



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MÉXICO
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO

“ACTITUDES DE LA POBLACIÓN LOCAL HACIA LOS VISITANTES DURANTE LA
FESTIVIDAD DE DÍA DE MUERTOS EN SAN ANDRÉS MIXQUIC, TLÁHUAC, MÉXICO”

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN TURISMO

PRESENTA:

ITZY GRISELDA ORTIZ GARAY

ASESOR:

DRA. EN C. ANTRO. MARTHA MARIVEL MENDOZA ONTIVEROS

REVISORES

M. EN P. E ALMA PATRICIA AGUILAR CEDILLO

DR. JUAN CARLOS MONTECUBIO CORDERO

TEXCOCO, ESTADO DE MÉXICO

OFICIO DE LIBERACIÓN DE TESIS

DEDICATORIAS

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO 1. ACTITUDES Y TURISMO	10
1.1 ¿Qué es una actitud?	10
1.1.1 La segmentación de los residentes según sus actitudes ... ¡Error! Marcador no definido.	
1.2 Índice de Irritación.....	13
1.3 Impactos percibidos	14
1.3.1 Percepción	15
1.3.2 Factores que inciden en la percepción	16
1.4 Impactos sociales del turismo	16
1.5 Impactos Culturales del turismo	19
1.6 Interacción entre turistas y residentes.....	21
1.7 Modelos para analizar las actitudes hacia el turismo	22
1.8 Teoría del Intercambio Social.....	23
1.9 Teoría del Intercambio Social y Turismo.....	25
CAPÍTULO 2. DÍA DE MUERTOS EN MIXQUIC	28
2.1 Origen del Día de Muertos.....	28
2.1.1 Época prehispánica	28
2.1.2 Época colonial	29
2.1.3 Época actual.....	30
2.2 Día de Muertos y turismo.....	32
2.3 Día de Muertos en la investigación turística	33
2.4 Día de Muertos en la Ciudad de México	36
2.4.1 Alcaldía de Tláhuac	37
2.4.2 San Andrés Mixquic.....	38
2.4.3 Características de la Población de San Andrés Mixquic	39
2.4.4 Día de Muertos en Mixquic.....	40
CAPÍTULO 3. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	45
3.2 Técnica de investigación	46
3.3 Procedimiento metodológico de la investigación.....	49
CAPÍTULO 4. ACTITUDES DE LA POBLACIÓN DE MIXQUIC ¿POSITIVAS O NEGATIVAS?.....	50

4.1	Perfil del encuestado	50
4.2	Componente cognitivo	51
4.2.1	Costos sociales percibidos	51
4.2.2	Beneficios sociales percibidos	52
4.2.3	Costos culturales percibidos	54
4.2.4	Beneficios culturales percibidos.....	54
4.3	Componente Afectivo	55
4.3.1	Sentimiento negativo provocado por costos sociales percibidos	55
4.3.2	Sentimiento positivo por los beneficios sociales percibidos	56
4.3.3	Sentimiento positivo por los beneficios culturales percibidos	57
4.4	Componente Conativo	60
4.4.1	Conductas o acciones por los costos sociales percibidos	60
4.4.2	Conductas o acciones por los beneficios sociales percibidos	61
4.4.3	Conductas o acciones por los beneficios culturales percibidos	62
	CONCLUSIONES.....	64
	Fuentes consultadas	67
	ANEXOS.....	74

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama 1. Intercambio social y actitud de los residentes hacia el turismo **¡Error! Marcador no definido.**

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Localización de la Alcaldía de Tláhuac en la Ciudad de México 37
Imagen 2. División por pueblos de la Alcaldía de Tláhuac 38
Imagen 3. División de Mixquic por barrios 39

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía N°1. Alumbrada en el panteón de Mixquic 44
Fotografía N°2. Tradiciones..... **¡Error! Marcador no definido.**
Fotografía N°3. Decoración de tumbas **¡Error! Marcador no definido.**
Fotografía N°4. Recordando a los difuntos **¡Error! Marcador no definido.**
Fotografía N°5. Despidiendo a los difuntos..... **¡Error! Marcador no definido.**
Fotografía N°6. Alumbrada en tiempos de pandemia..... **¡Error! Marcador no definido.**
Fotografía N°7. Altar a los muertos **¡Error! Marcador no definido.**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Costos sociales percibidos 52
Tabla 2. Beneficios sociales percibidos **¡Error! Marcador no definido.**
Tabla 3. Costos culturales percibidos 54
Tabla 4. Beneficios culturales percibidos 55
Tabla 5. Sentimiento negativo provocado por costos sociales percibidos 56
Tabla 6. Sentimiento positivo por los beneficios sociales percibidos 59
Tabla 7. Sentimiento positivo por los beneficios culturales percibidos 57
Tabla 8. Conductas o acciones por los costos sociales percibidos..... 61
Tabla 9. Conductas o acciones por los beneficios sociales percibidos..... 62
Tabla 10. Conductas o acciones por los beneficios culturales percibidos 62

INTRODUCCIÓN

En los últimos años se han realizado diversos estudios entorno a las actitudes de la población local hacia el desarrollo turístico que se da en su comunidad, con el fin de conocer su postura a favor o en contra del turismo, además de saber qué factores influyen en esa postura. Diversos autores, como Díaz y Gutiérrez (2010); Mendoza y Monterrubio (2012); Huete (2010) han mencionado que para que el turismo sea un factor de éxito debe tenerse en cuenta a la comunidad en la planeación del destino; ignorar a los residentes puede traer consecuencias nocivas como actitudes de apatía, enojo, desconfianza por parte de ellos hacia los turistas, debido a que no están acostumbrados al flujo turístico y esto puede provocar una relación desfavorable entre ambos, provocando así una experiencia no grata para el turista y que la comunidad insatisfecha por la llegada de visitantes tome acciones para mostrar su inconformidad.

Es sabido que las actitudes forman parte de la vida cotidiana del ser humano, este posee diversas actitudes a favor o en contra de algo o alguien; todas ellas son adquiridas en el transcurso de la interacción social, conforme conocen y aprenden se va tornando una actitud, por lo tanto, puede decirse que la actitud no es algo que surge del momento, sino de la experiencia o conocimiento previo.

Por lo anterior, necesita conocerse qué es lo que la comunidad percibe, en este caso se habla de impactos sociales y culturales; si la comunidad percibe mayores impactos positivos se espera que la actitud sea positiva, por el contrario si perciben mayores impactos negativos, la actitud será negativa.

El presente trabajo reporta un estudio realizado a las actitudes de la población local hacia los visitantes durante la festividad de Día de Muertos en San Andrés Mixquic, Tláhuac, México, debido a la gran cantidad de visitantes que arriban al lugar con la finalidad de observar el misticismo de la tradición y ser partícipes de ella.

Por lo tanto, esta investigación tuvo como objetivo general conocer las actitudes que tiene la población local hacia los visitantes durante la festividad de Día de Muertos

en San Andrés Mixquic, Tláhuac. Por otra parte, se plantearon como objetivos específicos, a) identificar los costos que percibe la comunidad local durante la festividad de Día de Muertos, e b) identificar los beneficios que percibe la comunidad local durante la festividad de Día de Muertos, para que a partir del costo-beneficio obtenido se analicen las actitudes que se generan durante estos días.

Este estudio está dividido en cuatro capítulos. El primero está compuesto por el marco teórico conceptual, en donde se presenta el sustento de toda la investigación; en él se aborda como tema principal las actitudes, debido a que se parte de la premisa de que las actitudes se generan a partir de los impactos percibidos, es por eso la importancia de abordar primero este tema. En esta parte del trabajo pueden encontrarse definiciones, características y la relación que se tiene con el Irridex de Doxey para analizar las actitudes. Continúa con el tema de impactos percibidos dada la importancia de profundizar en el conocimiento de estos; la percepción y los factores que inciden en ella también son indispensables para comprender cómo esto puede influir en la generación de una actitud.

Además, se hace énfasis en los impactos sociales y culturales del turismo debido a que son con los que se van a trabajar y son más percibidos en la comunidad; por otra parte, la interacción entre turistas y residentes es una relación detonante para los cambios socioculturales y para la percepción que se tiene de ellos. Finalmente, se abordan los modelos para analizar las actitudes y se hace hincapié en el que se usó para la investigación, en este caso se trata de la Teoría del Intercambio Social.

El segundo capítulo llamado Día de Muertos en Mixquic aborda el marco contextual, comprende el origen de la festividad de Muertos hasta su evolución a través de las distintas etapas de México; de igual forma, se plantea la relación que guarda el Día de Muertos con el turismo, cómo ha surgido el interés de los turistas por visitar destinos que viven en grande su tradición y cómo esto se ha convertido en interés para la academia. Asimismo, se habla del entorno geográfico, de las características de la población y de cómo se vive la festividad de Día de Muertos en San Andrés Mixquic.

Por otra parte, está el tercer capítulo, donde se habla del proceso metodológico de la investigación, se describe detalladamente el enfoque del estudio, el método de investigación con sus respectivas características; igualmente, se detalla la técnica de investigación, el cálculo de la muestra y el perfil de los encuestados.

Por último, el cuarto capítulo describe los hallazgos obtenidos de la investigación, son separados los componentes de las actitudes en costos y beneficios tanto sociales como culturales para que permita un mejor análisis de las actitudes, además se hace una relación con el marco teórico, para comparar si los fundamentos teóricos coinciden con los resultados.

CAPÍTULO 1. ACTITUDES Y TURISMO

1.1 ¿Qué es una actitud?

En los últimos años, los estudios que tratan de conocer cuál es la actitud que tiene la población residente hacia los turistas ha ido en aumento debido a que las actitudes que tenga la población local son importantes para el éxito de un destino turístico. Sin embargo, con frecuencia las opiniones de los residentes son ignoradas en los procesos de planeación y gestión del destino (Mendoza y Monterrubio, 2012). Ignorar las opiniones de los residentes puede traer consecuencias como actitudes de apatía o desconfianza por parte de los habitantes locales, debido a que no están acostumbrados al flujo turístico y esto provoca que no se genere una relación favorable entre ambos.

Ahora bien, las actitudes del residente son primordiales para que el destino turístico tenga éxito. Así mismo, como señalan Mendoza, Rodríguez y Enciso (2013), si la comunidad tiene un trato cordial con el turista será un factor para que se fomente la actividad, así se generará una experiencia positiva y un grado de satisfacción elevado del visitante. Por ende, si los residentes tienen una actitud favorable se logrará el objetivo, por lo contrario, si la actitud es de apatía o enojo se suscitará una caída del destino. Tal es el caso de una actitud negativa, esta forma de actuar de una persona deja ver su grado de enfado o inconformidad, de tal manera que puede manifestarse de distintas formas, que van desde la gesticulación, explosión verbal, hasta actos de violencia.

Generalmente, en la literatura relacionada con el turismo hay una cierta confusión conceptual entre actitud, percepción y opinión que se utilizan muchas veces sin precisar el significado de cada uno (Williams y Lawson, 2001). En el campo de la psicología social existen diversas definiciones de actitud, pero la más aceptada es la de Allport (1935, citado en Royo y Ruiz, 2009, p. 219) que la define como “estado mental y neural de disposición para responder, organizado por la experiencia, directiva o dinámica, sobre la conducta respecto a todos los objetos y situaciones con los que se relaciona.” Es decir, la actitud no es un comportamiento que resulta

del momento, es algo que se va forjando con el tiempo e influye sobre el entorno donde se desenvuelve el individuo.

Otra definición que ha sido aceptada por los investigadores es la de Eagly y Chaiken (1993, citado en Williams y Lawson, 2001, p. 4) que mencionan que “la actitud es una tendencia psicológica que se expresa al evaluar una entidad particular con algunos grados de favor o desaprobación.” Puede señalarse que la actitud es la consecuencia de una acción o suceso y depende del tipo de suceso para que sea positiva o negativa.

Con posterioridad las actitudes han sido entendidas como predisposición, en este sentido, Díaz y Gutiérrez (2010) postulan que una actitud es una evaluación hacia un objeto, de algo o de alguien, a lo largo de un continuo que va desde el agrado hasta el desagrado. Las actitudes han sido asimismo definidas como predisposiciones aprendidas para responder consciente o inconscientemente a favor o en contra de algo o alguien.

Las actitudes forman parte de la vida y del comportamiento del ser humano, estas son aprendidas en el transcurso de la interacción social, es decir, al convivir con un grupo de personas, ya sea amigos, familia, debido a que son las principales fuentes de socialización implicadas en la adquisición y modificación de actitudes (Ortego, López y Álvarez, s.f.).

Rosemberg y Hoveland (1960, citado en Royo y Ruiz, 2009) definen las actitudes en tres componentes, el primero es el componente cognitivo, formado por el conocimiento sobre algún objeto, si no se tiene conocimiento previo no pueden generar ninguna actitud. En segundo lugar está el componente afectivo, en este puede expresarse un sentimiento propicio o adverso hacia el objeto. Finalmente, el componente conativo se refiere a la acción o comportamiento que el individuo puede tener, para expresar su grado de acuerdo o desacuerdo con algo o alguien. Es importante considerar que las actitudes no son estáticas, ya que, como parte del ser humano, pueden variar conforme pasa el tiempo.

Las actitudes de los residentes de una comunidad en donde se desarrolla la actividad turística, dependen de la intensidad y del incremento de la actividad, del tipo de turistas que reciben y de su número que altera el ritmo de vida del residente (Cardona, 2012). Las actitudes negativas pueden provocar el comienzo de lo que se ha dado por llamar turismofobia en la comunidad local y, por tanto, la aparición de actitudes de rechazo al turismo que van inevitablemente unidas a acciones mediante las que ese rechazo se manifiesta públicamente (Huete y Mantecón, 2017). Estas acciones se hacen visibles mediante ataques a infraestructuras que han sido diseñadas para el uso turístico, la producción de material impreso para denunciar los aspectos negativos de la actividad turística, pintar paredes con mensajes en contra del turismo, organizar concentraciones ciudadanas para protestar, entre otras.

Las actitudes de los residentes se han utilizado para determinar grupos o segmentos en la población, estos se caracterizan por las percepciones que tienen hacia los impactos del turismo (Monterrubio, 2018); los grupos pueden coexistir en un solo entorno, quiere decir que en una comunidad pueden hallarse grupos que apoyan, rechazan o son apáticos hacia la actividad turística.

Para definir los segmentos de población se recurre principalmente a variables demográficas; cada segmento debe tener intereses comunes y propios en su respectivo grupo, en él se dan a conocer los costos o beneficios que perciben del turismo (Cardona, 2012), por ende, cada segmento tendrá una actitud diferente.

Existen diversos estudios que han revelado los segmentos según actitudes de los residentes, por ejemplo en el trabajo de Davis, Allen y Cosenza (1988, citado en Cardona y Serra, 2015) en Florida se identificaron cinco grupos: los *Lovers*, los cuales tenían una imagen muy positiva del turismo; los *Haters*, cuya característica era tener opiniones negativas hacia al turismo; los *Cautious romantics*, que poseían una opinión positiva, pero estaban de acuerdo con algunas cosas negativas del turismo; los *In-betweeners*, eran parecidos a los *cautious romantics*, no obstante, eran más favorables al crecimiento del sector turístico, por último, los *Love´ for a*

reason, ellos estaban a favor del turismo pero no tanto como los *Lovers*, el apoyo era debido a los beneficios económicos (Cardona y Serra, 2015).

Una investigación más reciente es la de Díaz y Gutiérrez (2006) que se realizó en Tenerife, Islas Canarias; ellos identificaron tres segmentos en la población: los *Ambiguos*, consideraban que la actividad turística favorecía la economía, pero no creían que había más efectos positivos; *Anti-desarrollo*, se caracterizaba por considerar que la actividad turística favorecía a la economía, pero pensaban que se generaban más impactos negativos en las dimensiones sociales, culturales y medioambientales. Por último, los *Pro-desarrollo*, este segmento consideró que la actividad turística solo genera impactos positivos en todas las dimensiones (Cardona, 2012). Estos grupos pueden segmentarse según la aceptación del turismo y el reconocimiento de los impactos que los visitantes generan en la localidad.

1.2 Índice de Irritación

En relación a las actitudes de rechazo hacia los turistas o turismofobia, algunos autores han empezado a utilizar el índice de irritación propuesto por Doxey (1975) para analizarlas. Este modelo afirma que los residentes al inicio de la actividad turística en el lugar de residencia comienzan con una actitud de euforia por todos los beneficios que esperan obtener, pero conforme pasa el tiempo y la cantidad de turistas comienza a ser mayor, la actitud sufre transformaciones y se convierte en una actitud apática, es decir, ya no causa grandes expectativas ver a tantas personas ajenas a la comunidad. La siguiente etapa es la de irritación, cuando se ha sobrepasado la capacidad del destino, se ha invadido parte de la vida cotidiana del residente, en el sitio hay más turistas que locales, a veces se ven obligados a cambiar de residencia por tanto flujo turístico, si se llega a esta etapa, puede provocar movimientos anti-turismo por parte de la comunidad. La última etapa es el antagonismo.

Sin embargo, es necesario resaltar que este modelo es unidireccional, dicho de otro modo, considera que todas las localidades siguen el mismo proceso, en ese orden,

en una sola dirección que va de la euforia al antagonismo (Moore, 2015). Sin embargo, la realidad ha revelado que hay lugares que rechazan el turismo desde el principio por lo cual no se llega a concretar, caso Cabo Pulmo en México. En este lugar se iba a desarrollar un proyecto turístico muy grande llamada Cabo Dorado, pero miembros de la comunidad y organizaciones ambientalistas se opusieron rotundamente a este complejo turístico. Cabe señalar que las costas de Cabo Pulmo albergan una de las zonas con mayor biodiversidad del país y el único arrecife coralino de la región, debido a su importancia y a las graves consecuencias que este lugar sufriría por la llegada de turistas se canceló el proyecto a pesar de que se iba a generar una inversión de 3,600 millones de dólares. De igual manera, se debe mencionar, que la comunidad siempre se ha dedicado a la pesca y que apenas consta de 60 habitantes (Valle, 2014).

Por otra parte, el índice de irritación de Doxey da por hecho que todos los residentes comienzan con una actitud de euforia y conforme van llegando más turistas esta actitud va cambiando; pero existen pobladores que desde el comienzo del destino turístico son apáticos y no quieren que lleguen visitantes. Por tanto, las actitudes de los residentes no son homogéneas, ni monolíticas.

No obstante, lo importante es que se ha hallado relación entre las actitudes de la población local hacia el turismo y los impactos percibidos de dicha actividad.

1.3 Impactos percibidos

Por lo general, los impactos son difíciles de percibir o evaluar por las personas que estudian el turismo, debido a la complejidad de las relaciones sociales, por eso se recurre a las percepciones de las sociedades residentes. A partir de la década de 1970, la atención académica no solo se ha centrado en los impactos del turismo, sino también en la comprensión de las percepciones y las actitudes de las poblaciones residentes (Mendoza y González, 2014), ya que pretende profundizarse en el conocimiento de los impactos y que los estudios académicos no se queden en solo una lista más de impactos observados por los investigadores, sino que se incorpore la perspectiva de las poblaciones locales en la gestión de los impactos.

La investigación dirigida a la determinación de las percepciones y las actitudes de la población receptora permiten conocer por qué los residentes apoyan o no los proyectos turísticos y su crecimiento, y de esa forma se podrán establecer modelos de desarrollo que minimicen los impactos socioculturales negativos y maximicen el apoyo al turismo.

1.3.1 Percepción

El término percepción tiene diferentes definiciones, pero para fines de este trabajo se utiliza la que menciona Vargas (1994, p. 48) quien dice que la percepción es “el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social”. Es decir, los individuos reciben lo que está pasando en su entorno, con base en lo que ven y sienten, y formulan un juicio el cual les permite tener una posición en contra o a favor de lo sucedido.

Así en el proceso de percepción, existen mínimo tres fases por las cuales se pasa, la primera es la experiencia sensorial, después la cognición y, por último, la evaluación (Punter, 1982 citado en Nogué, 1992). En la experiencia sensorial entran en juego los sentidos, mientras que en la cognición se realiza un proceso mediante el cual se estructura la información que se recibe a través de los sentidos. Y por último, en la fase de evaluación se toma una postura, actitud o preferencia entorno a lo antes estructurado (Nogué, 1992).

Con base en lo antes mencionado, puede concluirse que la percepción es la forma en que se ven y se interpretan las cosas que suceden alrededor de un individuo, esta forma de ver es afectada por valores, experiencias personales, costumbres y tradiciones, por lo tanto, no todas las personas perciben lo mismo, ya que depende del género, edad o si las personas están relacionadas directamente con alguna actividad que les beneficie o perjudique. De este modo, la percepción depende en gran parte de la tipología de desarrollo turístico y de la intensidad de la actividad en el territorio. Pero además, estas percepciones pueden ser potenciadas o aminoradas por una serie de factores exógenos y endógenos.

1.3.2 Factores que inciden en la percepción

Faulkner y Tideswell (1997) hicieron una distinción sobre las variables, factores o circunstancias que llevan a percibir una cosa u otra, y las agruparon en dos: dimensión extrínseca y dimensión intrínseca

- a. Las variables intrínsecas están relacionadas con las circunstancias y características personales del residente.
- b. Las extrínsecas con el entorno socioeconómico de la comunidad.

“Los principales factores identificados y analizados como variables intrínsecas que influyen en tales percepciones han sido el grado de apego a la comunidad, o tiempo de residencia (Lankford, 1994), el nivel de participación en actividades de ocio (Keogh, 1990), la dependencia económica con respecto al turismo (Liu y Var, 1986), el grado de conocimiento sobre el turismo y la economía local (Pizam y Milman, 1988), la proximidad a la zona turística o contacto con los turistas (Sheldon y Var, 1984), las características sociodemográficas (Williams y Lawson, 2001), la posición política y demográfica en la sociedad (Mansfeld 1992) y el grado de contacto con los turistas (Akis *et al.*, 1996)” (citado en Díaz y Gutiérrez, 2010: 433).

Dentro de los factores extrínsecos, se ha argumentado que está la etapa de desarrollo en que se encuentra el destino, así como la estacionalidad. El tipo de turista es otro de los factores extrínsecos, que influyen en las percepciones y actitudes de los residentes (Díaz y Gutiérrez, 2010). En este sentido, la dimensión extrínseca se refiere a aquellas variables que tendrían un impacto homogéneo en la comunidad residente estudiada, afectando a un nivel macro en la reacción de los residentes.

1.4 Impactos sociales del turismo

Es importante destacar que el turismo constituye un agente de cambios, los cuales surgen a partir del contacto entre grupos que tienen diferentes culturas, debido al contacto que puede darse entre residentes y turistas. Estos cambios son condicionados por la duración del viaje turístico; la cantidad de turistas que llegan al destino, el número de habitantes de la comunidad, entre otras (Mendoza y Rodríguez, 2018). Es decir, los residentes se enfrentan a una constante recepción de turistas y esto puede provocar que se susciten cambios en su forma de vida o mejor conocido como impactos socioculturales.

El turismo es un acelerador del desarrollo, pero también puede provocar alteraciones en la sociedad y su cultura (Figuerola, 2009), ya que al interactuar los turistas con los residentes provocan cambios, a estos se les conocen como impactos socioculturales. Mathieson y Wall (2006 citado en Monterrubio, 2018, p.48) los definen como “las formas en que el turismo contribuye a las transformaciones en los sistemas de valores, estilos de vida, niveles de seguridad, conducta moral, ceremonias tradicionales y la organización comunitaria”.

Los impactos sociales son los que el turismo produce en la gente, centrados en los cambios diarios en la calidad de vida de los residentes (Mendoza y González, 2014). Los impactos sociales y culturales poseen características propias y estos pueden ser tangibles e intangibles, individuales y colectivos, directos e indirectos, positivos y negativos (Monterrubio, 2018). Estos últimos puede decirse que son los beneficios y los costos que el turismo provoca a la población local.

Algunos beneficios sociales del turismo son mejora de servicios e infraestructura pública, el empleo, la mejora de la calidad de vida, oportunidades de recreación, etc. Por lo tanto, el congestionamiento vehicular, efecto demostración (es decir, adopción de patrones de comportamiento de los turistas por parte de la población local), exclusión social, incremento de precio en bienes y servicios, la inseguridad, prostitución, consumo de drogas y alcohol, son ejemplos de impactos sociales negativos del turismo (Monterrubio, 2018).

Existen trabajos que se han realizado enfocados en los impactos sociales del turismo, tal es el caso del estudio realizado en la Costa de Oro ubicada en Australia, considerada como un destino turístico maduro, dado a su importancia y al número de turistas que recibe año con año. Este estudio realizado por Fredline y Coast (2002) consistió en investigar los impactos sociales del turismo en Costa de Oro y el impacto en la calidad de vida de la comunidad anfitriona. En general, el estudio arrojó niveles muy altos de apoyo al turismo entre la población de Costa de Oro. La mayoría de los encuestados indicó que el turismo tuvo un efecto positivo en la comunidad. Algunos beneficios percibidos por los residentes que se derivaron del turismo fue el mantenimiento de las instalaciones públicas, más oportunidades de entretenimiento y recreación, y la mejora en la economía local. Sin embargo, los residentes también percibieron algunos impactos negativos como el aumento del tráfico vehicular y el incremento de problemas relacionados con la delincuencia, las drogas y el alcohol.

En cuanto al impacto en la calidad de vida, había un grupo pequeño de residentes que percibía impactos negativos; estas personas se sentían menos apegadas a la comunidad que otros residentes y percibían que la Costa de Oro era una comunidad injusta, por lo tanto, los beneficios del turismo no se distribuían de manera equitativa, este es un factor que puede no permitir el apoyo al desarrollo turístico en el futuro.

Por otra parte, Monterrubio, *et al.* (2013) realizaron una investigación sobre *Percepciones de la comunidad local sobre los impactos sociales del spring break en Acapulco, México*. Cuyo objetivo fue identificar los impactos socioculturales del spring break en un destino de sol y playa en México a partir de las percepciones de la comunidad local. Los hallazgos obtenidos en este estudio dejan ver que los impactos del turismo no siempre son aplicables a los diversos destinos, y que los impactos están relacionados con el tipo de turismo y el comportamiento de los visitantes. En este caso, pueden notarse beneficios económicos y el mejoramiento de la infraestructura. En cuanto a los costos, se percibe el incremento del consumo

de alcohol y drogas, estos impactos no son precisamente los que se han asignado al turismo en otros estudios, pero son muy frecuentes en el *spring break*.

1.5 Impactos Culturales del turismo

Los impactos culturales son los cambios a largo plazo en las normas, conductas sociales, tradiciones y valores que cambiarán a partir de la relación con el turismo (Sancho, s.f.). Es decir, como el turismo es una actividad donde se relacionan tanto turistas como residentes, éste puede provocar cambios positivos y negativos, podría decirse que los cambios negativos son más fáciles de percibir.

En torno a los impactos culturales, de igual forma son clasificados en positivos y negativos, esta clasificación permite una mayor comprensión del impacto que produce el turismo. En cuanto a impactos positivos en la esfera cultural pueden mencionarse algunos como: revitalización de las artesanías y tradiciones, fortalecimiento de la identidad cultural y oportunidades de intercambio cultural. Por el contrario, en los impactos culturales negativos se encuentra la mercantilización de la cultura, el montar espectáculos o incluso inventarlos para ser observados, la aculturación, entre otras (Fuller, 2009).

Por ejemplo, la comercialización de la cultura se da cuando la cultura se convierte en mercancía, es decir, satisface la necesidad de conocer del visitante y las de generar ingresos o atraer visitantes de los empresarios turísticos. De igual manera, ya no es producida ni reproducida por y para la comunidad misma, sino para el disfrute de los turistas (Calleja y González, 2016).

Como resultado de lo anterior, dicho en una forma extrema “el turismo convierte a las poblaciones y a su cultura en productos exóticos” (Fuller, 2009, p.97), en aras de que estos sean modificados para adaptarse a los gustos de los visitantes, transformando, así las tradiciones locales, las artesanías, las costumbres, la historia, todo con el fin de aumentar la derrama económica.

Otro impacto en la cultura es convertir lugares en espectáculos producidos e incluso inventados para ser observados, debido a que todos los lugares, actividades e

historias pueden ser reconstruidos para la observación de los turistas (Fuller, 2009). La cultura se transforma en un atractivo turístico, debido a que los festivales y rituales cambian su sentido para agradar a las exigencias de visitantes que no conocen su significado y de esta forma se convierten en espectáculos, que solo entretienen al turista.

Finalmente, la aculturación es un mecanismo del cambio cultural, esta es definida como “el intercambio de características que resultan cuando los grupos de personas tienen contacto continuo” (Kottak, 2011, p.46). La cultura del grupo puede cambiar debido a este contacto. En otras palabras, el contacto continuo entre turistas y residentes locales puede provocar un intercambio de recetas, música, bailes, vestimenta, idioma, formas de pensar, herramientas, valores, entre otros, así siempre provocando este cambio en los residentes del destino turístico.

De igual manera, los impactos positivos pueden percibirse en las comunidades cuando han recuperado parte de sus costumbres y han revitalizado las artesanías gracias al interés que tiene el visitante al observar, disfrutar y querer conocer más sobre la cultura del lugar, esto puede provocar que las personas de la comunidad recuperen su sentido de pertenecía y se sientan orgullosas de sus recursos (Díaz y Gutiérrez, 2010).

Un ejemplo de trabajo empírico es el que realizaron Azpelicueta, *et al.* (2014), con el título de *Percepción de los impactos culturales en una comunidad insular*, la región estudiada fue Ibiza; la percepción que poseían los residentes de Ibiza fue estudiada en dos momentos distintos del siglo XXI, 2002 y 2011; y el objetivo del trabajo fue analizar la percepción que tenían los residentes de diversos impactos del turismo sobre la cultura local. En cuanto a los resultados obtenidos, puede notarse que los encuestados consideran que el turismo ha inducido un intercambio cultural positivo entre turistas y residentes, además los residentes se sienten orgullosos de que lleguen visitantes a la isla. De igual manera, el turismo ha ayudado a la conservación del patrimonio cultural.

Por otro lado, en cuanto a impactos negativos se encontró que el turismo ha desplazado a otros sectores económicos como la ganadería, agricultura y artesanías, provocando así una modificación en las costumbres y la identidad de los residentes. Además, se han suscitado conflictos entre inmigrantes y residentes, debido a que Ibiza es un destino turístico con más oportunidades de trabajo, llegan personas de otros lugares a residir y esto ocasiona descontento en la comunidad residente.

Bello *et al.* (2017) realizaron un estudio en el distrito de Mangochi, ubicado en la región sur de Malawi. El distrito es uno de los principales destinos turísticos de Malawi, con una alta concentración de instalaciones y establecimientos turísticos. El objetivo del trabajo fue evaluar los impactos socioculturales del desarrollo del turismo. Respecto a los resultados se concluyó que los residentes perciben el desarrollo turístico como creador de oportunidades de empleo, a su vez también han percibido cambios en la forma de vida, particularmente en la población joven, ya que ellos siguen los valores culturales occidentales en términos de vestimenta, alimentación y comportamiento.

Otro impacto significativo es en el ritual llamado *Gule Wamkulu*, este consistía en una danza realizada por miembros de la hermandad Nyau, una sociedad secreta de hombres que pertenecen al distrito de Mangochi. Esta danza se ha convertido en un performance que se vende a los turistas con el fin de entretenerlos, se ha perdido la verdadera esencia del ritual; las personas que participan en él ya no son miembros de la comunidad, solo actúan para los turistas con el fin de obtener ingresos económicos.

1.6 Interacción entre turistas y residentes

Los impactos del turismo, así como su valencia son el resultado de un complejo proceso de interacción entre turistas, residentes y el entorno del destino (Doh, 2006 citado en Alamilla 2016). Es importante profundizar en la interacción entre locales y turistas, ya que esta relación es un detonante para los cambios socioculturales y su

percepción. A partir del estudio de estas relaciones puede comprenderse mejor las consecuencias que el turismo ocasiona a nivel social y cultural.

Estas relaciones entre turistas y habitantes locales poseen características específicas: son transitorias, el contacto entre turistas y residentes es superficial y descomprometido; en tanto, el tiempo del turista es un tiempo dedicado al ocio y al disfrute de sus vacaciones, para el residente el tiempo es dedicado al trabajo y a la obligación (Rodríguez y Suárez, 2011). Esta relación desigual puede provocar en el residente actitudes negativas hacia el turista, pero el beneficio económico puede ser una forma de compensar esta diferencia.

Kadt (1979) clasifica los encuentros entre población local y turistas en tres contextos primordiales: el primero es cuando los turistas obtienen un servicio de la comunidad local, el siguiente es cuando turistas y comunidad coinciden en el mismo lugar y, por último, cuando ambos tienen la intención de intercambiar información. Los encuentros antes mencionados tienen una característica en común: la espacial, es decir, para que se logre la interacción los turistas y la comunidad local deben estar en un mismo espacio o lugar, resulta difícil que esta correlación se de en espacios que no sean de interés por el turista.

1.7 Modelos para analizar las actitudes hacia el turismo

En relación con los impactos y las actitudes, estos son algunos modelos que han servido de apoyo para sustentar los resultados de las investigaciones en torno a las actitudes, Butler (1980) Ciclo de vida de un destino, Modelo de Dögan (1989), modelo de Irridex de Doxey (1975), son modelos para explicar las actitudes de la sociedad local hacia el turismo que se generaron a partir de contextos específicos del turismo (Monterrubio, 2018); podría decirse que son exclusivos para su estudio. Por el contrario, hay teorías como la del Intercambio Social que es tomada de otras disciplinas y utilizada para entender los impactos del turismo y las actitudes.

El modelo de Butler (1980) afirma que las áreas turísticas experimentan distintas etapas de acuerdo con el grado de desarrollo que se va generando en el destino y que ese ciclo consta de siete etapas: exploración, involucramiento, desarrollo,

consolidación, estancamiento, rejuvenecimiento o declive. De igual manera, se reconoce que no todos los destinos experimentan las etapas de la misma forma (Monterrubio, 2018). Este modelo se asocia con los impactos del turismo porque conforme van transcurriendo las etapas, se van suscitando impactos, por ejemplo, cuando el desarrollo turístico está en la etapa de estancamiento donde la capacidad en el entorno social, natural y económico es excedida, se generan impactos importantes, como aumento de tráfico, mayor ruido, mayor afluencia de personas, aumento de basura, entre otras, esto a su vez puede provocar actitudes positivas o negativas en la población residente, dependiendo de qué perciba más.

Por otra parte, el Modelo de Dögan (1989, citado en Brida, Riaño y Zapata, 2012) menciona que la población local adopta reacciones de aceptación o resistencia de acuerdo con las percepciones que tengan los residentes del turismo. Este modelo propone las siguientes estrategias para enfrentar los impactos percibidos del turismo: resistencia, aislamiento, demarcación de fronteras, revitalización y aceptación (Monterrubio, 2018). Estos momentos son vistos como estrategias adoptadas por los residentes cuando se afrontan al desarrollo turístico de sus comunidades.

Ahora bien, la relación percepción de impactos del turismo y actitudes de la población local ha dado pauta a utilizar diversas teorías como la Teoría de las representaciones sociales (Fredline y Coast, 2002; Andrukiu y Bahl, 2016; Marinho y dos Santos, 2011), o la Teoría del Intercambio Social (Peña, 2019; Coulson, MacLaren *et al.*, 2014), esta última que considera la relación entre residentes y turistas en términos de una compensación entre costos y beneficios en ambos lados, y el resultado para cualquiera de las partes depende del balance general final entre costos y beneficios.

1.8 Teoría del Intercambio Social

Para efectos de esta investigación se utilizará la Teoría del Intercambio Social. Las actitudes de los habitantes locales y las percepciones de los impactos del turismo van de la mano, si se percibe un impacto negativo la actitud será igual y a la inversa,

al menos eso se ha planteado en la literatura. La Teoría del Intercambio Social es una teoría económica que se usó en el campo de la psicología, su origen se remonta al año 1956 cuando los autores John Thibaut y Harold Kelley la presentaron por primera vez, ellos afirmaron que una relación entre dos o más personas debía tener como resultado algún tipo de gratificación para todas las partes involucradas (Carrillo, s.f.), y si no se tenía esta gratificación la relación desaparecería.

Posteriormente, autores como Homans y Blau hicieron públicas las contribuciones que realizaron a la Teoría del Intercambio Social, con la publicación de dos libros: *Social Behavior*, de George C. Homans en 1961 y *Exchange and Power in Social Life*, de Peter M. Blau en 1964 (citado en Morales, 1978). Para ellos, la teoría se fundamentaba en dos supuestos, el individualismo y el hedonismo. El primero se refiere a que la explicación de todo fenómeno social surge a partir del individuo y, por consiguiente, el hedonismo consiste en la formación y consolidación de cualquier interacción social teniendo como fin la búsqueda de maximizar el placer y evitar el dolor (Huete y Mantecón, 2015). Ahora bien, con la formulación de estos supuestos puede entenderse que toda interacción social es vista como un intercambio mutuo de pérdidas y ganancias; castigos y premios, donde los individuos toman decisiones para incrementar sus beneficios y reducir sus costos.

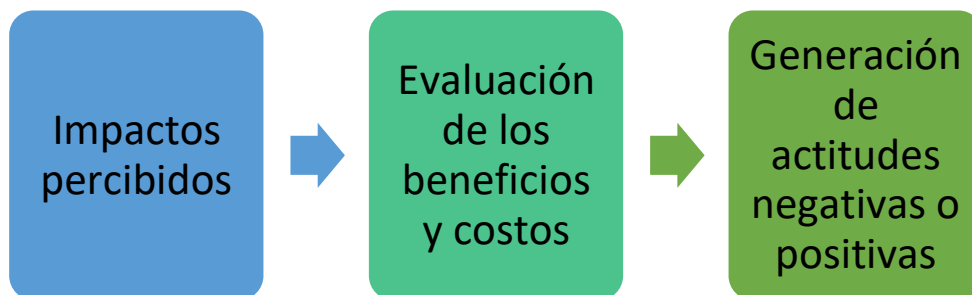
En la Teoría del Intercambio Social, según Homans (1961, citado en Morales, 1978, p.132), “los individuos seleccionan sus transacciones una vez que han evaluado sus beneficios y costos”. En otras palabras, las actitudes se ven afectadas por las percepciones del intercambio, es decir, las personas que en el intercambio obtienen o perciben un beneficio, tienen una actitud favorable, mientras los que perciben costos, tendrán una actitud negativa. De modo que los residentes de la comunidad local que están involucrados en la actividad turística son más susceptibles a percibir beneficios económicos y, por lo tanto, su actitud hacia los turistas debe ser favorable, en contraste con las personas que no tienen ningún tipo de contacto con el turista.

1.9 Teoría del Intercambio Social y Turismo

Con respecto al turismo, la Teoría del Intercambio Social se ha utilizado para explicar los efectos que provoca la actividad turística en las comunidades receptoras, es decir, esta teoría ha dado la base conceptual para el análisis de las percepciones y actitudes, entorno a los costos y beneficios que genera el turismo (Orgaz y Moral, 2015). Por consiguiente, la Teoría del Intercambio Social ha sido una de las más aceptadas y adoptadas a la hora de abordar la explicación sobre estudios de las actitudes de los residentes hacia el turismo (Díaz y Gutiérrez, 2010; Monterrubio *et al.*, 2018).

Ahora bien, la Teoría del Intercambio Social mide el apoyo al turismo (Díaz y Gutiérrez, 2010), en otras palabras, puede decirse que evalúa si las personas residentes están de acuerdo con la llegada de turistas a su comunidad. Por lo tanto, autores como More y Cunningham (1999) mencionan que el punto de partida para el intercambio social viene de la necesidad de ser recíprocos en relación a los beneficios obtenidos, con el objetivo de continuar recibéndolos (citado en Orgaz y Moral, 2015) (ver Diagrama 1). De tal manera que los residentes que observan en el intercambio beneficio propio mostrarán interés en apoyar el turismo, pero si ellos perciben un costo mayor al beneficio retirarán su apoyo y se opondrán.

Diagrama 1. Intercambio social y actitud de los residentes hacia el turismo



Fuente: Elaboración propia con base en Jurowski *et al.* (1997)

Existen factores que pueden ayudar a determinar las actitudes y el apoyo al turismo entorno al análisis de los empleados que trabajan en el sector, ya que expresan opiniones positivas sobre el turismo, en cambio los que no dependen económicamente del turismo, tienen actitudes negativas. También se considera que las personas que viven más cerca del desarrollo turístico, perciben más beneficios que los que están alejados. Otro factor que puede determinar las actitudes es cuanto más tiempo lleva viviendo una persona en una población turística más negativa es su actitud hacia el turismo y, naturalmente, cuanto menos tiempo más favorable. Igual depende de las variables socio-demográficas y socio-económicas (género, edad, ocupación, nivel educativo, etc.), ya que un estudiante de 18 años no tendría la misma actitud, ni percibiría los mismos beneficios o costos que un adulto de 30 (Mantecón, 2016).

En este sentido, la Teoría del Intercambio Social especifica el intercambio de recursos tangibles o intangibles que los residentes y los turistas pueden dar y recibir en el contexto turístico. Es decir, respecto de los recursos tangibles podría mencionarse que son los recursos económicos que reciben los residentes por parte de los turistas y en cuanto a los recursos intangibles es el intercambio de valores, cultura, estilos de vida, entre otros.

El intercambio social implica que tanto los residentes como los turistas entran en un juego de negociaciones, el objetivo es incrementar el beneficio para cada uno (Pizam *et al.*, 1978 citado en Moore, 2015), para el turista el beneficio se basa en la compra de productos o servicios y en tener una grata experiencia, mientras que para el residente el beneficio puede ser una ganancia económica, el incremento de seguridad en su comunidad, el desarrollo de infraestructura, etc. (Moore, 2015), este intercambio será positivo si el costo percibido no supera los beneficios.

Existe un estudio realizado por Obombo, Guillén y Velarde (2018) cuyo objetivo fue analizar las actitudes y percepciones de los pepenadores y los residentes de barrios marginales de Mazatlán hacia las visitas turísticas, en el marco de la teoría el intercambio social. Esta investigación fue realizada en un basurero y en cuatro barrios marginales, ubicados en el municipio de Mazatlán, zona turística localizada

en la costa del Océano Pacífico al norte de México. Es un destino popular para vacacionar y, generalmente, es visitado por ciudadanos canadienses y norteamericanos de alto poder adquisitivo.

El estudio fue mixto, en la parte cuantitativa se utilizó una escala tipo Likert para determinar las actitudes y en la cualitativa el estudio se basó en la descripción que hicieron los informantes de sus experiencias, además se hizo uso de la observación. La integración de la Teoría del Intercambio Social permitió, a partir de los hallazgos, que los residentes reciben pocos beneficios del turismo y, por consiguiente, sus actitudes son negativas, a pesar de esto la comunidad no se opone a las visitas turísticas, ya que la mayoría considera que pueden mejorarse los puntos débiles y asegurar que los residentes tengan beneficios. Entre esos puntos débiles está la poca interacción que tienen los turistas con los residentes, esto provoca que las relaciones sean solo superficiales y que se limiten a unos cuantos pepenadores (Obombo *et al.*, 2018).

Otro estudio de caso es el que realiza Jani (2018), cuyo objetivo fue examinar la percepción de los residentes sobre los impactos del turismo alrededor del Monte Kilimanjaro, el punto más alto de África, utilizando la Teoría del Intercambio Social como teoría general. El autor hizo una comparación con los residentes que están involucrados directa e indirectamente con el turismo.

Los hallazgos de este estudio indican que los residentes que rodean el Parque Kilimanjaro están satisfechos con el turismo en su localidad, y perciben que el turismo tiene más beneficios en comparación con los costos. Los residentes que obtienen beneficios económicos del turismo son aquellos que tienen una percepción más positiva de los impactos del turismo; los resultados apoyan la Teoría del Intercambio Social.

CAPÍTULO 2. DÍA DE MUERTOS EN MIXQUIC

2.1 Origen del Día de Muertos

2.1.1 Época prehispánica

Para autores como Johansson (s.f.) y Malvido (s.f.), los orígenes de la tradición del Día de Muertos datan desde antes de la llegada de los españoles a Mesoamérica. Dentro de la visión prehispánica, el acto de morir era el comienzo de un viaje hacia el Mictlán, el reino de los muertos o inframundo. El viaje duraba cuatro días y al llegar a su destino eran enviados a una de las nueve regiones donde el muerto pertenecía (Sánchez, s.f.). Por ejemplo, los indígenas que morían en circunstancias relacionadas con el agua se dirigían al Tlalocan, donde Tláloc, dios de la lluvia los esperaba; los que morían en combate y los que eran sacrificados iban al Omeyocan, lugar donde estaba Huitzilopochtli. Cuando la causa de la muerte era natural eran destinados al Mictlán (Denis *et al.*, 2012; Johansson, s.f.), es decir, dependiendo la causa de la muerte era a donde se dirigían los muertos.

Retomando lo anterior, los indígenas no pensaban en la muerte como algo moral, es decir, que si realizaban cosas buenas al morir se irían al cielo o si pecaban se irían al infierno y ahí serían castigados por sus malas acciones; ellos entendían este proceso como que el alma del difunto se dirigía a otro lugar, a lado de los dioses (Denis *et al.*, 2012).

Por lo tanto, los indígenas tenían dos celebraciones dedicadas a los muertos, la primera era celebrada en el noveno mes del calendario azteca, llamado Micailhuitontli, en donde festejaban a los niños que habían fallecido, y la otra, Hueymiccaiuitl, que era la fiesta donde conmemoraban a los muertos grandes, celebrada en el décimo mes del año (Villaseñor y Aceves, 2013). Estas fiestas no solo eran dedicadas a los muertos, también se hacían sacrificios para que la cosecha fuera fructífera y no tuvieran ninguna pérdida, es por eso que esta celebración también era considerada una festividad agrícola.

2.1.2 Época colonial

A partir de la Conquista, la concepción y ritualidad en torno a la muerte sufre cambios debido a la llegada de los evangelizadores, éstos modificaron la forma de vida de los indígenas en todos los sentidos, ya que se comienza a dar una mezcla entre creencias indígenas e hispanas (Denis, Hermida y Huesca, 2012). Para entender el contexto es necesario tener en cuenta cómo surge la celebración de Todos los Santos y de los Fieles Difuntos, es por eso que en párrafos posteriores se dará la descripción de los orígenes de ambas festividades y de cómo se sincretizan para dar origen al Día de Muertos.

En el siglo XI, San Odilón Abad de Cluny promovió la celebración de Todos los Santos el día 1 de noviembre, a partir del siglo XIII la Iglesia lo aceptó y así se ha mantenido a través de los siglos (Ríos *et al.*, 1997). De acuerdo con Malvido (s.f.), esta celebración consistía en que “las iglesias, conventos y santuarios exhibían los restos y reliquias de los santos para que los católicos hicieran oraciones las cuales otorgaban al orante el perdón de sus pecados” (p.46). Dicho de otra manera, se ganaban indulgencias para cuando los fieles fallecieran estuvieran menos tiempo en el purgatorio.

En lugares como Castilla, León e Italia se preparaban alimentos especiales para esta fecha, entre ellos destacaron los dulces y los panes en diferentes presentaciones. Por ejemplo, en algunos panes se imitaban las reliquias de los santos, es decir, se hacían figurillas que hacían alusión a los huesos de los santos (Malvido, s.f.). Los alimentos preparados eran bendecidos por los sacerdotes y posteriormente llevados a las casas, ahí se colocaban en una mesa, donde se ponía la imagen del santo preferido, se adornaba con los dulces, panes y flores.

Por otra parte, la celebración de Todos los Santos llegó a la Nueva España con la Conquista, no obstante en los primeros años posteriores a ella, los altares de las iglesias no tenían reliquias, por lo tanto, no estaban santificadas, es por eso que desde Roma fueron traídas reliquias de los santos, es decir, trozos de ropa, partes del cuerpo, pedazos de la cruz, para poder consagrar los templos (Malvido, s.f.).

Las primeras reliquias entraron por el puerto de Veracruz, esto ocasionó grandes fiestas y regocijos durante su distribución en las iglesias y parroquias en cada poblado, a la entrada de los templos se instalaban puestos de buñuelos y panes con distintas formas, entre la más popular estaba la redonda con huesos (Bazarte, s.f.).

Ahora bien, el origen de los Fieles Difuntos se da después de las epidemias del siglo XVI, ese día se dedicó para orar a los muertos, ya que así se lograba la salvación de las almas del purgatorio. Existe una creencia entre católicos romanos que dice que las almas de los muertos regresaban al mundo de los vivos, para convivir con sus seres queridos y que a medianoche, éstas retornaban al mundo de los muertos, esta costumbre llegó a México tras el arribo de los hispanos (Malvido, s.f.). En otras palabras, esta creencia no era indígena, sino que se adoptó por la mezcla de cultura.

El sincretismo se da a partir de la mezcla de creencias sobre la muerte que tenían los indígenas con las de los hispanos, esto provoca el renacer de una nueva costumbre.

2.1.3 Época actual

El Día de Muertos es una de las tradiciones más representativas de México, se celebra cada año comenzando el 1° de noviembre y se culmina el día 2 de dicho mes, coincidiendo con las fechas católicas de Día de los Fieles Difuntos y Día de Todos los Santos, respectivamente (Magaña y Guerra, 2011). De esta manera se entiende que es una tradición que ha resultado de la mezcla de la cultura prehispánica con la religión católica, debido a que en la festividad se encuentran elementos que eran usados en las celebraciones indígenas, en las cuales se les ofrecían a los muertos, flores de cempasúchil y tamales de maíz (Ortega, 2018), siendo estos elementos representativos de los altares en la actualidad. No obstante, es importante recalcar que se conservan de igual manera elementos de origen español, como el tradicional pan de muerto, que este tiene sus orígenes en ciudades españolas y que tras la Conquista los hispanos lo introducen a México, en ese entonces conocido como la Nueva España.

Durante el tiempo de Día de Muertos, los habitantes de las comunidades ponen los tradicionales altares en sus casas y dependiendo de la región del país, las personas van por la noche a los cementerios para decorar con velas y flores las tumbas; colocan alimentos y bebidas, rezan y con las pláticas recuerdan a sus difuntos.

Por otra parte, en la actualidad la celebración de Día de Muertos es más visible que en épocas anteriores, debido al sentimiento nacionalista que surge en los mexicanos en la época posrevolucionaria. Antes las ofrendas solo se colocaban en las casas o en panteones, pero a partir de que el Día de Muertos recibe el nombramiento de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en el año 2008 (UNESCO, 2008), se comienzan a colocar altares en las escuelas y espacios tanto públicos como privados, para contribuir a fortalecer y conservar las tradiciones y costumbres de los mexicanos. Es así como surgen nuevas maneras de llevar a cabo esta celebración, ya que se comienzan a realizar eventos como festivales, desfiles, performance, concursos de altares, concursos de catrinas, entre otros, actividades que atraen a muchos turistas.

Hoy en día la celebración de Día de Muertos forma parte de un mix, que se ha ido formado durante décadas, debido a la diversidad cultural de los grupos humanos que habitan en México, las ideas que se tenían antes se han visto afectadas por la modernidad y estas comienzan a cambiar, es por eso que en las ofrendas pueden observarse elementos novedosos que en épocas anteriores no existían.

Además, con la globalización, se han tomado usos y costumbres de otras naciones, un ejemplo es el Halloween que se celebra en Estados Unidos y debido a la cercanía con México, muchos mexicanos han adoptado esta festividad y han mezclado elementos de esa fiesta con elementos de Día de Muertos. Hoy en día puede observarse que en Día de Muertos hay niños disfrazados pidiendo dulces.

2.2 Día de Muertos y turismo

México es un país reconocido a nivel internacional por su cultura y sus tradiciones, por lo mismo es un atrayente de turistas, ya que cuenta con múltiples celebraciones. Existen festividades tan arraigadas que tienen su origen en la mezcla mesoamericana y española, estas han sido consideradas parte del Patrimonio Cultural Intangible de la Humanidad, por ejemplo Los Parachicos en la fiesta de Chiapa de Corzo; la ceremonia ritual de Los Voladores de Papantla Veracruz y las fiestas dedicadas a los muertos (UNESCO, 2008), mejor conocido como Día de Muertos, siendo esta la fiesta más representativa del país por su extensión.

El festejo de Día de Muertos es parte de la identidad cultural de México, en las últimas décadas ha cobrado importancia como principal atractivo turístico en algunas poblaciones del país, debido a su peculiar forma de celebrarlo. Entre los lugares más visitados se encuentra, la isla de Janitzio en el estado de Michoacán, Aguascalientes, Oaxaca y el poblado de Mixquic en la Ciudad de México (S/A, 2011). Esta celebración convoca a una multitud de visitantes procedentes de todo el país y del extranjero, a quienes les es vendida o promovida la Noche de Muertos como un producto turístico cultural.

El Día de Muertos ha sido una de las tradiciones más arraigadas y representativas de la cultura mexicana, sin embargo, desde que películas como Coco y Spectre 007 incorporaron esta festividad en su trama, el interés por visitar destinos de México se incrementó considerablemente (García, 2018) provocando así una gran movilidad de turistas nacionales y extranjeros que buscan llegar a lugares y observar lo mismo que vieron en las películas.

Debido al auge que las películas le aportaron a la celebración de Día de Muertos, entre los años 2016 y 2018 hubo una gran movilidad de turistas por todo el país, principalmente asistieron al Desfile de Día de Muertos que se realiza en la Ciudad de México, entre esos años se dejó una derrama económica de 5,310 millones de pesos (SECTUR, 2011; García, 2018) lo que se consideraba un éxito total.

Asimismo, en el año 2019 arribaron al país en promedio 744 mil turistas nacionales a destinos tradicionales para la celebración de Día de Muertos y en promedio dejó una derrama económica de 1,900 millones de pesos tan solo por concepto de hospedaje (Concanaco, 2019). A la Ciudad de México llegaron 85 mil turistas nacionales y extranjeros (De la Rosa, 2019), atraídos por los diversos eventos que se realizaron, como la exposición de ofrendas, el Desfile Internacional de Día de Muertos, escenificaciones. Ahora bien, haciendo la comparación de la derrama económica puede observarse que en 2017 se generó 16 mil 793 millones de pesos (Aristegui, 2017) y en 2019 fueron 19 mil millones de pesos (Concanaco, 2020) puede apreciarse el aumento considerable, por otro lado, en el año 2020 debido a la pandemia del Covid-19, este ingreso decreció más del 50% (Concanaco, 2020).

2.3 Día de Muertos en la investigación turística

A partir de que la celebración de Día de Muertos se convierte en un producto turístico, con la masificación de esta festividad en lugares de poca capacidad y la mala gestión de las autoridades, comienza a surgir el interés de los investigadores por estudiar esta celebración, existen trabajos que se han realizado para el análisis de esta celebración (Brandes, 2000; Hiriart, 2008; Alvarado y Romero, 2017 y Ortega, 2018).

Con relación a lo mencionado en el párrafo anterior, Brandes (2000) procede a realizar un trabajo sobre Día de Muertos, Halloween y la búsqueda de la identidad nacional mexicana, donde realiza una comparación entre ambas festividades, además describe cómo empieza a surgir el sentimiento nacionalista de los mexicanos y cómo, debido a la cercanía con Estados Unidos, se mezcla la cultura y se adoptan nuevas formas de celebrar estas fechas. En este estudio se rescata el Día de Muertos en Tzintzuntzan, esta es una comunidad pequeña de al menos 3,000 artesanos y campesinos, está localizada al noroeste de Michoacán y es reconocida tanto a nivel nacional como internacional por la celebración auténtica de Día de Muertos; pero no todo el tiempo fue así, debido que antes solo era una celebración que se reconocía a nivel local, fue en 1970 cuando el gobierno de

Michoacán junto con la Casa de Cultura y la Secretaria de Turismo emprendieron una campaña para atraer turistas.

A consecuencia de la campaña publicitaria para promover la Noche de Muertos en Tzintzuntzan, comenzaron a llegar miles de turistas y debido al incremento de la demanda, las personas de la comunidad comenzaban a vender comida y bebidas para satisfacer esta necesidad del turista, las personas ya no se preocupaban por llevar a cabo su ritual, más bien al ver que este arribo masivo les dejaba una derrama económica preferían poner puestos para venderles algo a los visitantes.

El trabajo de Hiriart del año 2008 fue un estudio que se realizó en Tzintzuntzan, Michoacán, tuvo como objetivo conocer si el Día de Muertos era un patrimonio inmaterial que se encontraba en riesgo de perderse a causa de la llegada masiva de turistas y de la mala gestión por parte de las autoridades. En este lugar puede observarse una explotación comercial y los festejos masivos. El trabajo arrojó como conclusión que la tradición está al límite de la sustentabilidad cultural, es decir, durante los años debido a las turistificación se ha ido modificando la tradición y no solo se ofrece la velada de Día de Muertos como atractivo turístico, sino que se ha diversificado y hoy en día hacen festivales de Día de Muertos, ferias, vendimias, venta y consumo excesivo de alcohol, todo esto para entretener y captar la atención de los turistas. Esto se debe a la falta de programas de gestión y planes de manejo que permitan revertir los impactos que se han generado la llegada masiva de turistas.

Alvarado y Romero (2017) en su estudio llamado: *Turismo y consumo del espacio en Janitzio durante la Noche de Muertos* no profundizan en el origen de las festividades dedicadas a los muertos, más bien hablan acerca del impacto que el aspecto de la tradición tiene sobre el imaginario de los turistas. Estos autores indagan sobre si los turistas que llegan al Día de Muertos en Janitzio tienen como principal motivación un encuentro con la muerte y a partir del análisis del consumo turístico del espacio, el trabajo explora el grado de conexión que la visita a Janitzio guarda con el tanatoturismo.

Para fines del trabajo es importante mencionar que la Noche de Muertos en Janitzio a partir de 1923, fue concebida como un espectáculo, es decir, pasó de ser un evento que se realizaba por tradición y en privado a ser una fuente de interés para atraer turistas. En efecto, en el cementerio de Janitzio se reúnen visitantes y miembros de la comunidad local, los primeros son espectadores y los segundos son los que llevan a cabo el ritual. Podría decirse que esta tradición es vista como un espectáculo, debido a que los residentes están en las tumbas reencontrándose con sus difuntos y los turistas solo están observando para ser testigos de un ritual auténtico, ahora bien los visitantes no solo van a presenciar la parte tradicional, también están inmersos en el ambiente festivo, donde pueden encontrar la venta de alimentos y bebidas. Con los resultados del estudio se concluyó que el hecho turístico en Janitzio está más relacionado con un interés por la tradición y el patrimonio cultural, que con un encuentro explícito con la muerte, es decir, para los visitantes de Janitzio la muerte tiene un sentido más lúdico.

Después de esa primera investigación, Alvarado y Romero (2017) realizaron otro trabajo llamado *La noche de muertos en Janitzio: Percepción de residentes y visitantes en torno a una festividad masiva*. Ellos abordaron la celebración de la Noche de Muertos en la Isla de Janitzio como un evento que año tras año congrega a miles de visitantes atraídos por la tradición de origen prehispánico. Por lo tanto, con la llegada masiva de turistas se generan consecuencias tanto positivas como negativas en el entorno natural, social y económico. Así mismo, en el estudio puede observarse que Día de Muertos pasó de una tradición a un atractivo, ya que el gobierno se ha encargado de realizar festivales, muestras gastronómicas, tianguis artesanales, exposiciones, un poco de todo para entretener a los visitantes que llegan a la isla.

La afluencia masiva de turistas durante la Noche de Muertos en Janitzio genera consecuencias tanto positivas como negativas; entre las positivas está la derrama económica que deja por el arribo de visitantes, el consumo de alimentos, bebidas y artesanías beneficia directamente a las personas de la comunidad local, otro efecto

positivo es que se refuerza la identidad de la comunidad y de esta manera no dejan que se pierda la tradición.

Sin embargo, a consecuencia de la llegada de miles de turistas a la Isla, se percatan de efectos negativos debido al abuso de la capacidad de carga del lugar, a su vez ello ocasiona la generación excesiva de basura; por otra parte, el comportamiento festivo que tienen los visitantes puede contrastar en el ritmo de vida y los valores de la comunidad. Durante la Noche de Muertos la afluencia turística aumenta considerablemente y eso genera en los residentes una sensación de invasión de su espacio. En los últimos años, la imagen que se tenía de Janitzio como un lugar tradicional se fue modificando, debido a que la Noche de Muertos se volvió una celebración masiva, en este día se incrementaba la venta y abuso de bebidas alcohólicas, lo que provocó que la festividad se saliera de control, por lo que decidieron rescatar el aspecto tradicional. De igual manera, con dicho estudio pudo constatar que no todos los turistas generan un sentimiento positivo en la comunidad, ya que existe un grupo que llaman “hippies” y que no actúan como se piensa, debido a que ellos no hacen uso de la oferta turística, sin embargo, llegan a vender productos que elaboran y es por eso que son vistos como una competencia. Por medio de entrevistas a los residentes se obtuvo que perciben una ganancia económica y que estos eventos han ayudado a que la tradición se siga preservando.

2.4 Día de Muertos en la Ciudad de México

San Andrés Mixquic es una comunidad que tiene popularidad tanto a nivel nacional como internacional de ser un lugar donde puede apreciarse la celebración “original” de Día de Muertos. Los días oficiales de esta celebración son el 1° de noviembre para la llegada de las ánimas de los niños y santos, y el día 2 dedicado a los fieles difuntos; donde miles de visitantes arriban al lugar. Sin embargo, no se tiene una cifra exacta de cuántas personas llegan, pero se estima que en el 2014 a la alcaldía Tláhuac llegaron alrededor de 120 mil turistas, de los cuales 70,000 aproximadamente visitó Mixquic (Valdez, 2014) y en años más recientes, 2018, se

estima que arribaron 1,000,000 de visitantes, esta cifra aumentó considerablemente (García, 2018).

2.4.1 Alcaldía de Tláhuac

Tláhuac es una de las 16 alcaldías que conforman la Ciudad de México. La Alcaldía de Tláhuac tiene una superficie de 8,534.62 hectáreas, está ubicada en la zona sur-oriente de la Ciudad de México y ocupa un 5.75% de la capital del país. Colinda al norte y noreste con la Delegación Iztapalapa; al oriente, con el municipio Valle de Chalco, Estado de México; al sur, con Milpa Alta, hasta el vértice del volcán Teuhtli, y al suroeste y oeste, con Xochimilco (Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México, s.f.) (Ver Imagen 1).

Imagen 1 Localización de la Alcaldía de Tláhuac en la Ciudad de México



Fuente: INEGI (1998)

Tláhuac está dividida por siete pueblos, catalogados como originarios. Estos son: Santiago Zapotitlán, San Pedro Tláhuac, Santa Catarina Yecahuizotl, San Nicolás Tetelco, San Francisco Tlaltenco, San Juan Ixtayopán y San Andrés Mixquic, que es el que aquí compete (Alcaldía Tláhuac, s.f.) (Ver Imagen 2).

Imagen 2. División por pueblos de la Alcaldía de Tláhuac



Fuente: Google Maps

Ahora bien, el nombre de los pueblos es el resultado de una mezcla de cultura, debido a que están compuestos por dos partes, la primera por el nombre de un santo de origen español y la segunda por una palabra de origen náhuatl. Desde el nombre puede percatarse parte del sincretismo que surgió a partir de la fusión de ambas culturas. Mixquic proviene del náhuatl *mizquitl* que significa mezquite, y del locativo *co* que quiere decir “dentro de” o “sobre”. Por este motivo, Mixquic se traduce como el Lugar de Mezquites (Alcaldía Tláhuac, s.f.).

2.4.2 San Andrés Mixquic

San Andrés Mixquic es uno de los siete pueblos originarios de la alcaldía de Tláhuac, está ubicado al suroeste de la alcaldía y tiene una población total de 13,310 habitantes (INEGI, 2015).

Mixquic está dividido en cuatro barrios, los cuales son: San Miguel, San Agustín, San Bartolomé y Los Reyes (Ver Imagen 3).

Imagen 3. División de Mixquic por barrios



Fuente: Alcaldía Tláhuac (s.f.).

Los orígenes de San Andrés Mixquic son desde la época prehispánica, sin embargo no se sabe exactamente la fecha de su fundación, se tiene como antecedente que fue fundada en el año 1160 (Sánchez, 2013). Mixquic estuvo caracterizada por ser una comunidad lacustre, las condiciones ambientales dadas en este lugar hicieron posible que se lograra un desarrollo agrícola.

2.4.3 Características de la Población de San Andrés Mixquic

La población de San Andrés Mixquic tiene raíces indígenas, es por eso que aún conserva técnicas, costumbres y tradiciones que aprendieron de culturas prehispánicas. La gente del lugar se siente identificada con su grupo social y busca que sus tradiciones perduren a través del tiempo. Un ejemplo de lo anterior, es que la mayoría de los habitantes de Mixquic se dedicaba a la agricultura en las chinampas; las chinampas son pequeñas islas donde se siembra desde la época prehispánica (Olivares, 2007). Hoy en día esta comunidad es una de las principales abastecedoras de vegetales para la Ciudad de México, debido a que se siguen dedicando a la siembra de alimentos de consumo humano. Las técnicas que utilizan han sufrido modificaciones con el paso del tiempo, pero todavía existe la siembra en chinampa (Olivares, 2007).

Al ser una comunidad que está cerca de la Ciudad de México se ha visto afectada por la mancha urbana, ya que con el incremento de la población las personas dejan de dedicarse a la agricultura y salen a buscar trabajo en la industria o comercio, además como el índice de natalidad ha crecido, las tierras que eran destinadas para cultivo ahora se usan para vivienda (Sánchez, 2013).

Aunque en Mixquic ya casi nadie habla náhuatl, la población conserva parte de su cultura en la gastronomía y en ciertas costumbres, como las mayordomías encargadas de fiestas patronales, danzas, carnavales y formas de trabajo comunal como las faenas (Ortega, 2010).

2.4.4 Día de Muertos en Mixquic

Los preparativos para el Día de Muertos comienzan desde el mes de agosto, donde los habitantes de Mixquic preparan la tierra para sembrar la flor de cempasúchil que se utilizará para el adorno de las tumbas y las ofrendas (Echeverría, 2019).

Las ofrendas y los altares son parte fundamental de la tradición y celebración de Día de Muertos en el pueblo de San Andrés Mixquic. Desde el día 28 de octubre puede verse que comienzan a colocarse las ofrendas, pero el día que hay mayor coincidencia es el 31 de octubre, la mayoría de los habitantes comienzan a montar las ofrendas y a las 12 del mediodía inicia la celebración de Día de Muertos con el repique de campanas, tocadas en la parroquia de San Andrés Mixquic, donde se anuncia la llegada de las ánimas infantiles (Echeverría, 2019).

Es conveniente subrayar que las almas de los niños están presentes en las casas de los familiares desde el día 31 de octubre del mediodía, hasta el 1° de noviembre del mediodía, pasado este horario llegan las almas adultas y se retiran el día 2 de noviembre a las tres de la tarde (Echeverría, 2019).

2.4.4.1 *Alumbrada*

La alumbrada es una tradición que caracteriza la celebración de Día de Muertos en San Andrés Mixquic y comienza a partir de las cinco de la tarde del día 2 de noviembre cuando las familias se dirigen al cementerio, para decorar las tumbas

con velas, flores y de esta forma acompañar a sus difuntos de regreso a su morada. Las personas asisten con bancos, cera, copal, té, café o pan para acompañar en la velada.

Rodean las tumbas y encienden el copal, para que el humo se esparza esto como símbolo de que las almas de los difuntos son acompañadas a su destino. De igual manera, las velas son encendidas, ya que simbolizan la luz y esta permite que el camino de los difuntos sea iluminado (Ver Fotografías 1, 2, 3 y 4).

La alumbrada dura desde las 5:00 pm hasta las 2:00 am, siendo un periodo aproximado de nueve horas. No todas las personas permanecen todo este tiempo en el cementerio, algunas llegan después y otras se van antes. Anteriormente, los familiares podían amanecerse en el panteón, pero por cuestiones de seguridad se recortó el periodo de tiempo (Echeverría, 2019).

Fotografía N°1. Alumbrada en el panteón de Mixquic



Fotografía Instagram: @jlainezphoto (2019)

Fotografía N°2. Tradiciones



Fotografía tomada de Facebook: San Andrés Mixquic (México City) (2019)

Fotografía N°3. Decoración de tumbas



Fotografía tomada de: Facebook Mixquic: Cultura y Tradición (2019)

Fotografía N°4. Recordando a los difuntos



Fotografía tomada de Facebook: San Andrés Mixquic (México City) (2019)

San Andrés Mixquic al igual que otras poblaciones de México, es un lugar con costumbres y tradiciones que han prevalecido a través del tiempo y el Día de Muertos no es la excepción. Esta festividad es una tradición que se ha convertido en un atractivo turístico, a partir de que los medios de comunicación empezaron a difundir este lugar como un sitio pintoresco donde podía observarse el ritual original de Día de Muertos, es así como las personas comenzaron a llegar para poder ver esta celebración.

Es indispensable resaltar que a pesar de que Mixquic es visitado cada año por miles de personas, no se tienen estudios sobre las actitudes o impactos que se han generado. Además en 2015 se adoptó como medida la ley seca, quedando prohibida la venta de bebidas alcohólicas dentro del perímetro que comprende la demarcación, con el fin de prevenir actos que pudieran alterar el orden público durante el Día de Muertos (Ley seca en Mixquic, 2015), esto da pauta a pensar en la posibilidad de que haya cierta molestia por parte de la comunidad residente en torno a la llegada o comportamiento de los visitantes, es por eso que se busca

estudiar las actitudes debido a que no hay estudios sobre esta población y generaría conocimiento nuevo.

CAPÍTULO 3. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de tipo descriptiva, ya que consiste en describir, registrar e interpretar la composición, estructura y naturaleza del fenómeno estudiado, con el fin de dar un panorama lo más exacto posible de éste (Campos, 2009) mediante la medición de variables para especificar las propiedades del fenómeno. Por su naturaleza, es de tipo pura (básica), ya que el objetivo es obtener información sobre el objeto estudiado sin una aplicación práctica inmediata, busca incrementar los conocimientos, sin interesarse directamente en sus posibles aplicaciones o consecuencias prácticas (Zorrilla, 1943 citado en Grajales 2000).

Con base en su periodo de realización, es de tipo transversal, debido a que apunta a un tiempo y momento precisos (Grajales, 2000). Por último, las fuentes de investigación fueron mixtas ya que se utilizó información documental, recabando información de fuentes secundarias como artículos, periódicos, libros, fuentes electrónicas entre otros. De igual manera, se recogió información de campo, es decir se obtuvo información directa del objeto estudiado (Campos, 2009).

3.1 Método de Investigación

Para la presente investigación se utilizó una perspectiva cuantitativa ya que se basa en el uso de técnicas estadísticas y mediante variables se pretende conocer aspectos sobre la población estudiada. Este tipo de investigación ha sido utilizada en estudios de opinión, diagnósticos para formular políticas y en las ciencias naturales (Campos, 2009). Por otra parte, Hueso y Cascant (2012) plantean que la investigación se centra en que las partes representan el todo, esto es, se toma una muestra para estudiar cierto número de la población, con el fin de conocer la distribución de las variables, estas van desde saber el nivel de escolaridad y ocupación hasta la opinión respecto a algo.

Ahora bien, los antecedentes del método cuantitativo se remontan al siglo XIX, con la propuesta del positivismo por Auguste Comte, quién sostuvo que el único camino que puede tener la ciencia es el dato que se obtiene directamente de la realidad,

que solamente puede confiarse en las matemáticas debido a su objetividad (Campos, 2009). Para el positivismo es importante cuantificar o medir ya que mediante estas se llegan a formular tendencias y teorías.

Las principales características de este enfoque están referidas a su rigurosidad, en el proceso de investigación (Hueso y Cascant, 2012), busca ser objetiva ya que el investigador no debe intervenir en cualquier elemento afectivo entre la comunidad estudiada, es generalizable, es decir, al analizar una muestra de la población puede inferirse que el resto de la población opina lo mismo con margen de error; es replicable, ya que el estudio puede repetirse y arrojar los mismo resultados (Fernández y Pértegas, 2002).

3.2 Técnica de investigación

Diversos estudios sobre las actitudes de los residentes de la comunidad local se han basado en métodos cuantitativos (Díaz y Gutiérrez, 2010; Mendoza y Monterrubio, 2012; Royo y Ruiz, 2009), específicamente en el levantamiento de encuestas planteadas en diferentes espacios. De acuerdo con Mendoza, Monterrubio y Fernández (2011) “los métodos cuantitativos han mostrado ser de gran utilidad, debido a su capacidad de generalizar resultados y su utilidad en aspectos como la planeación y gestión del turismo” (p.58). Además tienen una naturaleza estructurada y sistemática lo que permite la obtención de datos confiables y rigurosos.

Dicha investigación se basó en la técnica de la encuesta, ya que esta, como menciona Sandoval (2002), es “un es un método de obtención de información mediante preguntas orales o escritas, planteadas a un universo o muestra de personas que tienen las características requeridas por el problema de investigación” (p.51) y tiene la finalidad de explorar, describir o explicar una serie de fenómenos.

El instrumento que se utilizó fue la escala de Likert, este instrumento es de tipo psicométrico donde el encuestado debe indicar su nivel de acuerdo o desacuerdo sobre una afirmación, ítem o reactivo (Matas, 2018). El instrumento consistió en una serie de ítems que fueron formulados con la finalidad de medir las actitudes en sus

tres componentes: cognitivo, afectivo y conductual, que radica en la persona encuestada hacia el visitante; cada ítem estuvo acompañado de una escala de valoración que fue del 1 al 5, es decir, 1: Muy en desacuerdo, 2: En desacuerdo, 3: Indiferente o neutral, 4: De acuerdo y 5: Muy de acuerdo. De igual manera, se incluyeron una serie de preguntas relacionadas con las variables sociodemográficas: género, edad, ocupación, estado civil, nivel de estudios, lugar de residencia y tiempo residiendo en San Andrés Mixquic, Tláhuac (Ver Anexo 1).

3.3 Procedimiento metodológico de la investigación

Para efectos de la investigación se adoptó el método cuantitativo debido a que es un proceso adecuado para el análisis de las actitudes en una población, además es el método más conveniente para lograr el objetivo del estudio, que es describir. Esta investigación tuvo como objetivo conocer las actitudes que tienen los residentes locales hacia los visitantes durante la festividad de Día de Muertos en San Andrés Mixquic, Tláhuac. Los informantes fueron los residentes de la comunidad de San Andrés Mixquic, con perfiles sociodemográficos variados, se escogieron mediante el muestreo no aleatorio por voluntarios, debido a que la prueba se limitó a quien tuviera acceso a redes sociales o WhatsApp.

En San Andrés Mixquic hay 8,405 habitantes que oscilan entre los 18 y 59 años de edad, siendo estos los sujetos a participar en la muestra de la investigación, se calculó el tamaño de la muestra de 95, con un nivel de confianza que es de 95% y un margen de error del 10%. El tamaño de la muestra fue calculado por la ecuación estadística de proporciones poblacionales.

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra

z= Nivel de confianza deseado

p=Proporción de la población con característica deseada (éxito).

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso).

e= nivel de error dispuesto a cometer

Se analizaron estadísticamente las actitudes que tenía la comunidad local hacia los visitantes, entorno a los impactos percibidos que se generan durante la festividad de Día de Muertos en San Andrés Mixquic, mediante variables como: empleo, seguridad, aglomeración, basura, ruido, tráfico vehicular, accidentes, consumo de alcohol, pleitos y riñas, mejoramiento de la imagen, oportunidad de negocio, mejora de servicios e infraestructura, modificación a la tradición, revitalización de las tradiciones, mantenimiento de monumentos históricos y orgullo de pertenencia, mismas que se generaron a partir de la revisión documental, con el fin de constatar costos y beneficios percibidos para poder determinar las actitudes positivas o negativas.

Para la óptima realización del cuestionario se elaboró una prueba piloto, realizada el 22 de septiembre del 2020, fue aplicada al 10% del total de la población muestra, con el fin de detectar irregularidades en la comprensión de preguntas, surgimiento de dudas o identificar si las oraciones estaban verdaderamente orientadas al objetivo de la investigación. Se contactaron a nueve personas, por medio de un grupo de WhatsApp, el cual estaba dedicado a ofrecer un taller sobre la historia de Mixquic; este grupo se contactó por medio de la página de Colectivo Calpulli Cuicayolotzin en Facebook, de esta manera fue el primer acercamiento con la comunidad.

Se analizaron las posibles modificaciones, pero ninguna persona de la comunidad tuvo dificultad para comprender las oraciones o ítems, una vez aprobada la prueba

se procedió a hacer la difusión del cuestionario. Debido a la pandemia y al alto riesgo de contagio de COVID-19 que había en alcaldía de Tláhuac, donde está localizada la comunidad de San Andrés Mixquic, no hubo condiciones de seguridad para la aplicación presencial de los cuestionarios; de hecho en días cercanos a Día de Muertos se habían presentado seis mil 521 casos de Covid-19 y 246 decesos, Mixquic se encontraba dentro de las colonias de atención prioritaria al presentar una tasa de casos activos por 100 mil habitantes del 56.9 y una positividad del 17 por ciento (Roa, 2020), por eso se hizo uso de un cuestionario virtual, con la aplicación Google Forms que fue difundido por medio de páginas dedicadas a la población de Mixquic mediante las redes sociales, Facebook; Mixquic: Cultura y tradición, San Andrés Mixquic, San Andrés Mixquic (Mexico city), Colectivo Calpulli Cuicayotzin, son ejemplo de algunas páginas utilizadas para la investigación. Podría decirse que el cuestionario estuvo limitado solo a las personas que tienen acceso a Internet y a esas páginas específicas.

Aunque fue limitado el acceso, la muestra recogida es una mezcla de los habitantes que residen en los distintos barrios de San Andrés Mixquic. Esto se consiguió gracias a la distribución del cuestionario por medios electrónicos, redes sociales y grupos de WhatsApp. De igual manera, es importante mencionar que el trabajo de campo tuvo una duración de cinco semanas, que abarcaron del 25 de septiembre del 2020, día en que se comenzó la difusión del cuestionario, hasta el 27 de octubre del 2020, cuando ya se había completado la muestra.

Para el manejo y análisis de los datos obtenidos, se utilizaron las gráficas que formula automáticamente Google forms, con la ayuda de esas gráficas se sacó el porcentaje de cuántas personas habían contestado cada ítem. Una vez que se tuvo el porcentaje, se dividieron los ítems de acuerdo con los componentes de las actitudes (cognitivo, afectivo y conativo o conductual) y estos fueron agrupados según los costos y beneficios percibidos. Se realizaron tablas, en las cuales se pusieron los porcentajes obtenidos, permitiendo así un mejor manejo de los datos para su análisis.

CAPÍTULO 4. ACTITUDES DE LA POBLACIÓN DE MIXQUIC ¿POSITIVAS O NEGATIVAS?

El presente capítulo tiene como objetivo describir los hallazgos de la investigación que se hizo para conocer los impactos que la población local percibe son generados por los visitantes que llegan a Mixquic en Día de Muertos. Con base en la metodología empleada, está estructurado de la siguiente manera; se conformó el perfil de los encuestados, por la actitud de la población local trabajada en sus tres componentes, cognitivo, afectivo y conductual, además las respuestas están agrupadas de acuerdo con los costos y beneficios percibidos. De igual manera, es necesario mencionar que los ítems se trabajaron en las dimensiones sociales y culturales.

La fiesta del Día de Muertos se celebra con especial tradición en algunos poblados mexicanos. Tláhuac, Xochimilco y Mixquic son lugares muy cercanos a la Ciudad de México donde ha sido literalmente imposible penetrar a los panteones por el elevado número de visitantes en los años recientes. A pesar de estar en un mundo globalizado, el Día de Muertos es una de las más antiguas tradiciones, una costumbre que se ha conservado al paso de los años, de generación en generación y que cada año atrae a más visitantes.

En el año 2020, el confinamiento al que la población se ha visto obligada no permitió celebrar el Día de Muertos como otras ocasiones, especialmente porque por órdenes del gobierno federal y local, los panteones permanecieron cerrados los días 1 y 2 de noviembre. No obstante, pudo realizarse la encuesta en línea y los hallazgos fueron los siguientes.

4.1 Perfil del encuestado

En cuanto a los datos sociodemográficos, se obtuvo un total de 95 personas encuestadas, de las cuales el 59.6% pertenecen al género femenino y el 40.4% son masculinos. De esta población encuestada, el 40% está casada y el 35.8% está soltera; de acuerdo con la distribución de barrios que tiene Mixquic, la mayoría de las personas, el 26.3%, radica en el Barrio de San Miguel, seguido del 21.1% en el

Barrio de San Bartolomé; el 21.1% en el Barrio de los Reyes; el 18.9% en el Barrio de San Agustín y, por último, el 12.6% vive en otra colonia que aún no es reconocida por la alcaldía de Tláhuac.

Todas las personas encuestadas son mayores de edad, oscilan entre 18 a 60 años, pero las personas con la edad de mayor incidencia son alrededor de los 25 a 35 años de edad. En cuanto a la educación, el 55.8%, que es la mayoría de las personas, cuentan con estudios universitarios, el 23.2% tiene estudios hasta el nivel medio superior y el 1% de la población no cuenta con estudios o estudió hasta la primaria. Comparando estos resultados podría decirse que el grado de analfabetismo es mínimo, pero debe tomarse en cuenta que el estudio estuvo limitado a las personas que tenían acceso a Internet.

Con relación a las actividades económicas de San Andrés Mixquic, el 49.5% son empleados de alguna empresa pública o privada, que se encuentra en otra parte de la Ciudad de México; el 14.7% se dedica al hogar, cabe destacar que esta actividad solo la realizan las mujeres; el 9.5% se dedica al sector de servicios, como el transporte y comercio.

4.2 Componente cognitivo

El componente cognitivo está formado por el conocimiento previo que se tienen sobre algún objeto de la actitud, en este caso sobre lo que la población sabe o conoce que provoca la llegada de visitantes a su comunidad.

4.2.1.1 Costos sociales percibidos

El mayor de los costos que se han percibido en la dimensión social ha sido en incremento de basura en las calles, el 72.6% de las personas lo ha notado, en estos días se genera un aumento considerable de basura, que en su mayoría se queda en las calles. Por otra parte, en Mixquic el 64.7% de la gente está de acuerdo con la medida local de implementar ley seca para mantener el orden entre los visitantes y los mismos residentes. De esta manera se pueden prevenir actos que pudieran trastornar las celebraciones de Día de Muertos (Publimetro, 2017).

Otro costo social percibido es el incremento de robos y vandalismo, debido al aumento de visitantes pueden suscitarse actos que pongan en riesgo a la comunidad o a los visitantes, sin embargo, el 53.6% (ver Tabla 1) creen que durante la festividad no hay incremento de actos vandálicos, lo que quiere decir que las personas pueden disfrutar de la velada en el panteón de Mixquic.

Tabla 1. Costos sociales percibidos

Costos	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Muy de acuerdo
	Percibidos %			Percibidos %	
Incremento de robos y vandalismo (social)	24.2%	29.4%	21.0%	16.8%	8.4%
	53.6%			25.2%	
Incremento de basura en las calles (social)	15.7%	8.4%	3.1%	20%	52.6%
	24.1%			72.6%	
Ley seca para mantener orden (social)	14.7%	11.5%	8.4%	18.4%	46.3%
	26.2%			64.7%	
Visitantes que ingieren bebidas alcohólicas son respetuosos (social)	18.9%	32.6%	18.9%	17.8%	11.5%
	51.5%			29.3%	

Fuente: Trabajo de campo Elaboración propia

4.2.2 Beneficios sociales percibidos

Los beneficios sociales que se percibieron en el componente cognitivo, fue la oportunidad de negocio, el 70.4% de la población encuestada está de acuerdo con que la llegada de visitantes a Mixquic proporciona la oportunidad de que las personas tengan un negocio en esos días que dura la festividad de Día de Muertos y, por lo tanto, se benefician económicamente, al menos así lo piensan el 62.2% de las personas (Ver Tabla 2).

Tabla

2. Beneficios sociales percibidos

Beneficios	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Muy de acuerdo
	Percibidos %			Percibidos %	
Oportunidad de negocio (social)	8.4%	15.7%	5.2%	29.4%	41.0%
	24.1%			70.4%	
Beneficios económicos a la comunidad (social)	13.6%	17.8%	2.1%	29.4%	36.8%
	31.4%			66.2%	
Ingresos para la administración pública. (social)	10.5%	22.1%	26.3%	17.8%	23.1%
	32.6%			40.9%	
Promoción de Mixquic como destino turístico	10.5%	9.4%	8.9%	21.0%	50.5%
	19.9%			71.5%	

Fuente: Trabajo de campo Elaboración propia

Con respecto a la pandemia del COVID-19, las personas que tienen negocios durante esta festividad se vieron muy afectadas, debido a la suspensión de los eventos culturales que año con año se realizaban y al cierre del panteón; ante esta medida sanitaria ya no pudo recibirse a miles de visitantes, tanto nacionales como extranjeros que llegaban a Mixquic a presenciar una tradición ancestral y con ello la derrama económica fue nula; alrededor de 500 comerciantes que instalan puestos de comida y otras actividades se quedaron sin fuente de empleo (S/A, 2020).

En cuanto a los ingresos para la administración pública, el 40.9% está de acuerdo con que la llegada de visitantes en estas fechas también proporciona la entrada de recursos económicos a la administración pública local.

De los beneficios sociales que deja el turismo es el posicionamiento de la imagen del destino, promoción de Mixquic como destino turístico a nivel nacional; el 71.5%

está de acuerdo que, gracias al Día de Muertos, Mixquic ha sido reconocido no solo a nivel nacional, sino internacionalmente también.

4.2.3 Costos culturales percibidos

Un impacto cultural muy común que genera el turismo es la modificación de las tradiciones para atraer más turistas, el 55.7% está de acuerdo con que la festividad ha sufrido cambios con el fin de atraer y entretener a los visitantes (Ver Tabla 3), tal es el caso de los eventos culturales que se realizan por parte del gobierno de la alcaldía de Tláhuac, cuyo fin es entretener a los visitantes.

Tabla 3. Costos culturales percibidos

Costos	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Muy de acuerdo
	Percibidos %			Percibidos %	
Hay cambios en la festividad para atraer visitantes. (cultural)	13.6%	12.6%	17.8%	31.5%	24.2%
	26.2%			55.7%	

Fuente: Trabajo de campo Elaboración propia

4.2.4 Beneficios culturales percibidos

Gracias al reconocimiento que ha tenido Mixquic, se han incrementado las actividades culturales donde tanto la población local, como los visitantes pueden disfrutar de espectáculos. El 60.9% de los residentes piensa que el turismo incrementa las actividades culturales, el 12.6% está indiferente a esta situación y el 26.2% tiene una percepción de que no es así. A su vez el 63% percibe positivamente que debido a la llegada de visitantes se han podido recuperar tradiciones que se estaban olvidando (Ver Tabla 4), porque el Día de Muertos es una tradición que tienen muy arraigada desde hace años.

Tabla 4. Beneficios culturales percibidos

Beneficios	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Muy de acuerdo
	Percibidos %			Percibidos %	
Incremento de actividades culturales (cultural)	10.5%	15.7%	12.6%	33.6%	27.3%
	26.2%			60.9%	
Recuperación de tradiciones (cultural)	33.6%	29.4%	10.5%	15.7%	10.5%
	63%			26.2%	

Fuente: Trabajo de campo Elaboración propia

4.3 Componente Afectivo

En este componente puede expresarse un sentimiento propicio o adverso hacia el objeto de la actitud, es decir, un sentimiento de aceptación o rechazo hacia lo que conlleva la llegada de visitantes a la comunidad de San Andrés Mixquic los días 1 y 2 de noviembre. Depende del sentimiento favorable o desfavorable puede conocerse la actitud que predomina en los residentes.

4.3.1.1 Sentimiento negativo provocado por costos sociales percibidos

Uno de los impactos negativos en la dimensión social es la generación excesiva de basura, lo cual provoca molestia entre los residentes por tener que limpiar sus calles en los días que llegan visitantes a Mixquic, al menos así lo expresó el 50.4%, además es importante aclarar que la mayoría de este porcentaje vive en el barrio de San Bartolomé, lugar sede de todos los eventos culturales, la vendimia y donde está ubicado el panteón del pueblo donde se lleva a cabo La Alumbrada. A su vez, 34.6% no siente molestia por esta situación y el 14.7% le es indiferente. Con esto puede confirmarse lo que menciona Sheldon y Var (1984) que la proximidad a la zona turística o contacto con los turistas tiene que ver en la percepción de los residentes (citado en Díaz y Gutiérrez, 2010), no es lo mismo las personas que viven lejos del lugar al que llegan los visitantes, entre mayor cercanía a la zona turística mayor será el impacto percibido y puede notarse en los resultados de la prueba.

Por otro lado, el 47.3% de los residentes no les genera molestia el ruido que hay durante esos días, para el 28.4% es indiferente y solo al 24.2% les molesta y esto les origina una actitud negativa.

Uno de los principales problemas era el abuso del alcohol, por eso propusieron las autoridades de la alcaldía Tláhuac ley seca o prohibición de venta de alcohol durante la festividad, porque se ocasionaban pleitos y riñas por personas que estaban embriagados, al 64.2% de los habitantes le incomoda y se sienten inseguros que se causen pleitos y riñas en lo que debería de ser una festividad tranquila porque es para recordar a sus difuntos (ver Tabla 5). A su vez, al 8.4% le es indiferente lo que pase en la comunidad y el 27.2% le afecta la situación.

Tabla 5. Sentimiento negativo provocado por costos sociales percibidos

Costos	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Muy de acuerdo
	Percibidos %			Percibidos %	
Molestia por limpiar las calles (social)	11.5%	23.1%	14.7%	23.1%	27.3%
	34.6%			50.4%	
Molestia por el incremento de ruido (social)	26.3%	21.0%	28.4%	4.2%	20%
	47.3%			24.2%	
Incomodidad e inseguridad por el incremento de pelitos y riñas por el abuso del alcohol (social)	13.6%	13.6%	8.4%	20%	44.2%
	27.2%			64.2%	

Fuente: Trabajo de campo Elaboración propia

4.3.2 Sentimiento positivo por los beneficios sociales percibidos

Se indagó si los habitantes de San Andrés Mixquic se sienten cómodos conviviendo con los visitantes en el mismo entorno y 49.4% dijo que el sentimiento es favorable, es decir, pueden interactuar visitantes y locales con agrado y sin ninguna objeción. Por el contrario, al 26.2% le genera incomodidad que estén tantos visitantes en el

mismo entorno y al 24.2% tienen una actitud neutral (ver Tabla 6), ni les afecta, ni les beneficia.

Tabla 6. Sentimiento positivo por los beneficios sociales percibidos

Beneficios	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Muy de acuerdo
	Percibidos %			Percibidos %	
Interacción con los visitantes (social)	9.4%	16.8%	24.2%	27.3%	22.1%
	26.2%			49.4%	

Fuente: Trabajo de campo Elaboración propia

4.3.3 Sentimiento positivo por los beneficios culturales percibidos

A pesar de la aglomeración que se da en el panteón de San Andrés Mixquic, al 71.4% de las personas residentes les agrada asistir a la velada que se realiza el día 2 de noviembre, porque es la forma que tienen para despedir a sus difuntos, al 22% no les agrada y al 6.3% les es indiferente; esto demuestra que la mayoría a pesar de la llegada de visitantes siguen haciendo lo que es parte de su tradición.

La llegada de visitantes interesados en la tradición y la mirada de reporteros para transmitir lo que pasa en esos días, ha provocado que las personas residentes se sientan más orgullosas de pertenecer a un barrio, que incrustado en la Ciudad de México ha conservado sus tradiciones, así que el 74.7% está orgulloso de su tradición y de vivir en un lugar como Mixquic. Por lo contrario, el 18.8% no le genera ningún tipo de orgullo y el 6.3% le es indiferente, puede plantearse como hipótesis que son los que llevan pocos años viviendo en Mixquic (ver Tabla 7), ya que la mayoría de ellos han pasado su vida ahí y una minoría es la que lleva poco tiempo residiendo.

Tabla 7. Sentimiento positivo por los beneficios culturales percibidos

Beneficios	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Muy de acuerdo
	Percibidos %			Percibidos %	
	11.5%	10.5%	6.3%	13.6%	57.8%

Es agradable asistir a la velada del panteón (cultural)	22%			71.4%	
Orgullo de pertenencia (cultural)	9.4%	9.4%	6.3%	8.4%	66.3%
	18.8%			74.7%	

Fuente: Trabajo de campo Elaboración propia

Ahora bien, el grado de apego a la comunidad o el tiempo de residencia es una variable intrínseca que influye en la percepción del residente (Landkfor, 1994, citado en Gutiérrez Taño, 2010). Es decir, el tiempo que una persona lleva viviendo en la comunidad influye en lo que percibe, y a su vez esta percepción conlleva a una actitud, debido a que no es la misma percepción de una persona que ha vivido 20 años en Mixquic a una que ha vivido 5 años.

A pesar de las limitaciones que se tuvieron por la pandemia de COVID-19 en 2020, los habitantes de Mixquic orgullosos de su tradición llevaron a cabo la colocación de altares (ofrendas) en sus casas y pese a que el panteón estaba cerrado, ellos decidieron hacer la alumbrada en las calles (ver Fotografías, 5, 6 y 7), afuera de sus casas, demostrando una vez más que Mixquic es un pueblo que se niega a perder sus tradiciones y que vive a través de sus muertos.

Fotografía N°5. Despidiendo a los difuntos



Fuente: Facebook, San Andrés Mixquic (México City) (2020)

Fotografía N° 6. Alumbrada en tiempos de pandemia



Fuente: Facebook: San Andrés Mixquic (México City) (2020)

Fotografía N° 7. Altar a los muertos



Fuente: Facebook: San Andrés Mixquic (México City) (2020)

4.4 Componente Conativo

El componente conativo está relacionado con las conductas de toma, mantenimiento y ejecución de decisiones y cursos de acción, se refiere a la acción o comportamiento que el individuo puede tener, para expresar su grado de acuerdo o desacuerdo con algo o alguien. En este caso, se analiza si los residentes de Mixquic tienen algún comportamiento que esté a favor o en contra de la llegada de visitantes.

4.4.1.1 Conductas o acciones por los costos sociales percibidos

Las acciones que los residentes pueden realizar porque están fastidiados de ver llegar tanta gente es no salir de casa durante la festividad, así lo hacen al menos el 24.1% de los pobladores, por el contrario, el 58.9% de las personas no les importa la llegada de tantos visitantes y salen, e incluso abren sus puertas para que se admire su ofrenda.

Asistir al panteón es muy importante para culminar con la festividad, este espacio es muy pequeño, es fácil de saturar, es por eso que algunos residentes prefieren ir a visitar a sus difuntos, antes de que lleguen visitantes para observar cómo se lleva a cabo la tradicional velada, así lo hacen el 67.3% de los pobladores, el resto alrededor del 25.1% asiste al panteón, aunque esté saturado.

La afluencia de tantas personas y las calles reducidas provocan el incremento de vehículos y con ello el tráfico, por eso es que el 67.3% prefiere no usar vehículos o transporte a menos que sea necesario, se rescata que las más afectadas por esta situación son las personas que viven en el barrio de San Bartolomé o en sus cercanías. El 23.1% está en desacuerdo con que se genere esta situación (Ver Tabla 8), tal vez porque viven un poco retirado de la zona principal o porque no necesitan transportarse en esos días.

Tabla 8. Conductas o acciones por los costos sociales percibidos

Costos	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Muy de acuerdo
	Percibidos %			Percibidos %	
No salir de casa (social)	28.4%	30.5%	16.8%	9.4%	14.7%
	58.9%			24.1%	
Asistir al panteón antes de saturarse (social)	13.6%	11.5%	7.3%	27.3%	40%
	25.1%			67.3%	
No usar vehículos particulares o públicos (social)	14.7%	8.4%	9.4%	25.2%	42.1%
	23.1			67.3%	

Fuente: Trabajo de campo Elaboración propia

4.4.1.1.1 Conductas o acciones por los beneficios sociales percibidos

Uno de los beneficios más mencionados que se da gracias al turismo es en el ámbito económico, ya que la llegada de visitantes al lugar genera ingresos económicos para los habitantes, pueden beneficiarse directa o indirectamente; aunque en el componente cognitivo las personas piensan que el turismo es una oportunidad de

negocio, los datos corroboran que la mayoría de los residentes encuestados no tiene algún tipo de negocio durante la festividad (59.9%), solo el 21% reconoce que puede recibir ingresos del turismo mediante algún negocio y el 18.9% le es indiferente (ver Tabla 9), es decir, no les provoca interés tener algún negocio durante la festividad de Día de Muertos, tal vez porque tienen un trabajo seguro o con buen ingreso y no dependen económicamente de lo que pueda venderse en esos días.

Tabla 9. Conductas o acciones por los beneficios sociales percibidos

Beneficios	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Muy de acuerdo
	Percibidos %			Percibidos %	
Tiene un negocio durante la festividad de Día de Muertos (social)	33.6%	26.3%	18.9%	12.6%	8.4%
	59.9%			21%	

Fuente: Trabajo de campo Elaboración propia

4.4.1.2 Conductas o acciones por los beneficios culturales percibidos

El beneficio de que se hagan eventos culturales, concursos de ofrendas, concursos de catrinas, calaveritas literarias y lleven personas a dar charlas sobre el Día de Muertos, es que no solo los visitantes pueden disfrutar de esto, también los residentes pueden participar y les puede servir para no dejar perder su tradición. El 51.5% de las personas asiste a gran parte de las actividades culturales que se realizan, esto genera una oportunidad de recreación y convivencia. El 31.4% no está de acuerdo en asistir y el 16.8% le es completamente indiferente (ver Tabla 10).

Tabla 10. Conductas o acciones por los beneficios culturales percibidos

Beneficios	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Muy de acuerdo
	Percibidos %			Percibidos %	
Asistir a las actividades	13.6%	17.8%	16.8%	30.5%	21.0%
	31.4%			51.5%	

Retomando la literatura, las actitudes de los habitantes locales y las percepciones de los impactos del turismo se afirma que son congruentes, si se percibe un impacto negativo la actitud será de rechazo y si se percibe un impacto positivo la actitud será de aceptación, esto tiene relación con la Teoría del Intercambio Social, en la cual se analiza el costo-beneficio del turismo en la comunidad. En este caso, a pesar de que los habitantes de la comunidad de San Andrés Mixquic perciben impactos negativos o costos, no tienen una actitud negativa hacia los visitantes, por el contrario, sienten orgullo de recibir a miles de ellos para que sean partícipes de su tradición, podría decirse que es por la estacionalidad de la festividad de Día de Muertos ya que ocurre una vez al año, esto tiene referencia con el factor extrínseco que influye en la actitud de los residentes, es por eso que los impactos negativos pueden ser tolerables.

Es importante resaltar que el 2 de noviembre del 2020, la festividad de Día de Muertos fue “diferente” a causa de la pandemia de Covid-19, la suspensión de todos los eventos culturales y el cierre del panteón le dieron un giro total. Se dijo en muchos titulares de periódicos que por primera vez Mixquic se había quedado sin celebrar el Día de Muertos, pero la verdad es que volvieron a realizar su tradición como era antes de la llegada de visitantes, en sus casas, con las ofrendas y felices por recibir a sus difuntos; se cancelaron los eventos que realizaba la alcaldía, pero nunca la tradición de recibir a sus seres queridos.

CONCLUSIONES

El estudio de las actitudes de la población local es importante para determinar el grado de aceptación que tienen los residentes hacia el turismo y los turistas. En muchos estudios se ha hablado de los impactos del turismo y muchos de ellos se quedan en solo una lista más, pero cuando se estudian a partir de los impactos percibidos, pueden conocerse las actitudes de la población local, esto permite indagar el por qué los residentes apoyan o no los proyectos turísticos y cómo se va generando su crecimiento, de esta manera puedan establecerse modelos o estrategias que minimicen los impactos negativos y maximicen el apoyo al turismo, con el fin de que la comunidad local obtenga más beneficios.

El objetivo principal de la investigación fue conocer las actitudes que tiene la población local hacia los turistas durante la festividad de Día de Muertos en San Andrés Mixquic. Para llegar a este objetivo se utilizó una escala tipo Likert, estructurada con los componentes de las actitudes, para identificar los impactos percibidos y a su vez deducir las actitudes negativas o positivas.

Los costos sociales que se perciben más tras la llegada de los visitantes son la generación excesiva de basura, la inseguridad, la aglomeración de los visitantes en las calles, el aumento de tráfico, generación de pleitos y riñas debido al abuso de bebidas alcohólicas. De hecho, tras considerarse Mixquic como la cantina más grande del país durante la festividad de Día de Muertos, se dio la llamada ley seca, quedando prohibida la venta de bebidas alcohólicas durante los días de la festividad; esta ley fue implementada a partir del 2015 por la Alcaldía de Tláhuac, ya que la inconformidad de los residentes iba en aumento porque se veían afectados y ya no existía el respeto a su tradición.

Ahora bien, dentro los principales beneficios sociales que se perciben se encuentran la oportunidad de negocio, la interacción con los visitantes, beneficios económicos a la comunidad, la promoción de Mixquic como destino turístico, entre otros.

Por otro lado, la Teoría del Intercambio Social mide el apoyo al turismo, evalúa si las personas residentes están de acuerdo con la llegada de turistas a su comunidad. Con base en esta Teoría, se dice que cuanto mayor beneficio se perciba, la actitud será positiva, en este caso son muy pocas las personas que tienen un beneficio directo, es decir, que cuentan con algún negocio durante la festividad de Día de Muertos. A pesar de eso, al analizar las respuestas de las personas encuestadas, es fácil notar que la comunidad no reacciona de una forma negativa hacia los visitantes; en cambio ellos se sienten orgullosos de mostrar su tradición. Pese a que no toda la comunidad obtiene beneficios económicos, se recompensan la mayoría de las personas con otros beneficios sociales y culturales que reciben.

De igual manera, existen factores intrínsecos que ayudan a identificar las actitudes, cuanto más tiempo lleva viviendo una persona en una población turística más negativa es su actitud hacia el turismo y, naturalmente, cuanto menos tiempo más favorable. En este caso es al revés, las personas que han vivido por más tiempo en Mixquic son las que se sienten orgullosas de compartir su tradición con los visitantes, si bien este no es un factor que determine la actitud de los residentes, es clave para entender que no existe una postura negativa hacia los visitantes.

El hecho de que en la investigación se utilizara el método cuantitativo tiene una serie de ventajas. Este enfoque pretendió tomar una muestra de la población para estudiarla y tener un mayor número de respuestas, además suele tener más confiabilidad porque se caracteriza de obtener datos sólidos.

Finalmente, respecto a las posibles limitaciones de la investigación se considera que hizo falta hacer las encuestas de manera presencial, poder tener contacto con la comunidad residente hubiera enriquecido el trabajo; de igual manera, otra limitante fue que la mayoría de las personas encuestadas no estaban involucradas directamente con los visitantes, y por eso perciben el costo-beneficio de manera diferente. Debido a la pandemia del Covid-19 se tuvieron muchas limitantes para realizar el trabajo de campo.

No obstante, la mayor contribución del trabajo es una investigación sistemática de los impactos percibidos como elemento clave en la formación de las actitudes en torno a los visitantes que acuden a participar en la festividad del Día de Muertos en San Andrés Mixquic. Asimismo, se puso a prueba la Teoría del Intercambio Social al analizar la relación costo beneficio, con ello se fortaleció pues aun y cuando se perciben costos, es mayor un beneficio intangible como el orgullo cultural. Lo que queda pendiente es complementar este estudio con una serie de entrevistas a profundidad y observación participante que por situación del confinamiento obligatorio debido a la pandemia por Covid-19 no pudo realizarse.

Fuentes consultadas

- Alamilla, C. (2016). "Análisis de los impactos socioculturales desde la perspectiva del residente que el turismo genera en el barrio de La Barceloneta, España". *ROTUR. Revista de ocio y turismo*, Vol.11, pp.1-11. <http://hdl.handle.net/2183/22008>
- Alcaldía Tláhuac, (s.f.). "San Andrés Mixquic". México. <http://www.tlahuac.cdmx.gob.mx/san-andres-mixquic/>
- Alvarado, I., y Romero, S. (2017). "Turismo y consumo del espacio en Janitzio durante la Noche de Muertos". *Teoría y Praxis*, Núm.24, pp.69-100.
- Andrukui, A. y Bahl, M. (2016). "El festival de invierno de la Universidad Federal de Paraná en Antonina (Paraná, Brasil). La representación social del evento según la perspectiva de los residentes". *Estudios y perspectivas en turismo*, Vol.25, Núm.4, pp. 558-575.
- Aristegui, C. (2017, 29 de octubre). "Día de muertos dejará una derrama económica de 16 mil 793 mdp". *Aristegui noticias*. <https://aristequinoticias.com/2910/mexico/dia-de-muertos-dejara-una-derrama-economica-de-16-mil-793-mdp/>.
- Azpelicueta, M., Cardona, J., Serra, A. (2014). "Percepción de los impactos culturales en una comunidad insular". *Revista digital de marketing aplicado*, Vol.1, Núm.013, pp.63-92. <https://doi.org/10.17979/redma.2014.01.013.4876>
- Bazarte, A. (s.f.). "Veneración de reliquias y cuerpos de cera en los días de los fieles difuntos y todos los santos". Bazarte Martínez, A. (2006). *Patrimonio cultural y turismo*, 16, pp. 57-68.
- Bello, F. Neil, C., Lovelock, B. y Feifei, X. (2017). "Local residents' perceptions of social-cultural impacts of tourism in Mangochi, Malawi". *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, Vol.5, Núm.1, pp.1-22.
- Brida, J., Riaño, E. y Zapata, S. (2012). "Percepciones de los residentes acerca de los impactos del turismo de cruceros en la comunidad: un análisis factorial de clústeres". *Cuadernos de Turismo*, Núm.29, pp.79-107.
- Butler (1980). "The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: implications for management of Resources". *The Canadian Geographer*. Vol. 24, Núm.1, pp.3-12.
- Campos, M. (2009). *Métodos y técnicas de investigación académica, fundamentos de investigación bibliográfica*. Universidad de Costa Rica.

- Cardona, J. (2012). "Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: el caso de Ibiza". (Tesis doctoral, Universidad de les Illes Balears). Repositorio Institucional UIB: <https://dspace.uib.es/xmlui/handle/11201/2878>
- Cardona, J. y Serra, A. (2015). "Segmentando residentes según sus actitudes: Revisión de la literatura". *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol.13, Núm.4, pp.837-848.
- Carrillo, A. (s.f.). "Teoría del intercambio social: qué es, y cuáles son los autores". <https://psicologiymente.com/social/teoria-de-intercambio-social>
- Calleja, C. y González, A. (2016). "Mercantilización de la cultura en aras de ofrecer una experiencia turística estandarizada. Reflexiones desde el caso de Cozumel, México". *Revista Iberoamericana de Turismo*, Vol.6, pp82-95.
- Concanaco. (2019, 4 de noviembre). "Derrama económica por 1900 millones de pesos solo por hospedaje, por las celebraciones de Día de Muertos". <https://www.concanaco.com.mx/derrama-economica-por-mil-900-millones-de-pesos-solo-por-hospedaje-durante-por-las-celebraciones-de-dia-de-muertos/>.
- Concanaco. (2020, 28 de octubre). "Festejos por día de muertos dejaron casi 9 mil millones de pesos de derrama económica". <https://www.concanaco.com.mx/festejos-por-dia-de-muertos-dejaran-casi-9-mil-millones-de-pesos-de-derrama-economica/#:~:text=En%20el%202019%2C%20record%C3%B3%2C%20la,hacia%20alg%C3%BAn%20destino%20del%20pa%C3%ADs.>
- Coulson, A., MacLaren, A., McKenzie, S. y O'Gorman, K. (2014). "Hospitality codes and social exchange theory: The Pashtunwali and Tourism in Afghanistan". *Tourism Management*, Vol. 45, pp. 134-141.
- Denis, P., Hermida, A., y Huesca, J. (2012). "El altar de muertos: origen y significado en México". *Revista de divulgación científica y tecnológica de la Universidad Veracruzana*, Vol. 25, Núm.1, pp. 1-7.
- De la Rosa, E. (2019, 4 de noviembre). "Día de muertos dejó mil 900 mdp en México por hospedaje, calcula IP". *Milenio noticias*. <https://www.milenio.com/negocios/muertos-mil-900-mdp-hospedaje-ip>.
- Díaz, R., y Gutiérrez, D. (2010). "La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia". *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol.8, Num.4, pp.431-444.

- Doxey, G. (1975). "When enogh´s enogh: The natives are restless in old Niagara". *Heritage Canada*, Vol. 2, Núm.2, pp.26-27.
- Driendl, R. (2008, 1 de noviembre). "El turismo vive su mejor día de Muertos". *El economista*. <https://www.eleconomista.com.mx/turismo/El-turismo-vive-su-mejor-Dia-de-Muertos-20181101-0070.html>.
- Enciclopedia de los municipios y de las delegaciones de México. "Tláhuac". <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM09DF/delegaciones/09011a.html>
- Echeverría, Y. (2019). "Ritualidad en Día de Muertos en San Andrés Mixquic, Barrio de la alcandía Tláhuac en la Ciudad de México". (Trabajo de grado, Universidad Autónoma del Estado de México). Repositorio Institucional UAEM <http://hdl.handle.net/20.500.11799/104777>
- Fernández, P. y Pértegas, S. (2002). "Investigación cuantitativa y cualitativa". Unidad de Epidemiología Clínica y Bioestadística. *Cuadernos de atención primaria*, Vol.9, Núm.2, pp.76-78.
- Fredline, L. y Coast, G. (2002). "Social impacts of tourism on the Gold Coast". Australia: UniversityPress.com
- Fuller, N. (2009). "Turismo y cultura. Entre el entusiasmo y el recelo". Perú: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- García, (2018). "Así se vive el Día de Muertos desde Mixquic". *TV Azteca Noticias*. Recuperado de: <https://www.aztecanoticias.com.mx/asi-se-vive-el-dia-de-muertosdesde-mixquic/2485944>. Consultado el [31 de enero del 2020].
- Grajales, T. (2000). "Tipos de investigación". <http://tgrajales.net/investipos.pdf>
- Hiriart, C. (2008). "La festividad de Noche de Muertos en Michoacán, México. ¿Un patrimonio inmaterial en riesgo?". *Boletín Gestión Cultural*, Núm.17.
- Hueso, A. y Cascant, J. (2012). *Metodología y técnicas cuantitativas de investigación*. Universidad Politécnica de Valencia.
- Huete. R. y Mantecón. A. (2015). *La construcción de la opinión pública sobre el turismo: Crítica a la teoría del intercambio social*. Universidad Autónoma de Querétaro, México.

- Huete, R. y Mantecón, A. (2018). "El auge de la turismofobia: ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico?" *PASOS Revista de Turismo y patrimonio cultural*, Num.1, Vol.16, pp.9-19.
- INEGI. (2015). Catálogo de localidades.
<http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/contenido.aspx?refnac=090110011>
- Jani, D. (2018). "Residents' perception of tourism impacts in Kilimanjaro: An integration of the Social Exchange Theory". *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, Vol.66, Núm.2, pp. 148-160.
- Johansson, P. (s.f.). "Días de Muertos en el mundo Náhuatl Prehispánico."
- Kadt, E. (1979). *Turismo: ¿pasaporte al desarrollo? Perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo en los países en vías de desarrollo*. Madrid: ENDYMION.
- Kottak, C. (2011). *Antropología cultural*. México: Mc Graw-Hill Interamericana editores.
- Ley seca en Mixquic (2015, 31 de octubre). *El Universal*.
<https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/df/2015/10/31/hay-ley-seca-en-mixquic>
- Magaña, J. y Guerra, R. (2011). "Ofrenda a muertos en México". *Presente y pasado. Revista de Historia*. Núm.31, pp.37-48.
- Malvido, E. (2006). "La festividad de Todos Santos, Fieles Difuntos y su altar de muertos en México". *Cuadernos del Patrimonio Cultural y Turismo*. pp. 42-56.
- Marinho, M. y dos Santos, M. (2011). "Representaciones sociales del fenómeno turismo sexual. Análisis de notas periodísticas". *Estudios y perspectivas en turismo*, Vol.20, Núm.5, pp.1175-1195.
- Matas, A. (2018). "Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión". *Revista electrónica de investigación educativa*. Vol. 20, Núm. 1, pp. 38-47.
- Mendoza, M., Monterrubio, J. y Fernández, M. (2011). "Impactos Sociales del Turismo en el Centro Integralmente Planeado (CIP) Bahías De Huatulco, México". *Gestión Turística*, Núm. 15. pp. 47-73
- Mendoza, M., y Monterrubio, J. (2012). "Actitud de la comunidad residente en Acapulco hacia los Spring Breakers y su comportamiento". *Análisis Turístico*, Núm.13. Pp. 27-38.

- Mendoza, M., Rodríguez, G. y Enciso, M. (2013). "Actitud de la comunidad local como factor de éxito en un proyecto turístico". *Revista de cultura y turismo*. Núm.14, pp.4-30.
- Mendoza, M., y González, (2014). "Impactos socioculturales del turismo en el Centro Integralmente Planeado, Loreto, Baja California Sur, México. Percepción de los residentes locales". *Teoría y Praxis*, pp. 117-146.
- Mendoza, M., y Rodríguez, G. (2017). "El turismo y sus impactos: actitudes y percepciones de las poblaciones locales". En Rioja, L., Benítez, J., Osorio, M., *Percepciones e impactos socioeconómicos y culturales de la planeación turística en poblaciones locales de México* Chetumal Quintana Roo, México. Ediciones Insumos Latinoamericanos, pp. 17-34.
- Monterrubio, J. (2018). *Impactos socioculturales del turismo, dimensiones conceptuales, teóricas y empíricas*. México: Trillas.
- Monterrubio, J., Mendoza, M. y Huitrón, T. (2013). "Percepciones de la comunidad local sobre los impactos sociales del "spring break" en Acapulco, México". *El periplo sustentable*, Núm. 24, pp. 41-65.
- Monterrubio, J., Sosa, A., y Osorio, M. (2018). "Impactos del turismo residencial percibidos por la población local: una aproximación cualitativa desde la teoría del intercambio social". *LiminaR Estudios Sociales y Humanísticos*, Vol.16, Núm.1, pp. 103-118. [10.29043/liminar.v16i1.567](https://doi.org/10.29043/liminar.v16i1.567)
- Morales, J. (1978). "La teoría del intercambio social desde la perspectiva de Blau". *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, Núm 4, pp. 129-146.
- Mora, J. (2016). "La representación de la festividad del Día de Muertos en el cine mexicano de la década de los 80". *Cuadernos de Arte de la Universidad de Granada*, Núm. 48, pp.173-187.
- Moore, M. A. (2015). An essay on Doxey's (1975) Irridex; Ap's (1992) Social Exchange Process; and Gursoy and Rurhterford's (2004) Determinants of Community Support theories. Mphil document, University of Cape Coast, Ghana.
- Nogué, J. (1992). "Turismo, percepción del paisaje y planificación del territorio". *Estudios Turísticos*, Núm. 115, pp. 45-54.
- Obombo, K., Guillén, E. y Velarde, M. (2018). "Actitudes de los residentes hacia el turismo en los barrios marginales y basureros ¿filantropía o una extraña curiosidad por la pobreza?" *Estudios y perspectivas en Turismo*, Vol.27, Núm.3, pp. 506-532.

- Olivares, F. (2007). "Agricultura campesina, cambio y permanencia: el caso de Mixquic". (Tesis doctoral, Universidad Iberoamericana). Repositorio Institucional UI <http://ri.ibero.mx:8080/viewer/?code=014898#laagriculturacampesina,cambioypermanencia>:
- Ortega, M. (2010). "Pueblos originarios, autoridades locales y autonomía al sur del Distrito Federal". *Revista Nueva Antropología*, Vol. 23, Núm. 73, pp. 87-117.
- Ortega, E. (2018). *Percepción de Día de Muertos en México como atractivo turístico para extranjeros*. (Trabajo de grado, Universidad de Guadalajara).
- Ortego, López y Álvarez. (s.f.). "Las actitudes". *Ciencias Psicosociales I*, Universidad de Cantabria.
- Orgaz, F. y Moral, S. (2015). "La teoría del intercambio social como mecanismo para el desarrollo del turismo comunitario. Revisión de la literatura". *Revista turismo y desarrollo local*, Vol.8, Núm. 19, pp. 1-9.
- Peña, Y. (2019). "El turismo sustentable como alternativa de emprendimiento desde la teoría del intercambio social en Venezuela". *Revista Agrollanía de Ciencia y Tecnología*. Vol.18, pp.41-48.
- Publimetro (2017, 26 de octubre). "Habrá ley seca en Mixquic por Día de muertos; incluye el pulque". <https://www.publimetro.com.mx/mx/noticias/2017/10/26/habra-ley-seca-celebraciones-dia-muertos-incluye-pulque.html>.
- Ríos, G., Ramírez, E. y Suárez, M. (1997). "Día de Muertos, la celebración de la fiesta del 2 de noviembre en la segunda mitad del siglo XIX". Universidad Autónoma Metropolitana.
- Roa, W. (2020, 7 de octubre). "Cancelan Día de Muertos en Mixquic por primera vez en la historia". *Excelsior*. <https://www.excelsior.com.mx/comunidad/cancelan-dia-de-muertos-en-mixquic-por-primera-vez-en-la-historia/1409982>.
- Royo, M. y Ruíz, M. E. (2009). "Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural". *Cuadernos de turismo*, Núm. 23, pp. 217-236.
- Rodríguez, M. y Suárez, S. (2011). "Turismo y cultura: Relaciones entre turistas y pobladores locales en una comunidad Mapuche". *Anuario de Estudios en Turismo*. Vol. 7, Universidad Nacional del Comahue Argentina, pp. 69-76.

- Sánchez, M. (2013). "Géneros de vida complejos y su expresión en el paisaje rururbano en Mixquic". (Trabajo de grado, Universidad Autónoma Metropolitana). <https://studylib.es/doc/4681940/g%C3%A9neros-de-vida-complejos-y-su-expresi%C3%B3n-en-el-paisaje-ru...>
- Sancho, A. (s.f.). *Introducción al turismo. Impactos socioculturales del turismo*. Organización Mundial del Turismo.
- Sandoval, C. (2002). "Investigación Cualitativa". En Briones, G., *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. (p.51). Instituto colombiano para el fomento de la educación superior. <https://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/metodologia-de-la-investigacion-guillermo-briones.pdf>.
- SECTUR (2011, 26 de enero). "SECTUR recomienda lugares para celebrar el Día de Muertos". *Excélsior*. <https://www.excelsior.com.mx/2011/11/02/nacional/779145>
- UNESCO (2008). "Las fiestas indígenas dedicadas a los muertos". <https://ich.unesco.org/es/RL/las-fiestas-indigenas-dedicadas-a-los-muertos-00054>.
- Valle, A. (2014). "Mega proyecto chino en Cabo Pulmo causa controversia". *El financiero*. <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/megaproyecto-chino-en-cabo-pulmo-causa-controversia>
- Valdez, I. (2014, noviembre 11). "Llegan 70 mil a Mixquic por Día de Muertos". *Milenio*. <https://www.milenio.com/estados/llegan-70-mil-a-mixquic-por-dia-de-muertos>.
- Villaseñor, S., y Aceves, M. (2013). "El concepto de la muerte en el imaginario mexicano". *Revista de Neuro-psiquiatría*, Núm. 1, Vol.76, pp.13-18.
- Vargas, L. (1994). "Sobre el concepto de percepción". *Alteridades*. Núm. 8, vol.4, pp.47-53.
- Williams, J., y Lawson, R. (2001). "Community issues and resident opinions of tourism". *Annals of Tourism Research*, Vol.28, Núm.2, pp. 269-290.

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO
LICENCIATURA EN TURISMO

Cuestionario n° _____

Buen día: Soy estudiante de la Licenciatura en Turismo y me encuentro realizando mi trabajo de tesis, por este motivo solicito de su cooperación contestando el presente cuestionario.

El cuestionario tiene como fin conocer lo que piensan los residentes de San Andrés Mixquic de los visitantes que acuden a la festividad de Día de Muertos.

INSTRUCCIONES: Por favor proporcione algunos datos de identificación, necesarios para realizar el tratamiento de datos. Los datos proporcionados son totalmente confidenciales.

1. Edad: _____ años
2. Género: a) Femenino _____ b) Masculino _____
3. Estado civil: a) Soltero ____ b) Casado ____ c) Unión libre ____ d) Viudo ____ e) Divorciado ____
4. Lugar de residencia: Indique abajo con una ✓

Barrio de San Miguel	Barrio de San Agustín	Barrio de San Bartolomé	Barrio de Los Reyes	Otro ¿Cuál?

5. Tiempo de residencia en San Andrés Mixquic: _____

6. Escolaridad: Indique abajo con una ✓

Primaria	Secundaria	Preparatoria	Universidad	Posgrado	Sin estudios

7. Ocupación: Indique abajo con una ✓

Empleado	Comerciante	Empresario	Agricultor	T. del hogar

Sector en el que desempeña su actividad: Indique abajo con una ✓

Agricultura- Ganadería	Industria	Construcción	Empresa pública o privada	Transporte, comercio, comunicaciones	Hogar

Por favor indique con una ✓ la oración que mejor refleje su grado de acuerdo o desacuerdo.

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente /Neutral	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	He notado el incremento de robos o vandalismo durante la festividad de Día de Muertos.					
2	Me siento inseguro con la llegada de tantos visitantes durante el Día de Muertos					
3	Asisto al panteón antes de que se sature de visitantes.					
4	Prefiero estar en casa mientras dura la festividad de Día de Muertos					
5	Me agrada asistir a la velada que se realiza en el panteón de San Andrés Mixquic.					
6	Pienso que la llegada de visitantes provoca el incremento de basura en las calles.					
7	Es molesto que después de la festividad de Día de Muertos deba limpiar mi calle.					
8	Me incomoda el ruido ocasionado a altas horas de la noche debido a la festividad de Día de Muertos.					
9	Evito usar el automóvil durante la festividad de Día de Muertos debido a la conglomeración vehicular que se ocasiona.					
10	Pienso que la ley seca es una medida necesaria para mantener el orden durante la festividad de Día de Muertos.					
11	Los visitantes que ingieren bebidas alcohólicas se comportan de manera respetuosa con nuestras tradiciones.					
12	Es incomodo e inseguro que se generen riñas y peleas debido al abuso de bebidas alcohólicas durante la festividad de Día de Muertos.					

13	Creo que la festividad de Día de Muertos promociona a Mixquic como un destino turístico.					
14	Considero que la llegada de visitantes durante la festividad proporciona oportunidades de negocios.					
15	La festividad de Día de Muertos aporta beneficios económicos a la comunidad de Mixquic.					
16	Tengo un negocio durante la festividad de Día de Muertos.					
17	Asisto a las actividades culturales que se realizan durante la festividad de Día de Muertos.					
18	Creo que se han incrementado las actividades culturales y de recreación con la llegada de visitantes a la festividad.					
19	Me siento cómodo conviviendo con los visitantes en el mismo entorno.					
20	La llegada de turistas durante la festividad genera ingresos por impuestos para la administración pública.					
21	Se han realizado cambios en la forma de realizar la festividad de Día de Muertos para atraer más visitantes.					
22	Pienso que debido a la llegada de visitantes se han podido recuperar tradiciones que se estaban olvidando.					
23	Me llena de orgullo que reconozcan a Mixquic a nivel nacional por la festividad de Día de Muertos.					

Muchas gracias por su tiempo