analysis of business income by gender

Angélica Montaña-Armendáriz ¹ | Gilberto Martínez-Sidón ¹ | Juan Pérez-Concha ¹

¹Departamento de Economía Universidad , Autónoma de Baja California Sur. La Paz, Baja California Sur, México

Correspondencia
Angélica Montaña-Armendáriz, Departamento de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, La Paz, Baja California Sur, México.
Email: amontano@uabcs.mx

Fecha de recepción
Mayo 2023

Fecha de aceptación
Junio 2023

RESUMEN

Los ejes del presente artículo se enmarcan en el rol de la mujer en el desarrollo de emprendimientos relacionados-directa o indirectamente con la actividad turística, en el contexto del Programa Turístico "Pueblos Mágicos" en las localidades de Todos Santos y Loreto en el Estado de Baja California Sur, México. El objetivo es analizar el impacto de este programa en el ingreso de las empresas, con énfasis en la variable de género. Se aplicó una metodología cuantitativa de carácter exploratorio y descriptivo. Se seleccionó una muestra de 204 cuestionarios en ambas localidades. A partir de la información obtenida en la evidencia empírica, se realizó el análisis inferencial mediante un modelo de regresión de probabilidad logístico y el método de emparejamiento (Propensity Score Matching), mismo que se aplicó para establecer si existe una diferencia significativa entre el ingreso que perciben las mujeres a partir de los emprendimientos vinculados a la actividad turística en comparación con los hombres bajo misma igualdad de características. Asimismo, la media del índice de emparejamiento para el grupo de tratamiento (mujeres) es de 0.2386 puntos base, mientras que para el grupo de hombres el índice es de 0.2649. Esta diferencia en el índice sostiene que a pesar de que ambos grupos presentan características similares, la diferencia en el ingreso persiste.

Palabras clave: Pueblos Mágicos, Ingreso, Género, Emprendimiento.

Códigos JEL: J16. L26. L83.

ABSTRACT

This article focuses on the role of women in the development of enterprises directly or indirectly related to tourism in the context of the "Magical Towns" Tourism Program in the towns of Todos Santos and Loreto in the State of Baja California Sur, Mexico. The objective is to analyze the impact of this program on the income of the companies, with emphasis on the gender variable. An exploratory and descriptive quantitative methodology was applied. A sample of 204 questionnaires was selected in both locations. Based on the information obtained from the empirical evidence, an inferential analysis was carried out using a logistic probability regression model and the Propensity Score Matching method, which was applied to establish whether there is a significant difference between the income received by women from tourism-related enterprises compared to men under the same characteristics. Likewise, the mean of the matching index for the treatment group (women) is 0.2386 basis points, while for the men's group the index is 0.2649. This difference in the index argues that despite the fact that both groups present similar characteristics, the difference in income persists.

Keywords: Pueblos Mágicos, Income, Gender, Entrepreneurship.

JEL codes: J16. L26. L83

1 | INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el turismo se ha convertido en un sector económico que registra un crecimiento constante y supone una de las más importantes fuentes de ingreso y empleo en el Estado de Baja California Sur México (BCS), de manera tal que para el año 2020 representó el 73 % del Producto Interno Bruto (PIB) de la entidad (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2020a). Como resultado de la concentración del PIB en los servicios y dadas las características de la estructura productiva de BCS, la población económicamente activa (PEA) muestra una fuerte dependencia del sector terciario, dentro del cual destaca el turismo y las actividades económicas vinculadas. Cabe señalar que, en el año 2019, el sector terciario concentró el 70.8 % del total de la PEA estatal (INEGI, 2020b; INEGI, 2020c), aportando una derrama económica de 933.6 millones de dólares (Montaño, 2022). De manera análoga, si el PIB y la PEA se concentran en el sector terciario, luego la mayor parte de las unidades productivas se ubica en este sector, y dentro de él en la actividad turística y los servicios asociados a su mercado.

En el caso específico de BCS, además de contar con un destino turístico de sol y playa de categoría internacional como lo es Los Cabos, también cuenta con dos Pueblos Mágicos (PM). Cabe mencionar que los PM surgen como un programa del gobierno federal en el año 2001; su objetivo fue el de impulsar el desarrollo y crecimiento económico en pequeños Pueblos donde resaltan, entre otros atributos, su patrimonio urbanístico e histórico y sus actividades culturales. De acuerdo con la definición de la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2020a), un PM es una "localidad que tiene atributos únicos, simbólicos, historias auténticas, hechos trascendentes, cotidianeidad, lo que significa una oportunidad para el aprovechamiento turístico, atendiendo a las motivaciones y necesidades de los viajeros" (párr.1). Bajo este contexto, el Pueblo de Todos Santos y Loreto fueron distinguidos con la categoría de "Pueblos Mágicos" en el año 2006 y 2012 respectivamente.

Todos Santos se ubica en el municipio de La Paz, BCS, a medio camino (81 kms.) entre La Paz (capital del estado) y el corredor turístico de Los Cabos (85 kms. de Cabo San Lucas), situación que propicia que una gran parte del turismo sea de paso. Geográficamente se asienta sobre una meseta a las faldas del Área Natural Protegida Sierra de la Laguna, en el litoral del océano pacífico. De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda de INEGI (2020c), el Pueblo Mágico (PM) de Todos Santos, contaba con 17,148 habitantes. La ubicación territorial de esta localidad resulta en una ventaja estratégica para el desarrollo del turismo de naturaleza.

Por otro lado, Loreto es uno de los cinco municipios que conforman el estado de Baja California Sur, además de Los Cabos, La Paz, Comondú y Mulegé; parte de su territorio lo compone la Sierra de la Giganta, patrimonio natural de enorme belleza y biodiversidad. El municipio abarca 4,418.98 kms²; su población total es 23,657 habitantes (SETUES, 2020). Geográficamente, se ubica en el centro de la península de Baja California, en el litoral del golfo de California. Comprende un corredor turístico integrado por el tradicional Pueblo de Loreto, la zona turística de Nopoló, la Misión de San Javier y la Marina de Puerto Escondido. Su mercado natural es el turismo nacional, además del proveniente de Estados Unidos y Canadá (en menor proporción).

En lo que respecta al papel que desempeña la mujer en la actividad turística, en términos generales la estadística de la Secretaría de Turismo a través de DATATUR (2020) muestra que un 60 por ciento del empleo generado en el sector turístico es ocupado por las mujeres contra un 40 por ciento de hombres. No obstante, este dato no implica que en términos de ingresos sean equiparables, incluso, en alguna literatura muestra que las mujeres suelen percibir un menor ingreso. A manera de ejemplo, Kaplan y Piras (2019) argumentan que, para el caso de las mujeres, su ingreso se ve limitado por el hecho de tener que atender tareas del hogar.

En el tema de ingresos, una alternativa para generar ingresos por cuenta propia es el emprendimiento. En este sentido, se reconoce que el emprendimiento coadyuva en el desarrollo económico, pues además de crear fuentes de empleo, propicia la generación de ingresos propios que dependerán, entre otros factores, por características propias de la persona, como su capital humano, o características económicas del entorno geográfico. Con lo cual, si se conjugan estos aspectos, es posible generar emprendimientos que sean capaces de permanecer en el largo plazo en el mercado (Osorio, Saavedra y Martínez, 2019).

Bajo este contexto, donde se tiene un programa de PM, cuyo objetivo es propiciar el desarrollo de las regiones en torno al turismo, a través de crear oportunidades de mercado para el emprendimiento y donde la participación de la mujer en la actividad económica es cada vez mayor, se plantea el objetivo de analizar el impacto que ha tenido el programa de PM en Todos Santos y Loreto, en el contexto del emprendimiento y el ingreso que se percibe por género. Sobre la base de las ideas antes expuestas, el documento se estructura en cuatro secciones; en primer término, se revisan los elementos teóricos y contextuales referidos a los emprendimientos femeninos, turismo y Pueblos Mágicos en México.

Enseguida, se analiza la estructura y dinámica de los emprendimientos económicos en la zona de estudio; posteriormente, se presentan los aspectos metodológicos que fundamentan el documento; en la cuarta sección, se describen los resultados obtenidos, a partir de la aplicación y evidencia empírica de la investigación aplicada mediante entrevistas estructuradas, las cuales se contrastan por medio de un modelo de regresión a partir del método de emparejamiento (Propensity Score Matching) utilizando una muestra representativa de la población de empresas turísticas de Los Cabos, BCS.

2 | REVISIÓN LITERARIA Y CONTEXTUAL

2.1 | Características generales de los emprendimientos femeninos

El estudio de la temática empresarial es un área que ha crecido a nivel mundial, la motivación de las investigaciones se sustenta en que la creación de empresas impacta sobre el desarrollo y crecimiento de las economías (Segarra, Chabusa, Legarda, y Espinoza, 2020). A partir de la década de los noventa el aumento de investigaciones desde la perspectiva de género y el emprendimiento contribuyen a incrementar la participación de las mujeres en el mercado laboral, (Lagarde, 2016).

Las conceptualizaciones respecto al emprendimiento femenino, permiten ampliar la visión del por qué la mujer emprende. La misma idea contempla la visión de una independencia económica y desarrollo humano, de autorrealización, el rol que asume la mujer en los emprendimientos que responde a una necesidad de desarrollo de manera individual y colectiva. Es por ello que cuando se trabaja con organizaciones de mujeres emprendedoras, es usual encontrar motivación y compromiso con el desarrollo de sus comunidades y contribuir a mejorar la calidad de vida de los suyos y los que les rodea (Saavedra et al., 2017).

En la mayor parte de la literatura sobre el emprendimiento de las mujeres, pone de manifiesto que, a pesar de las iniciativas institucionales por apoyar el emprendimiento femenino, prevalecen aun tasas de participación inferiores a la de los hombres, por lo que a pesar de los esfuerzos que ha hecho la mujer, por ganar espacios en el mundo empresarial, sigue enfrentando muchas dificultades que le impiden seguir avanzando, entre las cuales se destacan responsabilidades domésticas, culturales y estereotipos (Kelly et al, 2011 en Olaz y Ortiz, 2017).

Otro aspecto de amplia relevancia en torno al emprendimiento asociado al género, son aquellos factores que diferencian el comportamiento empresarial por parte de las mujeres y los hombres. En este sentido Brush (1992) argumentó que las diferencias de mayor relevancia entre hombres y mujeres emprendedores se originan en los objetivos de negocios y los estilos de gestión. El autor menciona argumentos relevantes que refieren como posibles causas del abandono de la actividad empresarial de las mujeres tales como: los sectores de actividad, la responsabilidad familiar, las dificultades del capital humano, financiero, y la desigualdad que existen entre los hombres y mujeres frente al riesgo.

Jennings y McDougal (2016) analizan las relaciones que se presentan entre el hogar, la empresa y la familia; de acuerdo con sus resultados, establecen que las mujeres, a diferencia de los hombres, son las que mayormente experimentan un conflicto entre las actividades asociadas a la familia y las actividades asociadas al trabajo, además, son las mujeres las que mayormente aplican estrategias de solución, más que de crecimiento. Lo anterior permite a las mujeres mantener cierta posición sin la necesidad de adjudicarse más obligaciones o compromisos que impliquen mayor tiempo en la dedicación del negocio. Otros factores que inciden y limitan a la mujer en el ámbito empresarial es además del crédito, los servicios de apoyo, y el conocimiento.

En este sentido, se puede establecer que analizar el emprendimiento femenino se debe realizar bajo una visión en la que intervienen diversos factores y cuya magnitud se hace mas amplia, cuando se visibiliza, y reclaman espacios en lo económico, político y social. De igual manera, las redes de colaboración juegan un papel relevante que impactan sobre el desempeño de las actividades empresariales. No obstante, en muchas de las economías, las mujeres no cuentan con acceso a las mismas redes empresariales que los hombres, en este sentido Knorr, 2011 en Sandoval-Alvares (2020), sostienen que las redes empresariales coadyuban a proporcionar más información a las mujeres respecto del contexto económico que influye sobre la toma de decisiones, además, proporciona mayores opciones para el progreso profesional con la oportunidad de reforzar los lazos con posibles inversionistas.

Las emprendedoras turísticas latinoamericanas tienen en común distintas características con respecto al resto del mundo, de acuerdo con los estudios en Huatulco (México) y Ecuador, estas se caracterizan por tener entre 34 a 49 años, estar casadas, con educación superior, con hijos y sobre todo desempeñarse en actividades de hostelería, turismo y agencias de viaje (Sarango, Armas, y Ramos, 2016; Mendoza y Chapulin, 2015; Fernández y Martínez, 2010), utilizan sus ahorros para comenzar sus negocios, tienen entre 1 y 13 empleados, reciben capacitación en torno a temas turísticos, además de estar asociados en cooperativas con el propósito de comercializar sus productos (Gutiérrez, Such, Gabaldón, 2020). En cuanto a la propiedad de la industria del turismo, los tres estudios de caso se caracterizan por lo general como emprendimientos dirigidos por mujeres, lo que da la impresión de que las mujeres son propietarias de la empresa, sin embargo, los títulos de los pequeños establecimientos rara vez están a nombre de la mujer, más a menudo están a nombre del cónyuge u otro miembro masculino de la familia, por lo que, a pesar de las impresiones superficiales de que la industria en Centroamérica está dirigida por mujeres locales, que dirigen pequeñas empresas, en realidad los patrones tienden a estructurarse según el género, la clase, la etnia y las líneas nacionales (por lo general de la clase media). A pesar de la resistencia de los hombres, en muchos casos las mujeres han podido establecer pequeñas empresas, que en general, las empresas de las mujeres tienden a basarse en el hogar, y a centrarse en actividades tradicionales como la cocina, artesanía o el hotelería (Ferguson, 2010).

Una de las razones por las cuales sigue este patrón observado en diferentes estudios se debe al miedo al fracaso, la falta de confianza, de tal manera que prefieren operar en la informalidad por lo

complicado y costoso que pueden llegar hacer los trámites y leyes laborales, así como la falta de capacitación, dificultad al acceder al financiamiento, crear redes comerciales o incluso conciliar trabajo y familia.

2.2 | Características generales del programa Pueblos Mágicos

En el año 2001 entró en marcha el Programa de Pueblos Mágicos por iniciativa de la Secretaría de Turismo (SECTUR) a cargo del gobierno federal de México. El objetivo del programa fue el de impulsar el desarrollo económico local, a partir de impulsar el empleo e incrementar el nivel de bienestar de las personas en las comunidades. Para lograr lo anterior, se buscó explotar los recursos naturales, culturales, y patrimoniales de las localidades (Diario Oficial de la Federación [DOF], 2014). Las primeras localidades en implementar estas políticas de fomento fueron Mexcaltitán en Nayarit, Real de Catorce en San Luis Potosí y Huasca de Ocampo en el estado de Hidalgo. En el momento en que se publicó la Estrategia Nacional en el DOF, México contaba con 123 localidades que tienen el nombramiento de Pueblo Mágico (DOF, 2014). Un Pueblo Mágico de acuerdo con la SECTUR (2020a) "una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin, magia que emana de cada una de sus manifestaciones socio - culturales y que significan, hoy en día, una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico" (párr.1). Básicamente un Pueblo Mágico es una localidad estratégica que, con base en la promoción de sus atractivos naturales, culturales y patrimoniales por parte del gobierno federal, busca detonar la economía a partir de la actividad turística sustentable (Rodríguez, Pulido, Vargas y Shaadi, 2018).

Con fundamento en los Criterios Generales para el Nombramiento de Pueblos Mágicos, (DOF, 2020), la SECTUR (2020b) formuló la Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos, la cual se constituye como la guía para el desarrollo de una nueva visión del turismo en estas localidades. Esta estrategia representa un nuevo planteamiento respecto de la operación del Programa de Pueblos Mágicos, incluso se reconocen diversas limitaciones que han propiciado que este programa no haya incidido plenamente en el mejoramiento de las condiciones de vida de la población que habita los Pueblos Mágicos o que no han generado mayor desarrollo local, o bien fomentado la participación social de las comunidades con una potencial oferta turística, esto a partir de poner en valor los recursos de patrimonio histórico, gastronómico, natural y cultural de las localidades seleccionadas como PM.

A fin de enfrentar estas limitaciones, la nueva Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos establece como objetivos en el DOF (2014):

- 1) Impulsar un enfoque social y de respeto a los derechos humanos en la actividad turística, para el bienestar de las personas que viven y trabajan en los Pueblos Mágicos;
- 2) Fomentar el desarrollo justo y equilibrado entre los individuos, comunidades y regiones para democratizar los beneficios del turismo en las comunidades receptoras; 3) Fortalecer la innovación y diversificar las oportunidades de comercialización de la oferta turística de los Pueblos Mágicos; 4) Contribuir al turismo sostenible en los Pueblos Mágicos, priorizando la conservación y regeneración del patrimonio (párr.82-85).

A veinte años de la implementación del programa PM, expertos en esta temática han realizado investigaciones con el objetivo de valorar el impacto, las limitaciones y el cumplimiento de los objetivos del mencionado programa; al respecto, Moreno, Barrón y Taxis (2021), concluyen que:

- Pese a la diversidad cultural y natural de México, solo diez entidades federativas concentran el 60 % de los 132 PM.

- Con respecto a la dinámica demográfica, en casi la mitad de los PM se registró un descenso de población, lo cual resulta un indicador de que la operación del programa no es un factor determinante para retener a la población en esas localidades.

- En lo referente a las condiciones de marginación de los municipios que incluyen Pueblos Mágicos en su territorio, los niveles de pobreza y pobreza extrema son superiores a los promedios nacionales, lo cual estaría indicando que los beneficios económicos (resultado de la "turistización" de esas localidades, no tienen un alcance extensivo a los habitantes que viven con niveles elevados de pobreza.

- Una situación similar a la anterior ocurre con el ingreso, por cuanto el porcentaje de población que percibe ingresos inferiores a la línea del bienestar es alto y superior al promedio nacional.

Por estas razones Enríquez y Vargas (2021) refieren lo bajo que "son los índices de desarrollo de los municipios con PM, los cuales son, incluso, inferiores a los promedios nacionales, situación que -afirman- constituye el panorama general que ofrecen los Pueblos Mágicos en la actualidad" (p.12).

Becker y Rosales (2015) exponen alguna literatura que evalúa el programa Pueblos Mágicos en la primera década de operación; en su análisis encuentran que los denominados PM se distinguen por ser localidades heterogéneas, con distintos niveles de desarrollo económico y social, en algunos casos con un grado de desarrollo turístico alto y en otros con un desarrollo turístico incipiente. Concluyen que los resultados en la evaluación del desarrollo económico y social fueron dispares, lo cual -en gran medida- se debe a la limitada organización (por parte de autoridades estatales o municipales) para sentar las bases del programa en forma eficiente y eficaz.

En relación a la calidad del servicio de las empresas que sustentan sus operaciones, con prácticas apegadas a los lineamientos de los programas de mejora continua de los emprendimientos que impulsa SECTUR, se puede establecer un limitado nivel de participación en los municipios con localidades que cuentan con Pueblos Mágicos, así, por ejemplo, menos del 30% de esos municipios cuentan con empresas con alguna certificación turística vigente como distintivo "H", o bien sello de calidad Punto Limpio; la excepción es el Programa de Calidad Moderniza "M", en el que 43% de esos municipios cuenta con -al menos- un distintivo.

Dicha situación refleja un bajo nivel de calidad en los servicios turísticos que se ofertan en los PM, lo cual puede significar una limitante para atraer turistas que detonen mayor derrama económica (DOF, 2014, párr.69). En este sentido, se puede establecer un área de oportunidad para analizar y establecer estrategias de mejora en el nivel de atención al turista, (Sánchez, 2019).

2.3 | Análisis de desarrollo Pueblos Mágicos de Todos Santos Baja California Sur México

Como ya me comenté el Programa de Pueblos Mágicos inició en el año 2001, no obstante, Todos Santos recibió el nombramiento de Pueblo Mágico en el año 2006. A partir de esa fecha, se puede establecer que la actividad turística mantuvo un crecimiento exponencial en la región, pero que en los últimos años el crecimiento de la actividad turística se ha moderado, a pesar de que la construcción de casas de verano continúa en aumento. Cabe señalar que desde el año 2000 la región de Todos Santos, en específico la zona "histórica" se caracterizó por la actividad turística asociada a la hotelería, restaurantes, artesanías y bares (López, Valverde y Figueroa, 2015). Todos Santos es un Pueblo Mágico ubicado al sur de la península de Baja California Sur (México) que se sitúa geográficamente a 80 kilómetros del municipio de La Paz, sobre una meseta en las faldas

de la Sierra de la Laguna. En las dos últimas décadas la localidad se ha transformado en su estructura urbana y paisaje litoral, debido entre otros factores al turismo residencial y cultural, así como las grandes obras de infraestructuras para el turismo masivo en sus zonas aledañas u colindantes con el destino turístico de Los Cabos (Olmos-Martínez, Vázquez, Alcázar-Guzmán y Ibarra-Michel, 2020). La oferta de sus recursos turísticos se encuentra en las playitas "Tortugueros", que se dedican a la protección, cuidado y liberación de las tortugas marinas. Así como sus playas; Punta Lobos, La Cachorra, Las Palmas, San Pedrito y Cerritos.

Además, existen grandes extensiones de playas y territorios en estado natural junto al mar, lo que hace muy atractiva la práctica del surf, la observación de ballenas, la pesca recreativa, el senderismo, entre otras actividades relacionadas con este segmento. Sin embargo, una de las principales modalidades de promoción (a nivel internacional) de Todos Santos, ha sido el turismo cultural, dado que -desde finales de los noventa- el Pueblo ha sido elegido residencia y lugar de trabajo por pintores y escritores estadounidenses y canadienses. En este contexto, la presencia y residencia de artistas ha propiciado la creación de quince emprendimientos como galerías de arte y academias de pintura, así como la organización frecuente de exposiciones y festivales artísticos de alto nivel.

El mercado inmobiliario ha aprovechado para generar una importante oferta (de alta calidad y valor comercial) de segunda residencia para extranjeros, de esta manera, es posible asumir que la actividad inmobiliaria ha sido de las más beneficiadas con el nombramiento de Pueblo Mágico. La presencia de los residentes extranjeros ha ocasionado, entre otros efectos, cambios en la vida social y en la idiosincrasia del Pueblo, apropiamiento de los espacios históricos del centro urbano, surgimiento de negocios cuyo nicho de mercado son extranjeros y una reducida derrama económica. Por lo tanto, existen dos Todos Santos: la limitada zona beneficiada con la infraestructura urbana del Pueblo Mágico y el resto del poblado (Montaño, Martínez y Pérez, 2021, p.135).

2.4 | Análisis de desarrollo Pueblos Mágicos de Loreto Baja California Sur México

El municipio abarca 4 401.96 km² y cuenta con 147 localidades entre sus subdelegaciones. En el año 2020 Loreto contaba con aproximadamente 21,071 personas, de las cuales el 88 por ciento se ubican en la cabecera municipal. La densidad de población es de apenas 4.8 personas por kilómetro cuadrado, lo que convierte al municipio en el menos poblado (López, Valverde y Figueroa, 2020).

En la década de 1980, el municipio de Loreto se convirtió en uno de los cinco Centros Integralmente Planeados (CIP) en México, con la intervención estratégica del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR). Por lo que, el Municipio de Loreto fue concebido como polo de desarrollo turístico bajo un esquema de turismo de sol y playa. La designación de Loreto como parte del PPM fue en el 14 de junio 2012, surgió como estrategia de supervivencia en términos de relanzamiento del Programa de Pueblos Mágicos (PPM), dado que el desarrollo como CIP no logra su arranque y consolidación como es el destino de corte internacional Los Cabos.

En los últimos 10 años, Loreto se ha caracterizado por ser un destino turístico sustentado en el enfoque de naturaleza, que, aunado a la ventaja de ser Pueblo Mágico, le proporciona la oportunidad de establecer un modelo de desarrollo turístico con mayor inclusión, contrario al modelo tradicional de Sol y Playa que se aplica en Los Cabos. Loreto cuenta con paisajes y recursos naturales, que se diversifican por su combinación entre la playa, desierto y montaña, que permiten explotar actividades económicas asociados al ecoturismo.

En su territorio se encuentra el Área Natural Protegida y la Reserva Ecológica Marina "Parque Nacional Bahía de Loreto". A su bio-

diversidad, se suma el patrimonio cultural e histórico, representado por la gastronomía local y las Misiones de Loreto y San Javier.



Figura 1. Macrolocalización de los Pueblos Mágicos de Loreto y Todos Santos

Desde su creación como Centro Integralmente Planeado (CIP), los gobiernos federal y estatal han aplicado fuertes inversiones en infraestructura turística y en promoción y mercadeo; sin embargo, Loreto es un destino turístico estancado, lo cual obedece a múltiples factores, entre los cuales destacan: la inadecuada planeación estratégica para enfrentar el segmento del mercado objetivo (realizada con criterios centralistas); la creación de dos CIP's en la misma región y a una relativa corta distancia entre ambos (situación que generó una competencia a favor de Los Cabos, tanto en la captación de inversión como de turistas); en su momento, la canalización de recursos federales, inicialmente programados para este CIP, hacia otros centros turísticos de nueva creación, como Huatulco en Oaxaca; el redireccionamiento de la inversión privada hacia Los Cabos al iniciar su proceso de crecimiento y consolidación en la década de los noventas, finalmente, la falta de conectividad que afecta la oferta y -por ende- a la demanda (no hay vuelos porque no hay hoteles, luego entonces no hay hoteles porque no hay vuelos).

En nuestra óptica, el problema radica en que el mercado no ha respondido a las diversas estrategias de comercialización que se han implementado; primero como destino de sol y playa, posteriormente cuando se enfoca en la actividad inmobiliaria (mediante proyectos para segunda residencia y unidades de tiempo compartido); en la actualidad la política turística de Loreto se orienta al fomento del ecoturismo o turismo de naturaleza, a partir de que en 2012 SECTUR lo certifica como "Pueblo Mágico".

Desde el punto de vista económico, al tratarse de un mercado pequeño, el número de empresas prestadoras de servicios turísticos y los asociados a esta actividad, también es reducido; al igual que en el resto de BCS, tanto el PIB como la PEA también se concentran en el sector terciario de la economía, básicamente en comercio, servicios burocráticos y turismo.

3 | ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1 | Metodología y datos

Para el logro de los objetivos propuestos se aplicó una metodología, transversal, cuantitativa de carácter exploratorio y descriptivo, el universo de trabajo considerado lo constituyeron las unidades económicas registradas en el Directorio de Unidades Económicas de INEGI en el año 2022, para las poblaciones en estudio de donde se obtuvo una muestra de 204 cuestionarios. De la muestra, se aplicaron 140 cuestionarios en Todos Santos y 64 en Loreto. El instrumento de recolección de información fue el cuestionario a mujeres y hombres emprendedores, previamente validado por el proyecto de Ciencia Básica, titulado "Impactos de turismo en México. Estrategia de desarrollo y generación de empleo. Conacyt - Ciencia Básica 2015-258565".

La encuesta aplicada dentro de esta investigación consta de 43 preguntas para el emprendimiento y 15 relacionadas con los Pueblos Mágicos de Todos Santos y Loreto. La finalidad del cuestionario consistió en obtener información estadística, referente a las características de las empresas, empleo y empleadores relacionados, directa e indirectamente con el turismo, con el objetivo de valorar impacto en las variables antes mencionadas a partir del nombramiento de Pueblo Mágico de Todos Santos Baja California Sur.

El instrumento aplicado se integra de ocho secciones: I. La primera sección, incluye 6 preguntas referidas a la información y características generales de cada una de las empresas encuestadas.

II. El segundo apartado, se enfoca en la obtención de información relativa a la categoría jurídica y la estructura productiva de cada negocio, misma que se valora con escala ordinal.

III. En la tercera sección se evalúan los aspectos operativos de la empresa, utilizando escala nominal.

IV. La cuarta sección mide la dimensión de la asociatividad empresarial, misma que a su vez integra premisas relacionadas con la colaboración entre empresas y algunas modalidades de cooperación institucional.

V. La quinta sección se orienta a investigar la situación laboral de los empleados, así como aspectos relacionados con capacitación; esta parte se evalúa en base a una escala ordinal.

VI. En esta sección se valora si las empresas son de tipo familiar, si en ella laboran miembros de la familia, etc.

VII. La séptima sección incluye una serie de reactivos referidos a la temporalidad del turismo en el Pueblo Mágico de Todos Santos.

VIII. Por último, en la octava sección se evalúa el impacto que ha tenido en la población local (residente), el nombramiento de Pueblo Mágico en ambas localidades.

A pesar de contar con múltiples apartados, para esta investigación se tomaron únicamente aquellas variables que se asocian directamente con el género, las características del emprendimiento y variables asociadas a los PM. Dichas variables se describen en el siguiente apartado.

4 | MÉTODO DE EMPAREJAMIENTO

El método de emparejamiento (Propensity Score Matching) tiene como objetivo crear una muestra equilibrada para reducir las diferencias entre dos grupos de análisis. Para el caso que compete a la presente investigación, los grupos de análisis se diferenciarán entre hombres y mujeres, y la variable de interés será el ingreso. En términos generales, lo que busca es establecer si existe una diferencia significativa entre el ingreso que perciben las mujeres en comparación con los hombres bajo misma igualdad de características.

Para establecer el emparejamiento óptimo se siguió lo establecido por Caliendo y Kopeinig (2005) quienes recomiendan utilizar la técnica de "vecino más cercano", la cual consiste en seleccionar el sujeto con las características similares entre sí. Lo anterior se estableció a partir de calibrar la distancia máxima mediante el 25 % de la desviación típica del modelo de emparejamiento.

En una primera etapa se calculó un modelo de regresión de probabilidad tipo logístico. La variable dependiente es el género. De esta manera lo que se estaría explicando es la probabilidad de que la persona encargada del negocio sea mujer. Esto es así ya que el interés del estudio es establecer la diferencia de ingresos a partir de tomar como referencia el caso de las mujeres. En una segunda etapa se cuantifica la diferencia en el ingreso con el grupo de hombres, esto es ya con la muestra emparejada que resulta del modelo logístico.

El modelo de probabilidad

$$E(Y = 1) = \frac{1}{1 + e^{X\beta}} \quad (1)$$

Donde:

$Y =$ Variable dependiente.

$X =$ Vector de variables independientes.

$\beta =$ Coeficientes a estimar.

$\epsilon =$ exponencial.

Variable dependiente:

• Género: Adopta el valor de 1 si el dueño del negocio es mujer, 0 en c.o.c.

Variables independientes:

• *Tiempo de trabajo*: Adopta el valor de 1 si la empresa labora 8 o más horas al día, cero en cualquier otro caso (c.o.c.).

• *Redes*: Asume el valor de 1 si la empresa pertenece a alguna asociación o alguna modalidad de asociatividad, cero en c.o.c.

• *Capacitación*: Adquiere el valor de 1 si en la empresa se capacita al personal, cero en c.o.c.

• *Idioma*: Asume el valor de 1 si en la empresa el personal es bilingüe (en particular, dominio del idioma inglés), cero en c.o.c.

• PM_1 : Toma el valor de 1 si en la empresa se incrementó el número de clientes a raíz del nombramiento de PM, 0 en c.o.c.

• PM_2 : Toma el valor de 1 si en la empresa se incrementó el número de personal ocupado a raíz del nombramiento PM, 0 en c.o.c.

• PM_3 : Toma el valor de 1 si la empresa, a raíz del nombramiento como PM, solicitó un mayor nivel de educación y/o experiencia a los trabajadores, 0 en c.o.c.

• PM_4 : Toma el valor de 1 si la empresa, a raíz del nombramiento como PM, aumentó el salario a sus trabajadores, 0 en c.o.c.

• PM_5 : Toma el valor de 1 si la empresa observó un cambio positivo en sus operaciones, a raíz del nombramiento como PM, 0 en c.o.c.

• *Salario*: Se tomó el logaritmo natural del salario mensual reportado por los encuestados.

Cabe señalar que la media del ingreso de la muestra fue de 82839 unidades monetarias con un error típico de 15426.17 unidades monetarias. De la muestra, las mujeres a cargo de un emprendimiento fueron del 25 por ciento, mientras que los hombres fueron el 75 por ciento. Destaca también que apenas el 15 por ciento de los emprendedores tienen algún tipo de asociación, y cerca del 80 por ciento de los encuestados habla el idioma inglés. Asimismo, el 88 por ciento de los emprendedores labora más de 8 horas al día; y solo el 65 por ciento lleva a cabo labores de capacitación.

5 | RESULTADOS

En la Tabla 1 se muestran los resultados de la primera etapa que consiste en determinar la probabilidad que el dueño del negocio sea mujer a partir del método de emparejamiento. En este modelo de probabilidad la interpretación de los resultados se sustenta en los signos de los coeficientes, pues éstos no representan los efectos marginales de probabilidad. Además, cabe señalar que el coeficiente r-cuadrado para este tipo de modelos suelen tener valores pequeños, por ejemplo, inferiores a 0.2, esta situación se explica de acuerdo con Hu, Shao y Palta (2006) por la estructura de datos en su forma transversal y dicotómica de las variables. En este sentido la significancia de las variables para tener mayor relevancia que el propio r-cuadrado. En este sentido, se puede establecer que, bajo igualdad de circunstancias entre hombres y mujeres:

• La variable de tiempo de trabajo influye de manera positiva a la probabilidad de que la persona dueña de negocio sea mujer.

• La variable redes, también resultó con signo positivo, lo cual implica que las relaciones de colaboración coadyuvan en elevar la probabilidad de que la mujer pueda ser dueña de un negocio.

• El caso de la capacitación también ayuda a elevar la probabilidad para que la mujer pueda ser dueña de un negocio.

• El idioma también eleva la probabilidad de que una mujer sea dueña de un negocio.

Variables asociadas a Pueblos Mágicos

• PM_1 , que refiere al incremento de número de horas a raíz de nombramiento Pueblo mágico, elevó la probabilidad para que las mujeres emprendieran.

• PM_2 , que refiere al incremento del número de personal a raíz de nombramiento Pueblo Mágico, disminuyó la probabilidad de que las mujeres emprendieran.

• PM_3 , que refiere al solicitar mayor nivel educativo y/o experiencia a raíz de nombramiento Pueblo Mágico, disminuyó la probabilidad de las mujeres emprendieran.

• PM_4 , que refiere al incremento en el salario de trabajadores a raíz de nombramiento Pueblo Mágico, disminuyó la probabilidad de que las mujeres emprendieran.

• PM_5 , que refiere a observar un cambio positivo en las operaciones a raíz de nombramiento Pueblo Mágico, elevó la probabilidad de que las mujeres emprendieran.

Ahora bien, más allá de los resultados del modelo de regresión de probabilidad logístico, lo que importa son los resultados de la segunda etapa. En esta etapa se calcula la diferencia entre el ingreso con la muestra emparejada y sin emparejar. En la Tabla 2 se muestran los resultados estimados antes y después de emparejamiento. En la columna de "grupo de tratamiento" se refiere al grupo de mujeres, mientras que el "grupo de control" es de hombres. En la columna de diferencia se observa que en la muestra emparejada la diferencia en el ingreso es de 22735 unidades monetarias en favor del grupo de hombres, en la muestra sin emparejar la diferencia fue de 14304 unidades monetarias, por lo cual se puede establecer que existe una diferencia entre ingresos en favor de los hombres y que esta se incrementa cuando se emparejan las muestras.

Asimismo, la media del índice de emparejamiento para el grupo de tratamiento (mujeres) es de 0.2386 puntos base, mientras que para el grupo de hombres el índice es de 0.2649. Esta diferencia en el índice sostiene que a pesar de que ambos grupos presentan características similares, la diferencia en el ingreso persiste.

Estos resultados, en comparación con otros trabajos similares, se puede establecer en primer lugar que la tasa de participación de las mujeres es inferior a la de los hombres, lo cual coincide con lo expuesto por (Kelly et al, 2011 en Olaz y Ortiz, 2017). En lo que respecta a la diferencia de ingresos entre hombres y mujeres emprendedores, no existen trabajos para el caso de México que utilicen la técnica de emparejamiento para establecer si existe o no diferencia en el sector turístico. No obstante, algunos trabajos como el de Martínez y Morones (2021) que utilizaron la técnica de descomposición de Blinder (1973) y Oaxaca (1973), establecen que el 39 % de la brecha de ingresos a favor de los hombres en el sector turístico de

México se explica por un factor de discriminación en contra de las mujeres. Este hecho puede confirmar que por lo menos existe una brecha en el ingreso entre hombres y mujeres en el sector turístico.

Si bien es cierto que la metodología empleada no puede determinar qué factores influyen en que exista esta diferencia de ingresos, la literatura citada en el documento proporciona alguna idea de cuáles pueden ser algunos de estos factores. En este sentido, la diferencia en el ingreso bien puede ser explicada por los factores mencionados por Jennings y Mcdougald (2016), quienes argumentan que, a diferencia de los hombres, las mujeres enfrentan conflicto mayor entre su negocio y sus labores dentro de la familia. En la misma línea, estos resultados coinciden con lo establecido por Ferguson (2010) quien establece que los emprendimientos característicos de las mujeres en el sector turístico tienden a basarse en el hogar y actividades tradicionales como cocina y artesanías, es decir, actividades que son de baja remuneración.

Factores que coadyuban en que la mujer emprenda son las redes que se puedan conformar. En este sentido se pudo establecer que el formar parte de una red incrementa la probabilidad para que una mujer sea emprendedora, lo cual coincide con lo expuesto por Knorr (2011) en Sandoval-Alvarez (2020). Los aspectos de capacitación también figuran a favor del emprendimiento tal como lo expresan Fairlie y Fossen (2017) y Mungaray, Aguilar y Osorio (2016).

Tabla 1. Resultado del modelo logístico de emparejamiento

Variabes	Coefficientes	ES
Intercepto	-0.7597	(0.5875)
Tiempo_trabajo	0.0022	(0.5124)
Redes	0.6012	(0.5054)
Capacitación	0.2588	(0.4150)
Idioma	0.1894	(0.4288)
pm_1	0.2781	(0.4524)
pm_2	-0.4874	(0.3739)
pm_3	-0.2494	(0.3758)
pm_4	-0.1967	(0.4381)
pm_5	0.2009	(0.3975)
observaciones	204	
r-cuadrado ajustado	0.1265	

Notas: Los valores entre paréntesis denotan el error estándar. El valor de calibración que se utilizó fue de $0.0727 \times 0.25 = 0.0181$. Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Valores estimados antes y después del emparejamiento

Variable	Muestra	Grupo de Tratamiento	Grupo de Control	Diferencias	t-stat
Ingreso	Emparejada	65676	88411.68	-22735.6	-0.63
	Sin emparejar	66120.83	80425	-14304.1	-0.32

Notas: Del total de 204 observaciones, 2 observaciones del grupo de tratamiento quedaron fuera de la zona de los valores que presentan el índice de emparejamiento que son mayores que el valor máximo del índice propensión de los del grupo de control. Media del índice de emparejamiento tratados = 0.2386. Media del índice de emparejamiento no tratados = 0.2649. Fuente: elaboración propia

En términos generales se puede establecer que el factor Pueblo Mágico ha tenido un papel que aún queda por explorar con mayor profundidad, lo cual queda para futuras investigaciones, así como también explorar con detalle qué factores influyen para que exista una brecha de ingresos entre hombres y mujeres en la región de Todos Santos y Loreto. No obstante, si queda de manifiesto algunos factores positivos (PM_1 y PM_2) que han coadyuvado en que más mujeres encuentren en el emprendimiento una fuente de ingreso propio. Así, por ejemplo, el hecho de tener un nombramiento como PM ha permitido a estas regiones tener un mayor incremento en horas de trabajo, lo cual impulsa a que las mujeres encuentren espacio para hacerse cargo de un negocio, asimismo, el hecho de la percepción respecto de un cambio positivo en las operaciones de los negocios. Estos aspectos son quizás apenas positivos para lo que implica el Programa de PM, tal como lo señalaron Moreno, Barrón y Taxis (2021) donde aún queda un amplio espacio de mejora y áreas de oportunidad para esta iniciativa federal.

6 | CONCLUSIONES

En el artículo se pudo establecer un análisis de contexto referente a las localidades de Todos Santos y Loreto, las cuales comparan dos aspectos de trascendencia, el primero de ellos es que sustentan su economía en la actividad turística, y el segundo es que ambas localidades se encuentran dentro del programa federal de "Pueblos Mágicos". El objetivo del programa implica detonar el desarrollo de las regiones con base en sus características propias en torno a sus características culturales. Evaluar los resultados del programa ha sido tarea de múltiples investigaciones, y se han abordado múltiples temas al respecto. Uno de los múltiples temas es el emprendimiento, en cuyo caso en este artículo se aborda desde la óptica de género e ingreso.

De acuerdo con los resultados, se pudo establecer que las mujeres perciben un nivel de ingresos que es inferior al de los hombres. Estos resultados se pueden explicar en gran medida y de acuerdo con la literatura en los roles que desempeñan las mujeres emprendedoras, las cuales tienden a llevar al mismo tiempo el manejo de los negocios y las tareas del hogar. Además de que las actividades económicas dentro del sector turístico son de baja remuneración. Cabe destacar en este punto que, una de las limitantes del presente trabajo es que no se aborda con mayor detalle empírico las posibles causas de la diferencia de ingresos, únicamente se comprueba la existencia de una diferencia, por lo cual queda para una futura investigación analizar las causas que propician esta diferencia.

Por otro lado, el tema de los factores que coadyuvan a que más mujeres tiendan a emprender se puede destacar las redes de cooperación y asociación, así como la capacitación. En este sentido, la recomendación es evitar el emprendimiento individualista y buscar la manera de establecer alianzas de cooperación. Asimismo, impulsar más la capacitación que propicie la generación de emprendimientos económicos.

En lo que respecta al tema del programa PM, a más de 20 años de su implementación a nivel nacional, las investigaciones muestran que aún quedan diversas áreas de oportunidad y mejora en el programa, y una de las áreas de mejora es en el emprendimiento de las mujeres. Incluir políticas de género en el emprendimiento y que acompañadas con las del programa PM puede generar una sinergia favorable para que las mujeres puedan tener un negocio que sea rentable y se aproveche la demanda que de manera directa e indirecta se genera del programa PM.

Finalmente, y a manera de sugerencia, es necesario que se desarrollen más investigaciones respecto de la evaluación del programa PM bajo el enfoque de emprendimiento en otras localidades que también son PM y con ello poder establecer comparaciones direc-

tas. Con dichos resultados se podría profundizar con mayor nivel en aquellos temas de interés para los actores locales, quienes a final de cuentas son los que llevan a cabo las actividades económicas.

Referencias bibliográficas

- [1] Becker, C., y Rosales, T. (2015). El diseño del programa Pueblos Mágicos desde el enfoque de la gobernanza. En Hernández, R. (coordinador). Pueblos mágicos: discursos y realidades. Una mirada desde las políticas públicas y la gobernanza (pp.23-53). Universidad Autónoma Metropolitana.
- [2] Blinder, A. (1973). Wage discrimination: Reduced forms and structural estimates. *Journal of Human Resources*, 8(4), 436-455.
- [3] Caliendo y Kopeining. (2005). Some practical guidance for the implementation of propensity score matching. IZA Discussion Paper, 1588, 1-32.
- [4] DATATUR. (2020). Compendio estadístico del turismo en México, en: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages>
- [5] DOF. [Diario Oficial de la Federación]. ACUERDO por el que se establecen los criterios generales para el Nombramiento de Pueblos Mágicos. 10 de marzo de 2020. Secretaría de Gobernación.
- [6] DOF. [Diario Oficial de la Federación]. ACUERDO por el que se establecen los Lineamientos generales para la incorporación y permanencia al Programa Pueblos Mágicos. 26 de septiembre de 2014. Secretaría de Gobernación.
- [7] Enríquez, A. y Vargas, O. (2021). El estudio de los Pueblos Mágicos. Una revisión a casi 20 años de la implementación del programa. *Dimensiones turísticas*, 5(8), 9-38.
- [8] Fairlie, R., y Fossen, F. (2017): Opportunity versus Necessity Entrepreneurship: Two Components of Business Creation, SIERPR Discussion. doi: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3010267>
- [9] Ferguson, L. (2010). Tourism as a Development Strategy in Central America: exploring the impact on women's lives. *Central america women's network*.
- [10] Fernández, M.J., y Martínez, L.A. (2010). Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de las bahías de huatulco, México. ¿Hacia un cambio de rol de género? *Cuadernos de Turismo*, (26),129-151. ISSN:1139-7861.
- [11] Gutiérrez, M., Such, M., y Gabaldón, P. (2020). La mujer emprendedora en el Turismo Rural: peculiaridades del caso Costarricense a través de la revisión bibliográfica. *Cuadernos de Turismo*, (46), pp. 185-214. eISSN: 1989-4635.

- [12] Hu, B., Jun, S., y Palta M. (2006). Pseudo-R2 in logistic regresión. *Statistica Sinica*, 16, 847-860. Recuperado de <https://www3.stat.sinica.edu.tw/statistica/oldpdf/a16n39.pdf>
- [13] INEGI. (10 de mayo de 2022). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), población de 15 años y más. Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI (2020b). Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/Microdatos>
- [14] INEGI. (11 de mayo de 2022). Tabulados de los Indicadores de la Actividad Turística. Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI (2020a). Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/temas/itat/Tabulados>
- [15] INEGI. (20 de mayo de 2022). Microdatos del Censo de Población y Vivienda. Principales resultados por localidad (ITER). Instituto Nacional de Estadística y Geografía
- [16] INEGI. (2020c). Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/Microdatos>
- Jennings, E., y Mcdougald, S. (2016). Work-Family Interface Experiences and Coping Strategies: Implications for Entrepreneurship Research and Practice. *The Academy of Management Review*, 32(3): 747-760.
- [17] Kaplan, D., y Piras, C. (2019). Brechas de género en el mercado laboral Mexicano: comparaciones internacionales y recomendaciones de política pública. *Revista de economía mexicana*.
- [18] Lagarde, C. (2016). Empoderamiento: Conferencia Amartya Sen (por la directora gerente del FMI). Recuperado de <http://www.diariolasamericas.com/lagarde-empoderar-la-mujer-sera-un-cambio-radical-la-economia-n4108129>.
- [19] Lopez, L., Valverde, C., y Figueroa, M. (Coords.). (2015). *Pueblos Mágicos. Una visión interdisciplinaria (Vol. 2)*. Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco y Universidad Nacional Autónoma de México.
- [20] Lopez, L., Valverde, C. y Figueroa, M. (Coords.). (2020). *Pueblos Mágicos. Una visión interdisciplinaria (Vol. 5)*. Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco y Universidad Nacional Autónoma de México.
- [21] Martínez, G., y Morones A. L. (2021). Análisis y cuantificación de la discriminación salarial por género en el sector turístico de México. *Revista de Economía*, 38(97), 88-113, DOI: <https://doi.org/10.33937/reveco.2021.215>
- [22] Mendoza, M., y Chapulín Carrillo, J. (2015). Turismo, trabajo femenino y empoderamiento de las mujeres en las bahías de Huatulco, Oaxaca - México. *Estudios y perspectivas en Turismo*, 315 - 335.
- [23] Montaña, A. (2022). Empresas Turísticas y Negocios Sostenibles en Los Cabos. un Análisis a Partir del Modelo de Ecuaciones Estructurales. *El Periplo Sustentable*, (42), 7-34. ISSN: 1870-9036.
- [24] Montaña, A., Martínez, G., y Pérez, J. (2021). Todos Santos: análisis del impacto en las empresas y el ingreso a Partir de la denominación de Pueblo Mágico. En Barrón, K., Moreno, L., y Obombo, K. (Coords.). *PUEBLOS MÁGICOS. Empresas, empleo y calidad de vida*. (pp. 133-160). SECULARTE A.C. ISBN: 978-607-96901-6-8
- [25] Moreno, L., Barrón, K., y Taxis, M. (2021). Elementos generales para entender el Programa de Pueblos Mágicos. En Barrón, K., Moreno, L., y Obombo, K. (Coords.). *PUEBLOS MÁGICOS. Empresas, empleo y calidad de vida*. (pp. 133-160). SECULARTE A.C. ISBN: 978-607-96901-6-8
- [26] Mungaray, A., Aguilar, J. G. y Osorio, G. (2016). Rethinking the purpose of micro-enterprises in developing countries: Evidence for Mexico. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 21(3), 1-16. doi: <https://doi.org/10.1142/S1084946716500199>
- [27] Oaxaca, R. (1973). Male-female wage differential in urban labour markets. *International Economic Review*, 14(3) 693-709.
- [28] Olaz, A., y Ortiz, O. (2017). Aproximación a la caracterización del emprendimiento femenino: una investigación cualitativa en clave competencial. *Revista Castellano Manchega de Ciencias Sociales* (22), 51-66. <http://dx.doi.org/10.20932/barataria.v0i22.335>
- [29] Olmos-Martínez E., Vázquez J., Alcázar-Guzmán A., y Ibarra-Michel J. (2020). Patrimonio cultural y espacio social como elementos esenciales para el turismo en el Pueblo mágico de Todos Santos. En Reyes Tovar (coord.) *Metáforas del espacio social conformadas por investigadores externos*, Universidad de Guanajuato / Ediciones ITACA., México, pp.87-119. ISBN: 978 - 607 - 8651 - 54.2
- [30] Osorio, G., Saavedra, R., y Martínez, G. (2019). El impacto institucional en el emprendimiento de México. *Revista de Estudios Empresariales*. 2(1), 98-115. DOI: <https://dx.doi.org/10.17561/ree.v2019n1.6>
- [31] Rodríguez, I., Pulido, J. I., Vargas, A., y Shaadi, R. M. (2018). Dinámica relacional en los Pueblos mágicos de México. Estudio de las implicaciones de la política turística a partir del análisis de redes. *Turismo y Sociedad*, 22, 85-104 doi: <https://doi.org/10.18601/01207555.n22.05>

- [32] Saavedra, R., León, B., González, M., Felix, C., y Reyes, B. (2017). Emprendimiento femenino y desarrollo comunitario del barrio Los Matías Canto Salinas, Provincia Santa Elena. *Revista Científica y Tecnológica*, 4(1), 69-78.
- [33] Sánchez, A. (2019). Certificaciones de calidad, un análisis de las limitantes para su aceptación y posterior adopción en las MiPymes turísticas del Estado de México. *Kalpana*, (17), 137-150. ISSN: 1390-5775.
- [34] Sandoval-Álvarez, C. (2020). Limitaciones y Factores de éxito del Emprendedurismo Femenino: Una Perspectiva Costarricense.
- [35] Sarango, P., Armas, R., y Ramos, S. (2016). Emprendimiento femenino y turismo religioso en Ecuador. XI Congreso Iberoamericano de Sistemas y Tecnología de la Información, 1-6 doi: 10.1109 / CISTI.2016.7521637.
- [36] SECTUR. (2020b). Programa Sectorial del Turismo (PROSECTUR). Secretaría de Turismo. Gobierno de México. SECTUR. (30 de mayo de 2022). Pueblos Mágicos de México. Secretaría de Turismo. Gobierno de México. (2020a). Recuperado de <https://www.gob.mx/sectur/articulos/Pueblos-magicos-206528>.
- [37] Segarra, H., Chabusa, J., Legarda, C., y Espinoza, E. (2020). Profile of Women Entrepreneurs in Latin Americana: a Reference Framework for Ecuador. *Revista Espacios*, 41(19).
- [38] SETUES. (2020). Loreto. Información Estratégica. Secretaría de Turismo, Economía y Sustentabilidad, Gobierno del Estado de Baja California Sur. UNWTO. (2022). Informe mundial sobre las mujeres en el turismo. Segunda edición. Organización Mundial del Turismo