

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

ANAIS BRASILEIROS DE ESTUDOS TURÍSTICOS
ABET

ISSN 2238-2925

ABET	Juiz de Fora	v.7	n.3	pp.1-103	Set./Dez. 2017
------	--------------	-----	-----	----------	----------------



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

Reitor

Prof. Dr. Marcus Vinicius David

Editor Chefe da Revista ABET

Prof. Dr. Thiago Duarte Pimentel

Vice-Reitora

Prof^a. Dr^a. Girlene Alves da Silva

Editor de Política Editorial

Prof. Dr. Thiago Duarte Pimentel

Pró-Reitora de Pós-Graduação e Pesquisa

Prof^a. Dr^a. Mônica Ribeiro de Oliveira

Editor Científico

Prof. Dr. Thiago Duarte Pimentel

Pró Reitor de Graduação

Prof^a. Dr^a. Maria Carmem Simões Cardoso de Melo

Projeto Gráfico

Me. Gilberto Maurício Frade da Mata
Prof. Dr. Thiago Duarte Pimentel

Diretor do Instituto de Ciências Humanas

Prof. Dr. Altemir José Gonçalves Barbosa

Editoração

Prof. Dr. Thiago Duarte Pimentel

Vice - Diretor do Instituto de Ciências Humanas

Prof. Dr. Ricardo Tavares Zaidan

Capa

Nivea Maria Ferreira
Prof. Dr. Thiago Duarte Pimentel

Anais Brasileiros de Estudos Turísticos / Universidade Federal de Juiz de Fora. -
v. 7, n. 3 (Set./Dez. 2017). - Juiz de Fora : Universidade Federal de Juiz de Fora,
2017 -. [on-line]

Quadrimestral

Disponível em: <abet.ufjf.emnuvens.com.br>

ISSN 2238-2925

1. Turismo. 2. Pesquisa. 3. Conhecimento - Teoria.

Editor Chefe

Thiago Duarte Pimentel, Prof. Dr. - Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF (Brasil)

Conselho Editorial

Alejandro Palafox-Muñoz, Prof. Dr., Universidad de Quintana Roo, México

Alexandre Panosso Netto, Prof. Dr., EACH- Universidade de São Paulo/USP, Brasil

Alonso Rodriguez, Prof. Dr., Universidad Estatal a Distancia / UNED, Costa Rica

Alvaro Banducci Junior, Prof. Dr., Universidade Federal de Mato Grosso do Sul / UFMS, Brasil

Angela Cabral Flecha, Prof. Dr^a., Universidade Federal de Ouro Preto / UFOP, Brasil

Arturo Santamaria Gómez, Prof. Dr., Universidade autonoma de Sinaloa, México

Carlos Costa, Prof. Dr., Universidade de Aveiro /UA, Portugal

Christianne Luce Gomes, Prof. Dr^a., Universidade Federal de Minas Gerais / UFMG, Brasil

Edegar Luis Tomazzoni, Prof. Dr., Universidade de São Paulo/USP, Brasil

Eduardo Abdo Yázigi, Prof. Dr., Universidade de São Paulo/USP, Brasil, Brasil

Helena Doris de Almeida Barbosa Quaresma, Prof. Dr^a., Universidade Federal do Pará / UFPA, Brasil

Ivan Kozic, Prof. Dr., Institute for Tourism, Croatia

Jessica Faustini Aquino, Prof. Dr^a. Arizona State University, Estados Unidos da América do Norte

José Lázaro Quintero Santos, Prof. Dr., Patel College of Global Sustainability, University of South Florida, Estados Unidos da América do Norte

Jose Manoel Gonçalves Gândara, Prof. Dr., Universidade Federal do Paraná/UFPR, Brasil

Lynn Minnaert, Prof. Dr^a., University of Surrey, Reino Unido

Magnus Luiz Emmendoerfer, Prof. Dr., Universidade Federal de Viçosa / UFV, Brasil

Maria Elena Monet Despaigne, Prof. M^a., Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo, Facultad de Turismo, Havana, Cuba

Michelle Kovacs, Prof. Dr^a., Universidade Federal de Pernambuco/UFPE, Brasil

Natan Uriely, Prof. Dr., University Ben Gurion Negev, Israel

Sérgio Leal, Prof. Dr., Universidade Federal de Pernambuco/UFPE, Brasil

Thiago Duarte Pimentel, Prof. Dr. - Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF (Brasil)

SUMÁRIO / CONTENTS / ÍNDICE

DADOS DA REVISTA

Dados da Revista	1-4
------------------	-----

EDITORIAL

Apresentação da Edição Temática <i>Thiago Duarte Pimentel</i>	5-7
--	-----

ENSAIOS TEÓRICOS

El Turismo y la Sustentabilidad Real <i>Tourism and Real Sustainability</i> Alfredo A. César Dachary, Luis A. Anaya Rodríguez & Francisco Javier Ruiz Hermoso	8-19
Ciudades Turísticas y Desarrollo Sustentable: Benidorm, España - Cancún, México <i>Tourist Cities and Sustainable Development: Benidorm, Spain - Cancun, Mexico</i> Stella Maris Arnaiz Burne & Fernanda César Arnaiz	20-28
El Desarrollo Turístico y la Utopía de la Sustentabilidad en Bahía de Banderas, Nayarit <i>Tourist Development and the Utopia of Sustainability in Bahía de Banderas, Nayarit</i> Sandra Luz Zepeda Hernández & Fabiola Cristina Costa de Carvalho	29-41
Ciclos de Crecimiento Económico y Tasa de Plusvalor en Economías Subnacionales Turistizadas: los casos de Baja California Sur y Quintana Roo (México) <i>Cycles Of Economic Growth and Plusvalor Rate in Turistized Subnational Economies: the cases of Baja California Sur and Quintana Roo (Mexico)</i> Manuel Ángeles-Villa, Alba Eritrea Gámez-Vázquez & Alejandro Escalera-Briceño	42-51

ESTUDOS DE CASO

Percepción Ciudadana Frente al Entorno Turístico de Los Cabos <i>Citizen Perception in Front of the Cabos Tourist Environment</i> Plácido Roberto Cruz Chávez, Judith Juárez Mancilla & Francisco Isaías Ruíz Ceseña	51-60
Priorización de Viajes y Turismo Frente a la Sustentabilidad Ambiental: análisis de correlación aplicado a México <i>Prioritization of Travel and Tourism against Environmental Sustainability: correlation analysis applied to Mexico</i> Alberto Francisco Torres García, Gustavo Rodolfo Cruz Chávez & Oscar Arizpe Covarrubias	61-73
La Competitividad Turística de los Destinos Costeros en Mexico ante el Mercado de Turismo Residencial: el caso de los norteamericanos en Mazatlán/Sinaloa <i>The Tourist Competitiveness of Coastal Destinations in Mexico Before the Residential Tourism Marke: the case of the North Americans in Mazatlán, Sinaloa</i> César Miguel Maldonado-Alcudia	74-87
La Gastronomía en el Marketing Turístico <i>Gastronomy in Tourism Marketing</i> Francesc Fusté-Forné	88-99

DIRETRIZES PARA OS AUTORES

<i>Guidelines to the authors</i>	100-103
----------------------------------	---------

Apresentação da Edição Temática

(In)Sustentabilidade Ambiental e Socioeconômica do Turismo no México

Thiago Duarte Pimentel*

Na terceira edição do ano de 2018, temos a satisfação de trazer à lume o dossiê temático: *(In)Sustentabilidade Ambiental e Econômica do Turismo no México*, que a partir de um conjunto de textos de diferentes perspectivas – teóricas, metodológicas e aplicadas, passando por reflexões ora mais críticas, ora mais funcionalistas – nos leva à reflexão sobre as formas de manifestação dos discursos, das práticas e das estruturas sociais produtoras e reprodutoras das condições de preservação e exploração ambiental e econômica. Esta edição foi em parceria com a Simposio Internacional de Alternativas do Turismo/SINAT, organizado anualmente sob a coordenação da Prof. Dra. Stella Maris Arnaiz Burne (Universidad de Guadalajara) realizado fundamentalmente a partir de textos apresentados no referido evento, em 2017, sendo fruto da mesma participação os três primeiros ensaios teóricos e dos 2 primeiros estudos de caso, desta edição.

Este número está composto por duas seções, a primeira, dedicada aos ensaios teóricos, que versam em torno das formas sustentabilidade (nas suas diversas formas: ambiental, econômica, social, etc.) no turismo, e que buscam, discutir e gerar interpretações sobre as situações reais em que aqueles discursos e práticas se materializam.

Já a segunda seção apresenta um conjunto de textos cujo principal aporte reside no levantamento de evidências empíricas a respeito das formas de manifestação das ideias e práticas de sustentabilidade no México.

Especificamente, em relação ao conjunto de ensaios teóricos, como primeiro artigo desta edição trazemos *El Turismo y la Sustentabilidad Real*, dos investigadores Alfredo César Dachary (prof. Titular da Universidad de Guadalajara), Luis A. Anaya Rodríguez (Assistente da Universidad de Guadalajara) & Francisco Javier Ruiz Hermoso (Diretor da Faculdade de Turismo y Gastronomía da Universidad de Anahuac/Puebla), que nos brindam com uma reflexão teórica sobre os problemas ambientais, trazendo à tona os caminhos que

perpassam esta questão tão urgente no mundo contemporâneo. Segundo os autores, apesar de quase meio século ter se passado, desde que a questão ambiental se revelou como uma problemática mundial, poucos avanços concretos se materializaram em face da ampla discussão, agenda de reuniões e acordos realizados. Nesse sentido, questiona-se os motivos que o paradigma do desenvolvimento global sustentável, que tinha tantos olhares em volta, mas que não foi implementado. A tese defendida pelos autores sustenta que as alternativas reais expressas pelo discurso ambiental vão contra a essência do sistema que aumenta cada vez mais os benefícios ao custo de reduzir empregos e renda, embora, ao nível da sustentabilidade do discurso, seja um "objetivo". Sendo que não há um tempo fixo para alcançá-lo. Na perspectiva do turismo, esta situação se agrava, visto que, nesta atividade, observa-se que é um dos modelos de desenvolvimento em que as contradições tornam-se mais evidentes, onde – em diversas partes do mundo: Veneza, Barcelona, Roma, Amsterdã, Paris, ilhas do Caribe, Machu Picchu ou Tulum o programa real de desenvolvimento sustentável parece não fazer parte do turismo, visto que os problemas inerentes a este sistema supõe um grau de exploração e assimilação assimétrica de recursos que leva inexoravelmente ao desequilíbrio do sistema.

O segundo texto deste número, *Ciudades Turísticas y Desarrollo Sustentable: Benidorm, España – Cancun*, é assinado pelas professoras e pesquisadoras Stella Maris Arnaiz Burne (prof. Titular da Universidad de Guadalajara) e Fernanda César Arnaiz (Universidad de Anahuac/Puebla). Sendo que a meta deste trabalho foi o de comparar duas cidades turísticas (Cancun, no México, e Benidorm, na Espanha) consideradas como ícones dentro dos estudos turísticos, as autoras que apesar de serem ambas planejadas pelo e para o turismo, no caso mexicano atualmente existem mais de um milhão de habitantes, sendo que 80% vivem na pobreza, em um cinturão em torno (e à margem), onde ocorre todo tipo de violência, drogas, de conflitos sociais; num lugar denominado de "paraíso tropical" pelos turistas. Já na



Licenciada por Creative Commons
Atribuição Não Comercial / Sem
Derivações/ 4.0 / Internacional

* Doutor em Ciências Sociais / UFJF. Mestre em Administração de Empresas / UFMG. Bacharel em Turismo / UFMG. Professor e pesquisador UFJF em tempo integral, pós-graduação em Ciências Sociais e Turismo e Ciências Humanas. Membro da Associação Internacional de Especialistas Científicos em Turismo / AIEST. Professor visitante EUA, México, Cuba, Equador. Editor Chefe das revistas Anais Brasileiros de Turismo / ABET e Revista Latino-Americana de Turismologia / RLAT. Diretor do Centro Latino Americano de Turismologia / CELAT e do Observatório Econômico e Social do Turismo / OEST. CV: <http://lattes.cnpq.br/9841188234449467>. Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Ciências Humanas, Departamento de Turismo. R. José Lourenço Kelmer, Campus Universitário, CEP: 36036-330, Juiz de Fora/MG, Brasil. thiago.pimentel@ufjf.edu.br

cidade espanhola, verifica-se um destino bem-sucedido, porém, há uma diferença significativa em relação aos termos do modelo que foi levado em consideração e os resultados obtidos; o cinturão de pobres marginalizados não se formou como uma ameaça, mas as pessoas vivem nas cidades vizinhas e muitos dos que ajudaram a construir retornaram às suas terras. Essa diferença nos mostra dois modelos de cidades turísticas onde a sustentabilidade é assumida, sendo que no primeiro caso vemos um discurso vazio e seus resultados questionáveis; enquanto no segundo optou-se por uma alternativa moderada em que se busca o turismo de massa de classe média, mas com medidas visando o equilíbrio dentro das normas que regulam a economia de mercado, aproximando-se muito da sustentabilidade.

O terceiro texto, intitulado *El Desarrollo Turístico y la Utopía de la Sustentabilidad en Bahía de Banderas, Nayarit*, é apresentado pelas pesquisadoras e doutorandas Sandra Luz Zepeda Hernández (Universidad de Guadalajara/UdG) e Fabiola Cristina Costa de Carvalho (Universidad Autónoma de Sinaloa/UAS). As autoras trabalham com a perspectiva do enfoque econômico do turismo, considerando-o como um subsistema recentemente importante dentro do modelo de desenvolvimento no sistema capitalista. As pesquisadoras lançam mão de dados ilustrativos, a partir de dois casos emblemáticos do município costeiro Bahía de Banderas, Nayarit/México, onde se constata que o desequilíbrio social e ambiental que trouxe consigo o desenvolvimento do turismo massivo de sol e praia, promovido décadas atrás. A análise documental e as evidências empíricas permitem inferir desequilíbrios importantes que intervêm na realidade social minimizando as possibilidades de alcançar os objetivos da agenda da OMT até o ano de 2030, o que contradiz os princípios e objetivos estabelecidos pela Organização Mundial do Turismo (OMT) ao declarar 2017 como o Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento.

Encerrando a seção de ensaios teóricos, o quarto documento deste número, intitulado *Ciclos de Crecimiento Económico y Tasa de Plusvalor en Economías Subnacionales Turistizadas: los casos de Baja California Sur y Quintana Roo (México)*, de autoria dos professores e pesquisadores Manuel Ángeles-Villa (Universidad Autónoma de Baja California Sur/UABCS), Alba Eritrea Gámez-Vázquez (Universidad Autónoma de Baja California Sur/UABCS) e do doutorando e professor assistente Alejandro Escalera-Briceño (Universidad Autónoma de Quintana Roo/UQR). Neste trabalho, foi estudado o comportamento do ciclo de crescimento no período

de 1998 a 2013 em Baja California Sur e Quintana Roo, duas entidades mexicanas eminentemente turísticas que representam os destinos de praia internacionais mais importantes do país. Em pesquisas nas estatísticas dos censos econômicos oficiais é mostrado a presença de um ciclo de crescimento com estágios expansivos nos períodos 2003 e 2008 (em BCS) e de 1998 a 2008 (em Q. Roo), bem como uma recuperação diferenciada. Com base na teoria marxista da exploração, as taxas de mais-valia em ambas as economias são estimadas, destacando tanto seu alto nível quanto seu crescimento acelerado até 2013; culminando com uma interpretação do impacto econômico em geral e as atividades relacionadas ao turismo devido à crise do subprime.

Iniciando a segunda parte deste número, referente aos estudos de caso, trazemos o artigo *Percepción Ciudadana Frente al Entorno Turístico de los Cabos*, dos pesquisadores Plácido Roberto Cruz Chávez (Universidad Autónoma de Baja California Sur/UABCS), Judith Juárez Mancilla (Universidad Autónoma de Baja California Sur/UABCS) e Francisco Isaías Ruíz Ceseña (Universidad Autónoma de Baja California Sur/UABCS). Eles analisam o destino turístico de Los Cabos, em Baja California Sur (México), o qual é considerado o segundo destino turístico mais importante do sol e da praia no México, com uma alta taxa de crescimento populacional (acima de 8%/aa.a). Considerando a necessidade de harmonização das diferentes visões sobre o destino turístico, por parte dos diferentes grupos sociais que frequentem o mesmo espaço, os autores se propõem a identificar a percepção pública do crescimento do setor de turismo em Los Cabos, considerando estes distintos grupos (empresários, visitantes ou cidadãos). A pesquisa quanti-qualitativa do setor, mediada pela aplicação de pesquisas de cidadania em Los Cabos, levou a identificação de categorias chave – tais como: capacidade de atração turística, oferta de trabalho qualificado, percepção sobre a limpeza da cidade, satisfação de viver nela, qualidade dos serviços sociais, qualidade do transporte – os autores apontam resultados que a classificam, em geral, de forma regular, tendo por implicação evidências sugestivas melhorar o ambiente da população em cada um dessas categorias. Nesse sentido, a principal contribuição do estudo foi demonstrar a necessidade vital de se ter uma sincronidade e alinhamento das necessidades e áreas de oportunidade.

Em *Priorización de Viajes y Turismo Frente a la Sustentabilidad Ambiental: Análisis de Correlación Aplicado a México*, os autores, Alberto Francisco Torres García, Gustavo Rodolfo Cruz Chávez e Oscar

Arizpe Covarrubias, todos da Universidad Autónoma de Baja California Sur/UABCS, analisam o papel do turismo na economia focalizando a intensificação da concorrência internacional, nacional e regional em destinos turísticos. A partir do reconhecimento de que a competitividade é o resultado de um conjunto de fatores que interagem para melhorar o nível de crescimento e desenvolvimento econômico, os autores apontam como essencial a implementação de políticas que promovam destinos turísticos de forma objetiva. Embora o México tenha mostrado um avanço significativo no índice de competitividade de viagens e turismo publicado pelo Fórum Econômico Mundial, o processo de planejamento do turismo deve promover um equilíbrio entre a priorização da atividade e a sustentabilidade dos destinos. Neste sentido, os autores evidenciam, a partir de pesquisas quantitativas, a correlação existente entre a priorização de viagens e turismo ante a sustentabilidade ambiental, onde se constata que a medida que o indicador de priorização de viagens e turismo aumenta seu valor, o de sustentabilidade ambiental diminui. Ou seja, quanto mais competitivo é o México por suas políticas de promoção e posicionamento da atividade turística, mais as políticas ambientais aplicáveis ao setor tendem a mostrar um desempenho negativo.

Debruçando sobre a questão das competitividades no campo turístico apresentamos o artigo *La Competividad Turística de los Destinos Costeros en Mexico Ante el Mercado de Turismo Residencial, el Caso de los Norteamericanos en Mazatlán, Sinaloa*, de autoria de César Miguel Maldonado-Alcudia (Universidad de Occidente Unidad/Mazatlán), que em seu trabalho de pesquisa procura identificar os fatores que afetam a competitividade turística dos destinos costeiros, que acolhe o segmento de turismo residencial. Para isso, resgata os estudos sobre a competitividade turística e

correlacionando-os com a teoria do turismo residencial, para em seguida lançar mão de dados de uma investigação empírica, de cunho quantitativo, sobre o caso de Mazatlán, Sinaloa, porto localizado a noroeste do Pacífico Mexicano. Os resultados alcançados evidenciam que um dos fatores que afetam o deslocamento do turismo residencial para o destino em estudo é fundamentado principalmente em *vantagens comparativas*, conseqüentemente, é necessário analisar o conhecimento do segmento, que permite a exploração dos recursos e a transição para a competitividade no mercado residencial de origem norte-americana, a partir da maximização das mesmas vantagens competitivas.

Por fim trazemos nosso sétimo artigo *Gastronomia em Marketing de Turismo*, de Francesc Fusté-Forné (Universitat de Girona / Espanha) que nos brinda com um estudo sobre o uso da gastronomia no marketing turístico na América Latina, sendo que esta atividade se torna um fator crucial quando nos referimos a atração turística. Ao analisar o turismo alimentar – que aparece como um campo fundamental para os gerentes, agências de viagens, operadores turísticos, produtores e visitantes – é necessário considerar dois pontos fundamentais: a importância derivada da despesa turística no consumo da gastronomia e forte motivação em relação à experiência de produtos autênticos com suas receitas locais, ou ainda nos eventos e museus com base em identidades culinárias. Este interesse gastronômico também é um forte indicador para a promoção de destinos. Como fonte ilustradora desta pesquisa são analisados exemplos que foram promovidos no turismo gastronômico na América Latina, mostrando como a gastronomia está incluída nas práticas de turismo no contexto da promoção de destinos.

É com esse conjunto de artigos que temos a honra de lhes brindar e desejar a todos uma proveitosa e interessante leitura!

Prof. Dr. Thiago Duarte Pimentel
Editor Chefe/Editor-in-chief

EL TURISMO Y LA SUSTENTABILIDAD REAL

Alfredo A. César Dachary*
Luis A. Anaya Rodríguez**
Francisco Javier Ruiz Hermoso***

Resumen

Han pasado cuatro décadas y media desde la emergencia del problema ambiental en el mundo, período donde abundaron las reuniones, los planes y declaraciones, pero siempre sin lograr grandes resultados. ¿Qué ocurre? ¿Por qué no se ha podido implementar el paradigma del desarrollo sustentable mundial? En realidad, las alternativas expresadas desde el crecimiento cero a una mayor racionalización de los procesos, van contra la esencia del sistema que cada vez plantea mayores beneficios al costo de reducir empleos e ingresos, aunque a nivel del discurso la sustentabilidad sea una "meta" sin tiempo fijo de lograrla. En el turismo esto es más grave, porque es de los modelos de desarrollo donde las contradicciones se hacen muy evidentes y, por ello, en algunos casos difíciles de asumir y mantener. Un ejemplo de esto es el caso de Venecia, ya que es escandaloso al ver allí las mareas humanas que se apiñan en callejuelas o plazas para poder compartir un trozo de historia, que difícilmente conocen de esta famosa ciudad. Luego fue Barcelona, Roma, Amsterdam y ahora París, las que ponen en defensa a su sociedad local frente a la masividad y falta de racionalidad del turismo en las mismas, un tema que ya viene de mucho antes, en los 80, cuando los cruceros desembarcaban en las pequeñas islas del Caribe, dos o tres veces el número de habitantes del lugar. La capacidad de carga es un tema histórico y ha afectado y gravemente a lugares importantes de la cultura como Machu Picchu en Perú o Tulum en México, será que esto no es parte del programa de desarrollo sustentable y turismo, entonces ¿qué es?

Palabras Clave: Turismo. Sustentabilidad. Gentrificación.

TURISMO E SUSTENTABILIDADE REAL

Resumo

Quatro décadas e meia passaram desde o surgimento do problema ambiental no mundo, um período em que as reuniões, os planos e as declarações abundaram, mas sempre sem grandes resultados. Que ocorre? Por que o paradigma do desenvolvimento global sustentável não foi implementado? De fato, as alternativas expressas de crescimento zero a uma maior racionalização dos processos, vão contra a essência do sistema que aumenta cada vez mais os benefícios ao custo de reduzir empregos e renda, embora, ao nível da sustentabilidade do discurso, seja um "objetivo". Não há tempo fixo para alcançá-lo. No turismo, isso é mais grave, porque é dos modelos de desenvolvimento onde as contradições tomam-se muito evidentes e, portanto, em alguns casos difíceis de assumir e manter. Um exemplo disso é o caso de Veneza, pois é escandaloso ver lá as marés humanas que se aglomeram em becos ou praças para compartilhar uma história, que quase não conhece essa cidade famosa. Logo foi Barcelona, Roma, Amsterdã e agora Paris, que colocam sua sociedade local em defesa contra a massividade e a falta de racionalidade do turismo neles, um tema que vem muito mais cedo, nos anos 80, quando cruzeiros. Desembarcaram nas pequenas ilhas do Caribe, duas ou três vezes o número de habitantes do lugar. A capacidade de carga é uma questão histórica e tem afetado e importantes lugares cultura importante como Machu Picchu no Peru ou Tulum no México, será que isso não faz parte do programa de desenvolvimento sustentável e turismo, então, o que é?

Palavras Chave: Turismo. Sustentabilidade. Gentrificação.

TOURISM AND REAL SUSTAINABILITY

Abstract

Four and a half decades have passed since the emergence of the environmental problem in the world, a period where meetings, plans and declarations abounded, but always without achieving great results. What happen? Why has not the paradigm of sustainable global development been implemented? In fact, the alternatives expressed from zero growth to greater streamlining of processes, go against the essence of the system that increasingly raises benefits at the cost of reducing jobs and income, although at the level of discourse sustainability is a "goal" No fixed time to achieve it. In tourism this is more serious, because it is of the development models where the contradictions become very evident and, therefore, in some cases difficult to assume and maintain. An example of this is the case of Venice, as it is scandalous to see there the human tides that crowd in alleys or squares to share a piece of history, which hardly know of this famous city. Then it was Barcelona, Rome, Amsterdam and now Paris, which put their local society in defense against the massiveness and lack of rationality of tourism in them, a theme that comes much earlier, in the 80s, when cruises They disembarked in the small islands of the Caribbean, two or three times the number of inhabitants of the place. Cargo capacity is a historical issue and has affected and important places important culture such as Machu Picchu in Peru or Tulum in Mexico, it will be that this is not part of the program of sustainable development and tourism, then what is it?

Keywords: Tourism. Sustainability. Gentrification.



Licenciada por Creative Commons
Atribuição Não Comercial / Sem
Derivações/ 4.0 / Internacional

*Dr. en Ciencias Sociales por la Universidad Leiden, Holanda. Master en Sociología en FLACSO, Chile. Profesor investigador Titular C, Centro Universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara, México. Investigador Nacional Nivel II en el SNI, México. Director del Centro de Estudios para el Desarrollo Turístico Sostenible (CEDESTUR). Autor de numerosos libros y artículos en revistas científicas de Argentina, España, Colombia, Brasil y México. [alfredocesar7@yahoo.com.mx]

** Maestro en Ciencias para el Desarrollo Sustentable y Turismo, y Licenciado en Turismo, por la Universidad de Guadalajara, México. Profesor de Asignatura en el Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara/México. [anaya19@yahoo.com.mx]

*** Dr. en Turismo por la Universidad Antonio de Nebrija, España. Maestro en Ciencias para el Desarrollo Sustentable y Turismo por la Universidad de Guadalajara, México y Licenciado en Relaciones Internacionales. Director de la Escuela de Turismo y Gastronomía de la Universidad Anahuac – Puebla, México. [javiernuizhermoso@yahoo.com.mx]

1 ANTECEDENTES

Hay quienes ven con claridad que el primer problema global que se le presenta a la humanidad hoy es el ambiental y que por eso sólo puede ser solucionado por los que están globalmente organizados. Y a éstos se les conoce, son grupos que, tras un siglo, están a la vanguardia del desastre y cuentan con seguir ahí, al mínimo precio de un cambio de logo (COMITÉ INVISIBLE, 2009).

Hay una gran diversidad de posiciones en este complejo tema, hay quienes lo ven creado fuera del sistema y no como consecuencia de la irracionalidad del mismo o, en los peores casos, se pretende hacer responsable de esto a los pueblos originarios, a los campesinos pobres, en síntesis, a los que los cargan con las consecuencias del capitalismo global.

El origen de los movimientos ambientalistas y ecologistas se ubica en los sesenta, y esto no es una casualidad porque forman parte de una serie de movimientos sociales que se dan principalmente en Estados Unidos desde los objetores de conciencia a la lucha por los derechos civiles y, a nivel mundial, la gran ola de rebelión juvenil que implicó el mayo del 68, todo ello integrado a la gran crisis de comienzo de los setenta, que marca el fin del largo período de dos décadas y media de crecimiento y transformación del capitalismo, hegemonizado por Estados Unidos.

El hecho que se desarrollaron en los países centrales y en las clases medias y altas que son grupos con mayor educación, asocian esta rebeldía a una amenaza de su calidad de vida en la mayoría de los casos, como los define Castells, bajo el apelativo de la “ecología de traspasamiento” (CASTELLS, 2005).

Es por ello que este movimiento se impone en una coyuntura excepcional, principalmente en Estados Unidos, acosado por conflictos internos lo que llevó a Nixon a decretar el 22 de abril de 1970 como Día de la Tierra, y a su primera celebración más de 20 millones de personas respondieron a la convocatoria. Como consecuencia el primer resultado fue que se creó la Agencia de Protección Medio Ambiental (EPA), y ese mismo año el Congreso de Estados Unidos promulgó el Acta de Aire Limpio, con el fin de establecer estándares seguros sobre calidad de aire, emisiones y polución.

El ecologismo y ambientalismo se perfilan desde esa época como una nueva ideología, que sintetiza dos de los grandes relatos difusos y como se desarrolla principalmente en Estados Unidos, asume la caracterización de la conciencia religiosa del país, miles de ideas e interpretaciones diferentes sobre la dimensión, magnitud y salida a este problema, una revolución masiva sin dirección, que sirve más de simulacro, que oculta la descarnada realidad del

capitalismo global y su impacto en la población del planeta. Su gran desarrollo se debió fundamentalmente a dos situaciones: (1) el sistema no los consideraba en general como una amenaza que lo cuestione; (2) la revolución en las comunicaciones, lo que ha incidido en la expansión del ecologismo y el ambientalismo, con sus respectivos mensajes.

Pero detrás del discurso nos encontramos con un marco muy definido, defender a los animales acosados o en peligro de extinción no se hace extensivo a los hombres, a los millones de niños del mundo que están viviendo como esclavos y trabajando de sol a sol por un plato de comida, ¿será esta la expresión máxima del individualismo que ha logrado expandir ampliamente el neoliberalismo con su relato, es parte de la ideología racista que se expresa hoy con visiones neomalthusianas?

¿Qué está ocurriendo con los jóvenes y adultos que fanáticamente defienden a los animales y la naturaleza en general y no son capaces de pensar que en el mundo una persona muere de hambre cada cuatro segundos, o sea, 15 por minuto o 900 por hora y si seguimos así podemos llegar a 21,600 personas por día, algo parecido a una ciudad pequeña?

No es una “equivocación o fallo en el enfoque de prioridades”, sino de una nueva ideología que está tomando cada vez más fuerza, y que en algunos casos extremos no sólo considera iguales a los hombres y animales, sino que aprueban la reducción de la población humana mundial, porque hay un exceso y eso impide lograr un “desarrollo sustentable”, de humanos y animales.

Lovelock y Crispin Tickell, este último uno de los creadores del Panel Intergubernamental para el Cambio Climático, hablan a través de su organización Oimum Population Trust (OPT), de que la población óptima del mundo sería de entre 2,700 a 5,100 millones de personas (DESVAUX, 2008).

Paul Watson, cofundador de Greenpeace y fundador de Sea Shepherd, sostiene que la sobrepoblación es un virus que está matando a la tierra y que por ello el número de personas que habitan el planeta debe reducirse en un 85% (Jacoby, 2007).

La población del que se denominaba “tercer mundo” es el 77% y sólo vive con el 19% del PIB del planeta; la Europa central y oriental (ex países socialistas) más Turquía y Asia Central representan el 7% de la población y reciben un 5% del PIB mundial y los países ricos alojan solamente el 16% de la población mundial, pero tienen el 76% del PIB del planeta.

A mitad de los 40, con el fin de la Segunda guerra mundial y la consolidación de la hegemonía de Estados Unidos, emerge el tema del crecimiento económico primero y el desarrollo después estuvo en

la primera línea de las políticas públicas de los países vencedores y beneficiados con el plan Marshall y en las promesas de los países menos desarrollados o recientemente independizados, el futuro grupo del subdesarrollo.

En Europa Occidental, la cuna de esta revolución industrial y centro inicial del capitalismo, el ingreso promedio como región había llegado a los 17,921 dólares en 1998 y en el mismo tiempo Estados Unidos y Canadá tenían 26,146 dólares de ingreso per cápita, mientras Asia, excluido Japón llegaba apenas a 2,936 dólares y África a 1,368 dólares per cápita al final del siglo XX (ALTVATER, 2005).

Este crecimiento asimétrico, que es un reflejo de la realidad, empieza a mostrar debilidades cuando se analiza el producto social per cápita y se ve como el de 1990 es inferior al de 1950, en un 20% del mundo no estadounidense. Por ello, el crecimiento no es ningún sinónimo de progreso ni de mayor igualdad y justicia en el mundo (ALTVATER, 2005).

Viendo desde otro ángulo tenemos que de 1960 a 1990 el Producto mundial bruto aumentó a una tasa anual promedio del 3.9% a precios y tasas de cambio constante de 1980 y el PIB per cápita en los países del norte (desarrollados) pasó de 5,500 dólares en 1960 a 12,500 en 1990. Los países emergentes o (en desarrollo) pasaron de 556 dólares en 1960 a 980 en 1990, aunque incluye países extremadamente pobres (BIFANI, 1997).

Pero para poder introducirnos al desarrollo sustentable, como un paradigma que nace y se desarrolla en la economía capitalista, debemos partir de lo que se entendía por desarrollo desde el comienzo en que esta categoría comienza a usarse al final de la Segunda guerra mundial, en la década de los cincuenta.

Inicialmente hubo un manejo similar del concepto de desarrollo con el de crecimiento, en el pleno auge del capitalismo de post-guerra y ante la necesidad de reconstruir Europa y Japón. Esto fue rectificado y la Asamblea General de las Naciones Unidas, al definir la primera década del desarrollo hace la distinción “[...] el problema de los países subdesarrollados, no es mero crecimiento sino desarrollo [...] el desarrollo es crecimiento más cambio. El cambio a su vez es social y cultural, tanto como económico y cualitativo como cuantitativo... el concepto clave debe ser mejorar la calidad de vida de la gente” (BIFANI, 1997, p.117-118).

En nuestro caso, que es el de Latinoamérica, se forma un pensamiento propio a partir de la creación de instituciones regionales como fueron la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) que se ubicó en Santiago de Chile y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), desde 1957 con sede en Washington.

La CEPAL, una institución que ha trascendido, permitió la formulación de un pensamiento propio latinoamericano ante los procesos de integración económica mundial, planteando la sustitución de importaciones, fortalecer la industrialización y la inserción a los nuevos procesos en la economía, no sólo como países exportadores de productos primarios (PRESTON, 1999).

En los ochenta, el comienzo de las dos décadas perdidas, la CEPAL tuvo que proponer ajustes del crecimiento, que había generado una gran e impagable deuda tomada por las dictaduras, así en los noventa antes de optar por el desarrollo sustentable, plantean algo muy cercano que es la transformación productiva con equidad, y esa era la posición oficial de CEPAL. Pero estaba la otra, la de los economistas de posiciones marxistas, como André Gunder Frank, Teothonio Dos Santos y socialdemócratas, como Fernando Enrique Cardoso y José Serra.

El BID, una institución más ortodoxa, se ha enfocado en las últimas décadas a la reducción de la pobreza y a la promoción de la equidad social, aunque desde una óptica muy funcional al sistema lo cual se ha expresado en pobres resultados en Latinoamérica. El BID ha manejado un sistema de indicadores propios sobre América Latina y en esta década ha centrado su accionar en la competitividad, desarrollo social, modernización del Estado y la integración regional (BID, 2002).

En este marco se comienza a desarrollar del norte hacia el sur el paradigma del desarrollo sustentable, que es la propuesta de los principales grupos ecologistas para guiar el desarrollo a nivel mundial.

2 EL DESARROLLO SUSTENTABLE

Las asimetrías de los dos mundos en que está dividido este planeta tienen historia, que fue sintetizada por Gandhi hace más de medio siglo, al decir, “[...] alcanzar la prosperidad ha llevado a Gran Bretaña a consumir la mitad de los recursos del planeta. ¿Cuántos planetas necesitaría un país como la India?”. Esta fue la respuesta del padre de la India al preguntarle luego de la independencia sobre cuando este país subcontinente llegaría tener los altos niveles de vida de Gran Bretaña (GOODLAND, 1992).

En este marco emerge el desarrollo sustentable, teoría que parte entre otros referentes de la base de que el planeta ha estado afectado por un uso irracional de sus recursos y, lo que es peor, un abuso aún mayor de sus residuos, y para ello plantea en principio cinco pruebas. Primero es la apropiación de la biomasa por el hombre, en 1986 Vitousek

planteaba que la economía humana utilizaba en esa época el 40% de la producción primaria de la fotosíntesis terrestre, la cual se reduciría a un 25% si se tomaban en cuenta mares y otros espejos de agua. Al duplicarse la población mundial en aproximadamente 35 años (2020) se utilizaría el 80%, lo cual ya estaría cercano al límite (ZAMORA, 2005).

Segundo, el calentamiento global es la segunda y, a la vez, la primera gran amenaza global, de mediano plazo; la tercera es la rotura del escudo de ozono, la cuarta es la degradación del suelo, hay un descenso de productividad causado por la degradación del suelo, salinidad y desertificación; la degradación es diez veces mayor que la capacidad de regeneración del suelo y ello incide en la alimentación como prioridad; y la quinta es la pérdida de la biodiversidad que ha devastado en los ochenta un 55% de la selva tropical y otros ecosistemas y se considera que anualmente se extinguen 150,000 especies.

La propuesta de desarrollo sustentable se construyó en términos reales en dos décadas y veinte años después, tomando como parte-aguas 1990, el mismo está seriamente cuestionado y moralmente afectado, por ser una estrategia más del modelo hegemónico, eso se llevó a la Reunión de Río 21 en 1992.

Los antecedentes de la sustentabilidad son una serie de reuniones, verdaderos hitos en la construcción de una idea de un planeta afectado por el uso irracional de sus recursos, y éstas son, la reunión de Vancouver (Canadá) sobre el Hábitat, la de Mar del Plata (Argentina) sobre el agua, la de Cocoyoc en México, en la cual se crucificó la única propuesta humanista: el eco-desarrollo (PIERRI, 2005).

En la década de los 80 se va a consolidar la propuesta de desarrollo sustentable, y el 19 de diciembre de 1983 se crea un Comité intergubernamental preparatorio para presentar un informe sobre la cuestión ambiental (ONU, 1983). A partir de ello, la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo constituida por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1984, trabajan y definen los principios básicos del desarrollo sustentable. Aceleran el proceso por causas ajenas, dos tragedias ambientales y sociales en 1984, la explosión de una planta de fertilizantes en Bophal, India y en 1986 la explosión de la central nuclear de Chernóbil, en la ex URSS.

La Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo Humano aprueba en 1987 el documento base para definir y promover el desarrollo sustentable, el instrumento denominado Nuestro Futuro Común y que otros conocen como Informe Brundtland, cuya definición de desarrollo sustentable es "aquel que garantiza las necesidades del presente sin

comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades" (INFORME BRUNDTLAND, 1987).

La definición se ha ido adecuando a una serie de nuevas definiciones que amplían o restringen la original, como la siguiente: "el desarrollo sustentable es un proceso que busca satisfacer las necesidades humanas, tanto de las generaciones actuales como futuras, sin que ello implique la destrucción de la base misma del desarrollo, es decir, los recursos naturales y los recursos ecológicos" (WINOGRAD, 1995).

Hay expertos que sostienen que hay tres tipos de sostenibilidad (GOÑI y GOIN, 2006): la *sostenibilidad ecológica*: se logra manteniendo la capacidad del sistema para conservar y reproducirse; la *sostenibilidad económica*, que vincula al capital natural no siempre reconocido con los procesos económicos, con lo cual lo racionaliza; y la *sostenibilidad de los procesos de desarrollo*: desarrollo sustentable es lo que más se acerca al ideal, al combinar justicia social con racionalidad de los recursos y de los procesos productivos.

Un tema que ha obsesionado a muchos ecologistas y ambientalistas es el "control demográfico consciente" el que sintetiza una visión racista e ideológica que ha tenido etapas de aplicación con el Nazismo, el Stalinismo y el Fascismo italiano, español, portugués o japonés. La capacidad de carga de un territorio concreto es definida como el máximo de población de una especie dada puede ser mantenida de manera indefinida, sin que se produzca una degradación en la base de los recursos que puede significar una reducción de la población en el futuro (REICHMANN, 1995).

En este caso se repite la historia de quién es el depredador: los pueblos o las grandes transnacionales que amplían la frontera agropecuaria, que represan los ríos e inundan grandes áreas, la minería y sus grandes impactos, la deforestación, la necesidad de carreteras, es una gran lista y no se encuentra en el portal de los causantes reales de la reducción de las áreas para producir.

Si bien el exceso de población no ha estallado aún en Europa, aunque si se expresa racistamente en el rechazo a los refugiados sirios y musulmanes en general, como en las ciudades patrimonio ante el arribo cada vez más intensivo de turistas, que han saturado los destinos también existe el rechazo.

3 EL DESARROLLO DEL TURISMO

El turismo, que emerge en el siglo XIX al inicio de la revolución industrial y la del transporte, se irá desarrollando lentamente durante el siglo XIX, pero

siempre ampliando su base social, que en esa época era de clase medias altas y muy altas en medio de una sociedad muy estratificada.

Los temas ambientales y el turismo se hacen masivos a partir de la segunda parte del siglo XX, al extremo que por falta de idea de lo que es el turismo se lo definió como la industria sin chimeneas, en referencia a las industrias.

El turismo es un modelo de desarrollo dentro del sistema que reproduce y, a la vez, aloja una doble contradicción: la más oculta es hacia dentro de sí mismo como “producto” porque se presenta una copia “maquillada” de la realidad, y que se vende como la realidad misma, haciendo de lo transformado una nueva verdad, cuya principal función es la de responder a los imaginarios que tiene el hombre en su perspectiva de la búsqueda incesante de nuevos objetos de consumo, en este caso, de ocio y el placer (CÉSAR et al., 2017).

La segunda contradicción complementa a la primera ya que el turismo como modelo se le ubica siempre como una actividad desvinculada del sistema en que se genera y, por ello, se presenta como un “hecho emergente” que hace realidad los sueños del turista, y por ello es “la respuesta del genio al deseo del viajero”.

Esta doble distorsión enmarca y amortigua los impactos del turismo, haciéndolo un modelo aparentemente “neutral”, que responde al deseo del ocio ocultando así los grandes costos de un complejo negocio, y los fines de la sociedad del consumo, que ambos sumados los deben asimilar las sociedades de acogida.

Hoy el turismo promueve una reocupación de territorios y poblaciones y que en la gran mayoría de los casos logra ser aceptada como una alternativa por éstas, lo cual le permite además de transformar, el de adecuar e integrar a estos pueblos y regiones al sistema capitalista mundial dominante.

Así el turismo como modelo es inexplicable si no está referenciado a la totalidad, un sistema en permanente transformación a consecuencia de los grandes cambios tecnológicos - económicos que readecuan al modelo y las consecuencias sociales, políticas y culturales, que son lo que transforman a la sociedad y sus imaginarios.

Hoy el turismo puede considerarse, según Yamashita (2003), un marco ideológico de la historia, la naturaleza y la tradición; un marco que tiene el poder de dar nueva forma a la cultura y a la naturaleza según sus propias necesidades, lo que significa que éste está enraizado en las relaciones de poder (SALAZAR, 2006).

El término turismo de masas se popularizó entre los años 1950 - 1970, cuando se da el boom del

turismo y debido a ello es que los turistas internacionales doblaban el número de turistas cada siete años. Se estima que se relacionaba al término de consumo de masas, en auge en esa época. El término turismo de masas fue usado inicialmente en Francia en 1962 (GORDON, 2002).

El turismo de masas que emerge en la segunda mitad del siglo XX, si bien era masivo, era una opción familiar de las vacaciones, como expresión del incremento de la calidad de vida. El Mediterráneo, centro del desarrollo del turismo de masas “democratizado”, comienza al finalizar la segunda guerra a recibir turistas, siendo el líder Francia hasta 1955, pero es remplazado por Italia hasta 1959, y en 1964 España era el país líder de arribos de turistas internacionales (FERNÁNDEZ FUSTER, 1991).

Sería un error explicar el auge del turismo como un triunfo en solitario, sino como parte de la expresión de una sociedad que multiplica su consumo muchas veces; así tenemos que desde 1952 que había una población mundial de 2,518.630,000 de personas a la del 2002 que era de 6,070.581.000, casi un 250% más, si el consumo fuera homogéneo los recursos ya se habrían agotado, pero hablamos del mundo desarrollado: Europa y América del Norte, solo Estados Unidos y Canadá, además de Australia como emergente o Sudáfrica del Apartheid, como el ejemplo extremo de un desarrollo asimétrico.

Si no existiera esta asimetría, el consumo hubiera acabado con los recursos existentes ya que este medio siglo pasado el aumento de estos consumos ha sido muy elevado. El consumo de agua creció un 30%, en el 2008, pero 884 millones de personas no tienen agua potable. Los combustibles se han quintuplicado, por aumento incontrolado del parque automotriz. El comercio mundial tuvo un crecimiento del 1,568%, pero solo el 12% de la población mundial consume el 60% de los productos y servicios, y el turismo internacional creció en un 2,860% (CASADO et. al., 2011).

4 DESARROLLO SUSTENTABLE Y EL TURISMO

Con el auge de las transformaciones, sociales y tecnológicas, que se dan en la segunda parte del siglo XX que sientan las bases de la futura sociedad del consumo, el turismo comienza a sufrir una verdadera metamorfosis como el resto de las mercancías del mercado, todas se volvieron indispensables, todas se hicieron imprescindibles, todas debían consumirse a fin de poder dar a los consumidores un estatus diferente, consumir era reposicionarse socialmente, vivir.

Así el turismo se desfasa de las tradicionales vacaciones, ya no es el viaje de descanso de las largas jornadas de trabajo, ya no se trata del viaje familiar para integrar ya que ésta también estaba pereciendo en los cambios que se estaban operando. El turismo deja de vender descanso para el tiempo libre y se transforma en un consumo de un tiempo indefinido en el que se unen nuevos consumos de ocio ya definido y el trabajo a distancia, una ecuación que se consolida con el final de la sociedad del trabajo y es remplazada por el trabajo inmaterial y el auge de la sociedad del ocio y el consumo.

El turismo como modelo del sistema capitalista tiene varias dimensiones, las cuales se articulan entre sí para conformar una unidad dentro del mismo, así tenemos primero la dimensión territorial donde la función del turismo es heredada del colonialismo, integrar a pueblos y culturas, reciclar lugares en crisis, revalorizar zonas con potencial de negocio, crear nuevos territorios para ampliar la geografía del turismo y con ello ampliar la geografía de la economía de mercado.

La segunda es la dimensión económica que es la que integra el modelo al sistema de mercado mundial, y al financiero global, que genera una larga cadena de servicios, que son conocidos como el clúster del turismo, aunque lo rebasa ya que incide lo económico en la dinámica de la sociedad del consumo.

Aquí hay una función oculta, ya que el turismo ha sido utilizado como uno de los mecanismos para el lavado de dinero, por su difícil control, y coincidentemente en la mayoría de los paraísos turísticos convive un paraíso fiscal, muchos de ellos promovidos por la economía criminal.

La tercera es la dimensión ideológica que responde a una función central del sistema: el consumo permanente, complementada con la función de comparación y revalorización en los pueblos recientemente integrados y que forma parte de la anestesia social en el proceso de transición. Y a nivel general ésta profundiza la falsa conciencia de compartir con el turista el techo, las esperanzas pero no la realidad, ya que la mayoría de los casos el turista viajó, pero en realidad “nunca salió de su realidad”, anda pero no ve, solo compara para creer que está mejor, es una forma de sobrevivir.

La cuarta es la dimensión social, que se da en las sociedades de acogida y que se expresa en el efecto demostración de la contraparte ciudad turística. Lo grave es que genera una distorsión en el mercado laboral que se expresa en el social y en lo económico y termina transformando a la nueva sociedad de una de comunidad de trabajadores en un mercado de consumidores. La pérdida de la identidad, y con ello de la cultura, es uno de los costos más elevado que tienen

los paraísos para ser más atractivos al consumidor.

La quinta es la dimensión política; ésta tiene dos niveles uno interior que se da porque el Estado es el garante del proceso porque subvenciona al empresariado con otros servicios e inversiones, ya que el turismo le genera ingresos y empleos, fundamentales para una mayor armonía de la sociedad, aunque es un equilibrio asimétrico, que termina siendo una amenaza al modelo.

El nivel exterior es el uso del modelo turístico en la geopolítica y la geo economía, como mecanismo para integrar regiones, cooptar pueblos y transformar culturas, para integrarlos al sistema mundial, aunque mantengan su “exotismo”, cultura folclorizada, pero ya integrados a la economía de mercado.

Así entendido, el turismo es más que hoteles y aviones, es un proceso dentro de un sistema, un proceso que hoy ha asumido un papel fundamental ya que el modelo de sociedad que vivimos ha privilegiado el ocio junto al trabajo en una mezcla perversa, que ayuda a profundizar esta sociedad asimétrica, pero transformando el proceso en un show.

De allí, el problema de conjuntar turismo y desarrollo sustentable tiene una corta historia, pero no lineal, que ha tenido que ir ampliando su universo hasta llegar a la actualidad.

Las primeras concepciones de la sustentabilidad y el turismo se asocian al territorio y sus impactos derivados de las cargas construidas y las que genera las llegadas de turistas, pero no se hablaba de la cultura y la identidad como patrimonio aún más importante que la propia naturaleza y que está íntimamente ligada a ésta en los pueblos originarios.

Así llegamos hoy a una amplitud del concepto de sustentabilidad que se aplica a todo el desarrollo y especialmente al turismo, por ser el gran fenómeno global que tiene presencia en todos los países, pero la amplitud del concepto no va de acuerdo con las normas, y esto trae aparejadas diferentes problemas, que vamos analizar en este trabajo.

Pero para ello hay que separar las dos visiones del turismo, y según éstas serán las perspectivas que tenga el desarrollo sustentable en el turismo, porque cada visión es una concepción del mismo y sus aportes y problemas.

5 EL TURISMO COMO SERVICIO

Originalmente al turismo se lo ha considerado un servicio, visión que si se da sola deja la mitad del fenómeno fuera del análisis, ya que la sociedad de acogida es el elemento fundamental que le da vida e identidad a estos lugares construidos en las últimas décadas.

El considerar que hay en una ciudad turística, una zona turística y el resto es la ciudad o en una zona construida para el turismo, una es la zona turística y la otra la ciudad de apoyo llega a que se privilegie el análisis de lo turístico en equipamiento y no el resto de la ciudad y la región como soporte.

En síntesis, el turismo como servicio considera que la sustentabilidad se limita a la zona turística y excepcionalmente a partes de la ciudad de apoyo si se transforman en atractivo. Por ello es que la sustentabilidad se da por una serie de instrumentos de medición que son muy limitados en su potencial.

▪ *Certificaciones*

Las certificaciones mayoritariamente se hacen sobre un establecimiento o una actividad como una marina, transporte, hoteles y otros más, se certifican las buenas prácticas, y como tal no miden más de la actividad o establecimiento que se certifica, por parte de un organismo como una fundación, ONG o el Estado.

Sin embargo, hay excepciones y éste es el caso del Certificado para la Sostenibilidad Turística (CST) que es un programa del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), diseñado para categorizar y diferenciar empresas turísticas de acuerdo al grado en que su operación se acerque a un modelo de sostenibilidad, en cuanto al manejo de los recursos naturales, culturales y sociales. Es integral porque comienza con el territorio y el ecosistema, pasa a la infraestructura, su equipamiento y operación, de allí va al servicio y a la opinión del turista y concluye con la relación entre el establecimiento y la sociedad de acogida.

La mayoría de las certificaciones son compendios de buenas prácticas que mejoran la competitividad de las empresas y en algo aportan un mejor manejo y con ello a un menor impacto y mayor sustentabilidad.

▪ *El “esponjamiento” y “congelamiento” de usos del suelo*

Éste se implantó en las Islas Baleares y consistía en desclasificar el uso del suelo para tenerlo como reserva o sin uso urbano, todo esto aparece en Baleares en los 80 luego de dos décadas 60 - 70 donde se autorizaron grandes superficies para hoteles y residenciales o viviendas. Se trata de planes de excepción para detener el deterioro ambiental de la isla. De allí que luego de estas medidas vendrá la Agenda 21 y otra serie de medidas parciales.

Éstas fueron las medidas pioneras en la búsqueda del desarrollo sustentable, el cual estaba en crisis por los planes insostenibles que se dieron a partir de los 60 con la masificación.

▪ *Barómetros y observatorios turísticos*

Los observatorios tradicionales son un paso delante de los barómetros ya que éstos se limitaban a las estadísticas y a proyectarlas con algunos cruces de variables y sirven especialmente en la etapa de arranque de los destinos, pero cuando éstos crecen, los problemas se multiplican.

Los observatorios de la primera etapa eran especializados y evaluaban la oferta de ocio, los índices de satisfacción y el perfil de visitantes, con lo cual tenían una clara visión de la demanda a la que complementaban con la oferta tomada generalmente por semestre.

En el siglo XXI se ha dado una tendencia a organizar observatorios de especialidades, como el de gastronomía, pero siendo una visión parcial del turismo, lo cual solo será superada cuando se opta por una postura teórica más amplia.

6 EL TURISMO COMO MODELO DE DESARROLLO

Cuando se analiza la sociedad local o población de apoyo con la que vive del turismo y los propios turistas se tiene una perspectiva más amplia, pero ocurre que en la mayoría de los casos el análisis de la población se hace superficialmente, con lo cual volvemos al modelo del turismo como servicio y, con ello, no se puede medir la sustentabilidad.

▪ *La certificación de destinos*

Este es el caso del destino Centro Integralmente Planeado (CIP) Bahías de Huatulco que se convirtió en la primera comunidad turística en el continente americano y la tercera en el mundo en alcanzar la certificación ambiental Green Globe.

Green Globe proporciona un sistema de certificación que responde directamente a los principales problemas ambientales que enfrenta el planeta, incluyendo el efecto invernadero, el abuso de recursos acuíferos, la destrucción de la biodiversidad, la producción de basura sólida y biológica, así como los temas sociales.

Fonatur dio a conocer que, para lograr la certificación, Huatulco tuvo que superar áreas clave de desempeño ambiental, como el uso del agua, el manejo de desperdicios y la utilización eficiente de la energía. El primer certificado se obtuvo en el 2005, se ha renovado en el 2006, 2007, 2008 y 2009. Para el 2010 se mudó a Earthcheck y está por obtenerse la certificación a mediados de Noviembre.

Sin embargo, vaya la sorpresa al ver el nivel de

pobreza y carencias de la población del municipio, la cara es totalmente diferente, y así tenemos que, para

el censo del 2010, año de la última certificación del destino, tenemos:

Tabla 1: Huatulco.

Población	Pobreza media	Pobreza extrema	Carencia ingreso	Carencia social	No pobre ni carenciado
38,629	45%	12,9%	1,9%	20,4%	11%

Fuente: SEDESOL-CONEVAL. 2012.

¿Es posible que Huatulco con 89% de pobres y carenciados sea un destino sustentable?

El otro caso es Ixtapa que se une a Huatulco como uno de los únicos dos destinos certificados con EarthCheck en las Américas, fortaleciendo la posición de la región como líderes en Turismo Sustentable.

Por más de una década, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y EarthCheck, han trabajado en conjunto para fortalecer el desarrollo sustentable de destinos de nivel mundial.

Primero Huatulco en el 2005 y ahora Ixtapa, FONATUR ha recibido el Estatus de Certificación EarthCheck Plata que confirma los esfuerzos conscientes del desarrollo hacia la sustentabilidad. Este proceso ha sido liderado por su Equipo Verde, Equipo EcoZanka y aliados claves como Barceló Ixtapa Beach, Azul Ixtapa y otros operadores que también son parte del programa de Certificación de Empresas EarthCheck.

Como parte de sus esfuerzos sustentables, Ixtapa intenta reducir sus desechos sólidos a través de iniciativas como el Proyecto Azulita, ha implementado estrategias de gestión para el uso eficiente de agua y energía, ha desarrollado políticas ambientales y sociales e intenta promover la participación de la comunidad para implementar esfuerzos de conservación.

Siguiendo a EarthCheck “no se puede gestionar lo que no se mide”, la herramienta de benchmarking de EarthCheck le ha proporcionado a Ixtapa los indicadores cuantitativos para medir y monitorear aspectos sustentables claves como el consumo de agua y energía del destino, contribuciones a la comunidad, emisiones de carbono y producción de residuos sólidos.

Pero una vez más, las famosas certificaciones de destinos solo se limitaban a la zona turística, el CIP, mientras el municipio está sumido en la miseria, como vemos a continuación.

Tabla 2: Ixtapa.

Población	Pobreza media	Pobreza extrema	Carencia ingreso	Carencia social	No pobre ni carenciado
118,212	40,2%	13,3%	30,6%	4,4%	11,4%

Fuente: SEDESOL-CONEVAL. 2012 (a).

Las certificaciones de destino no son de ciudades turísticas, ya que solo abarcan la zona turística, por ello no miden la situación del municipio, ciudad o región, en donde se alojan y donde se dan los grandes problemas.

▪ *Observatorios integrales*

Hay una nueva generación de observatorios integrales que superan la versión simplificada del turismo como servicio en este caso veremos dos casos que son:

▪ *Observatorio del turismo sostenible y cambio climático.*

Este observatorio se constituyó en el 2012, en Honduras, con la realización del Primer Foro de Turismo, Sostenibilidad y Cambio Climático en Centroamérica, una iniciativa público – privada, y que

contó con el auspicio de la Organización Mundial de Turismo (OMT), la Cámara de Turismo de Honduras, el Instituto Hondureño de Turismo, la Universidad Nacional Autónoma de Honduras, la Zona Libre Turística de las islas de la Bahía, entre otros actores (CANATUR).

Este observatorio ha pasado a formar parte de la Red de Observatorios del Turismo Sostenible, de la red de la OMT y su zona de influencia es el mar Caribe, básicamente la zona del corredor biológico mesoamericano, el sistema arrecifal mesoamericano y las comunidades garífunas que son patrimonio intangible de la humanidad por la UNESCO.

Éste se define como centro especializado que recopila, procesa, analiza e interpreta, sistematiza y divulga información sobre el turismo sostenible y el cambio climático, siendo uno de los primeros observatorios del continente de esta nueva generación, de amplia perspectiva de la cuestión ambiental y el turismo, a partir de un trabajo interdisciplinario.

- *Observatorio de turismo para la región Caribe de Costa Rica*

Este es un espacio creado por la Universidad de Costa Rica, de observación, recopilación, generación y análisis técnico e interdisciplinario de la información, que reúne a un grupo de personas de diversos sectores organizados (instituciones educacionales, instituciones públicas, sector privado y entes no gubernamentales) con el propósito de vigilar, verificar y según las circunstancias, medir la evolución del sector turismo en el Caribe costarricense para contribuir al desarrollo de un turismo sostenible en la región. Por esto, pretende ser un ente experto en el tema de la dinámica del desarrollo turístico de la región Caribe, instancia que logre dimensionar la dinámica del turismo en la zona, de manera que los trabajos recopilados y realizados sean de referencia obligatoria para los entes tomadores de decisiones en el ámbito de la política pública, referida al tema turismo de la región Caribe.

Éste es el enfoque moderno orientado a un desarrollo sustentable donde se ve el turismo como un modelo de desarrollo, que transforma el territorio y con ello afecta a los ecosistemas, a los pueblos, a las culturas y a las sociedades. Por ello, su principal objetivo es el de recopilar y generar insumos en el tema de turismo en la región Caribe para comprender la dinámica del desarrollo del mismo en la zona, por medio del uso de metodologías, tanto cuantitativas como cualitativas, que generen información consensuada con los principales actores involucrados.

- *Programas macro regionales*

El Caribe ampliado es la primera región del mundo declarada como Zona de Turismo Sostenible del Caribe (ZTSC), un acuerdo ratificado recientemente por los países miembros de la Asociación de Estados del Caribe, en virtud de una convención que entró en vigor el 2013. La ZTSC tiene por objetivo proteger y garantizar el futuro del turismo como una actividad de largo plazo y buscar establecer a la región del Caribe como una zona de turismo sostenible.

El gran Caribe es una zona que sintetiza “una unidad cultural, socioeconómica y biológicamente rica y diversa, geográficamente determinada, en la cual el desarrollo del turismo dependerá de la sostenibilidad y de los principios de integración, la cooperación y el consenso, con el fin de facilitar el desarrollo integrado de la Región. El establecimiento de la ZTSC contribuirá a posicionar a la región como líder en la nueva era del turismo responsable, que a la vez implica defender esta frágil región frente a los grandes desastres que plantea el cambio climático.

7 CONCLUSIONES

Originalmente el tema central del desarrollo del turismo es la relación de su estructura y operación con la sociedad de acogida no como se piensa porque el turismo genera empleo, sino porque estos territorios aportan el capital natural, el cultural, la identidad, historia, tradiciones y muchos elementos más que cada día el turista de hoy intenta buscar desde la gastronomía a las bebidas tradicionales.

Por ello, hoy en el siglo XXI, los turistas masivos han generado una respuesta fuerte de la sociedad civil, la turismofobia, ejemplo del fracaso de la sustentabilidad en lo más elemental, la capacidad de carga, hoy alterada por la masificación y que ha logrado alterar la calidad de vida de los ciudadanos de la misma, haciendo del turismo un gran problema para el futuro, el cual solo es posible si se racionaliza su desarrollo y manejo, algo difícil en una actividad que se mide por números y no por consecuencias.

Así que hoy volvemos a los comienzos del turismo, cuando las ciudades se despertaron a esta actividad sin saber a dónde llegarían y qué solución encontrar; reducir hoteles, pero aparece el turismo de alojamientos no regulados; reducir turistas, pero se afecta un derecho, quedando pocas opciones alrededor de volver a un turismo de mayor nivel que genere una mejor derrama y los turistas con mayor nivel cultural entiendan su papel en una ciudad patrimonio mundial como lo es Venecia o Barcelona.

Esto es para buscar un desarrollo sustentable con las medidas e instrumentos del siglo XX, hoy en el XXI, las ciudades inteligentes alojan destinos inteligentes, donde se mide el consumo de energía, agua, ruidos, tráfico y demás variables que hacen a la vida de la ciudad, a la vez que se evalúa en tiempo real el nivel de aceptación o rechazo del turismo y las opiniones del turista del lugar.

REFERENCIAS

- ALTVATER, E. La ecología de la economía global (II). *La Insignia*. 19 de diciembre, 2005.
- BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO (BID). *Estrategia de erradicación de la pobreza y promoción del desarrollo social*, 2002.
- BIFANI, P. *Medio ambiente y desarrollo*. México. Universidad de Guadalajara, 1997.
- CARIBBEAN NEWS. *El gran Caribe establece zona de turismo sostenible*. 14/11, 2014.
- CASADO, F.; JAVIER, P. J. C.; DORIS, O. *No somos hormigas. Un libro sobre nosotros, los humanos*. Barcelona. Randon House Mondadori, 2011.
- CASTELLS, M. *La Era de la Información, Economía, Sociedad y Cultura*. La Sociedad Red. España. Alianza Editorial, vol. 1, 2005.

- CÉSAR, A. A. D.; ARNAIZ, S. M. B.; CÉSAR, F. C. *Capitalismo, Sociedad y Turismo*. México. Universidad de Guadalajara, 2017.
- COMITÉ INVISIBLE. *La insurrección que viene*. Madrid. Melusina, 2009.
- DESSAUX, M. Population and climate change. *Journal Optimum Population Trust*. 8 de abril, 2008. <http://www.optimumpopulation.org/opt.optimum.html>
- FERNÁNDEZ, L. F. *Historia general del turismo de masas*. Madrid. Alianza Universidad Textos, 1991.
- GOÑI, R.; GOIN, F. *Desarrollo sustentable en tiempos interesantes. Contextos e indicadores para la Argentina*. La Plata. Scalabrini Ortiz Editorial, 2006.
- GOODLAND, R. La tesis de que el mundo está en sus límites. En *Medio ambiente y desarrollo sustentable. Más allá del informe Brundtland*. Madrid. Trotta, 1992.
- GORDON M. B. El turismo de masas: un concepto problemático en la historia del siglo xx. *Historia Contemporánea*, n. 25, p. 125-156. España, 2002. [-http://www.caribbeannewsdigital.com/noticia/el-gran-caribe-establece-zona-de-turismo-sostenible](http://www.caribbeannewsdigital.com/noticia/el-gran-caribe-establece-zona-de-turismo-sostenible)
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/44859/Guero_038.pdf
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/44859/Guero_038.pdf
- INFORME BRUNDTLAND. *Informe Nuestro futuro en común*. ONU, 1987.
- JACOBY, J. Ecologistas quieren reducir población del planeta en un 85%. 22 de mayo, 2007. www.libertaddigital.com
- ONU. *102ª. Sesión Plenaria*. Nueva York. 19 de diciembre, 1983.
- PIERRI, N. *Historia del concepto de desarrollo sustentable*. En Guillermo Foladori y Naina Pierrri (coords.). *¿Sustentabilidad? Desacuerdos sobre el desarrollo sustentable*. México. Miguel Ángel Porrúa - Universidad Autónoma de Zacatecas, 2005.
- PRESTON, P. W. *Una introducción a la teoría del desarrollo*. México. Siglo XXI, 1999.
- REICHMANN, J. Desarrollo sostenible: la lucha por la interpretación. En *De la Economía a la Ecología*. Madrid. Trotta, 1995.
- SALAZAR, N. B. Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generado por el turismo. *Tabla Rasa*, n. 5. julio-diciembre, p. 99-128. Bogotá, 2006.
- SEDESOL – CONEVAL. *Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social*. Santa María Huatulco. Huatulco, 2012.
- SEDESOL – CONEVAL. *Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social*. Zihuatanejo de Azuela, 2012.
- WINOGRAD, M. *Marco conceptual para el desarrollo y uso de indicadores ambientales y de sustentabilidad para la toma de decisiones en América Latina y el Caribe*. Cali. CIAT – PNUMA, 1995.
- ZAMORA, R. Aquí y ahora: una llamada al compromiso y la acción. *Ecosistemas*. Vol. 14. No. 2. Mayo. Pp. 92 - 96. España, 2005.

Processo Editorial / Editorial Process

Editor Chefe/Editor-in-chief: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido em 07 de dezembro de 2017; aceito em 31 de Janeiro de 2018; publicado online em 28 de Fevereiro de 2018.

Received on December 07, 2017; accepted on January 31, 2018; published online on February 28, 2017.

Artigo original / Original article. Seção revisada por pares / Double blind review section.

CIDADES TURÍSTICAS Y DESARROLLO SUSTENTABLE: BENIDORM, ESPAÑA - CANCÚN, MÉXICO

Stella Maris Arnaiz Burne*
Fernanda César Arnaiz**

Resumen

El objetivo de este trabajo fue comparar dos ciudades turísticas consideradas como íconos dentro de los estudios del turismo. En México, Cancún fue el ejemplo de la ciudad planificada para ser ciudad turística, hoy con más de un millón de habitantes, un 80% vive en la pobreza, que ha formado un cinturón alrededor de la ciudad y que se expresa en violencia, drogas, y todo tipo de conflictos sociales en este "paraíso tropical". En España, Benidorm, creada también de forma planificada unos pocos años antes, hoy es igual que Cancún un destino exitoso, pero la diferencia es mayúscula en cuanto al modelo que se tomó en consideración y los resultados obtenidos; no se formó el cinturón de pobres marginales como amenaza, sino que la gente vive en sus pueblos cercanos y muchos de los que ayudaron a construir volvieron a sus tierras. Esta diferencia nos muestra dos modelos de ciudades turísticas donde la sustentabilidad es asumida, en un caso, como un discurso hueco y sus resultados son evidentes: Cancún. En el caso de Benidorm, los planificadores fueron menos ambiciosos y si bien es una ciudad de turismo masivo de clase media, las medidas tomadas han incidido en lograr un equilibrio dentro de las normas que regulan la economía de mercado, acercándose mucho a la sustentabilidad.

Palabras Clave: Turismo. Cancún. Benidorm.

CIDADES TURÍSTICAS E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: BENIDORM, ESPANHA - CANCUN, MÉXICO

Resumo

O objetivo deste trabalho foi comparar duas cidades turísticas consideradas como ícones dentro dos estudos turísticos. No México, Cancun foi o exemplo da cidade que planeja ser uma cidade turística, hoje com mais de um milhão de habitantes, 80% vivem na pobreza, que formou um cinto em torno da cidade e é expressado em violência, drogas, e todos os tipos de conflitos sociais neste "paraíso tropical". Em Espanha, Benidorm, criada também de forma planejada alguns anos antes, hoje é exatamente como Cancún um destino bem-sucedido, mas a diferença é enorme em termos do modelo que foi levado em consideração e os resultados obtidos; o cinturão de pobres marginalizados não se formou como uma ameaça, mas as pessoas vivem nas cidades vizinhas e muitos dos que ajudaram a construir retornaram às suas terras. Essa diferença nos mostra dois modelos de cidades turísticas onde a sustentabilidade é assumida, em um caso, como um discurso vazio e seus resultados são evidentes: Cancún. No caso de Benidorm, os planejadores foram menos ambiciosos e, apesar de ser uma cidade de turismo de massa de classe média, as medidas tomadas tiveram impacto na obtenção de um equilíbrio dentro das normas que regulam a economia de mercado, aproximando-se muito da sustentabilidade.

Palavras Chave: Turismo. Cancún. Benidorm.

TOURIST CITIES AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT: BENIDORM, SPAIN - CANCUN, MEXICO

Abstract

The objective of this work was to compare two tourist cities considered as icons within tourism studies. In Mexico, Cancun was the example of the city planned to be a tourist city, today with more than one million inhabitants, 80% live in poverty, which has formed a belt around the city and expressed in violence, drugs, and all kinds of social conflicts in this "tropical paradise". In Spain, Benidorm, created a few years before and also in a planned manner, today is just like Cancún a successful destination, but the difference is huge in terms of the model that was taken into consideration and the results obtained. The belt of marginal poor people was not formed as a threat, but rather people live in their nearby towns and many of those who helped to build returned to their lands. This difference shows us two models of tourist cities where sustainability is assumed, in one case, as a hollow discourse and its results are evident: Cancún. In the case of Benidorm, the planners were less ambitious and although it is a city of mass tourism of the middle class, the measures taken have had an impact on achieving a balance within the norms that regulate the market economy, approaching a lot to sustainability.

Keywords: Tourism. Cancún. Benidorm.



Licenciada por Creative Commons
Atribuição Não Comercial / Sem
Derivações/ 4.0 / Internacional

* Dra. en Antropología por la Universidad de Laval, Quebec, Canadá. Profesora – investigadora Titular C en el Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara (México). Investigadora Nacional Nivel II del SNI, CONACYT. Autora de numerosas publicaciones. [stellaarnaiz@yahoo.com.mx]

** Dra. en Turismo por la Universidad Antonio de Nebrija, España. Profesora – investigadora de la Escuela de Turismo y Gastronomía en la Universidad Anahuac, Puebla, México. Investigadora Nacional Nivel I del SNI, CONACYT. Autora del libro Ciudades Turísticas: Desarrollo e Imaginarios. El caso de Careyes y Nuevo Vallarta. [fernandacesarnaiz@yahoo.com.mx]

1 INTRODUCCIÓN

En el turismo de masas hay dos íconos de “ciudades turísticas”, en Europa Benidorm, la “New York del Mediterráneo” y Cancún, el “Caribe mexicano”. A mitad del siglo XX coincidiendo con el auge del turismo de masas y con una década de diferencia se han construido estos dos grandes monumentos a la actividad que tiene mayor dinámica en la sociedad del consumo: el turismo.

El tema de comparar ciudades turísticas hoy está en la agenda del turismo global ya que, durante 2017, ha emergido un movimiento ciudadano que se autodenomina “turismofóbicos”, pero que no significa odio al turismo sino a la pérdida de la calidad de vida por exceso de turistas, que genera un desbalance en las ciudades patrimoniales y se refleja en el malestar social derivado de esto.

En este caso las ciudades turísticas están menos expuestas a esa reacción social derivada del auge turístico que las ciudades globales, pero igualmente el problema es una alerta general a los excesos de carga humana en los destinos y un abierto llamado a regular el espacio social compartido entre turistas y ciudadanos.

Consideramos que el turismo es un modelo de desarrollo dentro del sistema capitalista, con todos los atributos para crear, transformar y construir un proceso de acumulación de capital desde su actividad central dentro del modelo que lo aloja. Genera economías que se van integrando a diferentes escalas al clúster del destino.

Es un modelo dentro del modelo general del capitalismo porque reproduce su lógica y juega un papel importante en el desarrollo del sistema hegemónico. Un modelo que ha evolucionado de actuar en la periferia, como algo de excepción, a una nueva situación, ya que el ocio y el trabajo están unidos hoy en una compleja relación donde es difícil separar o verlos en forma diferente a ambos (CÉSAR, 2015).

El trabajo parte de un análisis de la emergencia de estas ciudades, su desarrollo hasta llegar a la actualidad a fin de hacer un recuento comparativo entre ambas para entender los modelos logrados y los problemas que debieron superar.

Si partimos teóricamente que ambas ciudades son parte del sistema con iguales características generales, las diferencias estarán dadas en las especificidades de cada modelo que ellas representan.

Como los análisis los realizamos a partir de una lectura integral es que nos basamos en la teoría de la totalidad, según el enfoque de Lefebvre, en este caso optamos por el concepto de totalidad abierta y

cambiante ya que se trata de realidades sociales que son profundamente cambiantes. Esta totalidad abierta permite envolver a otras totalidades igualmente abiertas pudiéndose implicarlas a profundidad. Por ello, la concepción de totalidad abierta se aplica a las investigaciones sociales (LEFEBVRE, 2011).

2 BENIDORM: LA “NEW YORK DEL MEDITERRÁNEO”

Los que hemos vivido los grandes problemas derivados del turismo de masas como es el caso de la Costa del Sol, nos cuesta mucho reconocer que Benidorm es, dentro de los parámetros actuales un éxito pese a la masividad y que por ello no hay los problemas de turismofobia que viven las capitales culturales del mundo Mediterráneo, e inicialmente creemos que es algo construido con un solo fin: el de ser una ciudad turística.

Benidorm es definido como la máquina del turismo más eficaz de España, con una densidad mayor a la ciudad de México (2001), y que a comienzos del siglo XXI acogía el 6% del turismo en España, basa su éxito en un profundo y detallado análisis del comportamiento turístico y una óptima gestión logística (MAAS, 2000).

El actual sitio de Benidorm tiene ocupación humana desde la edad de bronce, siendo el primer asentamiento estable el de Tossal de la Cala, uno de los poblados más estudiados del Mediterráneo español. La ciudad turística de Benidorm tiene una larga historia que comienza a ser recordada tras la conquista del territorio por parte de Jaime I, a finales del siglo XIII.

En el siglo XVII, la Señora de la ciudad Doña Beatriz María de Fajardo Mendoza regula la canalización de las aguas de unas fuentes próximas convirtiendo extensos campos de secano en regadío, lo cual prepara la población para una nueva fundación. Así el 8 de abril de 1666 se le concede la segunda carta de población regulando la vida y economía de los pobladores de esta región (COUTO DE GRANJA, 2003).

En 1701, la población de Benidorm no alcanzaba los 200 habitantes, pero al siglo siguiente se multiplicaría por diez, llegando a sumar más de 2,700 habitantes.

Se considera que la actividad pesquera fue una de las principales causas para lograr ese elevado crecimiento demográfico, el cual siguió a lo largo del siglo XIX, mientras comenzaban las actividades vinculadas al futuro turismo, con la inauguración del Balneario de la Virgen del Sufragio, que atrajo a habitantes de las poblaciones próximas a Benidorm.

A comienzos del siglo XX, en 1907, se publicó un Proyecto de Ordenanza de Policía Urbana y Rural de la Villa de Benidorm, donde se articulan las medidas para preparar a la población para el nuevo fenómeno económico, el turismo, que pocos años después comienza con la construcción de los primeros chalets de playa a turistas españoles de Madrid y la provincia, a la par que se construían los primeros hoteles (COUTO DE GRANJA, 2003).

En 1925, se produjo la ampliación del puerto y comenzó la construcción de las primeras viviendas unifamiliares de Playa Levante, actividad que se suspenderá con la guerra civil y, al finalizar ésta, comienza a repuntar rápidamente el turismo (PELÁEZ et. al., 2001).

En 1956, el Ayuntamiento aprobó el nuevo ordenamiento urbanístico de la villa con la finalidad de crear una ciudad concebida para el ocio turístico, con calles bien trazadas y amplias avenidas siguiendo la configuración de las playas. A partir de entonces, se produjo un fuerte desplazamiento de las actividades tradicionales (pesca y agricultura) hacia el sector servicios originado por el turismo, que se convirtió desde entonces en la base de la prosperidad de la ciudad.

Este plan pionero en España fue el cimiento de un desarrollo urbano siguiendo las pautas más adelantadas de la época, esto coincide con la llegada de los primeros turistas ingleses a Benidorm. El desarrollo de los rascacielos se inicia entre 1968 y 1973, período en el que se inaugura el aeropuerto internacional de Altet, que permitió una buena conectividad con los principales mercados emisores europeos.

Para Fernández Fuster, entre 1969 y 1974, se inicia el rascacielismo, o sea, la construcción de rascacielos para dotar de infraestructura a Benidorm, pero los cambios comienzan en 1967 cuando se cambia al Alcalde y se inicia una nueva etapa con Jaime Barceló Pérez, que reemplaza a Pedro Zaragoza, que había llevado el proyecto con edificios de no más de tres plantas, lo cual cambia con el nuevo alcalde (FERNÁNDEZ FUSTER, 1991).

El nuevo Benidorm se consolida en la etapa del alcalde Jaime Barceló hasta 1987, donde tiene su mayor dinamismo el rascacielismo, pasando de los veinte a los treinta pisos. En forma paralela se dan nuevos proyectos como la ciudad patricia, 350 apartamentos en edificios de tres pisos para turistas residenciales de la tercera edad, y esta ciudad muy particular forma parte del ensayo mundial de gerontología.

Este nuevo desarrollo, de ciudad para la tercera edad, no vende ni alquila apartamentos, solo vende el derecho de uso, la antesala de un tiempo

compartido, y desde 1987, unos 150 apartamentos estaban a disposición de las Fuerzas Armadas y ocupados por turnos.

Pero los grandes avances no podían ocultar el proceso de transición que genera un profundo cambio social derivado de la modernización económica, resultado del turismo, que termina modificando las sociedades, que hoy son destinos turísticos residenciales en la región en el marco de una insuficiente y deficiente gestión turística (MANTECON, 2008).

El proceso de desarrollo de Benidorm, en la segunda mitad del siglo XX, se explica de diferentes maneras, pero todas concatenadas y articuladas para poder entender el complejo fenómeno. Así, los expedientes de obra de la ciudad evolucionan y los de nueva planta y los de adición pasaron de ser un mínimo en 1951 con solo 6 de nueva planta y 66 de adición, un total de 72. A partir del 1955 suben a 55, en el 1962, 103 y así van ascendiendo y retrocediendo hasta ser un total de 1,120 en 1970 sumados a 1,587 expedientes de adición, lo que hace un total de 2,707 (GABINO y SERRANO, 2003).

Al comenzar el siglo XXI tenemos esta ciudad turística, que por derecho propio e iniciativa de muchos se transforma en un paradigma de la sociedad del bienestar social en Europa, luego de varias décadas de guerras y sus consecuentes períodos de hambrunas y penurias.

El conteo de cuatro décadas de desarrollo da resultados verdaderamente sorprendentes para el censo del 2000, ya que la ciudad está desarrollada en 3,788 hectáreas, donde se concentran 126 hoteles, 5 hostales, 10 camping, 6,496 apartamentos turísticos reconocidos, 389 restaurantes, 266 cafeterías, 156 discos bares, 145 establecimientos dedicados al ocio, incluido el parque Tierra Mítica, 65 entidades bancarias, 159 inmobiliarias, 371 empresas de construcción, 2,265 comercios y centenares de despachos profesionales y técnicos (PÉREZ, 2003).

De 1961, año que tenía censado una población de 6,202 habitantes se pasó en el 2001 a 62,501 habitantes lo que significa que Benidorm creció un 1,007%, que a nivel turismo representa más de 10 millones de pernoctaciones por año, que realizan 4 millones de turistas por temporada, la gran mayoría de clase media tendiendo a baja y, de ellos, muchos extranjeros, principalmente ingleses.

Para el 2015, o sea, a seis décadas del comienzo del cambio, los residentes en Benidorm eran 72,154, de los cuales un 65.54% eran españoles y un 34.46% eran extranjeros, todo esto sin contar la población flotante que hay durante todo el año y especialmente en verano y los fines de año.

Las cifras del turismo no concuerdan con el crecimiento de éste, ya que los hoteles en quince años tuvieron un crecimiento ínfimo, solo dos nuevos, los hostales se redujeron de cinco a tres, y emergen nueve pensiones y lo mismo ocurre con los apartamentos que en el 2000 eran 6,496 y en el 2015 quedan 4,521, siendo la duda si estos cambios corresponden a la nueva correlación de alojamiento regulado y no regulado, o muchos se transforman en viviendas estables en la ciudad. Al final, para 2015, hay reconocidos un total de unas 63,000 plazas, de las cuales las hoteleras son 40,087, las de pensiones y hostales 497 y las de apartamentos 22,334 (INE, 2016).

Las pernoctaciones hoteleras en el 2015 fueron de un total de 11.064,330, divididas en mitades entre nacionales y extranjeros y la estancia media está entre 5,5 días y 6, siendo las más elevadas las de enero con 6,51 y las de julio con 6,00 (INE, 2016).

Llama la atención, no a los europeos, pero sí desde Latinoamérica, la alta presencia de los *campings* con 12,816 plazas divididas en 11 *campings*, que se transforman en una propuesta más flexible para el turista de menos ingresos o los que disfrutan de los viajes en caravana. Complementa esta oferta concentrada en esta "ciudad del ocio" los establecimientos de restauración que son 1,146 y los establecimientos de ocio son 87 y variados, incluyendo parques temáticos pioneros.

A nivel de empleo, para el 2015, el total de personas empleadas en los diferentes tipos de alojamientos son 5,555, pero la media de desempleo en ese año fue de 6,226, un 54,4% de mujeres y un 45,6% de hombres.

Benidorm ha sobrevivido y se ajustado a un perfil muy claro de turismo nacional y extranjero de clase media baja, que busca un ocio no costoso y días de sol y fiesta como ofrece la ciudad del ocio, eso ha sido una constante a una población que regresa por temporada por tener apartamentos o porque viene con amigos comunes como una tradición.

Por ello, contra toda la lógica y crítica de expertos en turismo y arquitectos, el modelo es exitoso y hoy frente a la gentrificación más, porque es solo lo que vende una ciudad del ocio a un perfil claramente identificado de turistas nacionales y extranjeros.

3 CANCÚN, EL "CARIBE MEXICANO"

3.1 Antecedentes

En México, el país con mayor turismo de Latinoamérica, la isla de Cancún era una de esas

islas habitadas por temporadas. La misma se sitúa en la costa oriental del mar Caribe, frente a la punta sur de Isla Mujeres que cierra la bahía del Meco; y sus dimensiones son 5,5 millas de largo por ¼ de ancho, y ésta tenía forma de herradura, hoy integrada por puentes a la zona continental.

El proyecto Quintana Roo es una estrategia integral, que responde a una coyuntura interna e internacional, y no puede ser reducida al proyecto Cancún, pese a que es el más emblemático por el éxito obtenido, en corto tiempo.

El Territorio Federal de Quintana Roo fue, junto con Baja California Sur, uno de los últimos territorios nacionales transformados en Estado a mediados de los setenta y, en ambos casos, los mecanismos para lograr generar una población estable mínima para ser Estado se lograron de igual forma: el turismo, la zona de libre comercio, la pesca y agricultura básica (ARNAIZ y CÉSAR, 2009).

Desde 1910 a 1960, el territorio vivía de la pesca y la copra en sus costas y en la selva se extraía el chicle (látex) y los cortes de caoba y otras maderas preciosas, viviendo la gente en campamentos, generando un nomadismo de temporada, que nos habla de población dispersa y poco significativa.

La guerra de castas (1848-1902) le dio al pueblo maya, una visión de que asociaba a la selva como un área de seguridad y a las costas como una zona vulnerable, por la experiencia del desembarco que ocurrió en 1902, cuando el General Bravo arribó para comenzar la etapa final de esa larga guerra, que concluyó muy rápido y de manera sangrienta, ya que la mayoría de los mayas se "diluyeron en la selva".

Las costas del Caribe occidental están blindadas por una larga barrera de coral (Arrecife Mesoamericano) lo cual hacía muy difícil crear puertos hasta los ochenta del siglo XX, que se construye un puerto de aguas profundas de CALICA.

A fines del XIX, el gobierno contrata la construcción de faros y trae a los operadores españoles y sus familias a repoblar las costas del Caribe mexicano, y en la década de los treinta, el gobierno amplía la ocupación y la base económica del territorio con la promoción de la producción de copra en esta amplia y frágil zona.

El grupo económico y político más importante del Territorio era el denominado comerciantes – armadores, que combinaban la navegación con la distribución y se ubicaban en los tres lugares posibles de desarrollar estas actividades, que hasta el día de hoy siguen siendo centros poblacionales importantes: Payo Obispo (Chetumal) en el sur, isla de Cozumel en el centro e Isla Mujeres en el norte.

Los mayas sobrevivientes no reclamaban las costas sin interés económico para ellos, por lo que

esta zona se consideraba a sí misma como “olvidada”, aislada y sin futuro, razón por la que el proyecto Cancún no tuvo oposición de la sociedad.

La crisis total del enclave forestal comenzó en Yucatán con el henequén, que desde fines de los 50 a los 60 se fue acentuando, por la corrupción interna y la competencia de las fibras sintéticas.

Luego vino la crisis de la copra que desapareció con el ciclón Janet (1955) y con ello el sistema de navegación de cabotaje que la movía y la caoba también tuvo grandes destrozos con el Janet, pero el golpe final fue el reemplazo del chicle por un producto sintético, lo que despobló la selva y el Territorio Federal.

3.2 Cancún: sus orígenes

La creación del Fondo de Promoción de Infraestructura Turística (Infratur), luego Fondo Nacional de Turismo (Fonatur), el 22 de mayo de 1969, tuvo como Director General a Antonio Enrique Savignac, que se transformará en uno de los referentes del desarrollo del turismo a nivel mundial, llegando a ser el Secretario General de la OMT.

Con la Revolución Cubana esa región tomó importancia geopolítica y pese a que el país tenía un litoral muy extenso en el Caribe, éste no tenía presencia efectiva, y el vacío turístico dejado por Cuba lo estaban llenando rápidamente Bahamas, Puerto Rico, Jamaica e Islas Vírgenes, entre otros.

Los estudios del período 1967-1970 dieron una proyección del turismo de Mérida, Cozumel e Isla Mujeres, que vaticinaba para 1972 que los turistas ascenderían a 170,000, 75,000 y 29,000 en los tres lugares respectivamente (ARNAIZ y CÉSAR, 2009).

Las razones geopolíticas y de riqueza en esta zona de frontera terminan cerrando un proyecto pionero para Latinoamérica, la creación de un polo turístico y luego un corredor en el Caribe mexicano. El proyecto tenía tres objetivos muy claramente establecidos: primero, nuevas fuentes de trabajo para más de 500,000 campesinos sin opciones; segundo, dar un fuerte impulso a la economía regional, a través de diversificar sus actividades económicas y evitar crisis social y, tercero, controlar esta vasta y rica frontera.

El proyecto de construcción de este gran centro turístico se dividió en cinco sub-proyectos: el primero era crear la infraestructura de transporte, cuya función era comunicar y abrir opciones de comunicación para el polo; por ello el aeropuerto internacional era prioridad; el segundo se orientaba a la ingeniería sanitaria, se debería asegurar el abastecimiento de agua, un líquido de difícil captación en esta zona sin ríos ni lagunas importantes; el tercero era el de la

electrificación, a partir de lograr una interconexión con la red que venía de Yucatán para habilitar inicialmente 5,000 conexiones.

El cuarto era complementario del primero y se orientaba a las comunicaciones vía telefónica, un servicio básico para un polo turístico, planteándose inicialmente 1,000 líneas y servicio de larga distancia, y el último era de urbanización de las partes básicas de la zona hotelera y la futura ciudad.

El financiamiento fue mayoritariamente aportado por el Estado, un 64% que representaban 142.3 millones de dólares, con créditos del Banco Interamericano de Desarrollo por valor de 33.5 millones de dólares, además de 46.7 millones de dólares que genera la venta de terrenos. El 88% era destinado a infraestructura y el 12% a empresas productivas, por ser una región sin equipamiento de ningún tipo.

El proyecto se plantea para tres etapas, las cuales ya están prácticamente concluidas; la primera abarcaba el desarrollo desde la primera playa importante, La Perla, hasta el hotel Camino Real y la capacidad de cuartos a desarrollar se estimó en 6,500, los cuales fueron rápidamente superados; la segunda ocupaba todo el frente marino directo hasta el Club Mediterráneo y de allí comienza la tercera, las tierras más frágiles que igual fueron integradas al turismo.

De 1971 a 1972, el campamento crece hasta reunir más de cinco mil trabajadores que se enfrentaban a una situación en la que muchos no estaban preparados, el trabajo en la selva, así se logra invertir los primeros 30 de los 200 millones asignados para esta etapa.

En ese año, el Departamento Agrario entrega a Infratur, la mayor parte de las 5,000 hectáreas de terrenos federales en poder del Estado, pide que gran parte de estas tierras se destinen a un ejido, que sería el único vecino inmediato de la futura ciudad: el ejido Alfredo V. Bonfil.

El 29 de septiembre, el BID aprueba un crédito por 21 millones para infraestructura a desarrollar en la primera etapa de Cancún y obras en Isla Mujeres, además de los sitios arqueológicos de la zona.

El 23 de junio de 1972 se logra vender el primer predio para hotel de la zona turística a la razón social inmobiliaria del Caribe S.A. de Abraham Cepeda Flores, Benito Álvarez y Luis Manuel Rojo Leytte, este último sobrino del Gobernador territorial en esa época ya fallecido, Don Javier Rojo Gómez.

El plan de esta empresa era la construcción de un hotel que se denominaría Maya Caribe, que sería uno de los pioneros de la futura ciudad, y daría el primer perfil a la misma de hoteles medios, luego se pasa a los grandes hoteles.

Como un aliciente a los constructores del turismo de la zona norte y los pioneros de la

colonización del sur, el gobierno federal continua su obra de apoyo, esta vez otorgando la condición de Zona Libre al Territorio, un atractivo que aprovecha en forma amplia la población del sur.

Así tenemos que, en 1973, a no más de treinta y dos meses de haberse iniciado formalmente el proyecto con obras, llegaba el primer vuelo de la empresa Mexicana de Aviación, era el 5 de febrero y el vuelo de promoción con agentes de viajes y funcionarios arribó a la pista provisional que tenía la futura ciudad, mientras seguía la construcción del aeropuerto internacional de Cancún.

Con todas estas aperturas, sin tomar en consideración la gran cantidad de carencias que existían para operarlas, principalmente en el rubro de abastecimiento, Cancún en 1974 ya tenía, en la incipiente historia hotelera, una capacidad de 332 cuartos.

En 1975, año político para el naciente Estado, el crecimiento de la infraestructura no se frena, ya que es el penúltimo año del Presidente Echeverría y él pretendió y lo logró, entregar una ciudad y no un proyecto.

El Estado, el aeropuerto internacional, las instituciones son el gran avance en organización e infraestructura y, por el otro lado, en ese año de 1975 se abren los primeros grandes hoteles de la categoría gran turismo como son: Camino Real con 381 habitaciones, Hyatt Cancún Caribe con 202 habitaciones y el Stouffer Presidente con 197 habitaciones. Meses antes, en junio se había inaugurado el hotel Aristos, en la zona de playa con 222 habitaciones y el hotel Garza Blanca, mientras que en el centro de la ciudad se abre el hotel Cotty.

Al finalizar el año 1975, Cancún ya contaba con un total de 1,332 cuartos de todas las categorías en 15 hoteles, que generaban un empleo directo a 2,555 personas. La ciudad ya había llegado en dos años de operación como centro turístico a tener 8,500 habitantes, que reciben 100,000 turistas que arriban en 1,013 vuelos.

En Isla Mujeres, en el mismo año, habían arribado un total anual de 70,000 visitantes frente a 100,000 que llegaban a Cozumel; el efecto Cancún comenzaba a ejercer influencia y así la derrama turística se ampliaba geográficamente.

En 1976 se inaugura el hotel Club Mediterráneo, el hotel Dos Playas y el Kin – Ha, lo cual le da infraestructura al Estado para realizar reuniones internacionales que sirven para promover el destino en construcción.

En 1980, se inicia la construcción de la segunda etapa, pero el desarrollo de la primera seguirá hasta fines de los ochentas, cuando el ciclón Gilberto, afecte gravemente al destino lo cual se va

a reflejar en lo social y económico en un cambio de inversionistas y de magnitudes, por lo que la segunda etapa es de inversiones de mayor magnitud orientadas a mega hoteles a fin de poder tener mayor capacidad.

En 1981, Cancún a once años del inicio de los trabajos que concluyeron en una ciudad y gran zona turística, se prepara para lo que sería el evento más importante desde su creación, la Reunión Norte – Sur, a la cual asistirán mandatarios de 23 países y con ellos grandes comitivas y sus respectivos medios informativos.

En el marco de la Reunión Norte – Sur, el diario El País de España en su edición del día 1 de agosto, describe a Cancún como una pequeña península del Caribe mexicano convertida en una fábrica de vacaciones más caras del mundo.

De 1975 a 1989, corto período de una década y media, Cancún pasó de una capacidad hotelera de 15 hoteles y 1,322 cuartos con una ocupación media anual del 61% en 1975, a 103 hoteles y 15, 533 cuartos y ocupación media anual del 57%, cifra que sintetiza el fin de la segunda etapa, la cual es cerrada por el ciclón Gilberto que generó un gran daño en la ciudad y la zona hotelera.

Para el 2005, Cancún tiene un total de 28,977 cuartos de hotel y 23,512, la Riviera Maya. Para el 2016, tenía Cancún y Puerto Morelos un total de 43,000 cuartos y la población estimada de Cancún sobre el millón de habitantes.

4. BENIDORM – CANCÚN: SEMEJANZAS Y DIFERENCIAS

Ambas ciudades del ocio tienen un desarrollo similar, pero a la vez muy diferente y ello se podría buscar en muchos aspectos, algunos de ellos los trataremos aquí.

▪ *La región y su historia*

Se trata de dos ciudades turísticas que se hallan en lugares muy diferenciados entre sí. En Benidorm, ya en el siglo XIX se abre un balneario, el de la Virgen del Sufragio, mientras que la zona de Cancún era en esa época aún dominio de los mayas rebeldes y un lugar aislado.

La región de Alicante donde está Benidorm ya tenía una serie de poblados que habían formado desde el siglo XVIII, organizaciones para poder transformar las tierras de secano en riego; en la zona norte del actual Quintana Roo, había una larga guerra que se inició en 1846 y concluyó en 1902.

▪ *Historia, tradiciones y cultura*

La historia de Benidorm ya registra actividad turística en sus playas y además está en una zona donde se desarrollaba una economía regional que estructuraba a la misma con una sociedad ya cosificada que tenía sus tradiciones alrededor de la religión católica, su cultura, lengua local e identidad.

Quintana Roo era un lugar "maldito", la leyenda negra del campo de concentración de mayas que generó el general Bravo, la explotación inmisericorde en las plantaciones y cortes de maderas en la selva, un trabajo semi-esclavo, que llevaba a la muerte a muchos trabajadores por los animales de la selva o los propios mayas que defendían su territorio. Esta zona es poblada con gente que venía huyendo de diferentes lugares; no había más autoridad que los jefes en los campamentos. El único lugar cercano con una mínima cultura era Isla Mujeres, pueblo de pescadores, aislado y solo integrado cada varios meses por barcos que pasaban o se refugiaban en su bahía.

▪ *La coyuntura y la emergencia del turismo*

La emergencia del turismo moderno, en la segunda mitad del siglo XX, tuvo motivos diferentes entre los dos destinos. Benidorm forma parte de la salida que se plantea la dictadura Franquista a partir del turismo, pero con características propias ya que es promovido desde el Ayuntamiento local. El auge del turismo en España fue fundamental para impulsar este proyecto inicialmente de turismo nacional y luego se fue integrando el internacional, principalmente ingleses jubilados.

Cancún nace como un proyecto geopolítico, para controlar la costa Caribe de México en medio de la guerra fría y el auge de Cuba, por ello tuvo un gran apoyo de la banca mundial y se dieron los créditos más altos de la época. Se creó para ocupar, para tener control de las costas en un área donde hoy llega el narcotráfico desde Colombia, lo cual la hace más importante para la seguridad nacional.

▪ *Planificación, gestión y gobernanza*

Benidorm se planificó y, con ajustes y cambios de gobiernos, se mantiene en gran parte el proyecto lo que se refleja en las zonas de reserva, hoy de amortiguamiento frente a la carretera. El proyecto hacia arriba requiere de menos territorio, en este punto está una diferencia de fondo con el desarrollo de Cancún.

Por ello este destino caribeño fue un éxito y lo sigue siendo, pero los impactos del turismo son brutales, y ésta es la principal diferencia con

Benidorm. Se planificó, pero la corrupción oficial y de los empresarios transformaron todo y así se dio una sobre masificación que afectó irremediablemente la isla y la laguna Nichupté.

▪ *Migraciones y asentamiento humanos*

Una de las características de Cancún, y de todos los CIP y desarrollos masivos en México, es la generación de ciudades precarias, antiguos campamentos que se pegan a los destinos y terminan siendo el lastre para el desarrollo social, ya que están habitadas por la población más pobre del destino.

Esto no ocurrió en Benidorm, por ello esta ciudad turística no está cercada por zonas marginales de chabolas, que en otros países se conocen como favelas o villas miseria; esta diferencia es fundamental, porque el municipio tenía pueblos y mano de obra para la operación de Benidorm, siendo los inmigrantes un grupo menor y asociado a inversionistas y operadores de proyectos turísticos.

▪ *Amenazas foráneas*

Cancún es un destino amenazado por tres grandes problemas que veremos a continuación y que son:

- ✓ Las grandes reservas de población pobre, mano de obra sin calificación y con mínimas oportunidades de integrarse a los servicios, la cual es carente de educación y, por ello, potenciales parados de largo tiempo. Esto puede llevar a caer a muchos jóvenes "nini" (ni estudian ni trabajan) en el dinero fácil que ofrece la economía criminal.
- ✓ El narcotráfico y la economía criminal que se desarrollan en la región, por ser esta zona de arribo de la droga que viene de Colombia.
- ✓ Una sociedad violenta fruto de los dos elementos antes citados, que combinados tiene a más del 70% de la población, son un peligro muy grande, generando situaciones de alta violencia en la región, por ciclos.

Benidorm podría tener amenazas en la coyuntura política europea, ahora con Brexit, como hoy se beneficia de la caída de Turquía y Túnez, dos competidores importantes, pero no está amenazado por la pobreza marginal que es mínima.

▪ *Diferente urbanismo*

Cancún fue diseñada como un modelo de apartheid, con tres zonas urbanas:

- ✓ Una zona hotelera con todos los servicios y

administrada desde el centro del país por Fonatur, allí vivían extranjeros y empresarios.

- ✓ La ciudad es un centro de apoyo al destino, que inicialmente tuvo un trazado vanguardista y luego se alteró por la especulación y la corrupción oficial. Ha estado gobernada por el municipio. Tiene todos los servicios pero menos que la zona hotelera.
- ✓ Colonia Puerto Juárez, "el campamento", allí no hay planificación ni servicios, se van logrando con lucha social. Los primeros 25 años fue operada por un Fideicomiso y luego pasa a depender del municipio. Es la zona donde vive el 75% de la población y la gran mayoría en pobreza.

Benidorm es lo contrario, es una ciudad compacta, donde no se ven a nivel ciudad grandes diferencias; en la periferia rural hay poblados que alojan trabajadores de la ciudad del ocio, pero son la gran mayoría residentes históricos o de varios años atrás.

▪ *Calidad de vida y del destino*

Benidorm, como un lugar de clase media, la calidad de vida entre los que viven y trabajan y los visitantes no es tan asimétrica, al menos no se plantea esto como un problema. En Cancún es un problema central la profunda asimetría de la sociedad cancanense, lo que incide en el ambiente social, comenzando por las diferencias a niveles de las zonas de viviendas.

▪ *Los turistas*

Los turistas que van a Cancún son de diferentes niveles de clase media desde la alta a la muy baja, dado que se vende en paquetes muy asequibles, principalmente para norteamericanos y canadienses y también otros para mexicanos.

Benidorm ha mantenido un perfil de turista muy homogéneo entre clase media y baja tanto nacional como extranjero, y no se ven asimetrías profundas en las viviendas y colonias, lo cual no contamina el ambiente social de una zona de ocio y placer como es una ciudad turística.

Los turistas de Benidorm son turistas vulgares, comida vulgar, ropa vulgar, ocio vulgar y todos están alojados a no más de 250 metros de la playa, calles de bares, comidas rápidas. Cada grupo de turistas por país tiene sus lugares de reunión, allí beben la misma cerveza que en su país, con la diferencia de que en la ciudad del ocio si hay sol.

5 CONCLUSIONES FINALES

Benidorm es la ciudad de rascacielos y pequeños departamentos, aglomeración en altura, ciudad de balcones, amontonamiento en la playa, en los edificios, en las calles, la gente disfruta de la proximidad, la comida muy homogénea y a diferencia de España es considerada bastante insulsa. Es una ciudad de entretenimiento para un sector mayor de turistas, por ello los bares abundan y están por cientos. Es una ciudad de entretención que complementa el ocio de los cruceros y en tierra también los hay similares por edad.

Cancún es una ciudad más para jóvenes y eso fue a consecuencia que se ha ido deteriorando lo cual fue aprovechado por los Spring Breakers, pero también con grupos de clase media alta que lo consideran un buen destino, ya que no salen de la zona hotelera.

Ambos son exitosos porque han asumido sus fortalezas y debilidades, uno más y otro menos, ya que Cancún intenta salir de esa situación, pero no ha podido porque sigue la lógica de una sociedad asimétrica.

Aquí queda claro que la diferencia de resultados en cuanto a impactos en la sociedad y la tipología que asumen como destino es que, al ser ambos modelos de un mismo sistema, la lógica que rige en cada país va a ser determinante en estos casos. Benidorm está dentro de uno de los países más desarrollados turísticamente y, a su vez, está ubicado en una Autonomía con un muy alto desarrollo económico y diversificado que no genera los procesos migratorios que han incidido negativamente en Cancún, al ser la única opción de empleo en toda la región de sureste mexicano.

REFERENCIAS

- ARNAIZ, S.M., CESAR, A. *Geopolítica, recursos naturales y turismo. Una historia del Caribe mexicano*. México. Universidad de Guadalajara, 2009.
- AYUNTAMIENTO DE BENIDOR. Benidorm en Cifras 2016. http://benidorm.org/sites/default/files/documentos/benidorm_en_cifras_2016_web.pdf
- CÉSAR, A. (2015) El turismo: un modelo de desarrollo. En *Revista Latino Americana de Turismología*. Vol. 1. No. 1. Pp. 16 – 26. Juiz de Fora.
- COUTO DE GRANJA, A. Benidorm sus orígenes. En Benidorm Estilo. Ayuntamiento de Benidorm, 2003.
- FERNÁNDEZ FUSTER, L. *Geografía general del turismo de masas*. España. Alianza editorial, 1991.
- GABINO, A.; RODRÍGUEZ, M. S. El crecimiento urbano de Benidorm según expedientes de obras 1950-1970. Alicante, *Investigaciones Geográficas*, n.30, p. 119-133, 2003.

- INE. Pernoctaciones y estancias medias 2015. En Benidorm en cifras 2016.
http://benidorm.org/sites/default/files/documentos/benidorm_en_cifras_2016_web.pdf
- LEFEBVRE, H. (2011) La noción de totalidad en las ciencias sociales. En *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*. Vol. 13. No. 1. Enero – abril. Pp. 105 – 124. Universidad Rafael Belloso Chacín. Venezuela.
- MAAS, W.; HARDEL, M.; OUWERKERK, P. *Costa Ibérica: Hacia la ciudad del ocio*. España. Actar D, 2000.
- MARTÍNEZ, J. J. G. *Arquitectos holandeses ironizan sobre el modelo de Benidorm*. España. El País. 17 de septiembre, 2000.
https://elpais.com/diario/2000/09/17/cvalenciana/969218292_850215.html
- MANTECÓN, A. Procesos de urbanización turística. Aproximación cualitativa al contexto ideológico. Alicante. *Papers*, n.89, p. 127-144, 2008.
<http://www.raco.cat/index.php/papers/article/viewFile/119886/159785>
- NOLASCO - CIRIGUEDA, A.; SERRANO – ESTRADA, L.; MARTI – CIRIQUIAN, P. *Experiencias turísticas asociadas al desplazamiento: El caso de Benidorm*. Alicante. Universidad de Alicante, 2014.
- PELÁEZ - CAMPOMANE, G. J.; PARELLADA, A. M. *Análisis urbanístico de Barrios Vulnerables en España*. 03031 Benidorm. España Politécnica, 2010.
<http://habitat.aq.upm.es/bbvv/municipios/03031.pdf>
- PÉREZ, M. S. *Un modelo de que aprender*. En Benidorm Estilo. Ayuntamiento de Benidorm, 2003.

Processo Editorial / Editorial Process

Editor Chefe/Editor-in-chief: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido em 07 de dezembro de 2017; aceito em 31 de Janeiro de 2018; publicado online em 28 de Fevereiro de 2018.

Received on December 07, 2017; accepted on January 31, 2018, published online on February 28, 2017.

Artigo original / Original article. Seção revisada por pares / Double blind review section.

EL DESARROLLO TURÍSTICO Y LA UTOPIA DE LA SUSTENTABILIDAD EN BAHIA DE BANDERAS, NAYARIT

Sandra Luz Zepeda Hernández*
Fabiola Cristina Costa de Carvalho**

Resumen

El enfoque económico del turismo ha sido rebasado paulatinamente a través de estudios más complejos de la realidad que se modifica a causa de este fenómeno social. Es así como en el presente documento se plantea como concepto central el turismo como modelo de desarrollo en el sistema capitalista, en este caso, implantado a partir de la aplicación de la política pública federal. Se busca ejemplificar a través de la focalización en dos casos emblemáticos del municipio costero Bahía de Banderas, Nayarit/México, el desequilibrio social y ambiental que ha traído consigo el desarrollo del turismo masivo de sol y playa fomentado décadas atrás. Lo anterior se coloca a la luz de los objetivos planteados por la Organización Mundial del Turismo (OMT) al declarar el 2017 como el año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo. El análisis documental y la evidencia empírica permiten inferir importantes desequilibrios que intervienen en la realidad social minimizando las posibilidades de alcanzar los objetivos de la agenda OMT al año 2030.

Palabras Clave: Turismo. Sustentabilidad. Bahía de Banderas.

DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO E UTOPIA DE SUSTENTABILIDADE NA BAHIA DE BANDERAS, NAYARIT

Resumo

O enfoque econômico do turismo foi gradualmente superado através de estudos mais complexos da realidade que é modificada por causa desse fenômeno social. Assim, neste documento, o turismo é considerado como um conceito central, como modelo de desenvolvimento no sistema capitalista, neste caso, implementado a partir da aplicação da política pública federal. Busca-se exemplificar através do foco em dois casos emblemáticos do município costeiro Bahía de Banderas, Nayarit/México, o desequilíbrio social e ambiental que trouxe consigo o desenvolvimento do turismo massivo de sol e praia, promovido décadas atrás. O que precede é colocado à luz dos objetivos estabelecidos pela Organização Mundial do Turismo (OMT) ao declarar 2017 como o Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento. A análise documental e a evidência empírica permitem inferir desequilíbrios importantes que intervêm na realidade social minimizando as possibilidades de alcançar os objetivos da agenda da OMT até o ano de 2030.

Palavras Chave: Turismo. Sustentabilidade. Baía de Banderas.

TOURIST DEVELOPMENT AND THE UTOPIA OF SUSTAINABILITY IN BAHIA DE BANDERAS, NAYARIT

Abstract

The economic focus of tourism has been gradually overcome through more complex studies of the reality that is modified because of this social phenomenon. Thus, in this document, tourism is considered as a central concept as a development model in the capitalist system, in this case, implemented from the application of federal public policy. It seeks to exemplify through the focus on two emblematic cases of the coastal municipality of Bahía de Banderas, Nayarit/Mexico, the social and environmental imbalance that has brought with it the development of massive sun and beach tourism fostered decades ago. The above is placed in light of the objectives set by the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) to declare 2017 as the International Year of Sustainable Tourism for Development. The documental analysis and the empirical evidence allow to infer important imbalances that intervene in the social reality minimizing the possibilities of reaching the objectives of the UNWTO agenda by the year 2030.

Keywords: Tourism. Sustainability. Bahía de Banderas.



Licenciada por Creative Commons
Atribuição Não Comercial / Sem
Derivações/ 4.0 / Internacional

* Doctorando en Ciencias para el Desarrollo, la Sustentabilidad y el Turismo, Universidad de Guadalajara. Maestría en Dirección de Mercadotecnia, Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas, U de G. Coordinador Área Análisis e Inteligencia Turística del Observatorio Integral de la Región Turística Puerto Vallarta-Bahía de Banderas. Profesor Investigador de Tiempo Completo, miembro del Cuerpo Académico Desarrollo Sustentable y Nuevas Tendencias del Turismo, Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas. www.observatorioit.org lzepeda@utbb.edu.mx

** Doutoranda em Ciências Sociais, Universidad Autónoma de Sinaloa. Mestre em Administração Pública. Bacharel em Turismo. Integrante Centro de Excelência Latino Americano em Turismologia/CELAT e Observatório Econômico e Social do Turismo/OEST, vinculados a Universidade Federal de Juiz de Fora/Brasil. Interessa-se e atua nas áreas de Turismo, Ciências Sociais, Ciência Política e Administração Pública. [fabiolacarvalho.tur@hotmail.com]

1 INTRODUCCIÓN

El desarrollo turístico en Bahía de Banderas, Nayarit/México, ha representado para el municipio una transformación de las actividades económicas, sociales y medio ambientales que se acentúa con la apertura a los grandes capitales a partir del modelo neoliberal, aquellos que se trasladan desde áreas distantes a los espacios turísticos que construyen, obedeciendo siempre la lógica del mercado y en muchos casos provocan altos costos sociales asumidos por la comunidad receptora que se convierte en una sociedad controlada por desarrolladores y empresarios turísticos (CÉSAR y ARNAIZ, 2006, CÉSAR, 2015).

En ese contexto, recientemente se ha propiciado la construcción de megaproyectos turísticos en la Riviera Nayarit y, más específicamente, en el municipio objeto de estudio. En estos territorios los grandes capitales han generado una expectativa en la generación de empleo con la venia de los gobiernos locales, estatales y federales en turno.

Por ello, inicialmente se plantea a través del presente documento una introducción a la incipiente experiencia de dos megaproyectos turísticos en curso en Bahía de Banderas. De ahí que no se pretende enunciar de forma exhaustiva el tema, por el contrario, el objetivo es una primera aproximación a los impactos de éstos en el ámbito social y ambiental al contrastarse con las metas planteadas por la OMT en miras a su cumplimiento para el año 2030.

Así, el presente trabajo toma como premisa que el turismo es una forma o modelo de desarrollo que adopta el Estado y se ejerce a través de las políticas públicas establecidas y puestas en marcha, en el marco del sistema capitalista hegemónico, partiendo de César y Arnaiz (2006, 2012) y César (2015) quienes plantean una visión del turismo como modelo de desarrollo inherente al sistema capitalista mismo que se despliega en contradicciones. Una de ellas, refieren los autores, es presentar el turismo como un producto maquillado de la realidad que se vende como la realidad misma, haciendo de lo transformado una nueva verdad, cuya principal función es la de responder a los imaginarios que tiene el hombre en su perspectiva de la búsqueda incesante de nuevos objetos de consumo, en este caso de ocio y placer retomando el enfoque de MacCannell (2003).

El artículo presenta una estructura de seis apartados además de esta introducción. En el segundo apartado se presenta brevemente los antecedentes del tema de la sustentabilidad y la sustentabilidad del turismo en la agenda internacional. En la tercera parte se presentan los contextos estudiados, iniciando con la contextualización del

turismo en México y luego pasando a las características de las intervenciones turísticas en Bahía de Banderas, *locus* del estudio¹. En el cuarto apartado se presenta una síntesis de los resultados encontrados. Se ha buscado lo anterior a partir de una investigación desde un enfoque integral y perspectiva interdisciplinaria (WALLERSTEIN, 2013), que permite la aprehensión de una realidad de naturaleza compleja derivado de la multiplicidad de componentes que lo forman y la interrelación que se establece entre los mismos como lo es el fenómeno turístico (VERA et al., 2013). Finalmente las consideraciones del estudio son exteriorizadas.

2 EL TEMA DE LA SUSTENTABILIDAD EN LA AGENDA PÚBLICA INTERNACIONAL

El concepto de desarrollo sostenible ha sido generalizado y adaptado por muchos países como la única manera de desarrollo equilibrado y justo (LINARES y GARRIDO, 2014). De acuerdo con Lopez y Godoi (2014) desde los siglos XVIII y XX, el capitalismo industrial llevó al desarrollo de las sociedades basado en explotación de los recursos humanos y naturales. Todavía la Revolución Industrial resultó en el desarrollo económico de pocos países y la exploración de los demás. En dicha circunstancias se consolidó el modelo económico capitalista, con el objetivo principal de la generación de renta a través de la explotación de los recursos disponibles.

En el escenario político internacional la crisis ambiental empezó a manifestarse en los años 1970 (CHÁVEZ y OSORIO, 2006). Resultado de la crisis provocada por las reservas de petróleo, que hasta entonces era considerado como un recurso inagotable, comenzó el debate sobre los límites al desarrollo industrial y económico (LOPEZ y GODOI, 2014).

Los debates internacionales empezaron a tratar la necesaria articulación entre el crecimiento económico y la conservación del medio ambiente, en especial respecto de los casos debatidos acerca de las relaciones entre países desarrollados y en desarrollo, sumándose, pues, la dimensión social y

¹ Metodológicamente este estudio fundamentalmente se basa en una reflexión teórica originada a partir de la realidad y confrontada con datos empíricos, de forma ilustrativa. Para la construcción del marco referencial y conocer los aspectos históricos, contextuales y normativos relacionados al tema, se reunió y seleccionó información a través de una investigación documental que permitió estudiar el fenómeno principalmente mediante consulta de documentos institucionales de carácter público e internet. En una segunda parte, se recolectó información de fuentes primarias, utilizando técnicas de investigación de corte cualitativo a través de la observación y recorridos en sitio, así como entrevista a profundidad (RUIZ e ISPIZÚA, 1989) de tipo semiestructurada y focalizada.

ambiental al concepto y a los intentos del progreso (LINARES y GARRIDO, 2014). Es decir, el tema de la vinculación de los conceptos de *desarrollo* y *ambiente* surge en la agenda internacional en un contexto donde emergió la idea de que los costos ambientales y sociales son resultado del modo de producción y de distribución capitalista.

En 1972 se llevó a cabo la Conferencia sobre el Medio Ambiente Humano, organizada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en Estocolmo, Suecia (SALVATIERRA, 2011). De este evento resultó la creación del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), con el fin de concientizar sobre la acción de los ambientalistas acerca del cuidado ambiental (LOPEZ y GODOI, 2014).

El primer concepto de desarrollo sostenible fue elaborado en 1980, por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), el Fondo Mundial para la Vida Salvaje (WWF) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) (LOPEZ y GODOI, 2014). Todavía la discusión respecto a este tema se mantuvo en el ámbito académico hasta 1987, cuando la Comisión Mundial para el Desarrollo y el Medio Ambiente, publicó el documento "Nuestro Futuro Común", conocido como Informe de Brundland (CHÁVEZ y OSORIO, 2006).

La Comisión Brundland escudó por la definición de una estrategia de desarrollo sustentable (SALVATIERRA, 2011) bajo el argumento de que el desarrollo se alcanza cuando se satisfacen las necesidades fundamentales de una sociedad, como la educación, las necesidades culturales, espirituales, además de los logros en la economía (CHÁVEZ y OSORIO, 2006).

Es importante señalar que la conciencia ambiental ha aumentado significativamente en Europa posterior al accidente nuclear de Chernobyl en 1986. El concepto de desarrollo sostenible se difundió, sin embargo, en 1992 cuando se celebró la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo, en Río de Janeiro, Brasil (conocida como Cumbre de la Tierra o ECO-92). En este evento se evaluó como los criterios ambientales fueron incorporados por los gobiernos desde la Conferencia de Estocolmo. Además, se aprobó dos convenciones sobre biodiversidad y cambio climático, que se tradujo en la elaboración del Protocolo de Kyoto en 1997 (MUNTEAL y SIMONET, 2012).

En concreto, los acuerdos se alcanzaron en la preservación del medio ambiente mediante la reducción de las emisiones de contaminantes en la atmósfera. De acuerdo con Lopez y Godoi (2014) el

resultado de la ECO-92 fue el lanzamiento de los documentos oficiales:

- 1) *Carta de la Tierra*, donde se planteaba que los acuerdos internacionales establecidos deberían respetar los intereses de todos los involucrados y proteger la integridad del sistema global de ecología y de desarrollo;
- 2) *Agenda 21*, con el objetivo de implementar programas y acciones efectivas para desacelerar y detener el proceso de degradación ambiental, y de igual forma suscitar el desarrollo sostenible.

Al mismo tiempo, para promover la implantación de los acuerdos deliberados en la Conferencia y buscar la formación de consejos nacionales de desarrollo sustentable, fue creado el Consejo de la Tierra². Después de la realización del evento algunos documentos internacionales fueron desarrollando el concepto de sustentabilidad y celebrando pautas para su aplicación, su incorporación a los espacios de discusión política y en la elaboración de las políticas públicas (CHÁVEZ y OSORIO, 2006).

Veinte años después de la consecución de la ECO-92, en 2012, también en Río de Janeiro, se llevó a cabo la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sustentable (RIO+20), con el objetivo de renovar los compromisos firmados en la ECO-92, respecto al desarrollo sustentable en nivel global; además de identificar y evaluar las fallas de los acuerdos internacionales y de discutir otras formas de recuperar los daños ambientales mientras se sigue el progreso (LOPEZ y GODOI, 2014).

En ese contexto uno de los temas centrales de las discusiones fue la búsqueda por un punto de equilibrio entre los objetivos económicos globales y el desarrollo sustentable (OMT, 2013a).

3 EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA AGENDA DEL TURISMO INTERNACIONAL

En el contexto de emergencia de los debates sobre el desarrollo sostenible, en la década de 1970, surgieron las preocupaciones sobre el desarrollo equilibrado del turismo y la calidad de la actividad turística a través de la conservación de los recursos naturales, sociales y culturales de los destinos turísticos (OMT, 2001; LOPEZ y GODOI, 2014).

Todavía el concepto "turismo sustentable" fue elaborado al final de la década de 1980, oponiéndose al concepto de "turismo de masa". En ese periodo hubo un aumento en los debates acerca de los

² Más informaciones en <http://www.cartadaterrabrasil.org/prt/history.html>.
Aceso en 05 mar. 2014.

impactos del turismo destructivo y desordenado, causado por la falta de planeamiento, y que resultó en pocos beneficios sociales y económicos para las comunidades receptoras, por lo demás de tener producido expresivos resultados negativos sobre el medio ambiente (CAVALCANTI, 2006).

Los temas relacionados a la sustentabilidad entran paulatinamente en las discusiones de la agenda del turismo. Aún la sustentabilidad ambiental es el que predomina en las primeras discusiones de la agenda internacional del turismo. En este contexto la Conferencia de Manila (1980) refleja la configuración de un cuadro vinculado a la conciencia ambiental en el turismo, pues en aquel momento se destacó el debate que resultó en la adopción de nuevos límites al desarrollo de la actividad turística (LOPEZ y GODOI, 2014).

Después de ese evento la Organización Mundial de Turismo (OMT) organizó reuniones y encuentros para debatir ese tema. De acuerdo con Lopez y Godoi (2014) los resultados de dichas discusiones fueron varios documentos oficiales como declaraciones de intenciones, códigos de conducta y reglamentaciones para la actividad turística³.

En 1991, la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST, en sus siglas en inglés), conceptuó que el turismo sustentable como aquel que mantiene el equilibrio de los intereses sociales, ecológicos y económicos, además de conservar los valores naturales y culturales de una localidad (LOPEZ y GODOI, 2014). En este momento ya se demuestra inserido en el discurso institucional otros ejes, además del medio ambiental, como temas relacionados a la sostenibilidad del turismo.

En 1993 la OMT definió que el turismo sustentable atiende a las necesidades de los turistas y de los destinos turísticos, mientras protege y amplía las oportunidades para el futuro, valorando la cultura nacional (Lopez y Godoi, 2014). Luego la "Carta de Turismo Sustentable de Lanzarote" (1995) señala que el desarrollo sustentable es un proceso orientado de gestión de los recursos naturales y culturales en nivel global, con la finalidad de la conservación a las generaciones futuras.

Notase la inserción de la Organización Mundial de Turismo (OMT) y del World Travel and Tourism Council (WTTC) en una posición central en los debates internacionales sobre la sostenibilidad en el turismo. Así en 1996, entre otros documentos producidos, estos actores presentaron al Consejo de

la Tierra la "Agenda 21 para el sector de los viajes y el turismo", recomendando la necesidad de formar alianzas entre los sectores público y privado, además de la sociedad civil que participa en las actividades de la industria del turismo (RABINOVICI, 2011).

En ese periodo los mecanismos para fomentar la participación de los involucrados en la cadena productiva del turismo y otros actores sociales interesados en el desarrollo turístico se volvieron una de las bases para la elaboración y la implementación de políticas públicas de turismo. Así que se direccionó las orientaciones y recomendaciones relacionadas a la desreglamentación y la gestión descentralizada del sector, difundidas a partir de la década de 1980 en Europa y Estados Unidos y de los 1990 en América Latina.

A su vez, en las dos primeras décadas del siglo XXI, el discurso político vincula el concepto de sostenibilidad a una posibilidad para el desarrollo social. En este período se llevó a cabo dos eventos importantes en el año internacional del ecoturismo (2002): en primero lugar la Cumbre Mundial del Ecoturismo, en Québec, Canadá; ocasión en la que se reconocía que la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible (Rio+10), que iba a ser celebrada en Johannesburgo, África, de aquel mismo año, se sentarían las bases de una política internacional para los próximos diez años. En la misma conferencia se reconoció que la sostenibilidad del turismo debe ser una prioridad, por su potencial de contribuir para reducir la pobreza y proteger el medio ambiente en ecosistemas amenazados.

En 2010 la Organización Mundial del Turismo formó el "Global Sustainable Tourism Council" como una organización dedicada a promover la adopción de los "Criterios Globales de Turismo Sostenible" y promover las buenas prácticas ambientales concernidas con la industria del turismo mundial (SECRETARÍA DE TURISMO DE MÉXICO, s/d).

Posteriormente, en la Conferencia Rio+20, en 2012, el turismo fue incorporado por primera vez a un documento de la ONU acerca de los resultados sobre sustentabilidad, cuando se reconoció que él sector es capaz de contribuir para la sustentabilidad económica, social y ambiental, pues está fuertemente vinculado a otros sectores de la economía, contribuido especialmente para la generación de empleos y consecuentemente, la reducción de desigualdades sociales (OMT, 2013).

El 2017 fue declarado en la Asamblea General de las Naciones Unidas del 2015 como el año Internacional del Turismo Sustentable para el Desarrollo (UNWTO y UNDP, 2017). Así se ha establecido 17 objetivos para transformar el mundo, mismos que han sido suscritos por los miembros de la

³ Algunos documentos elaborados en la década de 1980 son la "Carta del Turismo" y el "Código del Turista" en 1985, la "Declaración de Tamanrasset" en 1989, la "Declaración de Haia sobre Turismo", en 1989. (cf. Lopez y Godoi, 2014).

OMT incluyendo a México, los cuales deben de ser considerados en las agendas políticas hasta el 2030.

En este contexto para que sea posible la concretización de la agenda del turismo sustentable propuesta por la OMT es necesario utilizar el concepto de sustentabilidad del turismo que utiliza una perspectiva más compleja; pasando a caracterizarse por el desarrollo de una interferencia organizada y planeada, para que se reduzcan los problemas generados en los destinos turísticos (SOARES y EMMENDOERFER, 2011).

4 EL DESARROLLO DEL TURISMO EN MÉXICO

Diversos estudios sobre el desarrollo del turismo en México consignan que éste representó una salida hacia el desarrollo regional en zonas deprimidas del país. Históricamente, el puerto de Acapulco sirvió como puente comercial Filipinas-Nueva España, aunque su fama internacional se debió mucho tiempo después a factores externos en las primeras décadas del siglo XX relacionados con la economía capitalista estadounidense, entre ellos el desarrollo de la industria automotriz, cuya presión por la construcción de carreteras para dar salida a sus productos rindió efecto en México, conectando a la ciudad de Acapulco con la capital lo que facilitó la llegada de visitantes acompañados por empresarios del sector (GÓMEZ, 1974).

De manera análoga, Puerto Vallarta en la costa jalisciense, desconocido hasta la década de los cincuenta, salta a la fama internacional en 1963 derivado del rodaje del filme *La Noche de la Iguana*, y, principalmente, por el romance entre dos personajes del *jet set* hollywoodense, Richard Burton y Elizabeth Taylor. Es así que para inicios de la década de los sesenta se contaba con un destino consolidado y otro incipiente en el Pacífico; el entramado de intereses políticos y económicos, enmarcado en el modelo de desarrollo nacional, abre la puerta para la inversión público-privada en forma de política pública que llevará a la creación de Centros Integralmente Planeados (CIP) en el litoral de los Estados de Quintana Roo, Guerrero, Oaxaca, Baja California Sur y, recientemente, en los 2000, en Nayarit y Sinaloa.

Así a fines de la década de 70 el gobierno y la iniciativa privada impulsaron el turismo masivo, en Puerto Vallarta por medio de importantes inversiones para la construcción de infraestructura, que transformaron el panorama local (GUARDADO, 2009).

La proximidad del municipio de Bahía de Banderas con Puerto Vallarta derivó en una mirada hacia el turismo como alternativa a los problemas que enfrentaba la entidad aprovechando el entorno

nacional e internacional. A nivel federal, en 1970 mediante un decreto presidencial, Gustavo Díaz Ordaz ordenó la expropiación de terrenos costeros con el fin de destinarlos a desarrollos en 8 ejidos del entonces municipio de Compostela. En este mismo año, en la administración federal de Luis Echeverría Álvarez se crea el Fideicomiso de Bahía de Banderas (FIBBA) con la encomienda de administrar los predios expropiados y lograr el desarrollo de los terrenos habitacionales y turísticos expropiados, definiendo a la misma como una alternativa confiable para la inversión turística del Estado y promover el desarrollo regional (FIBBA, 2017).

Se generó entonces una política estatal durante 1988-1993 que implicó el desarrollo económico como componente básico orientando los esfuerzos hacia la diversificación de la estructura económica y el equilibrio regional considerando al turismo. Es en este período que se enfatiza el aspecto regional como elemento de desarrollo y el turismo como alternativa para la promoción del desarrollo de Nayarit (GOBIERNO DEL ESTADO DE NAYARIT, 1988; CASTRO, 2010), hechos coincidentes con la separación territorial de Compostela, formalizando la creación del municipio número veinte del estado de Nayarit en diciembre de 1989, mediante el decreto 7261 en cuya legalidad queda asentado la creación de Bahía de Banderas como municipio libre (INAFED, 2017).

La década de los noventa se distingue por las inversiones dirigidas hacia el municipio de Bahía de Banderas, lo que resultó a nuevas zonas de desarrollo y la renovación del interés público por apoyar el turismo de gran envergadura y altamente competitivo internacionalmente, como los proyectos Costa Banderas y Punta de Mita, que sin embargo han resultado, en centros turísticos muy exclusivos “que no siempre acarrearán beneficios a las sociedades locales” (GUARDADO, 2009, p. 223).

Para el siglo XXI, la política turística federal contenida en el Programa Nacional de Turismo 2001-2006 se articuló con base en cuatro ejes, de los cuales derivan objetivos sectoriales, destacando el que enuncia al turismo como prioridad nacional, que a su vez establece como objetivo el diseño e impulso a una política de Estado en materia turística.

En congruencia con lo anterior, durante el período del gobernador nayarita Ney González Sánchez se asume a la actividad turística como una prioridad y elabora el Programa Estatal de Desarrollo Turístico 2008-2011 el cual establece tres ejes rectores: Sustentabilidad, Competitividad y Diversificación. De este último se desprende la estrategia “Macro proyectos de los sectores productivos estratégicos”, cuyas líneas de acción son la elaboración de un plan de mercadotecnia para dotar a Nayarit de una marca

propia como destino turístico, concretándose así el registro de marca Riviera Nayarit ante el Instituto Mexicano de Propiedad Industrial (IMPI) en el 2007 y posteriormente las denominaciones Lagunas Encantadas, Nayarit Colonial y Sierra del Nayar.

4.1 Bahía de Banderas y los Megaproyectos: casos significativos

En estricta definición, megaproyecto, puede ser definido de acuerdo a la Real Academia Española como el “diseño o pensamiento de ejecutar una obra de arquitectura o ingeniería de grandes dimensiones”, en congruencia con Díaz Orueta (2009) quien distingue en el término “megaproyecto urbano” dos acepciones en función del tipo de intervención en cuestión³.

La primera, refiere a las intervenciones

articuladas alrededor de la construcción de un gran edificio dotado de una fuerte carga simbólica (como puede ser un museo); la segunda, tiene las intervenciones más amplias y con un contenido complejo donde se pueden mezclar usos residenciales y de actividad terciaria, en las que se utilizan nuevas técnicas financieras que fortalecen una estrecha colaboración entre el sector público y el privado (LEHRER y LAIDLEY, 2006; DÍAZ, 2009, p.194).

Con base en lo anterior, es posible considerar como megaproyectos a dos proyecciones turísticas que por sus dimensiones y naturaleza pueden ser un referente en Bahía de Banderas. Por un lado, Litibú, la primera fase del CIP Nayarit, y más recientemente, la puesta en marcha de la construcción del complejo Vidanta, ubicado en la zona limítrofe entre Jalisco y Nayarit.

Figura 1: Ubicación Litibú y Vidanta.



Fuente: Google Maps, 2017.

4.2 Litibú, Breve Historia de un CIP Inconcluso

Como parte de la política turística en México, durante el año 2003 se adquirieron los terrenos por el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) al Fideicomiso de Bahía de Banderas (FIBBA), iniciando con ello Litibú, la primera parte del proyecto CIP Nayarit, en un polígono correspondiente a 151.84 ha el cual se ubica a 3 Km al norte de Punta Mita; la segunda y tercera etapas corresponden a los polígonos El Capomo (hoy denominado Costa Canuva) y La Peñita de Jaltemba en el municipio de Compostela, aunque es de señalarse que en el caso último las negociaciones no se concretaron para la adquisición de los terrenos ejidales, empero, el proyecto tuvo inicialmente una proyección a finalizar en el año 2025⁴.

Cabe señalar que, en 2016 Costa Canuva fue adquirido por Mota-Engil convirtiéndose en la mayor inversión turística extranjera para México, este desarrollo turístico también contará con un campo de golf diseñado por Greg Norman y la golfista mexicana Lorena Ochoa (FONATUR, 2017).

Originalmente el proyecto Litibú incluye la creación de 4,100 habitaciones, campo de golf 18 hoyos, centro comercial y de entretenimiento y clubes de playa. De esta forma, se enfocaría al turismo de sol y playa en el segmento de altos ingresos, con la

pensamiento de ejecutar, o bien, el conjunto de escritos, cálculos o dibujos que se hacen para dar idea de como ha de ser y lo que ha de costar una obra de arquitectura o ingeniería” (RAE, 2017); en este sentido estricto, se puede tomar “macroproyecto” y “megaproyecto” como sinónimos.

⁴ La vigencia de las acciones queda sujeta a las administraciones públicas federales, aspecto que ha influido en la toma de decisiones para la concreción de objetivos, en este caso se toma como referencia El Libro Blanco y los proyectos ejecutivos disponibles a través de Transparencia FONATUR.

³ “Mega”, del griego *mega*, al igual que “macro” del griego *makro*, significa “grande” y; “proyecto”, del latín *proiectus*, que significa en una de sus acepciones la “ejecución de algo de importancia, diseño o

salvedad de la diferenciación de hospedaje entre extensiva-intensiva como ajuste al modelo en función de las preferencias de ese segmento. Sin embargo, se observa que la baja densidad y el menor impacto ambiental se superponen igualmente, debido a la deforestación que “fue necesaria” para la implantación del proyecto, así como el mantenimiento permanente con agroquímicos del campo de golf, plus de los servicios que se ofertan (FONSECA MORALES, 2009, p.99).

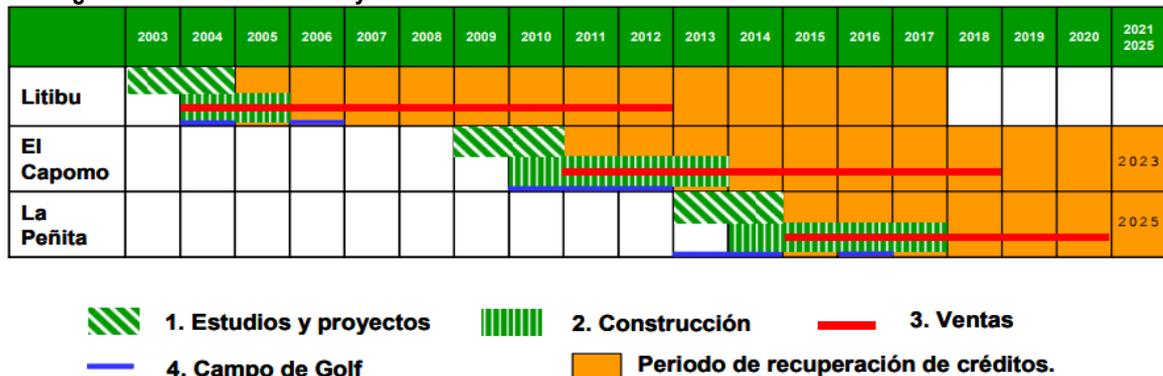
“Litibú representa hasta hoy una inversión total por parte del Gobierno Federal de alrededor de 750 millones de pesos, que se suman a una inversión privada estimada en cinco mil millones de pesos en las diferentes fases del proyecto; esto permitirá generar tres mil empleos directos y casi 10 mil empleos indirectos” (Felipe Calderón, Presidente de México 2006-2012).

Figura 2: Entrada principal Litibú.



Fuente: Propia, 2017.

Tabla 1. Programa de Desarrollo CIP Nayarit.



Fuente: Fonatur, 2006.

Asimismo, de acuerdo al Programa de Desarrollo del CIP (Ver tabla 1), se tiene proyección de recuperación de créditos al 2017, lo que permite inferir un resultado adverso con base en el registro actual de las inversiones en Litibú, mismas que corresponden a los desarrollos La Tranquila e Iberostar y cuyo número de cuartos disponibles asciende a un aproximado de 508 habitaciones⁵ en su conjunto, muy inferior a las cifras esperadas para el presente año.

De acuerdo a declaraciones del entonces Presidente de México, Felipe Calderón Hinojosa, al año 2010 se tenía una inversión aproximada de 750 millones de pesos⁶, y se afirma que 3 de 10 desarrolladores privados comenzaban su construcción; los restantes de acuerdo a contrato se detonarían ese mismo año.

4.3 Litibú y el Desarrollo Sustentable

Adicional a las notables diferencias identificadas en la ejecución y recuperación económica del megaproyecto, como parte del compromiso con los ejes de la sustentabilidad, Litibú contempló en su proyecto acciones de beneficio social y de bajo impacto ambiental, mismas que en la actualidad contrastan con la realidad observada. La zona de influencia directa de Litibú es la localidad de Higuera Blanca, población de 1,360 habitantes al censo del 2010 y con un grado promedio de escolaridad de 7.2 años, por debajo de la media municipal de 8.6 años. De igual forma, el 67% de los habitantes de esta localidad se encuentra con derechohabencia a servicios de salud, porcentaje inferior al estimado municipal de 71% (INEGI, 2010).

De acuerdo a versiones, durante el período 2005-2008 se dio un impulso al empedrado y mejoramiento de las calles por parte de las autoridades con el objeto de contribuir a las obras de desarrollo social en la comunidad afectada, en este caso Higuera Blanca, aunque algunos de sus habitantes van más allá y mencionan que:

⁵De acuerdo a información de la Oficina de Visitantes y Convenciones de la Riviera Nayarit. La estimación de habitaciones es la suma de cuartos, suites y residencias disponibles de ambos complejos.
⁶ Boletín prensa No. 05/10 de FONATUR.

“...ese desarrollo Litibú, estamos hablando que había palmeras de coco de aceite, había otro tipo de árboles que para el medio ambiente sí afectó el haberlos derribado aun a pesar que plantaron otro tipo de palma más chica, pero ahí era una zona espesa que se derribaron para hacer ese desarrollo [...] aun así, el gobierno municipal nos comentaba, son los afortunados ahorita, Higuera Blanca (sic)”⁷

Asimismo, en torno a la forma y estilo de vida de la población autóctona se menciona que

“desde que se pobló este lugar la gente se dedicó a la pesca y así se inició su vida para sobrevivir (...) la gente sigue yendo a pescar, pero como hay más gente hay menos producto”.

los compromisos adquiridos por el gobierno federal. Estas opiniones encontradas se asocian principalmente con el incumplimiento del pago acordado desde la década de los 70’s durante la expropiación de tierras ejidales con fines turísticos, lo que generó inconformidad por la población residente al no recibir el pago completo establecido, así como la entrega de lotes urbanizados y utilidades que esperaban como retribución por sus tierras, ya sea por expropiación directa o comunal. Por otro lado, otro de los aspectos positivos que refieren es la poca restricción que tienen para acceder a la playa, puesto que “solo ocasionalmente” hay restricción en la playa, en palabras de los pobladores *“en algunas ocasiones se restringe la playa carrilleros (...) ha habido seguridad privada y militares”⁸*

Tabla 2. Compromisos adquiridos por FONATUR.

Compromiso	Situación actual
Acceso público a playa equipado con servicios, estacionamiento y áreas comerciales.	Solo hay un acceso de terracería en malas condiciones (Ver imagen 3).
Camino de acceso al club de playa.	No existe.
Saneamiento de las aguas residuales del poblado a través de su conexión con la planta de tratamiento de aguas negras Litibú.	Cumplido ¹⁰
Mejoramiento de la calle Amado Nervo e integración de la misma al camino de acceso a la playa pública.	Cumplido
Mejoramiento de la zona deportiva; incorporación de malla, áreas de sombra y servicios.	Inconcluso. Solo se cuenta con una malla perimetral en una parte, no hay áreas de sombra ni servicios.
Rectificación de trazo y ampliación de sección vial del Boulevard que integra Higuera Blanca-Litibú-Punta Mita.	Cumplido
Mejoramiento del acceso al poblado desde el Boulevard.	Cumplido
Rediseño y equipamiento de la Plaza Principal, atrio, juegos infantiles y área deportiva.	Inconcluso. El apoyo para mejorar la Plaza Principal lo otorgó el Gobierno del Estado.
Mejoramiento y equipamiento del pozo de agua potable.	Cumplido.

Fuente: Datos directos, 2017.

De acuerdo a FONATUR (2006) la obra social del megaproyecto se centró en los rubros descritos en la tabla 2, en la que se describe además la situación actual observada y relatada por pobladores. Derivado de la dificultad para proveer agua potable en la zona (por las condiciones naturales del lugar) el abasto de agua para el complejo se previó a través de la construcción de una desalinizadora que fue inaugurada por el ejecutivo federal en 2010, misma que no se encuentra en operación por los altos costos.

De igual forma pareciese haber una percepción positiva en torno al desarrollo turístico en lo general, asociado a la generación de empleo, sobre todo por las nuevas generaciones quienes se sienten satisfechas con emplearse en los complejos hoteleros, aunque opinión no compartida por aquellos pobladores nativos de edad avanzada quienes refieren la falta de cumplimiento de

Imagen 3. Entrada de acceso a población local.



Fuente: Propia, 2017.

4.4 Vidanta Nuevo Vallarta: un mega proyecto en curso

Grupo Vidanta, nace en 1974 en Mazatlán, Sinaloa, convertido al 2017 en una de las mayores compañías hoteleras del segmento de lujo en destinos de playa, sus complejos tienen presencia además de

⁷ Declaraciones de José Ángel Valdivia García, Delegado Municipal de Higuera Blanca 2002-2005.

⁸ Ibid.

⁹ La operación y el cobro de los servicios de la red de atarjeas y líneas de conducción de alcantarillado, sanitario, así como el suministro de agua potable se encuentra a cargo del organismo operador municipal, el tratamiento de las aguas residuales es operado por personal del complejo.

Nuevo Vallarta, en Riviera Maya, Los Cabos, Acapulco, Puerto Vallarta, Mazatlán y Puerto Peñasco, donde también opera un aeropuerto privado. Es la mayor operadora de campos de golf, tiene 15,000 empleados y sus ingresos ascienden a 700 millones de dólares (mdd), de acuerdo al CEO del grupo empresarial¹⁰.

La concreción de un mega desarrollo de las dimensiones de Vidanta en la franja turística de Nuevo Vallarta en Bahía de Banderas, implica un esfuerzo mayúsculo en inversión y de gestión ante las autoridades competentes. Este complejo de más de 1,000 ha cuenta actualmente con 5 hoteles, 2 km de playa, 40 bares y restaurantes, 1 mercado gourmet, 28 albercas, 2 canchas de tenis, 2 campos de golf (Nicklaus Design y Norman Signature respectivamente) y uno más en construcción de 10 hoyos, así como una inversión de 1,300 mdd en conjunto con la empresa canadiense de entretenimiento Cirque Du Soleil para la creación de un parque temático, lo que le convierte en la mayor inversión del sector en México y por su tipo la primera en Latinoamérica.

Más aún, se anunció en 2016 la inversión adicional de 150 mdd que realizará con Hakkasan, el mayor grupo de restaurantes y clubes nocturnos del mundo, que arrancará de acuerdo a declaraciones del presidente del grupo empresarial Daniel Chávez Morán, con una serie de beach clubs, discotecas y un hotel (EXPANSIÓN, 2016).

Imagen 4: Entrada principal Vidanta (sobre carretera 200, vista sur-norte).



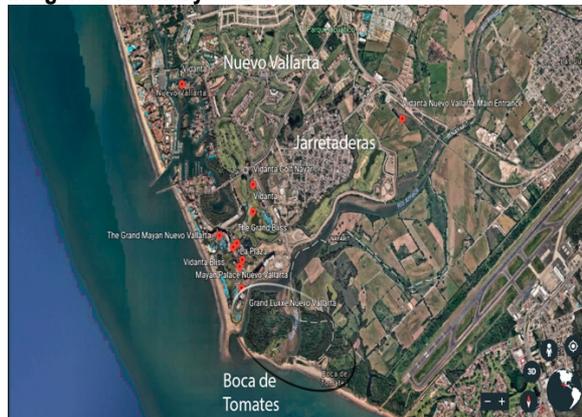
Fuente: Propia, 2016.

La zona de influencia del megaproyecto no solo es el poblado más cercano, Las Jarretaderas, mismo que ha quedado atrapado geográficamente por los desarrollos turístico-inmobiliarios a partir de la década de los 90's (Ver imagen 5), sino que actualmente va más allá de los límites político-administrativos y alcanza el vecino estado de Jalisco.

Como puede observarse en la imagen 5, los

puntos señalados muestran los complejos hoteleros del desarrollo, cuyos límites actualmente alcanzan los terrenos aledaños a lo largo del río Ameca hasta llegar al poblado de Las Juntas en Puerto Vallarta, donde a través de la malla ciclónica se puede observar la maquinaria y camiones rotulados con la marca de la empresa.

Imagen 5: Vidanta y su zona de influencia directa.



Fuente: Google maps, 2017.

4.5 Las Jarretaderas y Boca de Tomates, la Encrucijada

La construcción del mega desarrollo ha venido acompañada de una serie de denuncias legales por las implicaciones ambientales y sociales que trae consigo la expansión del proyecto. Entre otras cosas, se le señala alterar el medio ambiente al modificar el cauce del río Ameca y extracción de material pétreo.

El camino de acceso a documentos oficiales de la SEMARNAT que ayuden a explicar el proceso de expansión y sus posibles implicaciones en la localidad ha sido accidentado desde su inicio, medios de comunicación de circulación local, estatal y nacional han desvelado recientemente que las autoridades federales han confirmado la existencia de una concesión para el aprovechamiento de 62,545.31 m² de terrenos ganados al mar del lugar que se conoce como Boca de Tomates, perteneciente a la delegación de Las Juntas en Puerto Vallarta, tal concesión registrada bajo el expediente 1088/JAL/2012 que concede el título DG2F/720/12 emitida por la Dirección General de Zona Federal Marítimo Terrestre y Ambientes Costeros de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, otorgada a la empresa RGL Arrendadora de Inmuebles S.A. de C.V., vinculada a Grupo Vidanta¹¹.

¹⁰ De acuerdo a Daniel Chavez, Presidente del consorcio Grupo Vidanta (CEO) en entrevista para Forbes México.

¹¹ El documento referido ha sido expuesto en medios locales después de reiterada negación por autoridades federales de socializarlo durante los últimos 4 años.

Las Jarretaderas, con 6,262 habitantes al último censo y cuya población nacida en otra entidad ya ascendía al 72% del total (INEGI, 2010), ha presentado un elevado índice de migración de diversas entidades federativas, principalmente Chiapas y en menor proporción Guerrero, Oaxaca, Tabasco y Veracruz; estados cuyas condiciones socioeconómicas son factores de expulsión de habitantes hacia zonas del país de mayor dinámica económica donde es posible emplearse como mano de obra en la construcción en los desarrollos turísticos (CÁRDENAS, 2014; RIVERA et al., 2015).

El fenómeno migratorio implicó un aumento en la demanda de servicios públicos, tales como seguridad, transporte, salud y educación. Los efectos sociales de estos altos flujos migratorios han sido documentados previamente (CÁRDENA, 2014, 2015; RIVERA, et al., 2015), generalmente derivando en problemáticas de alcoholismo, riñas callejeras y discriminación, además de otros delitos facilitados, en cierta medida, por la falta de vigilancia por la autoridad municipal, pues se sienten “abandonados”¹².

A través de recorridos por el lugar, queda en evidencia el trabajo constante que maquinaria y vehículos rotulados de la empresa realizan en la zona, en congruencia con la queja reiterativa de pobladores en torno a una violación a sus derechos al dejarlos vulnerables por la remoción de material pétreo y modificando el nivel del terreno muy cerca de sus casas lo que ocasionará inundaciones de acuerdo a activistas¹³.

Imagen 6. Modificación al terreno en Las Jarretaderas.



Foto: Santos, J., La Jornada; 2017.

Este hecho puede percibirse como un posible hostigamiento para que “por propia voluntad” decidan vender sus propiedades, práctica que, de acuerdo con opiniones expresadas de pobladores, es habitual para

¹² De acuerdo a la percepción de habitantes oriundos de Las Jarretaderas recabada a través de entrevistas personales.

¹³ Declaraciones que pueden ser consultadas en <http://www.jornada.unam.mx/2017/01/09/estados/027n1est>

apropiarse poco a poco de los predios del pueblo con fines expansionistas.

Es así como la vista del paisaje en los alrededores del pueblo deja en evidencia su situación: por un lado, un pueblo rodeado de toneladas de construcción para abrir paso al desarrollo del turismo (Ver imagen 7) y por otro, un río que está siendo modificado en su cauce para los mismos fines.

Imagen 7. Vista al lado norte, desde la entrada de Las Jarretaderas.



Fuente: Propia, 2017.

Parte de lo mismo es la problemática suscitada en la tradicional zona de Boca de Tomates, en Jalisco, denominada así por ser la desembocadura del río Ameca y cuya playa ha sido el hogar de una abundante biodiversidad así como durante décadas fuente de empleo de los “palaperos”, aquellos que han hecho de una ramada su negocio familiar ofreciendo servicios de alimentos (mariscos) principalmente al mercado local.

Imagen 8. Palapas en Boca de Tomates.



Fuente: Propia, 2016.

La amenaza de desalojo se encuentra latente derivado de la concesión emitida por la SEMARNAT, como se ha confirmado por las autoridades locales y federales. Los once propietarios de las palapas temen por su fuente de ingreso, así como por la injusticia que representaría el no regresar a esa playa, *“He vivido aquí todo el tiempo, aquí aprendí a caminar. Mi padre es nativo del lugar”*¹⁴.

En este sentido, tanto los palaperos como la población local quedan vulnerables ante la expansión inminente del desarrollo turístico, a pesar de la resistencia social por conservar su estilo de vida tradicional. Boca de Tomates ha sido un punto de acceso para pescadores desde el inicio de los pueblos costeros, por lo que también esta actividad de subsistencia familiar queda amenazada, al igual que la Isla de Los Pájaros, refugio de aves migratorias ubicado en medio del río y el estero, hábitat de cocodrilos, aves y tortugas.

Imagen 9. Lanchas en Boca de Tomates.



Fuente: Propia, 2016.

4.6 Discusión

Los dos casos presentados, de los desarrollos turísticos de Litibú y Vidanta Nuevo Vallarta, en Bahía de Banderas, han evidenciado la desconexión entre lo planteado en el discurso institucional (político) y la acción concreta del sector público y privado, cuanto a las intervenciones turísticas, su gestión sustentable, y los efectos de este contexto.

Según argumentado por Soraes y Emmendoerfer (2011), a través de la combinación entre la planeación y organización responsable es posible lograr la sustentabilidad del turismo. Así para que se cumpla la agenda OMT en los casos estudiados sería necesario que, por un lado, los gobiernos y por otro los

inversionistas y desarrolladores de los megaproyectos turísticos, cumplan efectivamente su papel y busquen en sus acciones la calidad a la experiencia de los turistas, sino también la calidad de vida a la población residente de su entorno, que son directa y continuamente afectados por el turismo.

En este contexto algunas acciones concretas que deberían verificarse en un destino turístico sustentable sería la atención a las normas de intervención territorial y natural, la extensión de la infraestructura construida para el turismo a las poblaciones residentes del entorno, la oferta de oportunidades de trabajo digno a los residentes. También los impactos indirectos del turismo, como el aumento de las tasas de consumo de drogas y alcohol, además de la prostitución, que impactan en los índices de seguridad, son algunos de los problemas que deben ser identificados y tratados por las políticas públicas.

Otro problema observado es que la expansión turística atormenta el sentido de pertenencia de la gente que ha vivido en estos lugares transformados por la dinámica turística y puede generar la exclusión social, por ejemplo, por medio de los bloqueos a los accesos a las playas, sea para el ocio o para el trabajo. Sin embargo estos son efectos no solamente del turismo, sino del modelo hegemónico (CÉSAR y ARNAIZ, 2006; CÉSAR, 2015), que para promover la prosperidad genera efectos perversos y contradictorios, y que funcionan como un motor que mantiene el propio sistema de dominación, por la creación de imaginarios, en que la esencia es consumo de lugares y experiencias.

5 COMENTARIOS FINALES

Los Objetivos del Desarrollo Sostenible¹⁵ buscan poner fin a la pobreza, luchar contra la desigualdad y la injusticia y hacer frente al cambio climático para el año 2030. En este sentido el establecimiento de las políticas públicas de turismo se justifican por el discurso de la sostenibilidad que se relaciona a la actividad. En el caso específico de México la vertiente neoliberal que sigue los gobiernos ha establecido una relación cercana con las inversiones de capital privado para el desarrollo de los Centro Integralmente Planeados desde su primera generación hasta la década actual. Estos megaproyectos, sin embargo han contribuido para el desarrollo turístico del país, aunque los costos para las

¹⁴ Declaración de Cecilia Espino, dueña de palapa, documentado por Santos, J., publicado en La Jornada, el 26 de marzo de 2016.

¹⁵ Si bien existe un debate en relación al uso de los términos “sostenible” y “sustentable” en la literatura, para el caso que ocupa la presente investigación se utilizan de manera indistinta en virtud de la falta de distinción por la OMT y los documentos oficiales emitidos por los países miembros, entre ellos México.

poblaciones cercanas a los emprendimientos han sido altos, o poco favorables, a la medida en que ha generado resultados relacionados al aumento de las desigualdades sociales y en la calidad de vida para la gente que no tiene la posibilidad de calificarse para ocupar los cargos directivos en estos emprendimientos. De este modo, si por un lado los objetivos que fundamentan una política y los compromisos firmados en conferencias internacionales sobre la sostenibilidad, como la Eco 92 y Rio 2010, y las directrices específicas de la sostenibilidad del turismo, se reproducen en los discursos políticos, por otro lado los efectos en la realidad son distintos.

En esta realidad se encuentra Litibú y Vidanta Nuevo Vallarta, este último cuenta con el reconocimiento Earth Check y Distintivo S, lo que parece una paradoja cuando se coloca en la amplia óptica de las implicaciones que genera el desarrollo turístico en la zona de influencia.

En suma, los intereses que persigue el turismo son inherentes al sistema capitalista y se contraponen a los que persigue el desarrollo sustentable, por lo que los avances en materia de sustentabilidad son irregulares generando desequilibrios en las dimensiones que abarca (económico, social, ambiental) y, por tanto, se convierte en un proyecto utópico frente a los objetivos planteados por la Organización Mundial del Turismo de cara al año 2030.

REFERENCIAS

- CÁRDENAS GÓMEZ, E. P. *Chiapanaecos en la zona metropolitana de Puerto Vallarta*. Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara, 2014.
- CASTRO, U. *Estructuras Regionales Emergentes y Desarrollo Turístico Sustentable: La región Costa Sur, Nayarit, México*. Tesis Doctoral, 2010.
- CAVALCANTI, P. A. B. *Um Olhar Crítico sobre o Conselho Nacional de Turismo: Articulação do Setor, Legitimidade e Auto-Interesse na Construção das Políticas Públicas*. 143 f. Dissertação (Mestrado) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo. São Paulo: SP, 2006.
- CÉSAR DACHARY, A. El Turismo: un modelo de desarrollo. *Revista Latinoamericana de Turismología - Rlat*. V. 1, n. 1, 2015, pp. 16-26.
- CÉSAR DACHARY, A.; ARNAIZ BURNE, S. M. *Territorio y Turismo*. Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara, 2006.
- CÉSAR DACHARY, A.; ARNAIZ BURNE, S. M. *Territorios Globalizados del Turismo Rural*. Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.
- CHÁVEZ, E. S.; OSORIO, J. A. Turismo y Sustentabilidad: de la teoría a la práctica en Cuba. *Cuadernos de Turismo*, n.17, Enero – Junio, 2012.
- DÍAZ ORUETA, F. El impacto de los megaproyectos en las ciudades españolas. Hacia una agenda de investigación. *Estudios Demográficos y Urbanos*, p.193-218, 2009.
- FIDEICOMISO DE BAHÍA DE BANDERAS. (2017). Página Oficial. Obtenido de FIBBA: <http://fibba.gob.mx>
- FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO. (28 de febrero de 2010). FONATUR. Obtenido de Página Oficial: http://www.fonatur.gob.mx/movil/es/comunicacion/index.asp?cve_sec=222
- FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO. (ND). Transparencia. Obtenido de Libros Blancos: <http://www.fonatur.gob.mx/gobmx/transparencia/LibrosBlancos/4%20CIP%20Nayarit.pdf>
- FONSECA MORALES, M. A. Punta Mita en la dinámica del desarrollo turístico regional. *El Periplo Sustentable*, p.85-108, 2009.
- GÓMEZ JARA, F. Acapulco: Despojo y Turismo. Problemas del Desarrollo. *Revista Latinoamericana de Economía*. UNAM, 126-147, 1974.
- GRUPO VIDANTA. Página Oficial. Obtenido de <http://www.grupovidanta.com/>, Acceso en: 12 de septiembre de 2017.
- GUARDADO, G. M. Turismo, globalización y desarrollo local: Puerto Vallarta y los retos del porvenir. *Estudios Demográficos y Urbanos*, El Colegio de México, A.C., vol. 24, núm. 1, enero-abril, 2009, pp. 219-247
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA. Página oficial, 2010. Obtenido de INEGI: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=18#>
- INSTITUTO NACIONAL PARA EL FEDERALISMO Y EL DESARROLLO MUNICIPAL. (2017). Página Oficial. Obtenido de INAFED: <https://www.gob.mx/inafed>
- LINARES, H. L.; GARRIDO, G. M. Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural - Pasos*, n.12, v.2, p.453-466, 2014.
- LOPEZ, M.P.V.; GODOI, C.K. *Procedimentos Metodológicos Encontrados no Turismo Sustentável*. En XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. Universidade Federal do Ceará, 2014.
- MACCANNELL, D. *El Turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona. 2003.
- MUNTEAL, O.; SIMONET, A. C. *Sustentabilidade da política de turismo no brasil e desenvolvimento do ecoturismo*. XXII Congresso Pan Americano de Escolas de Hotelaria, Gastronomía e Turismo, 2012.
- NARVÁEZ, J. (09 de marzo de 2009). Fracaso el centro turístico de Litibú, Nayarit, señalan ONG. *La Jornada, versión en línea*, pág. 37.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Página Oficial, 2017. Obtenido de OMT: <http://www2.unwto.org/es>
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO – OMT. UNWTO Annual Report 2012. Spain. Disponible en: <http://www2.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2012>. Acedido en 31 de jan. 2014.
- RABINOVICI, A. Ambientalismo, Organizações Não Governamentais e a Busca pela Sustentabilidade no Turismo. *Turismo em Análise*, n.22, v.1, 2001.

- RAMÍREZ TAMAYO, Z. (17 de mayo de 2016). La fantasía de 1,300 mdd que Vidanta llevará a Nayarit. Forbes.
- RIVERA GONZÁLEZ, L. C.; CEBALLOS CHÁVEZ, L. A.; ARNAIZ BURNE, S. M. Migración y calidad de vida en Las Jarretaderas, municipio de Bahía de Banderas, Nayarit. In: ARNAIZ BURNE, S. M.; JUÁREZ MANCILLA, J. *Desarrollo, Crisis y Turismo*. Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara, p. 436 – 452, 2015.
- RIVERA NAYARIT. Página Oficial. (20 de Septiembre de 2017). Obtenido de http://www.rivieranayarit.com.mx/iberostar_playa_mita_nayarit
- RUIZ OLABUÉNAGA, J.I. E ISPIZUA, M. A. *La decodificación de la vida cotidiana: Métodos de la investigación cualitativa*, Universidad de Deusto, Bilbao, 1989.
- SALVATIERRA, N. M. La insustentabilidad del turismo. In: ALEJANDRE, J. A.; VALENZUELA, I. C. *Desarrollo insostenible: gobernanza, agua y turismo*. Universidad de Guadalajara, UCLA Program on México, PROFMEX-WORLD, Juan Pablos Editor, 2011.
- SANTO, J. (27 de marzo de 2016). Vidanta busca expulsar a pescadores y palaperos de Boca de Tomates, Jalisco. *La Jornada*, versión en línea, pág. 19.
- SANTO, J. (09 de Enero de 2017). Temen despojo de tierras para proyecto del Cirque du Soleil en Nuevo Vallarta. *La Jornada*. Versión en línea., pág. 27.
- SOARES, E. B. S. & EMMENDOERFER, M. L. Por um turismo sustentável? Uma análise à luz das abordagens de desenvolvimento no planejamento público do turismo em Minas Gerais (2007-2010). *Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos / ABET*, Juiz de Fora, v.1, n.2, p. 15-28, jul./dez. 2011.
- VALDIVIA GARCÍA, J. Á. (28 de Septiembre de 2017). *Percepción social en Higuera Blanca en torno a Litibú*. (S. Zepeda, Entrevistador)
- VALLE, A. (17 de mayo de 2016). Expansión. Obtenido de <http://expansion.mx/empresas/2016/05/16/grupo-vidanta-el-malabarista-del-turismo-que-hoy-es-un-gigante-de-10-500-mdp>
- VERA, F.; LÓPEZ, F.; MARCHENA, M.; ANTÓN, S. *Análisis Territorial del Turismo y Planificación de Destinos Turísticos*. Valencia: Tirant Humanidades, 2013.
- WALLERSTEIN, I. *Abrir las Ciencias Sociales. Comisión Gulbenkian para la reestructuración de las ciencias sociales*. México: Siglo XXI, 2013.
- World Tourism Organization - UNWTO & United Nations Development Programme - UNDP Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, UNWTO, Madrid, 2017.

Processo Editorial / Editorial Process

Editor Chefe/Editor-in-chief: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido em 07 de dezembro de 2017; aceito em 31 de Janeiro de 2018; publicado online em 28 de Fevereiro de 2018.

Received on December 07, 2017; accepted on January 31, 2018, published online on February 28, 2017.

Artigo original / Original article. Seção revisada por pares / Double blind review section.

CICLOS DE CRECIMIENTO ECONÓMICO Y TASA DE PLUSVALOR EN ECONOMÍAS SUBNACIONALES TURISTIZADAS: LOS CASOS DE BAJA CALIFORNIA SUR Y QUINTANA ROO (MÉXICO)

Manuel Ángeles-Villa*
Alba Eritrea Gámez-Vázquez**
Alejandro Escalera-Briceño***

Resumen

En este trabajo se estudia el comportamiento del ciclo de crecimiento en el período de 1998 a 2013 en Baja California Sur y Quintana Roo, dos entidades mexicanas eminentemente turistizadas que representan los destinos internacionales de playa más relevantes del país. Las estadísticas de los censos económicos oficiales muestran la presencia de un ciclo de crecimiento con etapas expansivas en los períodos 2003 y 2008 (en BCS) y de 1998 a 2008 (en Q. Roo), así como una recuperación diferenciada. Con base en la teoría marxista de la explotación, se estiman las tasas de plusvalor en ambas economías destacando tanto su alto nivel como su acelerado crecimiento hasta 2013; asimismo, se ofrece una interpretación de la afectación económica en general y a las actividades relacionadas con el turismo por la crisis subprime.

Palabras Clave: Turistización, ciclos económicos, Baja California Sur, Quintana Roo.

CICLOS DE CRESCIMENTO ECONÔMICO E TAXA DE VORTEIS EM ECONOMIAS SUBNATIVAS TURISTIZADAS: OS CASOS DE BAJA CALIFORNIA SUR E QUINTANA ROO (MÉXICO)

Resumo

Neste trabalho, estudamos o comportamento do ciclo de crescimento no período de 1998 a 2013 em Baja California Sur e Quintana Roo, duas entidades mexicanas eminentemente turísticas que representam os destinos de praia internacionais mais importantes do país. As estatísticas dos censos econômicos oficiais mostram a presença de um ciclo de crescimento com estádios expansivos nos períodos 2003 e 2008 (em BCS) e de 1998 a 2008 (em Q. Roo), bem como uma recuperação diferenciada. Com base na teoria marxista da exploração, as taxas de mais-valia em ambas as economias são estimadas, destacando tanto seu alto nível quanto seu crescimento acelerado até 2013; também, é oferecida uma interpretação do impacto econômico em geral e as atividades relacionadas ao turismo devido à crise do subprime.

Palavras Chave: Turistización, ciclos económicos, Baja California Sur, Quintana Roo.

CYCLES OF ECONOMIC GROWTH AND PLUSVALOR RATE IN TURISTIZED SUBNATIONAL ECONOMIES: THE CASES OF BAJA CALIFORNIA SUR AND QUINTANA ROO (MEXICO)

Abstract

In this paper we study the behavior of the growth cycle in the period from 1998 to 2013 in Baja California Sur and Quintana Roo, two eminently touristized Mexican entities that represent the most important international beach destinations in the country. The statistics of the official economic censuses show the presence of a growth cycle with expansionary stages in the periods 2003 and 2008 (in BCS) and from 1998 to 2008 (in Q. Roo), as well as a differentiated recovery. Based on the Marxian theory of exploitation, the rates of surplus value in both economies are estimated, highlighting both their high level and their accelerated growth until 2013; also, an interpretation of the economic impact in general and the activities related to tourism due to the subprime crisis is offered.

Keywords: Turistización, ciclos económicos, Baja California Sur, Quintana Roo.



Licenciada por Creative Commons
Atribuição Não Comercial / Sem
Derivações/ 4.0 / Internacional

* Estudió en las universidades de Columbia (B.A. 1970), New School for Social Research (M.A. 1975) y Cambridge (estancia de investigación en teoría económica). Es doctor en Relaciones Internacionales Transpacíficas (2010) por la Universidad de Colima. Profesor - Investigador en el Departamento de Economía de la Universidad Autónoma de Baja California Sur (UABCS), cuenta con perfil PRODEP y es miembro del Sistema Nacional de Investigadores del CONACYT, nivel 1. Actualmente responsable del posgrado en Ciencias Sociales: Desarrollo Sustentable y Globalización (PNPC-CONACYT). Áreas de investigación: economía política del turismo, producción del espacio turístico y ecología política urbana. Dirección institucional: carretera al Sur K.m. 5.5, colonia El Mezquitito, La Paz, Baja California Sur, México, C.P. 23080. [manan@uabcs.mx]

** Licenciada en Economía por la Universidad Autónoma de Baja California Sur (UABCS. 1993), maestra en Estudios Internacionales (UAB-CIDOB, España. 1995), y doctora en Relaciones Internacionales (Universidad de Essex, GB. 2001). Profesora - Investigadora del Departamento Académico de Economía de la UABCS desde enero de 2000. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores del CONACYT desde 2001, nivel 1. Áreas de investigación: cambio global y desarrollo, y turismo y desarrollo regional. Dirección institucional: carretera al Sur K.m. 5.5, colonia El Mezquitito, La Paz, Baja California Sur, México, C.P. 23080. [agamez@uabcs.mx]

*** Licenciado en Sistemas Comerciales (2011) y maestro en Gestión Sustentable del Turismo (2013), ambos grados obtenidos por la Universidad de Quintana Roo (UQRoo). Actualmente estudiante del doctorado en Desarrollo Sostenible (PNPC-CONACYT) por la UQRoo Unidad Académica Cozumel. Áreas de investigación: economía política del turismo, producción del espacio turístico y ecología política. Dirección institucional: avenida Andrés Quintana Roo s/n, colonia San Gervasio, Cozumel, Quintana Roo, México, C.P. 77600. [escalera2482@gmail.com]

1 INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo se enfoca en analizar dos estados con economías turistizadas. El objetivo principal es entender la lenta recuperación que existe en ambas entidades a pesar de los números favorables del turismo internacional. Nuestra principal sospecha (enfaticamos en un estudio más amplio) es el capital financiero. Éste se reproduce en todo el globo como una salida efímera a las frecuentes crisis, tales dimensiones en economías subnacionales no es un alivio. Sin duda alguna, los beneficiados ante esto son los capitalistas, si bien a través de la creación y mantenimiento de un gran ejército de reserva industrial de desempleados, subempleados y empleados precarios (flexibilización). Se trata pues, de un modelo económico basado en la explotación ilimitada. La economía convencional no le presta mucha atención a lo antes dicho, a saber, los fallos del sistema se arreglan con más mercado. Así entonces, creemos que el mercado turístico es relevante en nuestros días por estar íntimamente ligado con el capital financiero (especulación inmobiliaria, segundas residencias, etcétera).

Ahora bien, nuestro documento se aloja en un análisis diferente del convencional, por lo que trataremos de explicar la existencia de explotación en dos economías subnacionales turistizadas. En este sentido, el procedimiento metodológico¹ que se llevó a cabo fue la de representar la explotación que descansa en la fórmula de Marx (detallada en los párrafos finales de antecedentes), de ahí, se consideró un trabajo de Zafirovski (2003) para expresar que la tasa de plusvalor se constituye de la siguiente forma: $S/V = (VA - V)/V$. Consecuentemente trasladamos ese método para analizar las variables que obtuvimos de los censos económicos de Baja California Sur (BCS) y Quintana Roo (Q.Roo).

¹ Este trabajo de investigación se encuadra metodológicamente como un ensayo teórico, en cual, todavía, se basa en evidencias empíricas heurísticas, es decir, no exuastivas, sin embargo, de forma meramente ilustrativa con el fin de validar el análisis pretendido. Así, la técnica de investigación se inicia con la recopilación de información de gabinete en el que se obtuvieron las variables por medio de la plataforma de censos económicos del INEGI. Posteriormente se sistematizaron los datos a través de distintas tablas. Por otro lado, se revisó bibliografía sobre todo de la economía política, en especial atención, el concepto de explotación ya que esta categoría fue central en el materialismo histórico. Ahora bien, la literatura se organizó de la siguiente manera: se partió del propio Marx (teoría de plusvalor) para tender un puente con respecto a las actuales formas de generación de ganancia, en virtud de ello, fue de interés la reciente publicación de Shaikh (2016) y del trabajo de Zafirovski (2003), este último para expresar la tasa de plusvalor. Finalmente, con la base teórica y las variables simplificadas se realizó el análisis exploratorio de los estados de Baja California Sur y Quintana Roo.

Con el fin de lograr dicho objeto el texto se organiza de la siguiente manera: tras esta primera sección introductoria, el posterior versa sobre un breve antecedente el cual trata de desplegar un apretado marco referencial. A continuación, en el siguiente apartado se aborda la evolución de las dos economías subnacionales a través de distintos periodos según los censos económicos (1999, 2004, 2009 y 2014). En el sucesivo punto, se presenta en variadas tablas información referente a la industria del ocio y sus actividades relacionadas en las dos entidades federadas. Por último, el artículo cierra con los comentarios finales enfatizando que es un análisis exploratorio.

2 ANTECEDENTES

Históricamente, el capitalismo ha mostrado una tendencia hacia el crecimiento sostenido de los niveles de producción que ha sido interrumpida frecuentemente por crisis más o menos violentas y más o menos regulares en su periodicidad. En general, las teorías del ciclo económico han intentado explicar esos movimientos oscilatorios desde dos grandes perspectivas. Una de ellas sostiene que el sistema económico es inherentemente estable, de forma que los altibajos en el patrón de crecimiento se explican por los efectos de factores exógenos: alteraciones en el clima, desastres naturales, guerras, nuevas invenciones, etcétera.

Para la otra perspectiva, las crisis son endógenas al sistema. Este fue uno de los principales planteamientos de Marx en su explicación de las leyes de movimiento del capitalismo (MATEO, 2013; ÁNGELES y SERMEÑO, 1998): la producción de plusvalía y su subsiguiente reconversión en capital aparece como una tendencia sistémica inmanente. Entonces, cualquier reducción en el monto de plusvalor, por ejemplo, por un incremento del salario sobre su valor medio, amenaza la razón de ser del modo de producción capitalista (MARX, 1973, cap. XV) si, “presumimos que la cantidad de ganancia que recae sobre cualquier capital es igual a la cantidad total de plusvalía que se produce por medio de ese capital” (Ibídem: 49, -traducción nuestra-). El supuesto no es necesariamente inocuo, pero evita tener que abordar el llamado “problema de la transformación”.

La conceptualización de un ciclo de crecimiento sugiere la posibilidad de analizar la tendencia y el ciclo por separado, siendo el ciclo interpretado como una (mera) desviación de la tendencia, procedimiento que emplea la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (FEDERAL RESERVE BANK of St. Louis, 2017). La explicación marxista se

opone a este binario: si bien matemáticamente es posible generar ciclos sin crecimiento, o crecimiento sin ciclos, en la vida real ambos suceden a la vez (GOODWIN, 1965; 1989).

El capitalismo de nuestros días ha pasado por un proceso de mutación desde los setenta que hace prevalecer al capital financiero sobre el capital productivo, dando pie a la financiarización de muchas economías, mayormente en el Norte, pero también en el Sur global como México, por ejemplo.

Los procesos de financiarización, entendidos como aquellos que resultan en un relativo predominio de las actividades económicas generadoras de interés (y de rentas) sobre las que dependen de labores productivas generadoras de ganancia, se han ubicado entre los componentes de mayor significación del capitalismo neoliberal desde los ochenta. Notoriamente, sin embargo, el giro neoliberal de los pasados cuatro decenios no ha restablecido los niveles de beneficios registrados durante buena parte de los llamados *treinta gloriosos*, con excepción de los sectores de la economía que se basan en la especulación y la generación de rentas.

Así las cosas, no es de sorprender que en ese lapso de tiempo se haya registrado un significativo incremento en el número de crisis financieras sistémicas: “la crisis como un síntoma que se repite, un modo económico que se alimenta de desórdenes sucesivos” (MUÑIZ, 2013), que continuamente pone al descubierto “el carácter mundial, molecular y caótico” que caracteriza a los mecanismos de endeudamiento del capital financiero “como formas de dominio y extracción de biovalor a escala global” (Ibíd.), o que esto ocurra al lado de un sostenido declive en los niveles de rentabilidad de los sectores productivos.

En paralelo a estos fenómenos, ha habido una fuerte expansión de las llamadas “industrias del goce”, que incluyen las “actividades de esparcimiento, culturales y deportivas, y otros servicios recreativos” (como se les denomina en la estadística oficial), así como aquellos relacionados con el turismo y los servicios inmobiliarios, en singular medida vinculados con el capital financiero del exterior.

El fenómeno de la explotación de la fuerza de trabajo no es un asunto al que la economía ortodoxa dedique alguna atención. La economía tiende a suponer que cada “factor de producción” recibe su producto marginal, esto es, su aportación al producto total, en un mundo competitivo de pleno empleo. En el análisis marxista, la explotación es elemento clave. Sotelo Valencia (2012: 106), por ejemplo, afirma que “el concepto [marxista] de explotación, (en tanto categoría relacional fundamental y constituyente de la sociedad histórica capitalista), es fundamental para edificar la teoría del plusvalor y la ganancia dentro del modo de

producción capitalista [...]”. El concepto de explotación (HIMMELWEIT, 1991a: 182; 1991b: 576), es central al materialismo histórico.

En toda sociedad donde las fuerzas productivas permitan la producción de un excedente sobre las necesidades de supervivencia – donde exista la posibilidad de crecer – la producción de ese excedente hace posible la explotación: esta existe cuando una parte de la sociedad produce ese excedente y otra parte se apropia de él. Shaikh (2016) explica cuidadosamente las formas de generación de la ganancia ya sea siguiendo la antigua máxima de “comprar barato y vender caro”, en la que aquella deriva de los procesos de circulación; o bien, de la constitución de un producto excedentario (superávit) por encima de los montos que son necesarios para la producción, por lo que la ganancia esté presente en los procesos productivos. De ahí se siguen dos resultados: a) la ganancia agregada es cero si el producto excedente es cero; y b) la ganancia es cero si el trabajo excedentario es cero (SHAIKH, 2016: 12).

Marx representó la explotación con la fórmula s/v –la tasa de plusvalor–, donde s es el monto de la plusvalía, plusvalor o excedente, y v es el capital variable, empleado en la contratación de trabajadores a cambio de un salario. En el capitalismo, la relación salarial oculta el hecho de que el capitalista compra en realidad la fuerza de trabajo del trabajador, no su trabajo propiamente hablando. La jornada laboral se divide en dos partes, la necesaria y la excedentaria. El tiempo necesario del trabajador es la parte de la jornada laboral que le permite la reproducción de su fuerza de trabajo, es decir, “su capacidad de hacer trabajo útil que añade valor a las mercancías” (FOLEY, 1991: 296), tiempo que es menor que dicha jornada (HIMMELWEIT, 1991: 575). Parte del día el obrero trabaja para sostenerse; la otra parte, trabaja para el capitalista que lo contrata. Entonces la tasa de explotación del trabajo asalariado surge directamente de la comparación del valor producido en el tiempo excedentario (s , plusvalía) y el tiempo necesario, v , el “capital variable” (HIMMELWEIT, 1991a).

De ahí se sigue que la tasa de plusvalor, P , puede expresarse a partir de las cifras expresadas en dinero como $P = (VA - V)/V$ (Zafirovski, 2013), donde S/V es el equivalente monetario de la relación entre el plusvalor y el producto, VA es el valor agregado y $VA - V$ es la *ganancia*, o más precisamente, los ingresos de la propiedad del VA – remuneraciones).

Zafirovki (2003: 463) lo explica de la siguiente forma:

Evidentemente, la noción marxiana de explotación descansa sobre la premisa de que el Valor Agregado es generado pero no

completamente apropiado por los trabajadores productivos, ya que éstos reciben V, equivalente a el producto necesario (costo de reproducción) de su fuerza de trabajo, y la diferencia (S) la reciben otros, incluyendo a los capitalistas (ganancia), rentistas (interés), terratenientes (renta), trabajadores improductivos (salarios), gobierno (impuestos), etcétera... P es en forma monetaria más grande que la ganancia total.

Como Joan Robinson (1974 [1942]: 6-9) correctamente percibió, la tasa de plusvalor y la tasa de explotación son equivalentes, y nuestra “ganancia” es precisamente el monto del plusvalor (o valor del producto excedente), mismo que no se presenta todavía en términos de su distribución entre ganancia, interés y renta.

3 LA EVOLUCIÓN DE LA ECONOMÍA TOTAL EN BAJA CALIFORNIA SUR Y QUINTANA ROO

En este análisis de las economías de Baja California Sur (BCS) y Quintana Roo (Q. Roo) se emplean cifras de los censos económicos que emite en México el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) respecto a: a) los valores totales para las variables personal ocupado, remuneraciones y valor agregado, para los años 1998, 2003, 2008 y 2013; y b) los valores de las mismas variables, pero esta vez meramente para las actividades censales relacionadas con el turismo, para 2003, 2008 y 2013. En la Tabla 1 se presentan los datos de tales variables económicas, correspondientes a la economía *total* que en realidad excluyen las actividades del gobierno, para incluir únicamente aquellas del sector privado y las empresas paraestatales.

Tabla 1: Evolución de las economías de Baja California Sur y Quintana Roo según los Censos Económicos, 1999, 2004, 2009 y 2014 (valores monetarios a precios constantes de 2008).

Periodo	1998		2003		2008		2013	
	BCS	Q. Roo						
Personal ocupado total	81153	135535	92224	216564	151898	308477	156985	347726
Total de remuneraciones*	3645878.3	6856834.2	5030346.8	10292731.4	7607927.0	13636186.0	6088906.0	11441255.7
Valor agregado censal bruto*	12015381.0	25605347.4	15252487.4	30670059.2	24956143.4	47871947.7	20840860.9	42489866.0
Valor agregado – remuneraciones*	8369502.6	18748513.2	7574606.1	41390093.5	17348216.4	34235761.7	14751955	31048610
Productividad del trabajo*	148.058	188.921	165.385	106.403	114.210	155.188	148.6480	122.1935
Remuneraciones / valor agregado (%)	0.303	0.366	0.492	0.331	0.305	0.285	0.292	0.269
Tasa de plusvalor	2.296	2.734	2.032	3.021	2.280	2.511	2.423	2.672

Fuente: INEGI (2016a). Nota: * en miles de pesos.

El término *total* se usa para diferenciar a estas actividades, vistas en su generalidad, de las actividades relacionadas con el turismo, cuyo análisis se da en el siguiente apartado.

Se observa en esta tabla una panorámica diferenciada en las dos entidades, producto quizás del hecho de la ventaja temporal que tiene Q. Roo, respecto a BCS, en la construcción de su modelo de desarrollo: en 1998 la economía quintanarroense era, por el valor agregado censal (VA), más de dos veces que la sudcaliforniana, mientras que la ocupación era 70% mayor.

Hay en juego una patente dependencia de la trayectoria, pues el dinamismo de Q. Roo respecto a BCS se mantiene a lo largo del período considerado, de forma que en 2013 aquella economía sigue siendo dos veces mayor que la de BCS. En términos de la ocupación, la diferencia se agranda, aunque la participación del trabajo en el VA no es significativamente distinto, excepto en 2013, manteniéndose ambas en alrededor de 30%.

Para el período completo (1998 a 2013) que se cubre en este trabajo, tanto en BCS como en Q. Roo hubo una significativa expansión de las tres variables clave, expresadas a precios constantes de 2008. En BCS las remuneraciones subieron 67%, el VA 93%, y los ingresos de la propiedad 76%, a la par que la ocupación casi se duplicaba; en Q. Roo el avance en las primeras tres variables fue de 67%, 66%, y 66%, respectivamente, mientras que la ocupación creció 157%.

No todas las cifras son tan favorables, pues el “largo plazo” de cuatro quinquenios oculta fluctuaciones de considerable magnitud que en BCS se reflejan en nulo crecimiento en la productividad del trabajo, una reducción de 8% en la participación del salario en el VA y un incremento de 6% en la tasa de plusvalor; en Q. Roo las cifras correspondientes son: -35%, -18% y -2%, respectivamente¹.

Así, lejos de seguir una ruta de crecimiento balanceado, las dos entidades experimentaron períodos de pronunciada expansión en el lapso de estudio: BCS

entre 2003 y 2008 y Q. Roo, líder del turismo nacional, desde (al menos) un quinquenio antes.

Asimismo, ambas atravesaron por períodos de declive en la actividad económica. Si graficáramos esos movimientos se observaría una similitud –una u invertida– cuando trazamos la curva de la ocupación, pero el pico ocurriría en Q. Roo en 2003 mientras que en BCS sería en 2008. La gráfica de los cambios en la productividad del trabajo sería, en BCS, una u invertida entre 1998 y 2008, con un pico en 2003; y una u entre

2003 y 2013, con un fondo en 2008. En Q. Roo sería al revés: una u entre 1998 y 2008, con fondo en 2003, y una u invertida entre 2003 y 2008, con pico en 2008.

Finalmente, en BCS la tasa de plusvalía se movería hacia abajo entre 1998 y 2003, se mantendría alrededor de ese nivel entre 2003 y 2008, y se reduciría entre 2008 y 2013. De nuevo, los movimientos en Q. Roo serían el reverso de BCS: hacia arriba entre 1998 y 2003, hacia abajo entre 2003 y 2008 y hacia arriba en el tramo final (ver Tabla 2).

Tabla 2: Evolución de las economías de Baja California Sur y Quintana Roo según los Censos Económicos, 1999, 2004, 2009 y 2014 (% de cambio, año censal anterior y total del período).

Periodo	2003/1998		2008/2003		2013/2008		2013/1998	
	BCS	Q. Roo						
Personal ocupado total	14	60	65	42	3	13	93	157
Total de remuneraciones*	38	50	51	32	-20	-16	67	67
Valor agregado censal bruto*	27	20	108	56	-16	-11	73	66
Valor agregado – remuneraciones*	-9	121	107	-17	-15	-9	76	66
Productividad del trabajo*	12	-44	-31	46	30	-21	30	-35
Remuneraciones / valor agregado (%)	62	-9	-38	-14	-4	-5	-8	-19
Tasa de plusvalor	-11	10	12	-8	6	6	6	-2

Fuente: INEGI (2016a).

4 ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL TURISMO SEGÚN LOS CENSOS ECONÓMICOS DE 2003-2013

Al ser el turismo el motor de la economía en las dos entidades, es afortunado que en 2016 se haya publicado una base de datos en la que, empleando las cifras obtenidas de los Censos Económicos 2004, 2009 y 2014, se cuantifica en minucioso detalle (a nivel de sub-rama económica, o clase de seis dígitos) las actividades turísticas y conexas en las 32

entidades federativas del país. Empleando esa publicación, en la Tabla 3 se presenta la información referente a los totales de la ocupación, las remuneraciones y el valor agregado del sector turismo y actividades relacionadas en BCS y Q. Roo.

En la Tabla 3 aparecen las cifras relevantes de las actividades relacionadas con el turismo en los dos estados federados en estudio, mientras que la Tabla 4 ofrece estimaciones de los cambios porcentuales de las cifras reportadas en la Tabla 3.

Tabla 3: Actividades turísticas según Censos Económicos, Baja California Sur y Quintana Roo (valores monetarios a precios constantes de 2008).

Periodo	2003		2008		2013	
	BCS	Q. Roo	BCS	Q. Roo	BCS	Q. Roo
Personal ocupado total	24555	84656	42274	122502	47915	155308
Total de remuneraciones*	1245560.1	3591538.5	1809959	4905589	1342614.1	4126579.4
Valor agregado censal bruto*	3524403.5	17557160.6	7797723	17458048	5990848.4	18764347.6
Valor agregado – remuneraciones*	2278843.5	13965622.1	5987764	12552459	4648234.3	14637768.2
Productividad del trabajo*	143.531	207.394	184.457	102.467	125.031	135.282
Remuneraciones / valor agregado (%)	0.353	0.205	0.232	0.281	0.224	0.220
Tasa de plusvalor	1.830	3.888	3.31	2.56	3.46	3.55

Fuente: INEGI (2016b). Nota: * en miles de pesos.

¹ Los cambios referidos en la tasa de plusvalor no implican que alguna de estas dos entidades se haya convertido en un paraíso para el trabajador, o –frecuentemente– las trabajadoras. En el período mencionado, la tasa de explotación pasó de 180% a 346% en BCS, y de 388% a 355% en Q. Roo. En términos comparativos, la citada investigación de Zafirovski sobre la tasa de explotación en 17 países industriales integrantes de la OCDE reveló valores entre un mínimo de 16.5% (Suiza) y 82.8% (Reino Unido), como un promedio de 55%. Las diferencias son notables y reflejan un muy alto nivel de superexplotación en las regiones periféricas (SOTELO VALENCIA, 2012).

En el período 2003 a 2013, la ocupación en BCS tuvo un incremento de 93%, comparado con una expansión de 157% en la entidad sureña. Si bien las remuneraciones registraron aumentos porcentuales de igual tamaño (66%) en los dos estados, el monto pagado en términos absolutos en Q. Roo fue más de dos veces mayor que en BCS, para una ocupación casi tres veces mayor. Durante el período, en BCS la productividad del trabajo se redujo 13%, pero la razón remuneraciones / VA decreció 36%: en 2013 se pagaba en remuneraciones 22 centavos de cada

peso, comparado con 35 en 2003. Esto permitió una expansión de 70% en el tamaño del valor agregado censal (medido a precios constantes de 2008), y un enorme aumento en la tasa de explotación, de un valor de 180% –de por sí, altísimo– en 2003, hasta 346% en 2013 (Tablas 3 y 4). En 2003 en BCS estas actividades dieron ocupación a 24,555 personas, que representaron el 27% del total de esa variable en el estado; mientras que en Q. Roo el empleo turístico y asociado fue de 84,656 personas.

Tabla 4: Actividades turísticas según Censos Económicos, Baja California Sur y Quintana Roo (con cambios %) (cambios quinquenales).

Periodo Criterios / Lugar	2008/2003		2013/2008		2013/2003	
	BCS	Q. Roo	BCS	Q. Roo	BCS	Q. Roo
Personal ocupado total	72	44	13	27	95	83
Total de remuneraciones*	45	37	-26	-16	8	15
Valor agregado censal bruto*	121	-1	-26	7	70	7
Valor agregado – remuneraciones*	162	-11	-22	16	4	5
Productividad del trabajo*	25	-51	-32	32	-13	-35
Remuneraciones / valor agregado (%)	-34	37	-3	-22	-36	8
Tasa de plusvalor	80	65	5	-34	89	-9

Fuente: INEGI (2016a). Nota: * en miles de pesos.

Para puntualizar, un aumento en el total de los salarios pagados, en comparación con el cambio registrado en el empleo, podría significar un alza en las condiciones económicas de la fuerza laboral, de no ser tal aumento consumido por un crecimiento importante en el nivel de precios, que (al menos en teoría) se obvia en nuestro caso por el empleo de precios constantes. Incluso en esta benéfica situación, que sería necesario investigar con mayor profundidad, la condición de los trabajadores *vis a vis* el empresariado sufrió un importante deterioro.

La explicación se encuentra en el comportamiento del valor agregado total, en particular, las partes que devienen los propietarios del capital y la tierra. Si la expansión del valor agregado es mayor que el ritmo de avance de las remuneraciones, entonces la diferencia solamente puede recaer en los ingresos de la propiedad, es decir, la plusvalía. Si, por el contrario, la participación del trabajo en el producto se eleva, significando una reducción relativa en la parte de los ingresos de la propiedad, la condición económica de los trabajadores puede mejorar.

Entre 2003 a 2008 ocurrió en BCS una muy fuerte expansión de las tareas relacionadas con el turismo. La ocupación se amplió 72%, el valor agregado censal 121% y los ingresos de la propiedad 162%, apoyados por un incremento de 25% en la productividad del trabajo.

El crecimiento de las remuneraciones fue de únicamente 45%, casi la mitad del aumento en la ocupación, de tal suerte que la participación del trabajo en el ingreso bajó 35%. Se dio entonces una fortísima subida (de 80) en la tasa de plusvalor, que se ubicó en 331%. Esto es, casi la totalidad del incremento en la explotación del período total ocurrido en ese quinquenio, en el cual el estado se ha hecho aún más desigual, ciertamente en comparación con lo que las cifras de la economía (privada) total muestran para el quinquenio de 1998-2003. En la economía turística, la tasa de explotación era ya 45% más alta que en la privada/paraestatal total.

En BCS un factor determinante en el bienestar de la población en general ha sido la constante reducción en la razón remuneraciones/valor agregado que, como se vio anteriormente, en la economía privada total pasó de 0.49 registrado en 2004 a solo 0.30 en 2009.

En los sectores de turismo la productividad del trabajo mostró en ese período un aumento de 28%: de 144 mil a 184 mil pesos por persona ocupada que, sin embargo, no incidió en una mejora (a la alza) de la relación remuneraciones/valor agregado, que de hecho se redujo fuertemente (de 35% a 22%).

Más bien, los beneficios del incremento en la productividad fueron absorbidos por los perceptores de ingresos no salariales, como puede verse al comparar los montos resultantes de restar las remuneraciones del valor agregado en ambos años (Tabla 3).

La comparación arroja un crecimiento de 3,709 mil millones de millones de pesos (mmdp) hasta 5,988 mmdp, esto es, de 165% (“real”, nótese, luego de descontar). Es más, en 2008 los ingresos de la propiedad eran 77% del producto (valor agregado censal); o bien, los propietarios presumiblemente un grupo mucho menor en tamaño que los trabajadores (42,274) recibían un ingreso 231% mayor que el de aquellos. Durante el quinquenio de la gran explosión del turismo en BCS la ocupación en esas actividades pasó de los sectores del turismo de BCS 24,555 a 42,274 personas. En retrospectiva, antes de la implosión del sistema financiero estadounidense, el quinquenio 2003-2008 fue dorado para el turismo, pues en Q. Roo la ocupación también mostró un incremento significativo, aunque con 45% muy inferior al crecimiento observado en Sudcalifornia. En las dos entidades, la actividad turística dio un salto significativo durante este período.

En BCS la ocupación en la economía en general exhibió un ritmo de crecimiento similar al del turismo, avanzando 65% entre 2003 y 2008 (de 92,224 a 151,898 personas empleadas). En Los Cabos, principal polo turístico de BCS (“el destino turístico más caro de México”), se vivió una verdadera explosión demográfica principalmente por la inmigración desde otras entidades federativas, de suerte que la población crecía a un ritmo de casi 8% al año. En la actualidad, 4 de cada 10 sudcalifornianos nacieron fuera del estado (GOBIERNO DEL ESTADO, 2015: 6).

El incremento en la tasa de explotación siguió su curso hasta el final de período en estudio, 2013. En ese año los ingresos del trabajo en el sector turismo totalizaban 1,343 mmdp, cifra inferior en 26% a los registrados cinco años antes, y la participación de los trabajadores se había reducido a meramente 23%.

Simultáneamente, se dio una reducción de 32% en la productividad del trabajo que, aunada a un incremento de solamente 13% en la ocupación, fue causa de una disminución de 22% en el producto turístico. Los ingresos derivados de la propiedad en esas ramas se redujeron a tenor con el decrecimiento del VA. Así, durante los años 2008-2013 los sectores del turismo en BCS sufrieron una fuerte descompensación. En Q. Roo la fase de mayor expansión se había dado antes del período 2003-2008, pero continuó en esos años a un ritmo menor aunque aún muy significativo. El producto representado por el valor agregado censal creció 7%, y con 16% de incremento de los ingresos de la propiedad que duplicaron esa cifra, reflejando un aumento en el empleo de 27% y un alza de 32% en la productividad del trabajo.

No obstante, una significativa baja (22%) en la razón remuneraciones / VA, se dio una reducción en la tasa de explotación de 34% para quedar “exclusivamente” en 256%, por debajo del valor de

331% que se registró en BCS en 2008. En ese año, incluso, en Q. Roo los trabajadores recibían 28 centavos de cada peso generado en VA; en BCS era simplemente 23 centavos, a pesar de que la productividad del trabajo era 80% superior.

En los sectores asociados al turismo, en Q. Roo se dio entre 2003 y 2013 un incremento de 8 puntos porcentuales en la relación remuneraciones / VA, indicando una mejora en la distribución “funcional” del ingreso, esto es, su repartición entre los trabajadores y los perceptores de ingresos no salariales (capitalistas y rentistas, roles que hoy por hoy con frecuencia se funden en la misma persona, especialmente en entidades turistizadas). Esta mejora, de si bien sólo de 0.20 a 0.28 del VA, contrasta con las reducciones ya señaladas que se observan en BCS, pero también con los cambios que se registraron en ambas entidades en la economía en general, donde, desde 2004 en BCS y en lo que va del siglo en Q. Roo, las estadísticas muestran un importante incremento en la desigualdad. En BCS esto dispuso el avance logrado en el quinquenio anterior en materia de retribución laboral, pues ocurrió luego de un incremento significativo en el *ratio* entre los censos de 1999 y 2004, años en que se dio la consolidación de BCS –fundamentalmente, de Los Cabos– como una de las mecas del turismo global. Fue en ese período que se sentaron las bases del impresionante crecimiento económico –9.9% al año para 2003-2008, si el PIB se mide a precios de 2008– que vivió el turismo del estado hasta el colapso de la economía estadounidense en 2009.

El Censo Económico 2014 señala que en 2013 las actividades relacionadas con el turismo ocupaban en BCS a 47,915 personas, es decir, 30.5% del total de ocupación registrada en ese año. El incremento fue de solamente 5,700 personas en el quinquenio, cantidad ínfima comparada con el enorme incremento registrado entre 2003 y 2008 (Tablas 1 y 2). Las remuneraciones pagadas se ubicaron en 1,503 millones de pesos, cifra sustancialmente por debajo del monto registrado cinco años atrás. La delicada situación que guardaban los sectores del turismo en BCS en 2013 se manifestó también –como se vio párrafos atrás– en una fuerte disminución en el valor agregado sectorial. Para el año final, nuestra estimación de la relación remuneraciones/valor agregado en los sectores del turismo hace ver que la distribución del ingreso mantiene inalteradas las proporciones que se observaban en el quinquenio anterior: los trabajadores recibían simplemente 22 centavos de cada peso de valor agregado generado. La llegada del huracán *Odile*, que azotó al estado en septiembre de 2014 y, entre otras cosas, resultó en una caída de 2% en el PIB estatal que pudo en su momento ocultar el origen de estas reducciones ante la falta de datos oficiales como los que se reseñan, que naturalmente son tardados de

recopilar, analizar y publicar. No obstante, esas cifras constatan que, si bien el fenómeno natural fue un factor de primer orden al obligar el cierre de establecimientos turísticos, incluyendo algunos de los de mayor renombre internacional, la realidad parece ser que el turismo de BCS se encontraba en situación delicada ya en 2013.

Los efectos de la crisis de 2008 todavía entonces se hacían sentir en la forma de un proceso de recuperación lento, zigzagueante e incompleto. Las Tablas 5 a 9 evidencian la situación de BCS, comparada con la de Q. Roo empleando cifras del producto bruto interno (PIB) (INEGI, 2017). El PIB de BCS creció 9% entre 2003 y 2008 y únicamente 1.9, en promedio, entre 2009 y 2015.

Tabla 5: Tasas de crecimiento del PIB, Nacional, BCS y Quintana Roo, 2003-2015. *

Período	Nacional	BCS	Q. Roo
2003-2008	3.6	9.9	7.7
2009	-4.7	-5	-5.9
2010	5.1	3.6	3.7
2011	3.9	5.3	0.01
2012	4	3.2	6.6
2013	1.4	2.5	4.2
2014	2.2	-2	3.5
2015	2.5	5.5	4.7
2009-2015	2.1	1.9	2.4

Fuente: elaboración propia con base en INEGI (2017). Nota: * a precios constantes de 2008.

Comparado con el período 2003-2008, el sector inmobiliario de BCS estuvo en una fase de estancamiento.

Tabla 6: Tasas de crecimiento del PIB y Sector Inmobiliario, BCS y Quintana Roo, 2003-2008 y 2009-2015.*

Período	BCS	Q. Roo
2003-2008	7.2	11
2009	-0.1	1.1
2010	2.9	2.5
2011	3.6	4.7
2012	2.8	4.2
2013	1.4	2.7
2014	2.1	4
2015	3.6	4.4
2009 - 2015	2.3	3.4

Fuente: elaboración propia con base en INEGI (2017).

En BCS, el sector servicios de alojamiento y preparación de alimentos y bebidas se vio sumamente afectado por la crisis estadounidense y el huracán *Odile* de 2014. A pesar de un enorme incremento en 2015, la media de crecimiento para 2009-2013 fue de solamente 2%. En Q. Roo el efecto de la crisis estadounidense fue cinco veces mayor que en BCS, pero la recuperación se dio al año siguiente. El crecimiento medio del sector duplicó al de BCS.

Tabla 7: Tasas de crecimiento del PIB y Sector alojamiento y alimentos, Baja California Sur y Quintana Roo, 2003-2008 y 2009-2015. *

Período	BCS	Q. Roo
2003-08	7.2	2.4
2009	-3	-15.4
2010	4.1	15.7
2011	2.2	3.4
2012	4.1	10.4
2013	-2	5.6
2014	-7.4	4.1
2015	16.3	6.3
2009 -2015	2	4.3

Fuente: elaboración propia con base en INEGI (2017).

El comercio, otro de los sectores de mayor importancia en ambas entidades, sufrió una importante caída en 2009 por la crisis financiera global. Hubo recuperación en Q. Roo sin que se alcanzaran las tasas de crecimiento de años anteriores, mientras que en BCS la media de crecimiento fue únicamente la mitad de la de Q. Roo, y una tercera parte del registrado entre 2003 y 2008.

Tabla 8: Tasas de crecimiento del PIB y Sector comercio, BCS y Quintana Roo, 2003-2008 y 2009-2015. *

Período	BCS	Q. Roo
2003-08	6.4	9.8
2009	-12.1	-13.1
2010	10.9	9.2
2011	8.1	11.4
2012	2.6	6.6
2013	-6.5	6.1
2014	3.1	4.1
2015	10.2	8
2009 - 2015	2.3	4.6

Fuente: elaboración propia con base en INEGI (2017).

Finalmente, la evidencia del sector construcción, clave para ambas entidades, muestra un comportamiento similar. En BCS, la tasa de crecimiento es negativa (-0.8) si se incluyen los efectos de *Odile*, y de 2.25 si se les excluye. Esta última tasa de crecimiento, hay que decir, es menos de la mitad de la media de 2003-2008. En Q. Roo la tasa media de crecimiento fue de 5.56%.

Tabla 9: Tasas de crecimiento del PIB, Sector construcción BCS y Quintana Roo, 2003-08 y 2009-2015. *

Período	BCS	Q. Roo
2003-08	16.2	11.2
2009	-10.6	-8.2
2010	-0.15	3.1
2011	8.1	8.5
2012	-1.7	8.2
2013	17.6	6.7
2014	-18.3	15.2
2015	0.1	-0.12
2009 - 15	-0.8	5.56

Fuente: elaboración propia con base en INEGI (2017).

5 COMENTARIOS FINALES

En este trabajo se sostienen dos tesis. La primera asevera la existencia de un ciclo de crecimiento en dos economías turistizadas de México: Baja California Sur en el noroeste, y Quintana Roo en el sureste. En BCS la etapa de mayor expansión se ubica en el período de 2003 a 2008, inmediatamente antes de la crisis global detonada en Estados Unidos con el colapso del banco Lehman Brothers. En Quintana Roo las cifras de la economía total privada sugieren un período de aun mayor expansión antes de 2003, de forma que el crecimiento en el siguiente quinquenio es una continuación, a paso un poco más lento, de una tendencia más larga.

La segunda tesis es que buena parte de este desempeño puede explicarse por la operación conjunta de tres factores: el nivel de ocupación, la productividad del trabajo y la tasa de explotación (MARTÍNEZ GONZÁLEZ, 2003; 2012). Sin duda, los factores del entorno son de gran importancia, como quedó de manifiesto con los efectos de la crisis estadounidense y, en BCS, la virtual parálisis de la economía cuando tocó tierra el huracán *Odile*. También, indudablemente, las formas en que se manifiesta la explotación serán varias y la magnitud de la tasa de plusvalía estará relacionada estrechamente con el contexto nacional y local.

Este análisis es de naturaleza exploratoria, por lo que es necesario profundizar en estos temas, especialmente al nivel subnacional, de suerte que poco se ha hecho todavía. Pero las causas de las crisis están dentro de un sistema global, totalizante, en el cual se insertan las dos economías en estudio. En ambas, los beneficios de la actividad económica fluyen principalmente hacia los perceptores de ingresos relacionados con la propiedad del capital y de la tierra, que hoy por hoy en muchos casos conforman las mismas entidades reflejadas en cadenas hoteleras, restauranteras e inmobiliarias comunes.

REFERENCIAS

ÁNGELES, M.; SERMEÑO, J. *Ensayos sobre economía lineal*. La Paz: Universidad Autónoma de Baja California Sur, 1998.

FEDERAL RESERVE BANK OF SAINT LOUIS. *OECD-based Recession indicators for Mexico from the Period of the*

Peak to the Trough, 2017. Recuperado de <https://fred.stlouisfed.org/series/MEXRECD>

GOODWIN, R. M. Towards a theory of long waves. En: DI MATTEO, M.; GOODWIN, R.M.; VERCELLI, A. (eds.), *Technological and Social Factors in Long Term Fluctuations*, pp. 258-278. Heidelberg: Springer Verlag, 1989.

GOODWIN, R. M. A Growth Cycle, *First World Congress of the Econometric Society*, Rome, 1965. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/dd29/697eeb31a2d05e7927ad207899ecd70cf8f7.pdf>

HIMMELWEIT, S. Exploitation, en Bottomore, T., Laurence Harris, V.G. Kiernan y R. Miliband, *A Dictionary of Marxist Thought*. Londres: Blackwell, 1991a.

HIMMELWEIT, S. Wages, en Bottomore, T., Laurence Harris, V.G. Kiernan y R. Miliband, *A Dictionary of Marxist Thought*. Londres: Blackwell, 1991b.

INEGI, Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Censos Económicos*. INEGI, México (DF): 2016a. Recuperado de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/>

INEGI, Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Actividades relacionadas con el turismo. Estadística derivada de los censos económicos 2004, 2009 y 2014*. INEGI, México (DF): 2016b. Recuperado de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CensosEconomicos.aspx>

INEGI, Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Producto Interno Bruto, Comparativo por entidad federativa a precios de 2008*. INEGI, México (DF): 2017. Recuperado de http://ieg.gob.mx/contenido/Economia/pib_comparativo_entidades.xls

MARTÍNEZ GONZÁLEZ, G. *La diversidad nacional de la tasa de plusvalor. Estudio comparativo de México con otros países*, 2003. Recuperado de https://www.nodo50.org/cubasigloXXI/congreso/martinezgo_25mar03.pdf

MARX, K. *Capital, Vol. I*. Londres: Lawrence and Wishart, 1973.

MATEO TOMÉ, J.P. La crisis económica mundial y la acumulación de capital, las finanzas y la distribución del ingreso. *Debates en la economía marxista. Revista de Economía Crítica*, 15, 31-60, 2013.

MUÑIZ, M. *Adiós a la economía*. San Juan, Puerto Rico: Ediciones Callejón, 2013.

ROBINSON, J. *An Essay on Marxian Economics*. Londres: Macmillan, 1974/1942.

SHAIKH, A. *Capitalism: Competition, Conflict, Crises*. Oxford: Oxford University Press, 2016.

SOTELO VALENCIA, A. *Los rumbos del trabajo: Superexplotación y precariedad social en el siglo XXI*. México: UNAM-Miguel Ángel Porrúa, 2012.

ZAFIROVSKI, M. Measuring and Making Sense of Labor Exploitation in Contemporary Society: A Comparative Analysis. *Review of Radical Political Economy*, vol. 35, núm. 4, pp. 62-84, 2003.

Processo Editorial / Editorial Process

Editor Chefe/Editor-in-chief: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido em 16 de dezembro de 2017; aceito em 31 de Janeiro de 2018; publicado online em 28 de Fevereiro de 2018.

Received on December 16, 2017; accepted on January 31, 2018, published online on February 28, 2017.

Artigo original / Original article. Seção revisada por pares / Double blind review section.

PERCEPCIÓN CIUDADANA FRENTE AL ENTORNO TURÍSTICO DE LOS CABOS

Plácido Roberto Cruz Chávez*
Judith Juárez Mancilla**
Francisco Isaías Ruíz Ceseña***

Resumen

El destino turístico de Los Cabos, en Baja California Sur, es el segundo destino turístico de sol y playa más importante en México. Con un crecimiento poblacional mayor al 8% promedio anual. Entender las diferentes posturas y visiones de la localidad turística, como la empresarial, del visitante y de la ciudadanía es vital para sincronizar y alinear las necesidades y áreas de oportunidad. En esta ocasión, el presente trabajo pretende como objetivo identificar la percepción ciudadana frente al crecimiento del sector turístico en Los Cabos, por medio de instrumentos científicos de opinión. Entender la percepción de los ciudadanos frente a un sector económico en constante crecimiento y las oportunidades de mejorar como sociedad, es una oportunidad para realizar propuestas de política pública. Y es aquí la contribución de este trabajo, que se suma al resto de las investigaciones enfocadas a analizar al visitante y el sector empresarial. El trabajo se basa en la revisión del estado del arte de percepción ciudadana, de un análisis cuantitativo y cualitativo del sector, además de la aplicación de encuestas a la ciudadanía en Los Cabos. Los cuales analizaremos emiten resultados que dan luz a mejorar el entorno poblacional, sin demeritar el sector turístico de Los Cabos.

Palabras Clave: Entorno socioeconómico. Turismo convencional. Desarrollo.

PERCEPÇÃO DA CIDADANIA FRENTE O AMBIENTE TURÍSTICO DE LOS CABOS

Resumo

O destino turístico de Los Cabos, em Baja California Sur, é o segundo destino turístico mais importante do sol e da praia no México. Com um crescimento populacional superior a 8% de média anual. Compreender as diferentes posições e visões da localização turística, como a empresarial, a dos visitantes e a dos cidadãos, é vital para sincronizar e alinhar as necessidades e áreas de oportunidade. Nesta ocasião, este trabalho tem como objetivo identificar a percepção pública do crescimento do setor de turismo em Los Cabos, através de instrumentos de opinião científica. Compreender a percepção dos cidadãos de um setor econômico cada vez maior e as oportunidades para melhorar, uma vez que a sociedade é uma oportunidade para fazer propostas de políticas públicas. Esta é a principal contribuição deste trabalho, que se soma ao resto das pesquisas focadas na análise do visitante e do setor empresarial. O trabalho baseia-se na revisão do estado da arte da percepção dos cidadãos, de uma análise quantitativa e qualitativa do setor, bem como da aplicação de pesquisas de cidadania em Los Cabos. O que analisaremos emitirá resultados que dão luz para melhorar o ambiente da população, sem desmerecer o setor turístico de Los Cabos.

Palavras Chave: Ambiente socioeconômico. Turismo convencional. Desenvolvimento.

CITIZEN PERCEPTION IN FRONT OF THE CABOS TOURIST ENVIRONMENT

Abstract

The tourist destination of Los Cabos in Baja California Sur Mexico is the second most important sun and beach tourist destination in Mexico. With a population growth greater than 8% annual average. Understanding the different positions and visions of the tourist location, such as business, visitor and citizenship is vital to synchronize and align the needs and areas of opportunity. On this occasion, this work aims to identify the public perception of the growth of the tourism sector in Los Cabos, through scientific opinion instruments. Understanding citizens' perception of an ever-growing economic sector and opportunities to improve as a society is an opportunity to make public policy proposals. And here is the contribution of this work, which adds to the rest of the research focused on analyzing the visitor and the business sector. The work is based on the review of the state of the art of citizen perception, of a quantitative and qualitative analysis of the sector, as well as the application of citizen surveys in Los Cabos. Which we will analyze emit results that give light to improve the population environment, without demerit the tourist sector of Los Cabos.

Keywords: Socioeconomic environment. Conventional tourism. Development.



Licenciada por Creative Commons
Atribuição Não Comercial / Sem
Derivações/ 4.0 / Internacional

* Profesor e investigador del Departamento Académico de Economía de la Universidad Autónoma de Baja California Sur/UABCS. Doctor en Planeación Estratégica y Dirección de Tecnología por la Universidad Popular del Estado de Puebla/UPAEP (2013). Maestro en Negocios y Estudios Económicos por la Universidad de Guadalajara/UdG (2001). Licenciado en Administración de Empresas por el Instituto Tecnológico de la Paz. Sus líneas de investigación son: desarrollo económico, turismo y políticas públicas. Cuenta con perfil deseable de PRODEP. Evaluador de programas educativos de organismos acreditadores y miembro del Comité Interinstitucional para la Evaluación de la Educación Superior en México. [pcruz@uabcs.mx]

** Profesora-investigadora del Departamento Académico de la Universidad Autónoma de Baja California Sur/UABCS. Doctora en Ciencias para el Desarrollo Sustentable por la Universidad de Guadalajara/UdG (2009). Maestra en Economía por la UdG (2001). Licenciada en Economía por la UABCS. Líder del Cuerpo Académico de Políticas Públicas y Desarrollo Económico (CAPPYDE) número 48. Sus líneas de investigación son sobre desarrollo económico, turismo y políticas públicas. Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores, Nivel I y cuenta perfil deseable de PRODEP. [judithjuarez@gmail.com]

*** Profesor-investigador del Departamento Académico de Economía. Maestría en Economía Aplicada por el Colegio de la Frontera Norte (2004). Cuenta con trabajos en el área de la economía aplicada, empresa y el desarrollo económico, además de tener trabajos en el desarrollo de negocios, comercio exterior y análisis de sectores. se puede contactar en la Universidad Autónoma de Baja California Sur/UABCS, carretera al sur km 5.5 Colonia el Mezquitito, La Paz, BCS. [isaias@uabcs.mx]

1 INTRODUCCIÓN

Los Cabos, al igual que muchos otros destinos turísticos, enfrenta grandes retos en materia económica. Las áreas de oportunidad para alcanzar el crecimiento son muy estrechas, mientras que el desarrollo requiere de acciones impostergables para su atención. Más allá de las proyecciones emitidas por las instituciones, las políticas para el fomento y promoción de actividades; las estrategias planteadas para el impulso de sectores económicos o la capacidad gerencial en las empresas, es necesario comprender que estos retos se deben afrontar con la riqueza invaluable que aporta la población. Es decir, con el capital social y el capital humano.

Entender la percepción de los ciudadanos frente a un sector económico en constante crecimiento y las oportunidades de mejorar como sociedad, es una oportunidad para realizar propuestas de política pública. Es por ello, que el objetivo de este trabajo fue identificar la percepción ciudadana frente al crecimiento del sector turístico en Los Cabos, por medio de instrumentos científicos de opinión. Y que basado en un análisis previo del estado del arte y entendiendo el entorno y estadísticas de la localidad, permite aplicar una metodología específica.

En el estado del arte, se identifican aspectos de percepción ciudadana concebida como la manera en que se interpretan las cosas y cómo se ven afectadas por experiencias personales, valores, entre otros (CARDONA, 2012). Además que en esta percepción, las variables sociodemográficas no influyen directamente en las opiniones de los individuos hacia el turismo. Además, que el conocer la opinión de los residentes del destino turístico es imprescindible para realizar un plan de desarrollo turístico (ROYO VELA & RUIZ MOLINA, 2009; AGUILÓ, 2007). Es por ello la importancia de esta investigación que permite realizar un aporte e insumo para los tomadores de decisiones de política pública.

La metodología empleada para el trabajo consistió, que a partir de una revisión teórica del tema y analizar las estadísticas de la localidad y sector económico, se procedió a aplicar encuestas a la población mayor de 18 años en puntos de afluencia pública. De las 380 encuestas aplicadas, muestra que arrojó un nivel de confianza de 95% y un error de 5.0%, se procesaron en SPSS. Entre los principales hallazgos fueron que la calidad de los servicios sociales eran malos (36%), la calidad del transporte público 32% bueno, la satisfacción de vivir en Los Cabos resultó 40.24% muy de acuerdo y la percepción si Los Cabos es una ciudad limpia un 33% este de acuerdo.

Estas opiniones encontradas en el trabajo dan

luz a entender que el capital humano puede incentivar la creación de redes sociales robustas, impulsar el cambio, actuar con eficiencia y generar riquezas lícitas. Siendo uno de los principales destinos turísticos en México, en Los Cabos debe garantizarse el tránsito hacia un modelo de cohesión social democrático e incluyente, donde prosperé la equidad, el estado de derecho y la igualdad de oportunidades.

Encontraremos entre las reflexiones que para Los Cabos, se habrá de asegurar la capacitación necesaria para el mercado laboral, mediante el incremento de espacios en la educación superior, la calidad de la oferta educativa y el apoyo a la investigación y una mayor comunicación entre el sector productivo, gobierno, educativo y sociedad civil.

Este artículo esta organizado en 5 partes. La primera es precisamente esta introducción. La segunda se refiere al marco teórico, lo cual rescata el estado del arte de percepción ciudadana. La tercera parte es la metodología, donde son descritos los procedimientos de investigación. La cuarta es el análisis de los datos, que emiten resultados que dan luz a mejorar el entorno poblacional. Y, por ultimo, en la quinta parte se encuentran las consideraciones finales, donde presentamos las implicaciones del estudio.

2 LA PERCEPCIÓN CIUDADANA SOBRE EL TURISMO COMO MARCO TEÓRICO

Las percepciones son la manera en que se interpretan las cosas y cómo se ven afectadas por experiencias personales, valores, ideologías, costumbres y tradiciones (CARDONA, 2012) y ésta puede estar o no, influida por prejuicios, tópicos y hechos o épocas determinadas (1997). Cardona (2012) define a la percepción como el resultado de la interpretación realizada por la mente de los datos recibidos por los sentidos; y se puede considerar como el resultado del procesamiento de información que consta de estimulaciones a receptores en condiciones que en cada caso se deben parcialmente a la propia actividad (Arias Castilla, 2006).

Hay quienes, como Miquel (1999), plantea las relaciones de trabajo determinan de manera muy importante las relaciones de la población con el turismo; y Madrigal (ROYO VELA & RUIZ MOLINA, 2009). Adicionalmente, es necesario resaltar la imagen turística se define como el "conjunto de creencias, ideas e impresiones que la gente tiene de un objeto o destino" (SÁNCHEZ MENDOZA Y AGUILAR MACÍAS, 2016). Algunos autores exponen que el desarrollo turístico impacta con degradación social en destinos turísticos, especialmente relativas a las condiciones de vida de los trabajadores turísticos

(MATHIESON & WALL, 1982, en AMER FERNÁNDEZ, 2009). Otros sugieren que el balance de las percepciones de los residentes de los costos y beneficios del turismo se considera como uno de los principales factores en la satisfacción de los visitantes, y por ende, vital para el éxito de la industria turística (Gutiérrez Taño, 2009).

Desde esta óptica, Cardona (2012) propone que "las variables sociodemográficas no influyen directamente en las opiniones de los individuos hacia el turismo, sino que unas determinadas variables sociodemográficas se asocian con distintas estructuras de valores y éstos son los que influyen en las percepciones, opiniones y actitudes de los individuos". Además, autores consideran que los impactos del turismo consisten no sólo en el aspecto económico, como creación de empleo y generación de bienestar, también en un componente sociocultural y ambiental (RAMSEOOK-MUNHURRUN & NAIDOO, 2011).

El conocer la opinión de los residentes del destino turístico es imprescindible para realizar un plan de desarrollo turístico (ROYO VELA & RUIZ MOLINA, 2009; AGUILÓ, 2007). Algunos autores proponen que las percepciones y las actitudes de los habitantes hacia el turismo se deberían evaluar de forma continua para asegurar tomar medidas en tiempo, para que a través de esto, los habitantes se involucren en el proceso de desarrollo (GUTIÉRRES TAÑO, 2009). Para conocer esta percepción, Gutiérrez Taño (2009) propone que existen 3 planteamientos teóricos preponderantes para el estudio de la actitud ciudadana hacia la actividad turística:

1. *Teoría del intercambio*: Asume que los individuos seleccionan sus transacciones una vez han evaluado sus beneficios y costes (ROYO VELA, & RUIZ MOLINA, 2009).
2. *Teoría de las representaciones sociales*: Creada por Serge Moscovici en 1961, se refiere a la comprensión de cómo y qué piensa la gente en sus experiencias que están sucediendo, donde se tiene a convertir al conocimiento previo al punto de referencia; es decir, es el pensamiento social incorporado en cada una de las personas (Piña Osorio & Cuevas Cajiga, 2004)
3. *Teoría del intercambio social*: Ésta teoría es utilizada como el marco más adecuado para la aproximación en la percepción de los habitantes sobre los impactos del turismo (SUTTON, 1967), John Ap (GUTIÉRRES TAÑO, 2009) ahonda ésta teoría afirmando que la población residente evalúa a la actividad económica, turística en el caso, en términos del intercambio social que supone; es decir, el residente evalúa al turismo en función de los beneficios que esperan o los costos representados en los servicios que se prestan y los recursos que se aportan al intercambio (GUTIÉRRES TAÑO, 2009).

No obstante, el modelo más ampliamente aceptado agrupa las actitudes en tres componentes (ROSENBERG & HOVLAND, 1960; EAGLY & CHAIKEN, 1993; ROYO VELA & RUIZ MOLINA, 2009). El primero, cognitivo (formado por el conocimiento sobre algún objeto), el componente afectivo, que consiste en mostrar una inclinación favorable o desfavorable sobre un bien con base a congniciones y, finalmente, el componente conativo (referente al comportamiento afectivo) (ROYO VELA & RUIZ MOLINA, 2009). Murphy (1985) así como Royo Vela & Ruiz Molina (2009) considera que los factores que influyen en la actitud de los residentes incluyen el tipo y grado de interacción entre ambas partes (es decir, ciudadano y visitante), qué tan importante es la industria para la región, nivel de vinculación de visitantes en el sector turístico y el nivel de desarrollo de la comunidad en términos generales.

Los resultados de diversos trabajos sugieren que una comunidad receptora de turismo se ve influida por el impacto percibido del turismo en tres categorías básicas de beneficios y costes: económicos, medioambientales y sociales (GEE et al. 1989; GUNN 1988; GURSOY et al. 2000; MCINTOSH Y GOELDNER 1990; MURPHY 1985; GURSOY ET AL. 2002; ROYO VELA & RUIZ MOLINA, 2009). Por lo que, los beneficios económicos esperados por la comunidad residente se podría traducir en creación de empleo (DAVIES et al. 1988; ROYO VELA & MOLINA, 2009); o beneficios sociales y culturales, como en la mejora de servicios e infraestructuras públicas (SETHNA & RICHMOND, 1978; ROYO VELA & MOLINA, 2009).

3 METODOLOGÍA

Para poder medir la percepción ciudadana de Los Cabos se procedió con un enfoque de tipo cuantitativo, donde el marco muestral son los ciudadanos mayores de 18 años de edad que habitan en Los Cabos en BCS como destino turístico (incluye Cabo San Lucas y San José del Cabo). A los cuales se les aplica una encuesta en principales puntos de afluencia pública (plazas comerciales, paradas de autobús, parques y áreas de convivencia general) de manera personal. Utilizando el muestreo probabilístico aleatorio. Se utilizó un nivel de confianza de 95% y un error de 5.0%, teniendo una muestra de 380 encuestas por aplicar.

El cuestionario aplicado es estructurado de aproximadamente 10 minutos de duración. Donde son consideradas variables sociodemográficas, percepción de calidad de los servicios públicos, de calidad de vida, calidad en el ambiente, aspectos

económicos, seguridad, datos del destino turístico y aspectos laborales. El instrumento incluye preguntas con escala de likert, de opción múltiple y de priorización de variables. Se realizaron las entrevistas

durante 4 semanas, con una distribución de casi 100 entrevistas por semana, levantadas en horario matutino y vespertino (cf. Tabla 1, con la isntesis del campo de análisis, variables y tipos de medición).

Tabla 1: Campo de análisis y variables utilizadas en la encuesta a ciudadanos en Los Cabos, BCS.

Campo de análisis	Variables	Unidad de medida
Perfil del ciudadano	Procedencia y composición familiar	Alfanuméricas, numéricas
Evaluación de servicios generales	Servicios culturales, deportivos, sociales	Alfanuméricas
Evaluación de transportes y comunicación	Transporte público, aeropuertos, caminos	Alfanuméricas
Evaluación de atributos de calidad de vida	Calidad de vida en calles, ambiente, satisfacción del lugar, empleo, vivienda, asistencia social	Alfanuméricas
Funcionamiento de servicios públicos	Alumbrado, agua potable, alcantarillado, salud, áreas recreativas, instituciones se educación, caminos, puentes, seguridad pública.	Alfanuméricas

Fuente: elaboració propia.

4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Contexto de Los Cabos

La población de Los Cabos como destino turístico se concentra principalmente en las localidades de Cabo San Lucas y San José del Cabo, que en su conjunto aglutinan al 57.97% de la población asentada en el municipio. Además, alrededor del 64% de la población no es oriunda del lugar, sino de otros lugares de la República Mexicana como Chiapas, Distrito Federal, Estado de México, Guerrero, Sinaloa, Sonora, Michoacán, Oaxaca y Veracruz.

Otro punto a destacar es que la Población Económicamente Activa representa el 46.16% de la población total del municipio, y se concentra en Cabo San Lucas y San José del Cabo en alrededor del 60%. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, la tasa de crecimiento poblacional del destino es de 9.22, superando la media estatal y nacional para el periodo 1990-2010.

Esto ha dado como resultado un crecimiento urbano que rebasa las escalas temporales de planificación urbana y aunado a esto, se carece de un programa de Ordenamiento del Territorio. El componente ecológico de dicho documento necesita actualizarse, ya que fue decretado en 1995, y el ordenamiento urbano aún no ha sido licitado. La falta de planificación en las vías urbanas de comunicación de las ciudades de Cabo San Lucas y San José del

Cabo, ha provocado ineficiencia en el transporte y traslado. El 37% de la opinión pública considera el servicio transporte público como pésimo, y el 29% cree que es de regular calidad.

Es evidente que el crecimiento de este destino turístico ha sido notorio, ello se puede ver reflejado en su infraestructura básica de atención al turista. Ejemplo de ello, es que del 2010 al 2015 los establecimientos de hospedaje se incrementaron de 118 a 134 en dichos años. En el número de cuartos en el 2010 existían 14,344, para el 2012 aumentó ligeramente a 14,753 y en el 2015 se registraban 15,271 cuartos.

La misma tendencia la podemos apreciar en loa establecimientos de preparación de alimentos y bebidas, en el 2010 había solo 95, esta cifra aumentó a 116 en el 2012 y en el 2015 fue exponencial el incremento a 519 establecimientos. Ello tiene que ver con la afluencia de turismo internacional y nacional, que desde el año 2010, era de 1,081,743 turistas, y para el 2015 superaba el 1.4 millones de turistas (SECTUR BCS, 2015).

Es evidente que este crecimiento se vea reflejado en el tipo de servicio y calidad ofrecidos, por ejemplo, las estadísticas de en el periodo de 1999 a 2012, Los Cabos tiene una alta participación en los establecimientos de las categorías de cinco y cuatro estrellas. Entre estas dos categorías en el 2012 abarcaron más del 50% del total en Los Cabos. La característica de este destino en centrar su oferta turística en hoteles de elevada categoría y servicios, centrando sus esfuerzos en un destino plus.

Tabla 1. Indicadores básicos de infraestructura en Los Cabos, 2010, 2012, 2015.

Año	Establecimientos de alojamiento	Cuartos	Establecimientos de preparación de alimentos y bebidas
2010	118	14,344	95
2012	121	14,753	116
2015	134	15,271	519

Fuente: Elaboración basado en Anuario estadístico INEGI, 2011, 2013, 2016.

Es evidente la estrecha relación entre los establecimientos de hospedaje y los cuartos de hospedaje, en este sentido, Los Cabos tiene la mayor participación en las dos primeras categorías (cinco y cuatro estrellas). La participación promedio en cuartos de establecimientos cinco estrellas y cuatro estrellas en 1999 fue de 85% y en el 2012 aumento a 89%.

Tan solo el porcentaje de cuartos catalogados de cinco estrellas en 1999 fue de 69% y este aumentó en el 2012 a 79% un 10% más. Al 2012 se contabilizaban 11,605 cuartos de cinco estrellas, 1489 de cuatro estrellas, 601 de tres estrellas, 223 de dos estrellas, 288 de una estrella y 547 sin categoría. Datos de la SECTUR Estatal de BCS, indican que en el 2010 eran 1,081,743 llegadas de turistas a Los Cabos, y éste tuvo un aumento a 2,030,900 en el 2016 (SECTUR BCS, 2016). De los cuales la mayoría eran extranjeros tan solo en el 2010 se registraban 766,794 turistas y en el 2013 aumentó a 1,059,558 turistas. Lo cual hace reflejar la importancia del destino Los Cabos, como primer destino del Pacífico Mexicano.

Las cifras nos muestran que Los Cabos es el principal receptor de visitantes con una alta concentración de visitantes extranjeros lo que seguramente explica porque podemos encontrar en el municipio hoteles de lujo y gran turismo donde los visitantes pueden disfrutar del confort. Los efectos de crisis económicas también han afectado al destino turístico, tal es el caso que a partir del 2009 ha costado a los inversionistas nacionales y extranjeros sobreponerse al impacto económico. Pero, esto solo ha sido temporal, pues después del 2012, la infraestructura hotelera y restaurantera ha ido en aumento.

Por otra parte, el comportamiento de las arrendadoras en Los Cabos según INEGI (2013), están concentradas el 95% de ellas en este destino respecto al total del Estado. Contabilizando a 21 de los 22 registrados en datos oficiales. Lo cual indica la gran importancia de este destino. En relación a las marinas turísticas en Los Cabos, el destino abarca el 36% de las existentes en todo el Estado. Llegando a tener 4 marinas en total.

La ocupación hotelera de los visitantes nacionales y extranjeros en los últimos años se ha incrementado. Tan solo desde el 2010 al 2013 se ha incrementado en un 16% la ocupación hotelera en Los Cabos. En el 2010, por ejemplo se tenía una ocupación hotelera del 57.07 según datos de

SECTUR Estatal (2014), la cual se fue incrementando al 2011 a 59.18, en 2012 62.28, en el 2013 se registró en promedio en el año un 66.12. Recientemente datos del año 2015, hay una ocupación casi del 80% (SECTUR, 2017). No cabe duda que Los Cabos es un destino que, debido a su crecimiento en oferta turística, existe un segmento de visitantes cautivo. Un estudio reciente por Cruz, (2013) muestra un cliente cautivo, ya que un 40% de los visitantes ya había visitado el destino de Los Cabos y un 60% que lo hacen por primera vez.

Al analizar la estadía promedio dentro del centro turístico de Los Cabos, encontramos que en Cabo San Lucas se presenta la mayor ocupación hotelera con 4.9 noches en el 2013, este aumenta a 5.5 en el 2015. Le sigue en consecuencia el Corredor de Los Cabos con 4.8. Y, por último, San José del Cabo con 4.5 de estadía por noche.

En relación al acceso a Los Cabos con destino, existen tres vías de comunicación: terrestre a partir de la carretera transpeninsular, marítima a partir de cruceros y aérea. Donde la más utilizada es por vía aérea. Tan solo el número de cruceros al 2017, se calculan en 112 arribos con más de 236,000 pasajeros (SECTUR, 2017).

La otra vía, la terrestre, que como única vía y se convierte en desventaja la carretera transpeninsular. El arribo de visitantes internacionales por vía aérea que tienen los principales destinos turísticos del Pacífico, entre ellos Los Cabos. De los cuales se puede observar que el arribo de los pasajeros internacionales en Los Cabos aumento un 16.10% del año 2012 al 2013. Y que fue el destino turístico con un mayor incremento de pasajeros internacionales del Grupo Aeroportuario del Pacífico (GAP). Tan solo de pasajeros internacionales al 2013 se registraron 2,475,500, y un año atrás registraba 2,132,900 turistas extranjeros.

En los últimos tres años, el arribo de pasajeros vía aérea se ha incrementado desde 2015 al 2017. Tan solo en el 2015 llegaron poco más de 1.2 millones de personas, en 2016 poco más de 1.4 millones de personas y en el 2017 al mes de agosto van 1.7 millones de personas.

La pesca deportiva es una actividad importante, dentro de la oferta complementaria de Los Cabos. Este destino es considerado uno de los destinos más atractivos para la práctica de este deporte a nivel

mundial y como la meca del marlín, por lo que año con año, se celebran gran número de prestigiados torneos internacionales; entre los cuales, se encuentran el torneo Bisbee's Black & Blue, Rolex Gold Cup, IGFA World Offshore Championship Western Outdoor News, Los Cabos Billfish Classic International Game Fish Tournament, Los Cabos Stars and Stripes Western Outdoor News, Los Cabos Billfish Asociación de Hoteles, entre otros.

De acuerdo con Ditton, et al (1996) la derrama económica generada por la actividad provoca un efecto multiplicador en tres sectores de la economía: i) el turístico (por los servicios de hotelería, restaurantes, agencias de viajes y transporte), ii) el pesquero (a través de la flota prestadora de servicios, en abasto de insumos e instalaciones portuarias) y, iii) el industrial (por la fabricación de embarcaciones, equipos y accesorios, la taxidermia y en general la industria conexas).

En México la pesca deportiva se practica en centros turísticos como Acapulco e Ixtapa Zihuatanejo en Guerrero; Puerto Vallarta, Jalisco; Manzanillo, Colima; Mazatlán, Sinaloa y Los Cabos, Baja California Sur. Entre las principales especies de pesca deportiva se encuentran los picudos como marlín rayado (*Tretapturus audax*), pez vela (*Istiophorus platypterus*), marlín azul (*Makaira nicrans*) y marlín negro (*Makaira indica*). Las especies de pesca menor son principalmente dorado (*Coryphaena hippurus*), atún aleta amarilla (*Thunnus albacares*), wahoo (*Acanthocybium solendari*), pez gallo (*Nematistius pectoralis*) y jurel (*Trachurus picturatus murphyi*) (CRUZ, 2013).

Las especies de picudos son las más codiciadas por el pescador deportivo debido a su fuerza y tamaño, al igual que se les considera especies altamente migratorias que habitan en aguas templadas y tropicales. Gerhard y Gulick (1962) manifiestan que Los Cabos debe su vocación turística primordialmente al auge de la actividad de pesca deportiva y a que las especies destinadas a esta actividad (marlín azul, rayado y negro, pez vela, dorado, atún aleta amarilla, wahoo, pez gallo y en menor proporción jurel) son uno de los principales atractivos que motivan al turista para realizar el viaje a este destino (HERNÁNDEZ-TREJO, et al., 2012).

La actividad de pesca deportiva en Baja California Sur (BCS) comienza en Los Cabos alrededor de los años sesenta (HERNÁNDEZ-TREJO, et al., 2012). La pesca deportiva se concentra en mayor proporción en la región de Los Cabos por tres razones: 1) cuenta con infraestructura turística y personal capacitado para atender este tipo de demanda y, 2) cambios estacionales mínimos en la abundancia de las diferentes especies para pesca

deportiva (ORTEGA-GARCÍA, et al., 2008); y 3) todas las especies de pesca deportiva se encuentran presentes en la zona de Los Cabos (PONCE - DÍAZ, et al., 2003). Estos aspectos se combinan de tal forma que hacen que la demanda de los servicios ecosistémicos recreativos asociados a la actividad vaya en aumento (HERNÁNDEZ-TREJO, et al., 2009). A finales del siglo pasado la pesca deportiva se consolida como actividad económica en Los Cabos.

En 2010 la Capitanía de Puerto de Cabo San Lucas reportó que 509 embarcaciones de pesca deportiva realizaron 31,766 viajes, los cuales llevaron a 94,218 pescadores a bordo de las mismas. La temporada alta de la actividad de pesca deportiva que se desarrolla durante los meses de octubre a noviembre, y la época de menos actividad es el mes de septiembre. Donde casi se alcanza los 12,000 turistas en embarcaciones de pesca deportiva en los meses de temporada alta.

De acuerdo con cifras de la SECTURBCS (2015); Los Cabos cuenta con 743 espacios marinos y 250 secos para albergar embarcaciones de pesca deportiva. La capitanía de puerto de Cabo San Lucas y San José del Cabo manifiesta que en el año 2012 operaron 509 embarcaciones y realizaron 32,166 viajes para atender a 94,218 pescadores deportivos. Como destino de pesca deportiva Los Cabos alberga la flota de pesca deportiva más grande del noroeste mexicano. El 80% de quienes realizan esta actividad provienen de Estados Unidos de Norteamérica. Se estima que la pesca deportiva en Los Cabos dejó una derrama económica de alrededor de 2.85 millones de dólares en el año 2012 (CRUZ, 2013).

El golf, representa un atractivo adicional para el turista ya que, Los Cabos es considerado como uno de los 15 mejores destinos de Golf en el mundo y cuenta con campos de golf, Diamante y Cabo del Sol, posicionados dentro del TOP 100 mundial. Para finales de 2012 se registraron 11 campos de golf, en su mayoría fueron diseñados por especialistas reconocidos en su área. Recientemente se construyeron dos más bajo el diseño de los reconocidos Tiger Woods y Jack Nicklaus. Ha sido el agrado de los turistas de este segmento de mercado, que el número de rondas jugadas en los campos de golf han incrementado en 3.9%, registrando al 2013 un total de 157,158 rondas jugadas.

Otra parte de la oferta complementaria del destino es el centro de convenciones, recientemente construido y que tiene una capacidad de albergar eventos de hasta 6 mil 400 personas en 3 salas de exposiciones y 7 salas de convenciones, lo que abre una ventana de oportunidad al turismo de grupos y convenciones, haciendo que se pueda ampliar el mercado del destino. Además, Los Cabos cuenta con

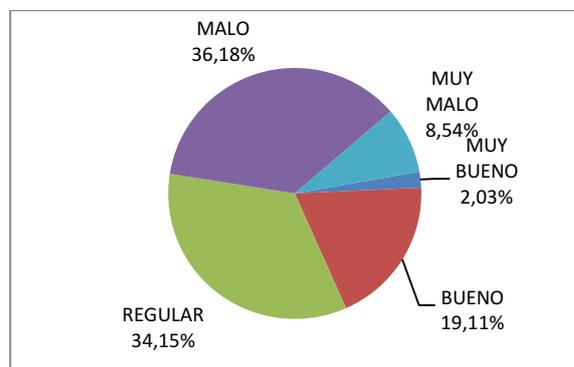
10 centros y salas de convenciones en hoteles ubicados en distintos sitios dentro del corredor turístico. Actualmente el centro de convenciones ha tenido un proceso de licitación para que una empresa se haga cargo de administrar tal infraestructura que puede ser bien utilizada para el turismo de convenciones en el Estado de BCS.

4.2 Datos Empíricos

Los resultados indicaron que, de un total de 380 encuestas aplicadas, la estructura de género es 49% hombres y 51% mujeres; con un promedio de edad de 30 años y 9 años en promedio radicando en Los Cabos. El 58% de las entrevistas se realizó en la Ciudad de Cabo San Lucas y el restante en San José del Cabo. Respecto al nivel de escolaridad al preguntar a la población entrevistada se puede observar que alrededor del 61% de ellos cuenta con educación de nivel superior (26% preparatoria y 37% universidad). Un 37% se ubica en los niveles básicos de educación (primaria y secundaria).

Los encuestados comentaron sobre la calidad de distintos servicios públicos, un 70% (Gráfica 1) opina que la calidad de los servicios sociales de la ciudad se ubica entre regular o malo, mientras que 19% los considera de buena calidad. Alrededor de 73% de los encuestados considera que los servicios culturales de la Ciudad son entre regulares (37%) y malos (36%), solo un 16% de los entrevistados los considera de buena calidad. Por otra parte, el 31% de los encuestados, opina que los servicios deportivos de la ciudad son de mala calidad, mientras que 37% los considera regulares, 20% como buenos y solo 7% opina que son servicios de buena calidad.

Gráfica 1. Calidad de los servicios sociales de la ciudad de Los Cabos.

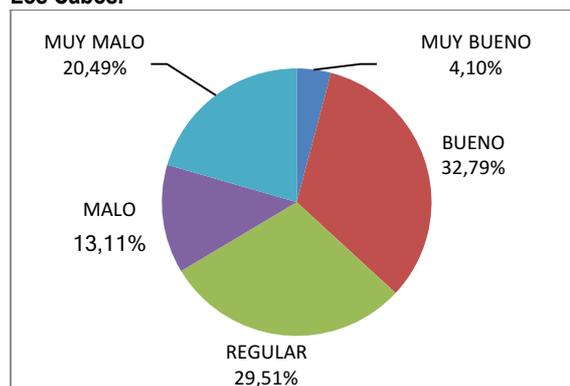


Fuente: Elaboración propia basado en resultados de la encuesta.

Al cuestionar a la gente sobre la calidad del servicio de transporte público 4% lo ubica como muy bueno, 33% opina que son buenos, 29% piensa que

es un servicio de regular calidad, 13% lo considera malo y 21% opina que su servicio es muy malo (Gráfico 2). Un 54% de los entrevistados hacen uso de las instalaciones del aeropuerto de la localidad. De ellos el 8% piensa que son de muy buena calidad, 38% opina que son de buena calidad, 25% lo ubican como regular, 23% opina que da mal servicio y 6% que el servicio es muy malo.

Gráfica 2. Calidad del servicio de transporte público en Los Cabos.

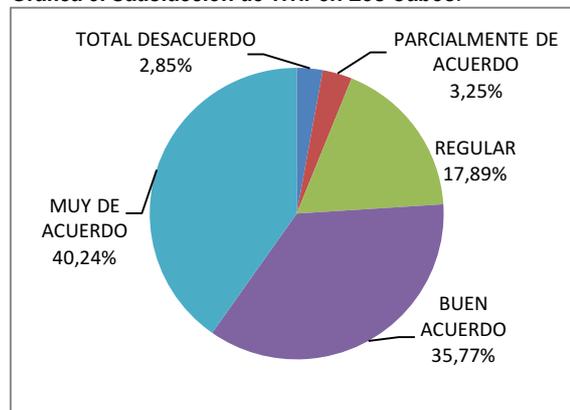


Fuente: Elaboración propia basado en resultados de la encuesta.

Al momento de solicitar que, comparando su ciudad (Los Cabos) con el conjunto de México, opinara en qué grado, en escala de 5 (Muy de Acuerdo) a 1 (En Total Desacuerdo), con distintas frases. Con respecto a la calidad de vida la mayor proporción, 48%, está en buen acuerdo sobre este aspecto; mientras que 26% está muy de acuerdo. Con referencia a la calidad del medio ambiente 29% está en muy buen acuerdo, 43% en buen acuerdo y 19% en regular acuerdo.

Al cuestionarlos sobre su satisfacción de vivir en Los Cabos el 36% está en buen acuerdo y un 40% está muy de acuerdo (Gráfica 3).

Gráfica 3. Satisfacción de vivir en Los Cabos.



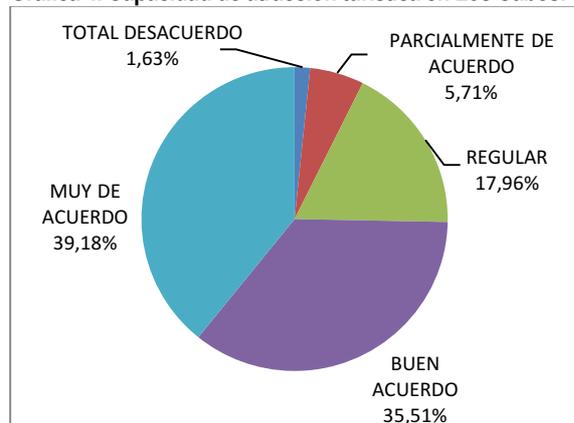
Fuente: Elaboración propia basado en resultados de la encuesta.

Con respecto a si el destino tiene gran capacidad de atracción turística un 18% está regularmente de acuerdo, 36% en buen acuerdo y 39% muy de acuerdo. Tocante al tema de seguridad 21% acuerda que es regular, 40% la define en buen acuerdo y 26% se ubica muy de acuerdo.

El 36% concuerda de buena forma en que la ciudad está incorporada a las nuevas tecnologías, mientras que el 30% está muy de acuerdo. En cuanto a la percepción si es una ciudad limpia Los Cabos, un 29% concuerda de forma regular con que es una ciudad limpia, mientras que 37% lo califica como buena la limpieza en la ciudad. En relación a las condiciones de creación y desarrollo de empresas, un 33% de los encuestados indica que está en acuerdo sobre estas condiciones y 28% en muy buen acuerdo en que en esa ciudad se puede dar la creación y desarrollo de nuevas empresas.

Respecto a si el ruido en la ciudad es un problema, el 20% de los encuestados concuerdan si lo es en forma regular, 27% están de acuerdo y 20% están en muy buen acuerdo. Un 21% está en total desacuerdo con que es fácil encontrar empleo, un 26% regular y 25% en acuerdo con respecto a la facilidad de encontrar empleo. El comentario de la población con respecto a si los inmigrantes están bien integrados a la población sudcaliforniana, el 23% indica que, si lo están de forma regular, 26% buen acuerdo y 24% muy de acuerdo. La percepción de la población sobre el acceso a la vivienda en Los Cabos, el 28% lo califica de forma regular y como bueno 27%. Sobre la adecuación de la red de asistencia social están parcialmente de acuerdo con ello en 14%, de forma regular un 28%, en buen acuerdo 26% y muy de acuerdo 15%.

Gráfica 4. Capacidad de atracción turística en Los Cabos.



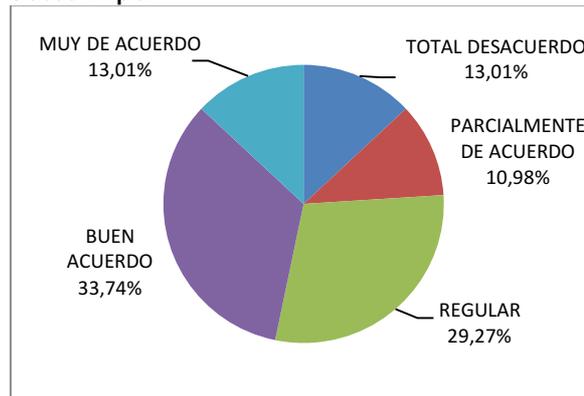
Fuente: Elaboración propia basado en resultados de la encuesta.

En relación a la percepción sobre la capacidad de atracción turística en Los Cabos, los encuestados

afirman estar muy de acuerdo (39%) que este destino tiene la capacidad de atracción (Gráfica 4), un 36% afirman estar en buen acuerdo, en forma regular un 18% y solo la minoría no está de acuerdo en que el destino de Los Cabos tenga atracción turística.

La percepción si Los Cabos es una ciudad limpia, los encuestados indican estar en buen acuerdo con 34%, un 29% en forma regular, muy de acuerdo con 13%, en total desacuerdo un 13% (Gráfico 5).

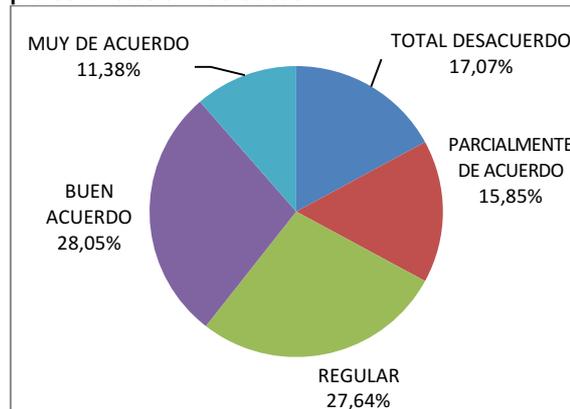
Gráfica 5. Percepción si la ciudad de Los Cabos es una ciudad limpia.



Fuente: Elaboración propia basado en resultados de la encuesta.

Por su parte, la percepción de la oferta de trabajo en Los Cabos, los encuestados indicaron estar en total desacuerdo (17%) que exista buena oferta para profesionistas, un 16% indica estar parcialmente de acuerdo que exista buena oferta para los profesionistas, 28% en forma regular y buen acuerdo 28% (Gráfico 6).

Gráfica 6. Oferta de trabajo calificado para profesionistas en Los Cabos.



Fuente: Elaboración propia basado en resultados de la encuesta.

Al cuestionar a los entrevistados sobre cómo valoran el funcionamiento del servicio de alumbrado público, el 40% opina que es regular y 35% opina que es malo. Un 31% opina que el servicio de agua

potable y alcantarillado es regular, 18% lo considera muy bueno y 33% lo considera malo. En lo concerniente al servicio de recolección de basura 32% lo considera regular y 44% piensa que es malo. Un 43% opina que los parques, jardines y áreas verdes son malos. El 52% opina que los servicios que prestan los bomberos son malos y 23% piensa que es pésimo. El 13% de los encuestados piensa que el servicio de hospitales y emergencias médicas son muy buenos, mientras que 41% opina que son malos.

4.3 Discusión de los Datos a la Luz de la Teoría

Considerando la opinión de Arias Castilla (2006) y los hallazgos encontrados en el estudio, se identificaron estimulaciones de la ciudadanía en respuesta a la propia actividad del sector turístico. En general se percibe que la población ve como un destino con un gran potencial turístico, pero que aun no se han realizado los encuadres pertinentes para que la derrama económica permee en mayor medida.

Los resultados indican como los servicios sociales aun pueden mejorar y beneficiar también al sector turístico, Tal y como lo manifiestan Sánchez Mendoza y Aguilar Macías (2016) la imagen turística concebida como el conjunto de creencias, ideas e impresiones que la gente tiene de un destino, si está alineada con el beneficio al trabajador, puede tener un mayor alcance de beneficios mutuos. Y así reforzar más el sector y destino.

Al analizar las opiniones de los ciudadanos respecto a la seguridad y los servicios públicos en general, se identifica la necesidad de reforzar estos temas que no solo en el plano nacional urge. Reconocen lo difícil en lo económico y político que implica enfrentar estos temas, pero ellos en algun momento transfieren dicha preocupación al visitante. Tal y como lo sugieren los autores Gutiérrez Taño (2009), donde las percepciones de los residentes de los costos y beneficios del turismo son factores básicos que influyen en la satisfacción de los visitantes, y por ende, vital para el éxito de la industria turística.

Punto medular son los resultados cuando los ciudadanos expresan la gran capacidad de atracción turística que tiene Los Cabos, con más del 60% entre muy de acuerdo y buen acuerdo con esta afirmación. Lo cual a futuro puede generar externalidades positivas en términos económicos. Lo cual coincide con el argumento de Royo Vela & Molina (2009), al afirmar que los beneficios económicos esperados por la comunidad residente se podrían traducir en creación de empleo y un mejor bienestar.

5 CONCLUSIONES

El presente estudio con enfoque de descriptivo y analítico sobre el destino turístico de Los Cabos, permite identificar algunas directrices sobre el rumbo que ha tomado esta ciudad. En principio el destino goza de una riqueza de atractivos naturales que lo han hecho interesante a la luz de los turistas. La realización de fuertes inversiones nacionales e internacionales en el destino han permitido atraer a visitantes internacionales, muchos de ellos con un fuerte poder adquisitivo. El entorno permisivo del destino turístico ha hecho que los spring breakers acudan con facilidad. La cercanía con el país vecino del norte por vía aérea, ha facilitado que los vuelos comerciales sean accesibles y con una amplia oferta por las líneas aéreas. Debido al aumento y afluencia del sector turístico y el crecimiento a la par de las inversiones en el sector hotelero, la necesidad de mano de obra para atender al destino turístico desde en el sector de la construcción, el servicio al cliente y demás servicios complementarios. Esto ha propiciado que la necesidad de contratar recurso humano no solo local, sino foráneo, lo cual ha propiciado un incremento en la tasa de población y migración, la más alta a nivel nacional. El crecimiento poblacional ha generado que a su vez los servicios públicos sean cada vez mayor demandados y la calidad en ellos se vea demeritada. Aunado a ello, la tenencia de la tierra ha sido una constante y por ello se han identificado asentamientos humanos irregulares. A nivel de política pública, el Ayuntamiento tiene un reto a resolver y proponer estrategias para administrar el crecimiento y los servicios a la población. Pues esto último ha sido una demanda constante de la población, tener mejores condiciones de vida en la ciudad, mejores servicios y bienestar social.

REFERENCIAS

- AGUILÓ, E. (2007). *Actitud de los residentes frente al turismo: Análisis para las Islas Baleares*. Fundació Antoni Maura de Balears.
- AMER FERNÁNDEZ, J. (2009). Los debates sobre la percepción social del turismo en las Islas Baleares. *Nimbus* (23-24), 5-23.
- ARIAS CASTILLA, C. (2006). *Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas*. 8 (1), 9-22.
- CARDONA, J. R. (2012). *Universitat de les Illes Balears*. Palma.
- CRUZ, P. *Reporte técnico de Agenda de competitividad de destino turístico de Los Cabos*. SECTUR BCS, UABCS, 2013.

- GUTIÉRREZ TAÑO, D. (2009). En D. GUTIÉRREZ TAÑO, Las actitudes de los residentes ante el turismo (págs. 47-51). *Soportes audiovisuales e informáticos - Serie Tesis Doctorales*.
- HERNÁNDEZ - TREJ, V.; PONCE - DÍAZ, G.; LLUCH - BELDA, D.; BELTRÁN - MORALES, L.F. Economic benefits of the sport fishing in Los Cabos, Mexico: Is the relative abundase a determinant? In: BREBIA, C.; PINEDA, F.D. (Comps.). *Sustainable Tourism V*. Wessex Institute of Technology (Ed.). 165-172 pp, 2012.
- INEGI, 1990. *Censo de Población y Vivienda, 1990*. Aguascalientes, México. Disponible en línea: www.inegi.org.mx (Fecha de consulta: 24/ 01/2012).
- INEGI, 2000. *Censo de Población y Vivienda, 2000*. Aguascalientes, México. Disponible en línea: www.inegi.org.mx (Fecha de consulta: 24/ 01/2012).
- INEGI, 2005. *Conteo de población y vivienda, 2005*. Aguascalientes, México. Disponible en línea: www.inegi.org.mx (Fecha de consulta: 24/ 01/2012).
- INEGI, 2006. *Anuario estatal de Baja California Sur: 2006*. Aguascalientes, México.
- INEGI, 2010. *Censo de Población y Vivienda 2010*, Dirección General de Estadísticas Sociodemográficas, disponible en línea: www.inegi.org.mx (Fecha de consulta: 24/ 01/2012).
- INEGI, 2010b. *Censo de Población y Vivienda 2010: Tabulados del Cuestionario Ampliado*, Fecha de elaboración: 12/05/2011. Disponible en línea: www.inegi.org.mx (Fecha de consulta: 04/ 10/2013).
- INEGI, 2011. *Anuario estadístico de Baja California Sur, 2010*. Aguascalientes, México.
- INEGI, 2013. *Anuario estadístico de Baja California Sur, 2011*. Aguascalientes, México.
- INEGI, 2016. *Anuario estadístico de Baja California Sur, 2011*. Aguascalientes, México.
- MATHIESON, A. & WALL, G. (1982). *Tourism economic, physical and social impacts*. Longma. Harlow, 208.
- MIQUEL NOVAJRA, A. (1999). *El campo en la cabeza*. España: La Catarata.
- MORALES DOMÍNGUEZ, J. F. (2002). La teoría del intercambio social desde la perspectiva de Blau. *Revista Española de Investigaciones Psicológicas*, 129-146.
- RAMSEOOK-MUNHURRUN, P., & NAIDOO, P. (2011). Resident's attitudes toward perceived tourism benefits. *International journal of management and marketing research*, 4(3), 45-56.
- ROYO VELA, M., & RUIZ MOLINA, M. E. (2009). Actitud del residente hacia el turismo y el visitnte: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural. *Cuadernos de turismo* (23), 217-236.
- SÁNCHEZ MENDOZA, V. V., & AGUILAR MACÍAS, S. (2016). Percepción de los turistas mexicanos sobre la imagen turística de Mazatlán, ante un escenario de seguridad. *Teoría y Praxis* (20), 155-186.
- SECTUR (2017). Secretaría de Turismo. *Datatur*. www.sectur.gob.mx
- SECTUR Estatal de BCS, (2016). *Datos estadísticos generados desde la Secretaría de Planeación*.
- SUTTON, W.A. (1967): "Travel and understanding: Notes on the social structure of touring". *International Journal of Comparative Sociology*, 8, pp.217-223.

Processo Editorial / Editorial Process

Editor Chefe/Editor-in-chief: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido em 07 de dezembro de 2017; aceito em 31 de Janeiro de 2018; publicado online em 28 de Fevereiro de 2018.

Received on December 07, 2017; accepted on January 31, 2018, published online on February 28, 2017.

Artigo original / Original article. Seção revisada por pares / Double blind review section.

PRIORIZACIÓN DE VIAJES Y TURISMO FRENTE A LA SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL: ANÁLISIS DE CORRELACIÓN APLICADO A MÉXICO

Alberto Francisco Torres García *
Gustavo Rodolfo Cruz Chávez **
Oscar Arizpe Covarrubias***

Resumen

El significativo rol del turismo en la economía, ha llevado a una fuerte intensificación de la competencia internacional, nacional y regional de los destinos turísticos. Reconociendo que la competitividad es fruto de un conjunto de factores que interactúan para mejorar el nivel de crecimiento y desarrollo económico, es indispensable implementar políticas que promuevan los destinos turísticos de forma objetiva, atendiendo integralmente las necesidades de desarrollo, calidad de vida y aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales. Aunque México ha mostrado un avance significativo en el índice de competitividad de viajes y turismo publicado por el Foro Económico Mundial, el proceso de planeación turística debe impulsar un balance entre la priorización de la actividad y la sustentabilidad de los destinos. En este orden de ideas, los estudios neoinstitucionales muestran argumentos teóricos y empíricos convincentes para resaltar la importancia de las instituciones en la conducción del sector turístico.

Palabras Clave: Instituciones. Competitividad turística. Priorización. Sustentabilidad.

PRIORIZAÇÃO DE VIAGENS E TURISMO CONTRA A SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL: ANÁLISE DE CORRELAÇÃO APLICADA A MÉXICO

Resumo

O papel significativo do turismo na economia levou a uma forte intensificação da concorrência internacional, nacional e regional em destinos turísticos. Reconhecendo que a competitividade é o resultado de um conjunto de fatores que interagem para melhorar o nível de crescimento e desenvolvimento econômico, é essencial implementar políticas que promovam destinos turísticos de forma objetiva, atendendo plenamente às necessidades de desenvolvimento, qualidade de vida e uso sustentável de recursos naturais e culturais. Embora o México tenha mostrado um avanço significativo no índice de competitividade de viagens e turismo publicado pelo Fórum Econômico Mundial, o processo de planejamento do turismo deve promover um equilíbrio entre a priorização da atividade e a sustentabilidade dos destinos. Nesta ordem de ideias, estudos neo-institucionais mostram argumentos teóricos e empíricos convincentes para destacar a importância das instituições na gestão do setor de turismo.

Palavras Chave: Instituições. Competitividade do turismo. Priorização. Sustentabilidade.

PRIORITIZATION OF TRAVEL AND TOURISM AGAINST ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY: CORRELATION ANALYSIS APPLIED TO MEXICO

Abstract

The significant role of tourism in the economy has led to a strong intensification of international, national and regional competition in tourist destinations. Recognizing that competitiveness is the result of a set of factors that interact to improve the level of growth and economic development, it is essential to implement policies that promote tourist destinations in an objective manner, fully addressing the needs of development, quality of life and sustainable use of natural and cultural resources. Although Mexico has shown a significant advance in the competitiveness index of travel and tourism published by the World Economic Forum, the process of tourism planning should promote a balance between the prioritization of activity and the sustainability of destinations. In this order of ideas, neo-institutional studies show convincing theoretical and empirical arguments to highlight the importance of institutions in the management of the tourism sector.

Keywords: Institutions. Tourism competitiveness. Prioritization. Sustainability.



Licenciada por Creative Commons
Atribuição Não Comercial / Sem
Derivações/ 4.0 / Internacional

* Profesor-investigador del Departamento Académico de Economía de la Universidad Autónoma de Baja California Sur/UABCS. Sus aportaciones destacan en el estudio de los negocios internacionales, la competitividad y el desarrollo económico. Cuenta con Doctorado en Relaciones Transpacíficas por la Universidad de Colima. Es colaborador del Cuerpo Académico de Desarrollo Económico y Políticas Públicas. [atorresg@uabcs.mx]

** Profesor-investigador del Departamento Académico de Economía de la Universidad Autónoma de Baja California Sur/UABCS. Sus líneas de generación y aplicación del conocimiento versan sobre el desarrollo económico sectorial y los Modelos cuantitativos de economía y negocios. Cuenta con Doctorado en Desarrollo Económico y Sectorial Estratégico por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. Es miembro del Cuerpo Académico de Desarrollo Económico y Políticas Públicas. [gacruz@uabcs.mx]

***Profesor-investigador del Departamento Académico de Ciencias Marinas y Costeras de la Universidad Autónoma de Baja California Sur/UABCS. Es autor de múltiples artículos y colaboraciones en libros como los publicados de Loreto y del municipio de Los Cabos y ha sido responsable de proyectos de investigación con financiamiento nacional e internacional. Actualmente es Jefe del Laboratorio de Ecología de Sistemas Costeros y miembro del Cuerpo Académico de Desarrollo Económico y Políticas Públicas. [oarizpe@uabcs.mx]

1 INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, las aportaciones económicas del turismo han permitido su posicionamiento jerarquizado en la planeación de la política pública y el diseño del marco institucional, así como en la innovación, el incremento y la diversificación de la oferta turística impulsando, al mismo tiempo, el desarrollo de infraestructura de soporte y de servicios complementarios.

El Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo, emitido por el Foro Económico Mundial, es una herramienta que coadyuva a la toma de decisiones para la construcción de un sistema turístico favorable tanto para el ambiente de negocios como para la focalización en tópicos relacionados a la seguridad, la salud, la preparación tecnológica, el patrimonio cultural y la sustentabilidad.

Al respecto, México ha mostrado un avance significativo en el índice de competitividad de viajes y turismo; sin embargo, el desempeño de los indicadores referentes a la priorización de viajes y turismo y la sustentabilidad ambiental muestran áreas de oportunidad para la mejora del marco institucional.

En la presente investigación, se llevará a cabo un análisis de correlación entre dichos indicadores, a partir de los reportes emitidos por el Foro entre 2007 y 2017. Con base a los resultados, y bajo un enfoque neoinstitucional, se realizarán las recomendaciones pertinentes para la definición de una política turística que permita comulgar favorablemente la promoción y posicionamiento de la industria con el cuidado y preservación del medio ambiente.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Instituciones y Competitividad Turística

El énfasis en la apertura comercial y financiera, así como la privatización de las empresas estatales y la desregulación de la economía, son un conjunto de ideas que se acogieron bajo el concepto de neoliberalismo. El modelo actual sostiene el desarrollo de ciertas ventajas obtenidas del intercambio, como el aumento en la competencia que, a su vez, incentiva la innovación tecnológica, mejores controles de calidad y precios bajos (FERNÁNDEZ, VERA Y WEITRAUB, 1993, p.176).

No obstante, durante mucho tiempo, las teorías económicas que explican las causas y beneficios de la apertura, han relegado a la temática institucional de su estudio. Al respecto, corrientes de investigación se han agregado en forma alterna a la teoría neoliberal, añadiendo la relevancia de otros factores no

reconocidas por la misma, como el caso de las instituciones.

El estudio de las instituciones ha sido retomado en los campos políticos, sociológicos y económicos, cobijados por la escuela del Nuevo Institucionalismo o Neoinstitucionalismo, como una propuesta pertinente para explicar las acciones que imposibilitan la adecuada toma de decisiones en las relaciones locales o globales. El neoinstitucionalismo económico relaciona en forma inextricable la economía y la política, analizando las fallas de los mecanismos del Estado y sus ineficacias (VARGAS, 2005, p.29). En este sentido, ofrece una teoría del desarrollo en términos de “cambios institucionales apropiados”, los cuales promueven el crecimiento económico” (MOLTENI, 2006, p.8). Así, es posible que la clave para conseguir el crecimiento y el desarrollo económico y social, estable y sustentable se encuentre en la paciente reelaboración de las instituciones (MARTÍNEZ COLLS, 2001).

Habitualmente se entiende por institución cualquier organismo o grupo social que, con unos determinados medios, persigue la realización de unos fines o propósitos (FRANCISKOVIC y GODENZI, 2014, p.242). Sin embargo, limitarse al estudio de las instituciones viendo sólo estas como organizaciones, constituye un reduccionismo que impide analizar el papel y la influencia de la cultura en la construcción y ordenamiento de las reglas institucionales (TÉLLEZ y CUBILLOS, 2009, p.227). De esta manera, las instituciones son un conjunto de restricciones internas y estímulos externos que moldean las preferencias, necesidades y creencias individuales (FLÓREZ, 2013, p.18). De acuerdo a North (1990, p.3), son las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana y estructuran incentivos en el intercambio humano. Son construcciones históricas que, a lo largo de su evolución (origen, estabilización y cambio) los individuos erigen expresamente (AYALA, 1999, p.63), conformando un régimen de política (PACHECO - VEGA, 1002). Incluso, se considera que las instituciones moldean, tanto o más que los precios, el comportamiento y las elecciones de los individuos. (MORALES, 1997, p.80).

El papel central de las instituciones es minimizar costos de transacción, haciendo posible la existencia, la eficiencia, y la profundidad de mercados y de organizaciones (GANDLGRUBER, 2003, p.87). Las instituciones coordinan y regulan el funcionamiento de una nación, por lo que su eficiencia repercute indudablemente en el bienestar de los individuos, al otorgarles un entorno propicio para su ejercicio, siempre y cuando éste se encuentre dentro de la frontera institucional. Esta frontera o marco institucional constantemente es modificado, tanto en

su esfera formal como informal, imponiendo retos para su comprensión y acatamiento, pero incentivando en todo momento el correcto desempeño económico. En palabras de North:

“El cambio institucional conforma el modo en que las sociedades evolucionan a lo largo del tiempo, por lo cual es la clave para entender el cambio histórico... es un proceso complicado porque los cambios habidos al margen pueden ser consecuencia de los cambios en cuanto a normas, limitaciones informales y diversas clases de efectividad y observancia coercitiva.” (North, 1990, p.6).

Para Esguerra (2005, p.203), la noción de cambio institucional está asociada a la posibilidad de modificar las reglas, los derechos y las costumbres con el propósito de establecer un entorno que propicie el crecimiento y el desarrollo económico. En este orden de ideas, el cambio en las instituciones no emana únicamente del ejercicio de las facultades del Estado, sino también como respuesta a las demandas y participación de cada uno de los actores. Por todo lo anterior, a lo que a nuestro estudio refiere, el cambio institucional habrá de entenderse como la respuesta continua, progresiva y de aplicación general de todas aquellas leyes, normas y reglas que regulan la conducta o comportamiento de los individuos formalmente. Este cambio responde a las necesidades contextuales en el que se formula, habiendo pasado necesariamente por un proceso de revisión, modificación y aprobación en el aparato gubernamental y legislativo de cada nación, por lo que se excluyen aquellos hábitos y costumbres que en la práctica constituyen instituciones informales dentro de una sociedad.

Debido a que las instituciones cambian y se transforman para brindar certeza y apoyo a los actores sociales que, de manera voluntaria o involuntaria, quedan sujetos a su cumplimiento y vigilancia, es necesario establecer estudios que permitan constatar su pertinencia. Por ende, dentro de los parámetros de competitividad internacional, el marco institucional suele considerarse dentro de las variables imprescindibles para su medición.

El concepto de competitividad es tan complejo que habría que delimitar el campo en el cual deseamos utilizarlo, claro está, sin perder la esencia de sus significados deductivos: “capacidad de competir” o “rivalidad para la consecución de un fin” (Real Academia Española, 2001). El Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) la define como “la habilidad de una región para atraer y retener inversiones y el talento” (IMCO, 2009). El Instituto Internacional para el Desarrollo Gerencial (IMD, por sus siglas en inglés), señala en sus estudios que la

competitividad de los países estará determinada por la capacidad de gestionar u ofrecer un entorno en el que las empresas puedan competir de manera eficiente (IMD, 2011). Con base al Foro Económico Mundial (FEM), la competitividad se refiere al conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país (FEM, 2012: 4).

El término turismo lleva un doble sentido que refleja sus perspectivas al mismo tiempo distintas y complementarias, es decir, el turismo como una práctica identificada por las motivaciones y experiencias del sujeto, y como la industria de servicios facilitadores de esa práctica (PIMENTEL, 2017, p. 11). De esta manera, la competitividad turística se deriva del surgimiento de nuevos destinos turísticos en las últimas décadas (PRZYBYSZEWSKI, FERNANDES Y NIADA, 2017, p.67).

Sobre el concepto de competitividad aplicado al sector turismo, se han presentado diversas propuestas para su medición tanto por académicos como por organizaciones de control y gestión (CHIM - MIKI, BATISTA-CANINO y MEDINA-BRITO, 2016, p.4). Dwyer y Kim (2003) señalan que la competitividad se asocia a la capacidad de un destino para proporcionar bienes y servicios superiores en aquellos aspectos valorados por los turistas, a los ofrecidos por destinos competidores (en PERLESRIBES, RAMÓN-RODRÍGUEZ y SEVILLA-JIMÉNEZ, 2014, p.268); los elementos que más influyen lo representan los recursos o elementos que posee el destino creando una motivación en los ciudadanos de otras regiones o países (GARCÍA, 2015, p. 63). Precisamente, y en lo que a este estudio refiere, el FEM emite el “Reporte de Competitividad en Viajes y Turismo” (RECOVYT).

2.2 El Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo¹

O Desde 2007, el FEM publica el RECOVYT. Reconociendo que el turismo es una de las mayores actividades económicas del mundo, así como el sector de más rápido crecimiento en términos de ingresos y creación de empleos, el RECOVYT surgió con el objetivo explorar los factores y políticas que impulsan la competitividad de los viajes y el turismo en diversas naciones de todo el mundo (FEM, 2007, p.xiii). Su principal indicador es el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (ICVYT), el cual toma valores de 0 a 7. Mientras más cercana se

¹ *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017* puede ser consultado en la página del Foro Económico Mundial: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

encuentre una economía al 7, mejor será su competitividad.

En el primer reporte, el ICVYT se componía de los siguientes trece pilares:

1. Regulaciones y reglas de la política;
2. Regulación ambiental;
3. Protección y seguridad;
4. Salud e higiene;
5. Priorización de Viajes y Turismo;
6. Infraestructura del transporte aéreo;
7. Infraestructura de transporte terrestre;
8. Infraestructura turística;
9. Infraestructura de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC);
10. Competitividad de precios en la industria de viajes y turismo;
11. Recursos humanos;
12. Percepción turística nacional y, finalmente,
13. Recursos naturales y culturales.

Dichos pilares se organizaron en tres subíndices que comprendían diversas categorías de variables relacionadas a la facilitación e impulso de la competitividad de viajes y turismo: a) marco regulatorio, b) ambiente de negocios e infraestructura, y c) recursos humanos, culturales y naturales.

En 2009, el ICVYT reestructuró sus pilares y agregó uno más. La regulación ambiental tomó el rango de sustentabilidad ambiental; la percepción turística nacional se modificó a afinidad para viajes y turismo y el pilar 13 se dividió en Recursos Naturales y Recursos Culturales (FEM, 2013), siendo este último el décimo cuarto pilar. Para 2015, el ICVYT amplió su concepto al definirse como el conjunto de factores y políticas que permiten el desarrollo sostenible del sector de viajes y turismo, lo que a su vez contribuye al desarrollo y competitividad de un país (FEM, 2015, p.3).

Al mismo tiempo, redefine y reagrupa los subíndices y variables. En el subíndice ambiente apto se incluye el ambiente de negocios, protección y seguridad, la salud e higiene, recursos humanos y mercado laboral y preparación del uso de las TIC's. En el subíndice políticas y condiciones favorables para los viajes y turismo se concentra la priorización de viajes y turismo, la apertura internacional, los precios competitivos y la sustentabilidad ambiental. En el subíndice de infraestructura se identifica la infraestructura del transporte aéreo, infraestructura de transporte terrestre e infraestructura turística. Finalmente, el subíndice de recursos naturales y culturales comprende tanto recursos naturales como cultura y viajes de negocios.

Aspecto a resaltar de los seis RECOVYT, es el ascenso de México a nivel regional y, por supuesto,

mundial. En 2007, nuestro país se ubicó en el puesto 49 de 124 naciones; para 2009, en el lugar 51 de 133; en 2011, ocupó la posición 43 de 139; en 2013, pasó al puesto 44 de 140 y para el 2015 se desplazó al lugar 30 de 141 países. Conforme a los resultados del reporte en 2017, España se ubicó en el primer lugar, seguida de Francia, Alemania, Japón, Reino Unido, Estados Unidos, Australia, Italia, Canadá y Suiza. Por su parte, México se posicionó en el vigésimo segundo puesto, siendo la economía más importante de Latinoamérica, seguida de Brasil situada en la posición vigésima séptima (FEM, 2017, p.9).

México destaca en el RECOVYT por su dotación de recursos naturales y culturales, así como los pilares de salud e higiene y prioridad en viajes y turismo. Sin embargo, resaltan problemáticas tanto en el pilar sobre ambiente sustentable como en el de protección y seguridad. Además, la categoría de infraestructura muestra los resultados más bajos, particularmente por deficiencias en la infraestructura terrestre y portuaria. En suma, el desequilibrio entre los pilares es evidente. Particularmente, en lo que al presente estudio refiere, se analizará el pilar de priorización de viajes y turismo respecto al de sustentabilidad ambiental.

Por un lado, el pilar de Priorización de Viajes y Turismo abarca las variables siguientes: Priorización gubernamental de la industria de viajes y turismo; Gasto público de Viajes y Turismo; Eficacia del marketing y branding para atraer turistas; Integridad de los datos anuales de Viajes y Turismo; Oportunidad de proporcionar datos mensuales / trimestrales sobre Viajes y Turismo y la Calificación de estrategia de marca país. ¿Qué tan alta es la prioridad del desarrollo de la industria de viajes para el gobierno de su país? ¿Qué tan eficaces son las campañas de marketing y branding de su país para atraer turistas?, son algunas de las interrogantes planteadas en este indicador.

Por otro lado, el pilar de Sustentabilidad Ambiental comprende variables relacionadas a: Restricción de las regulaciones ambientales; Cumplimiento de las normas ambientales; Sustentabilidad del desarrollo de la industria de viajes y turismo; Concentración de partículas; Ratificación del tratado ambiental; Línea base de estrés hídrico; Especies amenazadas; Cambio de la cubierta forestal; Tratamiento de aguas residuales y la Presión de pesca en la plataforma costera. ¿Cómo evaluaría la rigurosidad de las regulaciones ambientales de su país? ¿Qué tan eficaces son los esfuerzos de su gobierno para asegurar que el sector de viajes y turismo se está desarrollando de manera sustentable?, son algunos cuestionamientos para la medición de dicho indicador.

A continuación, se muestra la posición de México en el RECOVYT durante el período 2007-2017, tomando en cuenta el ICVYT, así como los indicadores referentes a la priorización de viajes y turismo y la sustentabilidad ambiental.

Tabla 1: Posición de México en el Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo, con valor por indicador seleccionado, 2007-2017.

RECOVYT	Priorización de viajes y turismo		Sustentabilidad ambiental	
	Posición	Valor	Posición	Valor
2007	29	4.7	47	4.3
2009	35	5	101	4.1
2011	30	5.2	114	4.1
2013	34	5	105	4.2
2015	32	5.2	126	3.4
2017	30	5.1	116	3.6

Fuente: Elaboración propia con base a FEM (2017).

Según los trabajos de Ritchie, J. y Crouch, G. (2003), las ventajas comparativas en el turismo hacen referencia al patrimonio con que cuenta un destino y apuntan hacia una determinada especialización turística; mientras que las ventajas competitivas son aquellas que surgen de la aplicación de políticas de planificación, de gestión y de comercialización sobre las ventajas comparativas (CÁRDENAS, 2011, p.13).

Un postulado fundamental es que las instituciones moldean las políticas públicas en todas las etapas del ciclo de política (PACHECO-VEGA, 1003). Las instituciones, políticas y arreglos sociales como modos de regulación son interactivos entre sí, de tal forma que se refuerzan mutuamente, a tal punto que están en estrecha relación como componentes de la gobernabilidad (VARGAS, 2005, p.53). De esta manera, al encontrarse clasificados dentro del subíndice de políticas y condiciones favorables para los viajes y turismo, ambos indicadores pueden ser analizados desde la perspectiva neoinstitucional.

Ligando las instituciones al análisis de la competitividad en el sector turismo, en los siguientes apartados se relacionará el análisis de los objetivos, estrategias y líneas de acción trazados en los Planes Nacionales de Desarrollo (PND) de México, al resultado de la correlación entre dichos indicadores, a partir de los reportes emitidos por el FEM entre 2007 y 2017.

Con base a los resultados, y bajo el enfoque neoinstitucional, se realizarán las recomendaciones pertinentes para la definición de una política turística que permita comulgar favorablemente el crecimiento de la industria con el cuidado y preservación del medio ambiente.

3 METODOLOGÍA

En este sentido, la propuesta metodológica de este trabajo consiste en determinar la correlación entre las políticas enfocadas al posicionamiento de la actividad turística y aquellas destinadas a la preservación del entorno donde ésta se desarrolla.

Tomando en cuenta los valores de la tabla 1, se determinará la correlación existente entre la priorización de viajes y turismo frente a la sustentabilidad ambiental, a través del coeficiente de correlación de Pearson (coeficiente de correlación lineal). El coeficiente indica el grado de relación entre las variables "X" y "Y", independientemente de las escalas en que éstas se hayan medido, definiendo su dirección por el signo. El valor de dicho signo puede ir de -1.00 a +1.00. Su fórmula es:

$$r = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Donde:

r = Coeficiente de correlación de Pearson.

$\sum xy$ = sumatoria de los productos de ambas variables.

$\sum x$ = sumatoria de los valores de la variable independiente.

$\sum y$ = sumatoria de los valores de la variable dependiente.

$\sum x^2$ = sumatoria de los valores al cuadrado de la variable independiente.

$\sum y^2$ = sumatoria de los valores al cuadrado de la variable dependiente.

N = tamaño de la muestra en función de parejas. Si "r" es igual a 0, existe una ausencia de correlación lineal. Si "r" adquiere un valor positivo, existe una correlación recíproca con una pendiente que crece hacia la derecha. Caso contrario, cuando "r" adquiere un valor negativo existe una correlación lineal inversa, identificada con una recta que decrece.

4 ANALISIS

4.1 Turismo y Sustentabilidad en el Plan Nacional De Desarrollo 2007 - 2012²

El PND 2007-2012 definió los Ejes 2. *Economía competitiva y generadora de empleos* y 4. *Sustentabilidad ambiental* entre sus cinco ejes de política pública. En este orden de ideas, entre los

² La presente información se basa en el contenido del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, emitido por la Presidencia de la República Mexicana, sitio en Internet: http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/pdf/PND_2007-2012.pdf

objetivos nacionales se precisó tener una economía competitiva con bienes y servicios de calidad a precios accesibles, mediante el aumento de la productividad, la competencia económica, la inversión en infraestructura, el fortalecimiento del mercado interno y la creación de condiciones favorables para el desarrollo de las empresas; así como asegurar la sustentabilidad ambiental mediante el cuidado, la protección, la preservación y el aprovechamiento racional de la riqueza natural del país. Así las cosas, se priorizó la necesidad de que toda política pública se diseñará e instrumentará incluyendo el elemento ecológico para propiciar un medio ambiente sano en todo el territorio, reconociendo que hasta entonces México había prevalecido con una visión de corto plazo en materia ambiental.

El Eje 2. *Economía competitiva y generadora de empleos* puntualizó la importancia de la infraestructura como insumo esencial para la actividad económica del país, así como la existencia de sectores fundamentales como el turismo, por su importancia en el ámbito del desarrollo regional y la generación de empleos. Consecuentemente, la finalidad de la política económica de la Administración en turno fue lograr un crecimiento sostenido más acelerado, generar los empleos formales y alcanzar un desarrollo humano pleno para todos los mexicanos. En este orden de ideas, las estrategias orientadas a la rentabilidad y la reducción del riesgo de la inversión contemplaron la continuidad de las políticas orientadas al crecimiento de la demanda interna, en particular de las pequeñas y medianas empresas, los servicios, el turismo y el consumo doméstico, entre otros.

Al mismo tiempo el PND 2007-2012 reconoció, en su apartado 2.8 *Turismo*, las características que convierten al sector turismo en una prioridad nacional dada su importancia como factor de desarrollo y motor de crecimiento, tales como su elevada productividad, el empleo bien remunerado y la capacidad para desenvolverse en regiones de menor desarrollo económico. El documento, además, destaca que la riqueza cultural y natural de México implica que existen amplias oportunidades de actividades turísticas que no se han desarrollado cabalmente, situación que argumenta el enorme potencial para que dicho sector se vuelva en uno de los ejes de desarrollo del país. Al respecto, se advirtió que el crecimiento del sector debía garantizar el respeto a los entornos naturales, culturales y sociales. De igual forma, se reconoció que el desarrollo de infraestructura y de servicios debía incluir aquellos orientados a dotar de capacidades a la población local.

Así las cosas, el PND 2007-2012 estableció el

Objetivo 12 *“Hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinden un servicio de calidad internacional”*. Para ello, se consideraron las siguientes seis estrategias:

- Hacer del turismo una prioridad nacional para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza, en las zonas con atractivos turísticos competitivos.
- Mejorar sustancialmente la competitividad y diversificación de la oferta turística nacional, garantizando un desarrollo turístico sustentable y el ordenamiento territorial integral.
- Desarrollar programas para promover la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción y seguridad del turista.
- Actualizar y fortalecer el marco normativo del sector turismo.
- Fortalecer los mercados existentes y desarrollar nuevos mercados.
- Asegurar un desarrollo turístico integral.

Mencionadas estrategias consideraban, entre otros aspectos, la creación de condiciones de certeza jurídica para las nuevas inversiones en los destinos turísticos del país, el establecimiento de programas de desarrollo de una amplia gama de servicios turísticos, en convergencia con programas de financiamiento y capacitación y, finalmente, la actualización del marco legal para el desarrollo sustentable del sector y normas para garantizar la prestación de servicios turísticos competitivos.

En el Eje 4. *Sustentabilidad ambiental* se reconoció que los recursos naturales son la base de la sobrevivencia y la vida digna de las personas, resultando básico su contemplación para una estrategia integral de desarrollo humano. Siendo necesario reconocer que la depredación del medio ambiente en México ha sido extremadamente grave en términos de su profundidad y consecuencias sobre las condiciones de vida y las posibilidades de verdadero desarrollo del país, el PND propuso la transversalidad como primer elemento en el nivel de las políticas públicas para preservar el medio ambiente. Y es que, para lograr una verdadera sustentabilidad ambiental era necesario conciliar el medio ambiente con otras dos grandes áreas de sustentabilidad del desarrollo humano: la productividad y la competitividad de la economía.

Entre las acciones que proponía el PND estaban la valuación económica de los recursos naturales, los apoyos económicos a los dueños de bosques y selvas, el manejo racional del agua, el control efectivo de los incendios forestales y la promoción del

ecoturismo. Para ello, el eje estableció los siguientes catorce objetivos:

- Incrementar la cobertura de servicios de agua potable y saneamiento en el país.
- Alcanzar un manejo integral y sustentable del agua.
- Frenar el deterioro de las selvas y bosques en México.
- Conservar los ecosistemas y la biodiversidad del país.
- Integrar la conservación del capital natural del país con el desarrollo social y económico.
- Garantizar que la gestión y la aplicación de la ley ambiental sean efectivas, eficientes, expeditas, transparentes y que incentive inversiones sustentables.
- Asegurar la utilización de criterios ambientales en la Administración Pública Federal.
- Lograr una estrecha coordinación e integración de esfuerzos entre las dependencias de la Administración Pública Federal, los tres órdenes de gobierno y los tres poderes de la Unión para el desarrollo e implantación de las políticas relacionadas con la sustentabilidad ambiental.
- Identificar y aprovechar la vocación y el potencial productivo del territorio nacional a través del ordenamiento ecológico, por medio de acciones armónicas con el medio ambiente que garanticen el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales.
- Reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).
- Impulsar medidas de adaptación a los efectos del cambio climático.
- Reducir el impacto ambiental de los residuos.
- Generar información científica y técnica que permita el avance del conocimiento sobre los aspectos ambientales prioritarios para apoyar la toma de decisiones del Estado mexicano y facilitar una participación pública responsable y enterada.
- Desarrollar en la sociedad mexicana una sólida cultura ambiental orientada a valorar y actuar con un amplio sentido de respeto a los recursos naturales.

Grosso modo, para que el país transitará por la senda de la sustentabilidad ambiental, el PND 2007 – 2012 puntualizó la necesidad de modificar los patrones de producción y consumo, basados en el uso eficiente de los recursos naturales, la generación de valor agregado y en el desarrollo de capacidades que ofrezcan más y mejores oportunidades. Por tanto, los programas y estrategias de las distintas dependencias y organismos de la Administración

Pública Federal deberían ser diseñados tomando en cuenta el beneficio social, el desarrollo económico y el cuidado del medio ambiente y los recursos naturales. Lógicamente, el documento también señaló que una gestión ambiental integral, transversal y eficiente que contribuya al crecimiento y desarrollo sustentable del país debía basarse en la aplicación efectiva de la ley.

Finalmente, el Eje 5 del PND 2007-2012, “*Democracia efectiva y política exterior responsable*”, destacó como objetivos el impulsar la proyección de México en el entorno internacional y apoyar el desarrollo económico, social y político del país a partir de una efectiva inserción de México en el mundo. En este sentido, se incluyeron estrategias encaminadas a la promoción activa para atraer inversiones y difundir la oferta turística y cultural del país, así como a la construcción de alianzas estratégicas en el mundo.

De igual manera, y bajo el objetivo de contribuir a los esfuerzos de la comunidad internacional para ampliar la vigencia de los valores y principios democráticos, las libertades fundamentales y los derechos humanos, así como el desarrollo sustentable, las estrategias incluyeron el incremento de la participación política de México en organismos y foros regionales promoviendo el Desarrollo Humano Sustentable.

4.2 Turismo y Sustentabilidad en el Plan Nacional de Desarrollo 2012 - 2018³

As En su Eje IV *México Próspero*, el PND 2013-2018 establece dentro de su meta alcanzar una economía que detone el crecimiento sostenido de la productividad en un clima de estabilidad económica. En este orden de ideas, dicha meta busca proveer condiciones favorables para el desarrollo económico a través de una regulación que permita la competencia sana, así como el impulso de una política moderna de fomento económico enfocada a generar innovación y desarrollo en sectores estratégicos.

Particularmente, en lo que respecta al sector turístico, el PND destaca que el turismo representa la posibilidad de crear trabajos, incrementar los mercados y preservar la riqueza natural y cultural. Esto es, aprovechar integralmente el crecimiento del sector turístico a nivel mundial, fortalecer el impacto del turismo en el bienestar social de las comunidades receptoras y consolidar el modelo de desarrollo turístico sustentable.

Además, se reconoce la oportunidad de generar

³ La presente información se basa en el contenido del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, emitido por la Presidencia de la República Mexicana, sitio en Internet: <http://pnd.gob.mx/>

una mayor derrama económica con modalidades distintas al turismo de sol y playa, tales como el turismo cultural, ecoturismo y aventura, de salud, deportivo, de lujo, de negocios y reuniones o de cruceros. Así, el documento propone establecer una política eficaz de fomento económico, ampliar la infraestructura e instrumentar políticas sectoriales para el sector turístico.

El objetivo 4.11 del Eje IV del PND se denomina “Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país”. Éste se compone de cuatro estrategias encaminadas a impulsar el ordenamiento y la transformación sectorial; impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico; fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo por medio de la promoción eficaz de los destinos turísticos y, finalmente, propiciar que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social. A continuación, se enlistan las líneas de acción para cada una de las estrategias mencionadas.

4.11.1 Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico.

- Actualizar el marco normativo e institucional del sector turístico.
- Promover la concurrencia de las acciones gubernamentales de las entidades federativas en materia de turismo, con las del Gobierno Federal.
- Alinear la política turística de las entidades federativas a la Política Nacional Turística.
- Impulsar la transversalidad presupuestal y programática de las acciones gubernamentales, coordinándolas hacia los objetivos de la Política Nacional Turística.

4.11.2 Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico.

- Fortalecer la investigación y generación del conocimiento turístico.
- Fortalecer la infraestructura y la calidad de los servicios y los productos turísticos.
- Diversificar e innovar la oferta de productos y consolidar destinos.
- Posicionar adicionalmente a México como un destino atractivo en segmentos poco desarrollados, además del de sol y playa, como el turismo cultural, ecoturismo y aventura, salud, deportes, de lujo, de negocios y reuniones, cruceros, religioso, entre otros.
- Concretar un Sistema Nacional de Certificación para asegurar la calidad.
- Desarrollar agendas de competitividad por destinos.

- Fomentar la colaboración y coordinación con el sector privado, gobiernos locales y prestadores de servicios.
- Imprimir en el Programa Nacional de Infraestructura un claro enfoque turístico.

4.11.3 Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos.

- Fomentar y promover esquemas de financiamiento al sector con la Banca de Desarrollo.
- Incentivar las inversiones turísticas de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Promover en todas las dependencias gubernamentales de los tres órdenes de gobierno los esquemas de simplificación y agilización de trámites para la inversión.
- Elaborar un plan de conservación, consolidación y replanteamiento de los Centros Integralmente Planeados (CIP), así como la potenciación de las reservas territoriales con potencial turístico en manos del Estado.
- Diseñar una estrategia integral de promoción turística internacional para proyectar una imagen de confiabilidad y modernidad.
- Detonar el crecimiento del mercado interno a través del desarrollo de nuevos productos turísticos, para consolidarlo como el principal mercado nacional.

4.11.4 Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.

- Crear instrumentos para que el turismo sea una industria limpia, consolidando el modelo turístico basado en criterios de sustentabilidad social, económica y ambiental.
- Impulsar el cuidado y preservación del patrimonio cultural, histórico y natural del país.
- Convertir al turismo en fuente de bienestar social.
- Crear programas para hacer accesible el turismo a todos los mexicanos.
- Promover el ordenamiento territorial, así como la seguridad integral y protección civil.

Por otro lado, en su Eje V *México con responsabilidad global*, el PND 2013-2018 reconoce que el diálogo y la cooperación con otros países son herramientas ineludibles para alcanzar las metas nacionales. Así las cosas, una de las tareas centrales para el impulso del desarrollo interno es la promoción del turismo. Por ende, uno de los objetivos de la política exterior es promover el valor de México en el mundo mediante la difusión económica, turística y

cultural. Para su correcta consecución, la colaboración del gobierno con el sector privado resulta fundamental para identificar oportunidades turísticas para las empresas, los productos y los servicios mexicanos, a fin de apoyar su proyección hacia el extranjero y generar empleos. De esta manera, el objetivo 5.2. del Eje V considera indispensables las siguientes estrategias y líneas de acción:

5.2.1 Consolidar la red de representaciones de México en el exterior, como un instrumento eficaz de difusión y promoción económica, turística y cultural coordinada y eficiente, que derive en beneficios cuantificables para el país.

- Promover, en países y sectores prioritarios, un renovado interés para convertir a México en país clave para el comercio, inversiones y turismo.
- Reforzar el papel de la Secretaría de Relaciones Exteriores en materia de promoción económica y turística, uniendo esfuerzos con ProMéxico, la Secretaría de Economía, el Consejo de Promoción Turística y la Secretaría de Turismo, para evitar duplicidades y lograr mayor eficiencia en la promoción de la inversión, las exportaciones y el turismo.
- Difundir los contenidos culturales y la imagen de México mediante actividades de gran impacto, así como a través de los portales digitales de promoción.
- Desarrollar y coordinar una estrategia integral de promoción de México en el exterior, con la colaboración de otras dependencias y de actores locales influyentes, incluyendo a los no gubernamentales.
- Apoyar las labores de diplomacia parlamentaria como mecanismo coadyuvante en la promoción de los intereses nacionales.
- Fortalecer el Servicio Exterior Mexicano y las representaciones de México en el exterior.
- Expandir la presencia diplomática de México en las regiones económicamente más dinámicas.

5.2.2. Definir agendas en materia de diplomacia pública y cultural que permitan mejorar la imagen de México en el exterior, lo cual incrementará los flujos de comercio, inversión y turismo para elevar y democratizar la productividad a nivel regional y sectorial.

- Impulsar la imagen de México en el exterior mediante una amplia estrategia de diplomacia pública y cultural.
- Promover que los mexicanos en el exterior contribuyan a la promoción de la imagen de México.
- Emplear la cultura como instrumento para la

proyección de México en el mundo, con base en las fortalezas del país.

- Aprovechar los bienes culturales, entre ellos la lengua española y los productos de las industrias creativas, como instrumentos de intercambio diplomático, diálogo y cooperación.
- Impulsar los vínculos de los sectores cultural, científico y educativo mexicano con sus similares en Latinoamérica y otras regiones del mundo.

En materia ambiental, el PND 2013-2018 destaca en su Eje IV. *México Próspero* el compromiso que México ha demostrado con la agenda internacional de medio ambiente y desarrollo sustentable. No obstante, se reconoce que el crecimiento económico del país sigue estrechamente vinculado a la emisión de compuestos de efecto invernadero, generación excesiva de residuos sólidos, contaminantes a la atmósfera, aguas residuales no tratadas y pérdida de bosques y selvas. De tal suerte, para impulsar y orientar un crecimiento verde incluyente y facilitador que preserve el patrimonio natural, al mismo tiempo que genere riqueza, competitividad y empleo de manera eficaz en nuestro país, se propone como objetivo 4.4 *Impulsar y orientar un crecimiento verde incluyente y facilitador que preserve nuestro patrimonio natural al mismo tiempo que genere riqueza, competitividad y empleo*. Mencionado objetivo establece entre sus estrategias: implementar una política integral de desarrollo que vincule la sustentabilidad ambiental con costos y beneficios para la sociedad; proteger el patrimonio natural y, también, fortalecer la política nacional de cambio climático y cuidado al medio ambiente para transitar hacia una economía competitiva, sustentable, resiliente y de bajo carbono.

El objetivo antes mencionado plantea diversas líneas de acción, dentro de las cuales destacan las siguientes:

- Alinear y coordinar programas federales, e inducir a los estatales y municipales para facilitar un crecimiento verde incluyente con un enfoque transversal.
- Actualizar y alinear la legislación ambiental para lograr una eficaz regulación de las acciones que contribuyen a la preservación y restauración del medio ambiente y los recursos naturales.
- Promover el uso y consumo de productos amigables con el medio ambiente y de tecnologías limpias, eficientes y de bajo carbono.
- Establecer una política fiscal que fomente la rentabilidad y competitividad ambiental de los productos y servicios.

- Promover esquemas de financiamiento e inversiones de diversas fuentes que multipliquen los recursos para la protección ambiental y de recursos naturales.
- Impulsar la planeación integral del territorio, considerando el ordenamiento ecológico y el ordenamiento territorial para lograr un desarrollo regional y urbano sustentable.
- Impulsar una política en mares y costas que promueva oportunidades económicas, fomente la competitividad, la coordinación y enfrente los efectos del cambio climático protegiendo los bienes y servicios ambientales.
- Orientar y fortalecer los sistemas de información para monitorear y evaluar el desempeño de la política ambiental.
- Colaborar con organizaciones de la sociedad civil en materia de ordenamiento ecológico, desarrollo económico y aprovechamiento sustentable de los recursos naturales.
- Ampliar la cobertura de infraestructura y programas ambientales que protejan la salud pública y garanticen la conservación de los ecosistemas y recursos naturales.
- Acelerar el tránsito hacia un desarrollo bajo en carbono en los sectores productivos primarios, industriales y de la construcción, así como en los servicios urbanos, turísticos y de transporte.
- Promover el uso de sistemas y tecnologías avanzados, de alta eficiencia energética y de baja o nula generación de contaminantes o compuestos de efecto invernadero.
- Impulsar y fortalecer la cooperación regional e internacional en materia de cambio climático, biodiversidad y medio ambiente.
- Lograr un manejo integral de residuos sólidos, de manejo especial y peligrosos, que incluya el aprovechamiento de los materiales que resulten y minimice los riesgos a la población y al medio ambiente.
- Promover la generación de recursos y beneficios a través de la conservación, restauración y aprovechamiento del patrimonio natural, con instrumentos económicos, financieros y de política pública innovadores.
- Promover el consumo de bienes y servicios ambientales, aprovechando los esquemas de certificación y generando la demanda para ellos, tanto a nivel gubernamental como de la población en general.
- Incrementar la superficie del territorio nacional bajo modalidades de conservación, buenas prácticas productivas y manejo regulado del

patrimonio natural.

- Focalizar los programas de conservación de la biodiversidad y aprovechamiento sustentable de los recursos naturales, para generar beneficios en comunidades con población de alta vulnerabilidad social y ambiental.

Además, en el Eje V. *México con Responsabilidad Global* se contemplan líneas de acción encaminadas a impulsar políticas para el aprovechamiento sustentable y sostenible de los recursos naturales existentes en las regiones indígenas y para la conservación del medio ambiente y la biodiversidad, aprovechando sus conocimientos tradicionales. De igual forma, se considera impulsar la participación de los organismos culturales en la elaboración de los programas de desarrollo urbano y medio ambiente.

Como se mencionó con anterioridad, la perspectiva neoinstitucional incluye en su análisis la conformación de las políticas públicas, intentado explicar su pertinencia en la conducción institucional hacia el crecimiento económico, el desarrollo y la competitividad. Si bien las políticas establecidas en los PND 2007-2012 y 2013-2018 son muy generales, se infiere que han trazado la ruta para el cambio institucional en materia de leyes, normas y reglas que tienen relación directa con el desempeño evaluado en los RECOVYT del 2007 al 2017.

4.3 Síntesis de los Resultados

Como se ha descrito en los apartados anteriores, el papel de las políticas en el turismo se entiende como la acción del estado integrada por una serie de disposiciones destinadas a regular, fomentar y proteger las actividades turísticas (OSUNA Y MENDOZA, 2017, p.40). En ocasiones estas políticas, contextualizadas dentro del marco institucional, pueden reflejar una perfecta cohesión sistémica o una perceptible falta de coordinación.

Tomando en cuenta los valores de la tabla 1 (cf. página), se determinó la correlación existente entre la priorización de viajes y turismo frente a la sustentabilidad ambiental, a través del coeficiente de correlación de Pearson (coeficiente de correlación lineal).

Según se muestra en la tabla 2, siendo -0.65292153 el valor del coeficiente de correlación de Pearson, se hace evidente que a medida que el indicador de priorización de viajes y turismo aumenta su valor, el de sustentabilidad ambiental lo disminuye.

Tabla 2: Coeficiente de correlación de Pearson, con base al valor por indicador seleccionado para México, según Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo 2007-2017.

RECOVYT	Priorización de viajes y turismo	Sustentabilidad ambiental	Coeficiente Pearson
	Valor	Valor	
2007	4.7	4.3	-0.65292153
2009	5	4.1	
2011	5.2	4.1	
2013	5	4.2	
2015	5.2	3.4	
2017	5.1	3.6	

Fuente: Elaboración propia.

Dicho de otro modo, mientras más competitivo es México por sus políticas de promoción y posicionamiento de la actividad turística, las políticas ambientales aplicables al sector tienden a mostrar un desempeño negativo. Este resultado, meramente empírico, puede enriquecerse a través de estudios de campo.

7 CONCLUSIONES

El turismo es hoy en día un importante catalizador de ingresos y empleos, que propicia el desarrollo y crecimiento económico para destinos correctamente planificados. Sin embargo, la crítica a su desarrollo mantiene diversas aristas dentro de las cuales destaca la compatibilidad con el medio ambiente. Sin duda, dentro de la política pública a nivel Federal la definición de políticas, objetivos, estrategias y líneas de acción han brindado al sector turístico un reconocimiento especial. Empero, y como se ha podido constatar en los PND 2007-2012 y 2013-2018, la sustentabilidad ambiental surge como una política transversal y estratégica para nuestra economía, incluso detallándose como componente esencial en la definición del crecimiento económico.

No obstante, y como se puede observar en el desempeño de México en el RECOVYT de los años 2007 al 2017, el turismo presenta mayor peso en la práctica que la propia sustentabilidad. De esta manera, el enfoque tradicional del desarrollo turístico prevalece por encima de las responsabilidades asumidas por nuestro país en materia ambiental, propiciando fuertes desequilibrios. La correlación negativa de los indicadores de priorización de viajes y turismo y sustentabilidad ambiental, así lo demuestra. Por tanto, resulta necesario reconsiderar si la competitividad turística mostrada por nuestro país en los últimos años, es la ruta adecuada para un desarrollo económico sustentable.

Los estudios neoinstitucionales, aún carentes de modelos contundentes para su consolidación, muestran argumentos teóricos y empíricos convincentes para resaltar la importancia de las instituciones en la conducción de la economía y, en este caso, del sector turístico. De esta manera, tomando en cuenta el papel del turismo en la actividad económica, y reconociendo que la competitividad es fruto de un conjunto de factores, políticas e instituciones que interactúan para mejorar el nivel de crecimiento económico y el desarrollo, es indispensable implementar estrategias y líneas para atender la insoslayable función de compatibilizar el desarrollo turístico con el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales.

REFERENCIAS

- AYALA, E. J. *Instituciones y Economía: una introducción al neoinstitucionalismo económico*. México: Fondo de Cultura Económica (FCE), 1999, 397p.
- CÁRDENAS, P. J. G. "La competitividad turística en los países del mediterráneo. Análisis de los factores determinantes". España: *Revista de Análisis Turístico*, n.12, v.2, p. 11-22, 2011.
- CHIMI-MIKI, A. F.; BATISTA-CANINO, R. M.; PINO MEDINA-BRITO, M. (2016): "La Competitividad Nacional del Sector de Turismo: Una Comparación de la Medida Interna Vs la Medida Externa", *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 20 (junio). En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/tci.html>
- ESGUERRA, C. R. "La Economía Institucional: Aproximaciones y Temas de Discusión". Colombia: Universidad Externado de Colombia. Agosto. *Revista Divergencia*, n. 1, p. 30-34, 2005. URL: http://www.webpondo.org/files_oct_dic_03/EconomialnstitucionalCarolinaEsguerra.pdf
- FERNANDÉZ, C. R.; VERA CAMPOS, M.; WEITRAUB, S. TLC: Los impactos laborales en Sectores clave de las Economías/Sector Labor Effect of North American Free Trade. México: Centro de Investigaciones sobre Estados Unidos de América. Instituto Tecnológico

- Autónomo. Universidad Nacional Autónoma de México. 368 pgs, 1993.
- FLÓREZ, Q.; FRANKLIN, J. NEOINSTITUCIONALISMO, UNA APROXIMACIÓN TEÓRICO-NORMATIVA Y EL CASO COLOMBIANO. Colombia: Quid, N°. 20, pp. 17-22, Ene-Jun, 17-22 pgs, 2013.
- FORO ECONÓMICO MUNDIAL. "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017", URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_wb_0401.pdf, 2017.
- _____. "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015", URL: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2015/the-travel-tourism-competitiveness-index-2015-tt-as-a-resilient-contribution-to-national-development/>, 2015.
- _____. "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013", URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf, 2013.
- _____. The Global Competitiveness Report 2012-2013. Página oficial de The World Economic Forum, URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2012-13.pdf, 2012.
- _____. "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011", URL: <http://www3.weforum.org/docs/TTCR11/>, 2011.
- _____. "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009", URL: <https://www.weforum.org/pdf/ttc09/Contents.pdf>, 2009.
- _____. "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007", URL: <https://www.weforum.org/pdf/tourism/Part1.pdf>, 2007.
- FRANCISKOVIC, M. I.; GODENZI, J. L. Los primeros intentos de institucionalidad ambiental en el Perú y su precario desarrollo. Perú: Universidad de San Martín de Porres, VOX JURIS (27) 1, 2014
- GANDLGRUBER, B. "La concepción de las instituciones en la economía contemporánea". México: Revista Análisis Económico, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco. Número 38, Volumen XVIII, Segundo Cuatrimestre. Págs. 73-95, 2003.
- GARCÍA, Yasser Orlando Espinoza. EVOLUCIÓN DE LOS DESTINOS DE SOLY PLAYA EN EL NOROCCIDENTE MEXICANO: PUERTO VALLARTA, LOS CABOS Y MAZATLÁN. Revista Latino-Americana de Turismología, [S.l.], v. 1, n. 2, p. 62-71, jun. 2016. ISSN 2448-198X. URL: <https://rlaturismologia.ufff.emnuvens.com.br/rlaturismologia/article/view/48/17>
- INSTITUTO INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO GERENCIAL. World Competitiveness Yearbook, página oficial del International Institute for Management Development, URL: <http://www.imd.org/research/publications/wcy/index.cfm>, 2011.
- INSTITUTO MEXICANO PARA LA COMPETITIVIDAD. Índice de Competitividad Internacional 2009: México ante la crisis que cambio al mundo. México: Instituto Mexicano para la Competitividad A.C., 303 P. URL: <http://imco.org.mx/images/pdf/IndicedeCompetitividadInternacional2009Mexicoantelacrisisquecambioalmundo.pdf>, 2009.
- MARTÍNEZ COLLS, J. C. "Instituciones económicas" en La Economía de Mercado, virtudes e inconvenientes. Manual básico de economía. España: Universidad de Málaga, Grupo de investigación eumed.net. URL: <http://www.eumed.net/cursecon/1/inst.htm>, 2011.
- MOLTENI, G. "Principales aportes de la Nueva Economía Institucional (NEI) y sus críticos". Argentina: Revista Valores en la Sociedad Industrial, Año XXIV, n. 67, p. 8-19, 2006.
- MORALES, F. "Eficiencia e intercambio. Corriente neoclásica, institucionalismo y neoinstitucionalismo". Cuadernos de Economía, v. XVI, n. 26, Bogotá, 1997, p. 69-82.
- NORTH, D. C. *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Estados Unidos: Cambridge Press University. 152 pgs, 1990.
- OSUNA, Nadia Ilenia Peinado; MENDOZA, Víctor Vladimir Sánchez. Las Redes de Políticas y su Utilidad para el Análisis Turístico. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos - ABET*, Juiz de Fora, p. 38-49, out. 2017. ISSN 2238-2925. URL: <https://abet.ufff.emnuvens.com.br/abet/article/view/2983/2293>
- PACHECO-VEJA, R. Construyendo puentes entre la política ambiental y la política de tratamiento de aguas en la cuenca Lerma-Chapala. México: *Economía, Sociedad y Territorio*, v. VI, n. 24, 2007, p. 995-1024.
- PERLES - RIBES, J. F.; RAMÓN - RODRIGUEZ, A. B. y SEVILLA-JIMÉNEZ, M. "La cuota de mercado como indicador de competitividad en los destinos turísticos: sentido y limitaciones". España: *Cuadernos de Turismo*, Universidad de Murcia, n. 34, p. 265-285, 2014.
- PIMENTEL, Mariana Pereira Chaves. Sistematização da Disciplina do Turismo. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos - ABET*, Juiz de Fora, p. 8-19, out. 2017. ISSN 2238-2925. URL: <https://abet.ufff.emnuvens.com.br/abet/article/view/2984/2294>
- PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA MEXICANA. Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, URL: <http://pnd.gob.mx/>, 2013.
- PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA MEXICANA. Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012. México: Página Oficial de la Presidencia de la República, URL: http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/pdf/PND_2007-2012.pdf, 2017.
- PRZYBYSZEWSKI, Juliana; FERNANDES, Paula Odete; NIADA, Aurea Cristina Magalhães. A competitividade turística entre as regiões brasileiras. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos - ABET*, Juiz de Fora, p. 65-81, out. 2017. ISSN 2238-2925. URL: <https://abet.ufff.emnuvens.com.br/abet/article/view/2990/2295>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Diccionario de la Lengua Española. "competitividad". 22ª ed. Madrid: Editorial Espasa Calpe, URL: <http://buscon.rae.es/drae/>, 2001.

TÉLLEZ I.; GONZALO; CUBILLOS GONZÁLEZ, A.
Relaciones entre el enfoque neoinstitucional,
desarrollo y medio ambiente. Colombia: *Revista
Opera*, n. 9, 223-239 pp, 2009.

VARGAS HERNÁNDEZ, J. G. Emergencia de la nueva
cultura institucional: impacto en la transformación del
escenario de la globalización económica. México:
Economía, Sociedad y Territorio, v. V, n. 17, 2005,
p.27-61.

Processo Editorial / Editorial Process

Editor Chefe/Editor-in-chief: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido em 07 de dezembro de 2017; aceito em 31 de Janeiro de 2018; publicado online em 28 de Fevereiro de 2018.

Received on December 07, 2017; accepted on January 31, 2018, published online on February 28, 2018.

Artigo original / Original article. Seção revisada por pares / Double blind review section.

LA COMPETITIVIDAD TURISTICA DE LOS DESTINOS COSTEROS EN MEXICO ANTE EL MERCADO DE TURISMO RESIDENCIAL, EL CASO DE LOS NORTEAMERICANOS EN MAZATLÁN, SINALOA

César Miguel Maldonado-Alcudia*

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo identificar los factores que inciden en la competitividad turística de los destinos costeros que albergan al segmento de turismo residencial. Para ello, como punto de partida se estudia la literatura de la competitividad, el modelo de Carlgary de Ritchie y Crouch (2000) y la teoría del turismo residencial. El abordaje metodológico se apoya en el enfoque mixto, a partir de un estudio de caso; Mazatlán, Sinaloa, puerto ubicado al noroeste de México. Los hallazgos demuestran que los factores que inciden en los desplazamientos del turismo residencial hacia el destino en estudio, están conformados principalmente en las ventajas comparativas. Se concluye por lo tanto, se debe considerar el conocimiento del segmento, que permita el aprovechamiento de los recursos y transitar a la competitividad en el mercado residencial de origen norteamericano, a partir de la maximización de las ventajas competitivas.

Palabras Clave: Competitividad Turística, Destinos Costeros, Turismo Residencial.

A COMPETITIVIDADE TURÍSTICA DE DESTINOS COSTEIROS EM MÉXICO ANTES DO MERCADO RESIDENCIAL DO TURISMO, O CASO DOS AMERICANOS NORTE EM MAZATLÁN, SINALOA

Resumo

O objetivo do presente trabalho é identificar os fatores que afetam a competitividade turística dos destinos costeiros que acolher-se o segmento de turismo residencial. Para isso, como ponto de partida, estudamos a literatura sobre competitividade, o modelo Carlgary de Ritchie e Crouch (2000), bem como a teoria do turismo residencial. A abordagem da metodologia baseia-se na abordagem combinada, e fundar-se em um estudo de caso; Mazatlán, Sinaloa, porto localizado a noroeste do Pacífico Mexicano. Os resultados mostram que os fatores que afetam o deslocamento do turismo residencial para o destino em estudo fundar-se principalmente em vantagens comparativas. Consequentemente, é necessário analisar o conhecimento do segmento, que permite a exploração dos recursos e a transição para a competitividade no mercado residencial de origem norte-americana, a partir da maximização das mesmas vantagens competitivas.

Palavras Chave: Competitividade do Turismo, Destinos Costeiros, Turismo Residencial.

THE TOURIST COMPETITIVENESS OF COASTAL DESTINATIONS IN MEXICO BEFORE THE RESIDENTIAL TOURISM MARKET, THE CASE OF THE NORTH AMERICANS IN MAZATLÁN, SINALOA

Abstract

The aim of this study is to identify the factors that affect the tourist competitiveness of the coastal destinations considering the residential foreign tourism. To this end, the competitiveness literature, regarding the Carlgary model of Ritchie and Crouch (2000) is studied as a starting point, as well as the residential tourism theory. The methodological approach is based on the mixed approach, the case study is: Mazatlán, Sinaloa, port located northwest of the Mexican Pacific coast. The findings show that the factors that affect the displacement of residential tourism to the destination under the present study are mainly based on comparative advantages. Therefore, it is necessary to consider the knowledge of this tourism segment, which allows the exploitation of the resources and transition to this competitiveness in the residential market of North American origin, from the maximization of the competitive advantages.

Keywords: Tourism Competitiveness, Coastal Destinations, Residential Tourism.



Licenciada por Creative Commons
Atribuição Não Comercial / Sem
Derivações/ 4.0 / Internacional

* Doctor en Gestión del Turismo. Profesor Investigador de Tiempo Completo en la Universidad de Occidente Unidad Mazatlán. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores en nivel Candidato. Ha participado en diversos congresos internacionales y publicaciones en capítulos de libros, revistas arbitradas e indizadas en temáticas relacionadas con el Turismo. Su línea de investigación plantea estrategias para la competitividad de los destinos, productos y servicios turísticos, a través del estudio de las tendencias de los diversos segmentos del mercado nacional e internacional. [c.maldonadoalcudia@hotmail.com]

1 INTRODUCCIÓN

El impulso y crecimiento del turismo en México ha sido constante desde 1960. A partir de entonces, se han implementado estrategias para lograr desarrollar el sector con el propósito de ser competitivos a nivel mundial y estar a la altura de las transformaciones y beneficios que manifestaba la industria turística. En el primer Plan Nacional de Turismo emitido en 1963, se enfatizó en el posicionamiento del turismo en la economía del país mediante la promoción del modelo basado en productos y servicios de sol y playa en los destinos costeros del país. Desde entonces, Las decisiones que se han tomado en torno a la planificación e impulso de la actividad turística en México han favorecido la expansión del modelo tradicional que privilegia una alta especialización y uniformización del producto turístico, y han repercutido en la competitividad del país en el mercado turístico por la falta de una oferta diversificada que permita la llegada de nuevos segmentos del mercado turístico, sumado el ausentismo de productos especializados para los segmentos fidelizados y sus nuevas demandas.

En ese contexto, en los últimos años se identifica un flujo turístico hacia México protagonizado principalmente por jubilados procedentes de Norteamérica, se trata de personas que una vez finalizado su ciclo productivo buscan destinos con climas cálidos y benignos, en donde han tenido experiencias previas como turistas convencionales que les permiten proyectar imaginarios a partir de imágenes físicas y mentales que motivan la elección del destino (Sánchez, 2015). A esta modalidad se le ha denominado como Turismo Residencial –TR– (Aledo, Mazon, Mantecon, 2007). Al considerar que las personas que practican el TR, en su mayoría son retirados o próximos a hacerlo, resulta oportuno señalar que a partir de las tendencias demográficas se prospecta el incremento en la dinámica de viajes residenciales en la región de Norteamérica, y de manera muy particular para México adquiere enorme importancia, debido a que la población mayor de 50 años en Estados Unidos y Canadá para el año 2020 será de cerca de 150 millones de personas (Kiy y McEnany, 2010).

A pesar de la ubicación geopolítica del territorio mexicano inmerso en el bloque de Norteamérica, y la tendencia creciente del flujo turístico residencial de estadounidenses y canadienses, son pocas las investigaciones que abordan el tema de la competitividad de destinos turísticos costeros a partir del estudio del mercado norteamericano, es decir, del conocimiento de sus motivaciones y necesidades que derive en la maximización de indicadores de

competitividad para los destinos que albergan este segmento de turismo. En el presente documento, se presenta una propuesta para identificar los factores de competitividad turística aplicables en destinos costeros, para ello, se aborda el caso de Mazatlán, Sinaloa, ubicado en el noroeste de México, reconocido como uno de los destinos turísticos por tradición de estadounidenses y canadienses.

El abordaje metodológico emerge en la propuesta del modelo de Carlgary, sostenido en la teoría de las ventas comparativas y competitivas (Ritchie y Crouch 2000). Como punto de partida se consideran cinco dimensiones mismas que aglutina una serie de indicadores cualitativos obtenidos a partir de la percepción del turista residencial norteamericano (estadounidenses y canadienses) con residencia temporal en México, respecto a elementos que plantea la teoría de la competitividad turística y la literatura de turismo residencial. Para ello, se emplearon técnicas de recolección cualitativa y cuantitativa. En principio, se aplicaron entrevistas estructuradas a los turistas norteamericanos, con la finalidad de conocer los motivantes para su selección de destino residencial, y en segunda instancia, se aplicaron cien cuestionarios que permitieron evaluar los indicadores de competitividad para identificar los sustanciales para el turismo residencial al momento de seleccionar el destino y en su dinámica al interior del mismo.

Entre los principales hallazgos respecto a los indicadores de competitividad de Mazatlán como destino residencial, sobresalen los factores conformados en las ventajas comparativas del destino, mientras que en el caso de las ventajas competitivas, si bien hay aspectos que destacan como el acceso a servicios médicos de calidad y la calidad de los servicios en general, existen diversas opiniones negativas entre la sinergia de los agentes involucrados en turismo y su forma de orientar la oferta para el segmento de turismo residencial. Por lo tanto, para el caso de la gestión de Mazatlán como destino turístico residencial, se debe considerar el conocimiento de las motivaciones y necesidades del segmento que permita potenciar las ventajas comparativas en ventajas competitivas, para su posicionamiento competitivo en el mercado norteamericano.

El texto, se estructura en cuatro apartados. El primero de ellos plantea la revisión teórica sobre las variables que conforman el objeto de estudio; la competitividad de destinos turísticos, sobre la base de las teorías de las ventajas comparativas y competitivas y el estado del arte del turismo residencial. En segunda instancia se presenta el constructo metodológico, para posteriormente,

realizar el análisis y discusión de los resultados que permite identificar los elementos de competitividad a partir de la dinámica del turismo residencial de norteamericanos en Mazatlán, Sinaloa, destino costero ubicado al noreste de México. Finalmente, se presenta el apartado de las conclusiones.

2 REVISIÓN TEORICA

2.1 La competitividad Turística

La competitividad es un término que se emplea para evaluar variables principalmente económicas de un país, un sector industrial, una región, una corporación empresarial o una empresa individual, dando origen así a la gran variedad de interpretaciones que se le dan al concepto (ACERENZA, 2009). A partir de la revisión y análisis teórico, se puede afirmar que la competitividad es un concepto multifacético, aplicable a un amplio rango de entidades y por lo tanto también a destinos turísticos.

En ese orden de ideas, diversos autores han vertido propuestas para demostrar la aplicabilidad de esta teoría en los destinos turísticos (DWYER y KIM, 2003; DIÉGUEZ, RITCHIE y CROUCH, 2000; HASSAN, 2000; SINDE, BLANCO, 2011; DECASPER, 2015; PRZYBYSZEWSKI, FERNANDES, MAGALHÃES, 2017). El abordaje de la temática requiere de indagación, debido a la creciente oferta de destinos turísticos, los diversos segmentos del mercado y las tendencias de viajes. Hassan (2000), señala a la competitividad turística como la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores. A esta definición habría que añadir elementos globalizadores que han desencadenado una dinámica de competencia nacional, intracontinental e intercontinental por el mercado turístico.

Las investigaciones enfocadas a la búsqueda de los factores que determinan la competitividad de los destinos turísticos, han derivado diversos modelos teóricos y conceptuales que intentan representar el complejo sistema donde se hace presente el turismo con toda su implicada red de interacciones (RITCHIE y CROUCH 2000, 2003; KIM y DWYER 2003; SÁNCHEZ y FAJARDO 2004; DWYER, MELLOR, LIVAIC, EDWARDS y KIM 2004; DUQUE, 2005; GOMEZELJ 2006; GÁNDARA, FUMI CHIM-MIKI, DOMARESKI y AUGUSTO BIZ, 2013). Dichos modelos, presentan similitudes conceptuales, cimentadas sobre las teorías de las ventajas comparativas y las ventajas competitivas (RITCHIE y CROUCH 2000). Las primeras hacen referencia a los factores de los que

está dotado el destino turístico, sean estos factores los que ocurren de forma natural y aquellos que han sido creados. Para Sancho (1998), las ventajas comparativas vienen dadas por los factores propios del destino turístico que han posibilitado su nacimiento y expansión. Entre estos factores se encuentran principalmente los recursos naturales (playas, montañas, clima etc.), las condiciones socioeconómicas que inicialmente posee el territorio (mano de obra) y las políticas macroeconómicas utilizadas para mejorar el sector. En tanto, la teoría de la ventaja competitiva establece que un destino turístico es competitivo cuanto mayor sea la capacidad de los gestores para agregar valor a un producto o servicio igualmente comercializado por otros competidores (ORTA, 2005).

Para Decasper (2015) La competitividad turística está relacionada con la capacidad de un país de atraer a los turistas de acuerdo con las ventajas comparativas con las que éste cuente y aquellas ventajas competitivas que logre desarrollar para asegurar los beneficios del turismo a largo plazo. En ese sentido, resulta fundamental la habilidad y capacidad de los agentes involucrados en la toma de decisiones en torno al turismo en el destino para utilizar sus recursos de forma eficiente a medio y largo plazo (RITCHIE y CROUCH, 2000). Bajo este postulado, un destino turístico puede contar con una amplia variedad de recursos (ventajas comparativas) y ser menormente competitivo que otro que cuente con pocos recursos turísticos, debido a la forma en que se han desarrollado. Es decir, se genera un cambio entre la competitividad estática dependiente de las ventajas comparativas empleadas en el turismo, hacia una competitividad dinámica en la que lo más importante no es la cantidad de recursos existentes en un destino turístico, sino la habilidad de los entes involucrados en la actividad para añadir valor y obtener rentabilidad a sus atractivos o productos turísticos (BARROSO y FLORES, 2006).

Por su parte, Crouch y Ritchie han desarrollado modelos y teorías generales de competitividad que no son específicos para determinados destinos o atributos, analizando la naturaleza y estructura de la competitividad del destino. (CROUCH y RITCHIE, 1995, 1999; RITCHIE y CROUCH, 2000, 2003). Una de sus propuestas mayormente reconocidas en la literatura de la competitividad de destinos turísticos es el modelo de Calgary. En esta propuesta, se incluyen conceptos genéricos que derivan en un prototipo que postula la competitividad del destino turístico, el cual está determinado por cinco componentes principales: determinantes limitadores y amplificadores, política planificación y desarrollo del destino, gestión o

dirección del destino, recursos y atractores básicos los factores y recursos de soporte.

Las bases conceptuales de los modelos de competitividad turística pueden someterse a ajustes de acuerdo al contexto del objeto de estudio fijando una serie de indicadores que permitan evaluar la competitividad tal como lo abordan Przybyszewski, Fernandes, Magalhães (2017) en su estudio sobre la competitividad turística en regiones de Brasil. De acuerdo con Sanches y Fajardo (2004) estos indicadores pueden ser objetivos, es decir medibles cuantitativamente y subjetivos, que se construye su valor a partir de la percepción del visitante y tienen por tanto un acusado carácter cualitativo.

Al considerar la amplia variedad de indicadores que se pueden emplear en el estudio de la competitividad turística, queda clara la complejidad que conlleva su cuantificación en los destinos turísticos por su indiscutible carácter multidimensional y por la ausencia de consenso respecto a los indicadores que deben utilizarse. Ante esta situación, resulta indispensable tener conocimiento de las características del destino turístico y de las particularidades, motivaciones, preferencias y necesidades de los segmentos de turismo. Además, se debe considerar el abordaje de la competitividad turística nacional, como la suma de la competitividad de los destinos de cada zona geográfica del país, respecto a los segmentos específicos y potenciales.

Otro aspecto importante a señalar en relación al objetivo incesante de diversas naciones por la búsqueda de ser competitivos en el escenario turístico, versa en la idea de la integración de la perspectiva de la sostenibilidad como lo señala Ritchie; Crouch (2000). A decir de Decasper (2015), actualmente existen importantes avances científicos en el estudio de la competitividad y su relación con la sostenibilidad que permite conocer los principales factores que interactúan en un destino turístico. Por lo tanto, resulta sustancial considerar indicadores de ambos temas para el abordaje holístico de la competitividad en los destinos turísticos.

2.2 Turismo Residencial Internacional

En lo que respecta al antecedente del TR se identifica su génesis conceptual en la literatura europea para dar explicación a desplazamientos ocasionados por procesos macro sociales tales como el desarrollo de un potente Estado de Bienestar europeo, el envejecimiento de la población de la Unión Europea (UE) o nuevas consideraciones sobre calidad de vida (ALEDO, MAZÓN, MANTECÓN, 2007). Además de la firma del Tratado de Maastricht, que posibilitó a los ciudadanos europeos establecerse

y adquirir inmuebles en cualquier país del viejo continente, lo que desencadenó un crecimiento urbanístico descontrolado en la Costa del Sol (España) y aumentó considerablemente el número de viviendas de uso turístico desde la década de los setenta.

En ese contexto, paulatinamente se han desarrollado algunas conceptualizaciones en torno al fenómeno del TR desde la perspectiva de la oferta, es decir, respecto a su involucramiento con el sector inmobiliario, cuyo objetivo es la venta del suelo para su urbanización y/o edificación de viviendas de uso turístico Aledo, Mazón, Mantecón (2007); Huete (2008); Salva (2005), y Torres (2003), mientras que en la segunda línea se ha indagado en las modalidades de adaptación (o no-adaptación) de los turistas residenciales a su entorno social y viceversa, en relación a su dinámica en el destino de acogida (WILLIAMS, KING y WARNES, 1997; HALL y MULLER, 2004; O'REILLY, 2009; LIZARRAGA, 2011, 2016). Estas aportaciones han enriquecido el estudio del fenómeno turístico residencial y a su vez, han generado divergencias sobre el fenómeno entre lo turístico y lo migratorio.

En el presente documento se entiende el Turismo Residencial como un fenómeno relacionado con las nuevas formas de movilidad, residencialidad y ocio, propias de la posmodernidad tardía y de la globalización (ALEDO, 2008) protagonizado principalmente por jubilados procedentes de sociedades opulentas, se trata de personas de origen europeo o norteamericano que se desplazan hacia 'el sur' en busca de un estilo de vida más relajado, un menor costo de vida y un mejor clima (Femke, 2010). Son personas que, una vez finalizado su ciclo productivo buscan nuevos asentamientos en climas cálidos y benignos para poder disfrutar una mejor calidad en su vida cotidiana (ALEDO, et, al. 2007).

La dinámica de TR, tiene diversas características de acuerdo al contexto geográfico, en el caso del continente europeo, los principales países receptores de jubilados se ubican en la región mediterránea, destacando Portugal, Italia, Grecia, Turquía, Hungría y España, Oceanía, Australia y Nueva Zelanda también son populares entre los pensionados del norte de Europa y de Asia. En el continente americano, la demanda de los países del norte –Estados Unidos y Canadá– se hace presente en naciones de clima cálido, como Costa Rica, Panamá, Guatemala, Colombia, Brasil o Argentina, pero sobre todo en México -debido a su ubicación dentro del bloque de Norteamérica y su antecedente como principal destino receptor de turistas procedentes de los países contiguos al norte (LIZARRAGA, 2011).

2.2.1 El turismo residencial de origen norteamericano en las costas de México

En México, el tema del TR cobra relevancia por la magnitud y características de la población conformada en el grueso de "Baby boomers" en Estados Unidos y Canadá, que conforman el Turismo Residencial Norteamericano –TRN- esta generación nació en la posguerra -1946-1964-, y una vez llegada su edad de jubilación, deciden cambiar su residencia temporalmente a territorio mexicano.

A partir del año 2000, la ola de TRN se ha incrementado significativamente debido a su interés por hacerse de un bien inmueble en las costas de México. El crecimiento registrado por este sector fue de 5.9% en el lustro de 2000 a 2005 (BBVA, 2007). Sin embargo, se identifican algunos destinos en los que el incremento fue superior. Como ejemplo: durante los primeros tres meses de 2007 Sonora, estado ubicado en la zona noroeste de México, reportó una variación porcentual de +436,3% de la inversión ejercida respecto a 2006. Durante 2008, los estados de Sonora y Sinaloa fueron los únicos que registraron una captación superior respecto al mismo periodo de 2007 (primer trimestre); la variación porcentual en el primer alcanza +300,6% y para Sinaloa +430,4%. La categoría desarrollos inmobiliarios tuvo mayor representatividad en Mazatlán zona geográfica donde se realizó el presente estudio (que recibió el 100% de las inversiones del estado y todo se destinó a desarrollos de este tipo).

En palabras de Lizárraga (2016) Una característica en la arquitectura de las zonas de residencia de los estadounidenses en Mazatlán, es el urbanismo defensivo y la construcción de torres de condominios frente al mar, que bloquean la vista y que rompen con la armonía del entorno. Para el autor este esquema debería sustituirse por modelos residenciales inclusivos que permitan las interrelaciones entre extranjeros y residentes de antaño en un mismo espacio cotidiano.

Durante el último trimestre de 2009, existían 957 nuevos desarrollos a lo largo de México enfocados a vacaciones o retiro, en su mayoría ubicados en las costas con sus respectivas implicaciones ambientales. En estos proyectos, había un inventario total de 29,983 viviendas nuevas en el mercado. Para el año 2010 se tenía proyectada una oferta de 40.000 unidades con un valor de 18.000 millones de dólares (BBVA, 2012).

De acuerdo con la Secretaría de Relaciones Exteriores, entre 2000 y 2008, casi 37,000 propiedades fueron adquiridas en México en la zona costera mediante la figura del fideicomiso. Se estima que en 2009 se compraron alrededor de 5,200 propiedades, lo cual equivale a más de 42,000

propiedades vendidas a extranjeros para el periodo 2000-2010 (KIY y McENANY, 2010).

En México, el TRN se ha configurado como una alternativa principalmente para destinos costeros en su búsqueda de reactivarse o diversificarse turísticamente. Sin embargo, sus estrategias competitivas en torno a este segmento de mercado han sido endebles ya que se ha enfocado principalmente hacia la construcción y venta de viviendas residenciales, situación que se ha visto reflejada en grandes desarrollos dedicados al turismo residencial principalmente en las costas del país. Este enfoque hacia la masificación de desarrollos inmobiliarios ha producido severos impactos ambientales, económicos, y socioculturales (LIZÁRRAGA 2016).

Ante esta situación, resulta fundamental el conocimiento del segmento de turismo residencial para el análisis de los factores explicativos de la competitividad de los destinos turísticos desde la perspectiva de la demanda y su comprensión permitirá establecer los factores encaminados a favorecer el desarrollo turístico en aquellos destinos que las apliquen para su posicionamiento competitivo en el mercado internacional.

3 METODOLOGÍA

Para la recolección de datos confiables y representativos que permitieran una mayor aprehensión de los factores que determinan la competitividad de destinos turísticos ante el mercado de TRN, se consideró el desarrollo de este estudio desde la perspectiva de la demanda, es decir, mediante la evaluación de los atractores o motivaciones del turista residencial de origen norteamericano así como experiencias al interior del destino a través de su percepción. Para ello, se empleó una amalgama entre técnicas de recolección de datos como lo establece el enfoque de investigación mixto.

En cuanto al método cuantitativo, se elaboró un cuestionario/encuesta. Su diseño se basó en una adecuación del modelo conceptual de Ritchie y Crouch (2000), a partir de sus cinco dimensiones -factores y recursos de atracción, factores y recursos de soporte, dirección del destino, política planificación y desarrollo del destino, determinantes limitadores y amplificadores – además, para cada una de las dimensiones el modelo establece diversas variables que fueron consideradas para posteriormente asignar un grupo de indicadores subjetivos, considerados como aquellos que se relacionan con la percepción del turista, en este caso residencial, y que presentan un carácter cualitativo (SÁNCHEZ y FAJARDO 2004).

Dichos indicadores fueron determinados a partir de la literatura en torno a las metodologías, modelos e indicadores utilizados en el abordaje de la competitividad de destinos turísticos, el análisis del estado del arte sobre desplazamientos del turismo residencial y un estudio exploratorio con los actores de la dinámica residencial.

Para la confiabilidad de los indicadores que se utilizaron en el presente estudio, se recurrió al método de consulta con expertos durante una estancia académica realizada en la Universidad de Alicante, España, durante el periodo agosto- noviembre de 2014. En ese sentido, en primera instancia se realizó una reunión con investigadores en el tema del turismo residencial y en competitividad de destinos turísticos, para plantear la problemática del estudio y el diseño metodológico.

En segunda instancia, se presentó una lista de 70 indicadores, posteriormente, se hizo una desagregación de indicadores a partir del análisis de expertos; este resultado se obtuvo a partir del método DELPHI – que consistió en solicitar al panel la clasificación por orden de importancia y probabilidad de respuesta de los indicadores de análisis. Considerando el orden de importancia, se procedió a la incorporación de los ítems a cada una de las cinco dimensiones establecidas. Los resultados de dicho ejercicio arrojaron un total de 39 indicadores que de acuerdo a los investigadores fueron considerados idóneos para evaluar y determinar los factores que inciden en la competitividad de un destino turístico ante el mercado de turismo residencial. Los indicadores elegidos quedaron agrupados de la siguiente manera.

Tabla 1. Consideraciones para la elaboración del cuestionario

Dimensión	Alcance	Indicador
Factores y recursos de atracción. D1	Recursos que posee el destino y que son importantes para el turista.	Clima, paisaje, acceso costero, eventos culturales, proximidad a áreas naturales, cuidado del medio ambiente, lugares de interés cultural, hospitalidad de la gente, gastronomía local, precios de bienes raíces.
Factores y recursos de soporte D2	Son los recursos que determinan la estructura del destino turístico	Aeropuerto internacional, vías carreteras, accesibilidad aérea, marinas, servicios de sector salud, agencias de viajes, transporte público, accesibilidad a minusválidos, proveedores de servicios turísticos, compañías transnacionales.
Dirección del destino D3	Forman parte de la gestión del destino	Marketing del destino, calidad de servicio médico, calidad de bares y restaurantes, calidad de transporte público, limpieza del destino, comunidades extranjeras, oficinas de información turística.
Política planificación y desarrollo del destino. D4	Es la política turística del destino, o bien los componentes de gobierno.	Organización del destino, análisis competitivo, colaboración entre agentes involucrados en el sector turístico, monitoreo del turismo, inversión en infraestructura turística, capacitación del recurso humano.
Determinantes limitadores y amplificadores D5	Son los factores geográficos, territoriales, y de ubicación.	Proximidad del destino, seguridad del destino, costo beneficio del destino y prestigio del destino.

Fuente: elaboración propia

La aplicación del cuestionario se realizó en los principales puntos de reunión y hogares particulares de los turistas residenciales de origen norteamericano. Una vez que se identificaron estos lugares ubicados en el centro histórico de la ciudad y en la zona dorada –turística- del puerto, se contó con la colaboración de algunos “porteros”, quienes permitieron establecer la confianza entre sus compatriotas para el llenado del cuestionario en su totalidad. Cabe hacer algunas aclaraciones respecto a la selección de los informantes, se consideraron solo personas de origen norteamericano. Con base en la revisión de datos disponibles, se pudo establecer que gran parte de la población estadounidense y canadiense que practica turismo residencial está compuesta por personas jubiladas, sin embargo, mediante la prueba piloto se constató que para el

caso de Mazatlán no lo son en su totalidad, por lo tanto se incluyen ambas opciones. Con base en otros estudios, se identifica que la dinámica de turismo residencial se relaciona con el movimiento migratorio, por la temporalidad permanente en el destino, en este caso, se consideró solo a los que permanecen en el destino de forma parcial –seis meses o menos al año-

Durante el trabajo de campo, y por medio de la encuesta, en primera instancia se sometió a valoración un total de 39 indicadores agrupados en cinco dimensiones, las cuales se distribuyeron en dos bloques; factores motivadores, y experiencias en el destino. Para el análisis se hizo un levantamiento de 100 cuestionarios. Las respuestas fueron capturadas y cuantificadas numéricamente mediante el programa estadístico SPSS. Una vez concentrados los resultados, se procedió al análisis cualitativo.

En lo que respecta al análisis cuantitativo del presente estudio, para el caso de la evaluación de los factores motivadores, se consideraron las respuestas agrupadas en la escala “muy importante”. Una vez seleccionada la evaluación de cada indicador agrupado en su dimensión, se procedió a hacer una normalización de los factores.

A tal fin, se normalizan en una primera etapa los distintos indicadores, por lo que la evaluación de una dimensión se hace a partir de la normalización de cada elemento que integra, en este caso, se calcula a partir de los indicadores máximos y mínimos que agrupa. De modo que ello arroja indicadores con valores entre 0 y 1, donde 0 corresponde al valor mínimo y 1 al valor máximo. De acuerdo a las valoraciones, se identificó que el resultado, en orden de importancia de las dimensiones, se vio afectado por el número heterogéneo de indicadores que se establece en cada caso ya que algunos con una valoración baja afectaron la ponderación de ese grupo.

Ante esta situación y en busca de contrarrestar la subjetividad del análisis, se procedió a hacer un agrupamiento de los indicadores en orden de importancia; para ello se utilizó el criterio del porcentaje de la varianza explicada aplicada a las ciencias sociales, que establece la discriminación de los ítems con una valoración por debajo de 0.60 (Bas, 2014), ya que se consideraron no ser determinantes para el TRN.

Finalmente, se procedió a desagrupar por orden de importancia los indicadores para cada dimensión, lo que permitió identificar los factores que inciden en los desplazamientos del TRN a un destino costero, mismos que se traducen como elementos de competitividad turística en los destinos que reciben a este segmento de turistas.

En cuanto al método cualitativo, para la evaluación de las percepciones de los turistas residenciales de origen estadounidense hacia Mazatlán, se realizaron entrevistas, en la búsqueda de identificar los factores mejor posicionados durante las estancias en el puerto, ya que el objetivo general de esta investigación establece determinar los factores que mayormente influyen en la competitividad del destino –Mazatlán–, evaluados desde la perspectiva de la demanda, y en este caso se consideró a partir de su percepción.

4 ANÁLISIS

4.1 Destino Turístico de Estudio

Mazatlán, Sinaloa, es un destino turístico ubicado en la costa noroeste de México. Entre sus principales actividades económicas destacan la pesca y el turismo. A nivel nacional, es considerado como uno de los principales destinos de sol y playa y posee la segunda flota pesquera más grande del país, empleada principalmente en la captura de atún y camarón. El arribo al puerto se facilita mediante la carretera internacional 15, a través de la cual se conecta con dos de las principales ciudades del estado (Culiacán y Los Mochis) además de otras ciudades fronterizas con Estados Unidos, y al sur con grandes ciudades como Guadalajara y la ciudad de México. El acceso aéreo se da por medio del aeropuerto internacional Rafael Buelna, ubicado a 25 kilómetros de distancia con respecto a la ciudad, el cual recibe vuelos directos desde algunas ciudades de Estados Unidos y Canadá. Por vía marítima existen transbordadores que conectan con La Paz en Baja California Sur, y recibe variable cantidad de cruceros provenientes de Estados Unidos.

5 RESULTADOS

A partir de la evaluación de los indicadores propuestos en el apartado metodológico, los resultados presentados en la Tabla 2, evidencian que no todos los indicadores utilizados en el planteamiento son motivadores determinantes al momento de ser evaluados por el TRN. Así, se identifican algunos elementos que lograron una valoración alta y otros reducida; como se expuso con anterioridad, el presente estudio pretende identificar las cuestiones determinantes de la competitividad turística ante el TRN, por consiguiente, se considera un parámetro de desagregación de los indicadores que resultaron evaluados por encima de 0.60, no obstante, a continuación se realiza un primer análisis de los resultados.

Tabla 2. Rubros de evaluación de las dimensiones de análisis

Factores y recursos de atracción al destino D1			
Indicador	MUY IMPORTANTE	N=200	VALOR
Clima	192	200	0.96
Paisaje	146	200	0.73
Acceso costero	176	200	0.88
Proximidad a áreas naturales	111	200	0.55

Cuidado del medio ambiente	84	200	0.42
Eventos culturales	114	200	0.57
Lugares de interés cultural	128	200	0.64
Gastronomía local	115	200	0.57
Hospitalidad de la gente	185	200	0.92
Precios de bienes raíces	72	200	0.36
Promedio			0.66
Factores y recursos de soporte D2			
Indicador	MUY IMPORTANTE	N=200	VALOR
Aeropuerto internacional	144	200	0.72
Vías carreteras	102	200	0.51
Accesibilidad aérea	145	200	0.72
Marinas	16	200	0.08
Campos de golf	69	200	0.34
Servicios de sector salud	110	200	0.55
Agencias de viajes	0	200	0
Transporte público	145	200	0.72
Accesibilidad a minusválidos	29	200	0.14
Proveedores de servicios turísticos	28	200	0.14
Oficinas bancarias y cajero	156	200	0.78
Compañías transnacionales	22	200	0.11
Promedio			0.40
Dirección del destino D3			
Indicador	MUY IMPORTANTE	N=200	VALOR
Marketing del destino	25	200	0.12
Calidad del servicio médico	120	200	0.60
Calidad de bares y restaurantes	126	200	0.63
Calidad de transporte público	10	200	0.05
Limpieza del destino	77	200	0.38
Comunidades extranjeras	88	200	0.44
Oficinas de información turística	125	200	0.62
Promedio			0.40
Política planificación y desarrollo del destino D4			
Indicador	MUY IMPORTANTE	N=200	VALOR
Organización del destino	124	200	0.62
Análisis competitivo	66	200	0.33
Colaboración entre agentes del turismo	137	200	0.68
Monitoreo del turismo	21	200	0.10
Inversión en infraestructura turística	131	200	0.65
Capacitación del recurso humano	53	200	0.26
Promedio			0.44
Determinantes limitadores y amplificadores D5			
Indicador	MUY IMPORTANTE	N=200	VALOR
Proximidad del destino	128	200	0.64
Seguridad del destino	180	200	0.90
Costo beneficio del destino	154	200	0.77
Prestigio del destino	34	200	0.17
Promedio			0.62

Fuente: elaboración propia con base en resultados de la encuesta.

A partir del proceso de desagregación de los indicadores evaluados por encima de 0.60 y al desagregarlos de la dimensión correspondiente, a través del análisis estadístico se presentan los resultados que permiten identificar cuáles son los

factores determinantes para los TRN en sus desplazamientos y elección de Mazatlán como destino residencial. Vea tabla 3.

Tabla 3. Factores determinantes en la elección del destino residencial.

	Indicador	Ponderación	Dimensión
1.-	Clima	0.96	D1
2.-	Hospitalidad de la gente	0.92	D1
3.-	Seguridad del destino	0.90	D5
4.-	Acceso costero	0.88	D1
5.-	Oficinas bancarias y cajeros	0.78	D2
6.-	Costo beneficio del destino	0.77	D5
7.-	Paisaje	0.73	D1
8.-	Aeropuerto internacional	0.72	D2
9.-	Accesibilidad aérea	0.72	D2
10.-	Transporte público	0.72	D2
11.-	Inversión en infraestructura turística	0.65	D4
12.-	Proximidad del destino	0.64	D5
13.-	Lugares de interés cultural	0.64	D1
14.-	Calidad de bares y restaurantes	0.63	D3
15.-	Oficinas de información turística	0.62	D3
16.-	Proximidad a áreas naturales	0.61	D1
17.-	Servicios de sector salud	0.61	D2
18.-	Calidad del servicio medico	0.60	D3

Fuente: Elaboración propia con base en resultados.

En la dinámica del TRN hacia Mazatlán, los factores de empuje y atracción toman un rol significativo. Los primeros son los que les motivan a salir de su país temporalmente, mismos que se configuran como factores de atracción mediante una evaluación de la situación en su lugar de residencia habitual, versus la del destino residencial.

En este caso, los factores de atracción del destino –Mazatlán- resultan aquellos que se oponen a los de empuje. En principio y acorde a lo que establecen Ritchie y Crouch (2003), los recursos del destino son lo que atraen al TRN al destino, un clima atractivo y un estilo de vida relajado, rodeado de gente hospitalaria.

No obstante, se consideran también atracciones naturales, el acceso costero, el paisaje, el idilio rural o la oportunidad de recreo en áreas naturales, y los lugares de encuentro con la cultura local. En la dinámica del TRN, se identifican cuestiones motivacionales relacionadas con la estructura social, ya que al tratarse de personas mayores, requieren más servicios médicos y de bienestar. En ese orden de ideas, el costo beneficio que les otorgan los destinos es un factor importante en la elección de los estadounidenses.

En el caso de Mazatlán, el menor costo de vida se refleja en la opción de adquirir una propiedad, el cuidado de la salud a menor costo y la posibilidad de establecer hábitos de consumo que les permitan llevar una vida saludable.

La infraestructura y la calidad de los servicios también resultan relevantes para los turistas de residenciales de origen norteamericano al momento de elegir sus destinos. Se consideran aspectos como

la accesibilidad aérea por medio de un aeropuerto internacional, la existencia de una buena red de transporte público y oficinas bancarias con atención bilingüe. En cuestión de servicios, se vuelve relevante la calidad del servicio médico, bares y restaurantes, así, como la existencia de oficinas que les proporcionen información turística.

Finalmente, la proximidad geográfica del destino respecto a su país y las cuestiones de seguridad también son consideradas por el TRN. A decir de Huete (2008), la comprensión de los factores que influyen en las decisiones del turista residencial en la selección del destino, ayuda a una mejor planificación de los destinos turísticos, además de que otorgan el saber de las influencias positivas para su reforzamiento y las influencias negativas que deberán contrarrestarse mediante técnicas de comunicación y mercadotecnia.

5.1 Ventajas Comparativas

Para el análisis de la competitividad de destinos turísticos basada en la teoría de ventajas comparativas, hay que señalar que para un destino las dotaciones factoriales, fundamentalmente los recursos naturales, se consideran una fuente de atractores significativos, de forma que aquellos destinos que dispongan de una mejor dotación de los factores utilizados de manera más intensa en la actividad turística serán más competitivos. Sin embargo, resulta fundamental considerar factores endógenos y exógenos que afectan la competitividad de los destinos sostenidos sobre este enfoque.

En ese contexto, y a partir del agrupamiento de las ventajas comparativas para el puerto de Mazatlán, se identifican factores espaciales fundamentales para el posicionamiento competitivo del destino ante el mercado de TRN. La ubicación geográfica de Mazatlán en la costa occidental de México y su proximidad con respecto a los países emisores, representa una ventaja para los TRN, por lo que los vuelos son más baratos que los de destinos competidores del Caribe (Brady, 2005). Sin embargo, debido a las mejoras tecnológicas en los medios de transporte que hacen disminuir las distancias tanto en términos de coste/tiempo, este tipo de ventaja comparativa puede verse afectada por factores exógenos, como el precio del petróleo o devaluaciones de la moneda que afectarían la competitividad del destino.

Por otra parte, el puerto de Mazatlán cuenta con factores ambientales aprovechables para competir turísticamente en el mercado de TRN. En ese sentido, el clima se configura como uno de los principales elementos motivadores en la elección del destino y satisfactorios al interior del mismo. Tal como lo señala Femke (2008), representa una de las variables explicativas fundamentales de la elección del destino residencial. Cabe señalar que una de las características de la movilidad residencial es que la practican principalmente personas jubiladas, quienes provienen de los lugares de climas fríos en busca de áreas climáticas templadas. Para el caso de Mazatlán, el clima se configura como una ventaja comparativa ya que la temperatura promedio anual de 25° resulta un factor determinante en el desplazamiento de los estadounidenses y canadienses, principalmente durante el tránsito de la época invernal en sus países.

El acceso costero o la posibilidad de vivir en cercanía a las costas, resulta un factor de atracción importante para el TRN. De acuerdo con Lizárraga (2011), hay adultos mayores quienes seleccionan destinos cercanos a las urbes, en tanto que otros prefieren la montaña y otros más eligen los lugares cercanos a las playas. Respecto a la posibilidad de disfrutar el acceso costero, un informante aportó lo siguiente:

“Me encanta Mazatlán por la idea de sus playas, el agua es templada todo el tiempo, disfruto mucho caminar a la orilla del mar, el paisaje es increíble, a bordo de mi bote puedo salir y apreciar algunos lobos marinos, delfines, ballenas, marlín y pez vela, además de las islas, y puedo disfrutar momentos muy relajantes como en un paraíso, me gusta la tranquilidad de las aguas durante un buen día de pesca”.

El paisaje y la proximidad a áreas naturales es otra de las ventajas comparativas de Mazatlán si considera que el TRN es subsecuente a la dinámica del

turismo convencional, es decir, que las visitas previas permiten al turista otorgarle el valor idílico al destino. Así, el paisaje y el contacto con la naturaleza se vuelven factores determinantes en el imaginario de muchos norteamericanos que, una vez jubilados, buscan recrear esas memorias en esos destinos.

En cuanto al ámbito cultural, se identificó que los TRN gustan por asistir a obras de teatro, conciertos de música clásica, opera, galerías de pintura, museos e incluso fiestas que forman parte de la cultura mazateca, como es el caso del carnaval. Además, la hospitalidad de la gente es otro de los aspectos de la cultura local que se consideran en el proceso de la elección del destino residencial (Rodríguez, Fernández-Mayoralas y Rojo, 1998). Los informantes identifican a la gente mazateca como personas alegres y hospitalarias. En este sentido, las visitas previas permiten establecer lazos de amistad e incluso maritales entre turistas residenciales y gente del puerto (Lizárraga, 2011). Uno de los informantes comentó algunas particularidades sobre sus experiencias y convivencias con personas mazatecas.

“Desde mis primeras visitas en Mazatlán, descubrí muchas cosas que me sorprendieron: lo pintoresco del puerto, poder ir del centro histórico a la playa en una caminata agradable en cuestión de minutos, el estilo de vida relajado, una de las cosas que siempre recuerdo es lo amigable de la gente por ayudar a encontrar las direcciones, o como ir entre calles, con señas e incluso caminando unas calles para orientarnos, o bien cuando vamos a algún restaurant o bar siempre están con una sonrisa, definitivamente lo que más me gusta de aquí es la gente, los mazatecos, todos son muy atentos”.

5.2 Ventajas Competitivas

En el análisis de las ventajas competitivas relacionadas con la habilidad y capacidad que tiene el destino turístico para utilizar sus recursos de forma eficiente a medio y largo plazo (Ritchie y Crouch 2000), se destacan aquellas que se consideraron relevantes en la dinámica turística residencial, sin embargo, se identifican una serie de opiniones que versan en la inconformidad de la gestión del destino, y la posibilidad de mejorar la oferta turística de Mazatlán. De acuerdo con Orta (2005), en apego al progreso del enfoque de competitividad de destinos turísticos, ya no solo es importante competir en el enfoque tradicional basado en los recursos del destino, sino que resulta fundamental la capacidad de los gestores del mismo para agregar valor a un producto o servicio igualmente comercializado en otros destinos competidores.

La seguridad del destino se potencia como una de las ventajas competitivas del puerto respecto al

mercado de TRN. En este sentido se identificó que las cuestiones de narcoviolencia en la frontera entre Estados Unidos y México son un tema que se considera importante por los actores de la dinámica turística residencial, sin embargo, las visitas previas y el contacto constante con amistades en Mazatlán, hace cambiar algunas ideas adoptadas por las publicaciones de los medios de comunicación en Estados Unidos. Sobre esta cuestión, un informante comentó lo siguiente:

Normalmente en Estado Unidos hay una mala imagen de México por los migrantes en Estados Unidos, constantemente se habla de la delincuencia que ocasionan, y sobre México por lo que sucede con los carteles del narcotráfico (Sinaloa). Muchas personas normalmente no conocen algunos sitios aquí (México), prefieren estar en Estados Unidos en el área del "Sunbelt" durante el invierno. En nuestro caso tenemos más de 15 años visitando Mazatlán por temporadas (4 a 5 meses al año) y nunca hemos tenido algún problema de violencia o robo en la ciudad, al contrario, pensamos que la gente aquí es muy hospitalaria, pero sí hemos leído en notas algunas cuestiones de violencia que hemos tenido la fortuna de no presenciar. En nuestro caso tenemos muchos amigos aquí: estadounidenses, canadienses y mazatlecos, la comunicación y tranquilidad que nos transmitimos nos permite volver cada año sin temor.

La oferta de servicios bancarios es de gran importancia para el segmento de turismo residencial estadounidense, la disponibilidad de cajeros y oficinas bancarias se traduce en la posibilidad de manejar menores recursos en efectivo y por consiguiente el sentimiento de mayor seguridad durante sus estancias, sobre todo al considerar su prolongada permanencia. Por otro lado, otorga facilidad para recibir y enviar periódicamente ingresos entre México y Estados Unidos. Cabe señalar que las personas que son jubiladas en Estados Unidos reciben un apoyo de seguridad social mensual Lizárraga (2011). Por lo que el personal bilingüe de las instituciones bancarias que les gestione el acceso a sus recursos, también es una de las cuestiones valoradas por el TRN.

El TRN que arriba a Mazatlán, evalúa considerablemente el costo beneficio que les otorga el destino; una vez que el tipo de cambio de moneda les favorece, se traduce en una mejor calidad de vida, y el alcance de diversas amenidades y servicios que en algunos casos en su país no podrían disfrutar; el tipo de cambio se potencia como una ventaja competitiva, una vez que disfrutan de servicios médicos de buena calidad a menor coste, se les otorga la posibilidad de adquirir una propiedad cercana a la costa y sus hábitos de consumo diarios se ven modificados por lo accesible de los precios en el destino. Una de las características particulares del TRN, es la posibilidad

que otorgan los destinos para adquirir propiedades, en este caso, el costo-beneficio es un factor determinante de atracción mientras que en Mazatlán los precios de los bienes raíces cercanos a la zona de costa oscila entre los 150,000 y 250,000 USD una propiedad con estas características en Estados Unidos y Canadá, supera los 500,000 USD.

En cuestión de conectividad, los TRN, consideran importante la existencia de un aeropuerto internacional cercano al destino receptor. Mazatlán es uno de los 58 destinos en México que ofrece este beneficio. En un estudio desarrollado por La Secretaria de Turismo –SECTUR- sobre turismo de retiro, se señala la oferta de infraestructura aeroportuaria como una ventaja competitiva para el desarrollo de este segmento, ya que del total de turistas retirados estadounidenses y canadienses, considerado como el principal mercado internacional, el 73.9% arriban vía aérea y un 26.1% vía terrestre (SECTUR, 2005). No obstante, la existencia del aeropuerto internacional, se obtuvieron diversas opiniones respecto a la escasa conectividad que tiene el puerto, en comparación con algunos destinos emisores de TRN.

Otro aspecto importante, es la oferta de los servicios de transporte al interior de los destinos turísticos -taxis, minibuses y autobuses- para el desplazamiento de los turistas residenciales de origen norteamericano. Sin embargo, a partir de una mala evaluación del servicio y de diversas quejas al respecto, se identifica la internación de vehículos particulares provenientes de Estados Unidos y Canadá. El gobierno mexicano brinda facilidades a los norteamericanos para el ingreso de sus casas rodantes o autos compactos; aquel que decida llevar consigo su automóvil solo tiene que cubrir un impuesto en la frontera de alrededor de \$30usd. Una informante de origen estadounidense, comenta que trajo consigo su automóvil durante su segunda visita al puerto (hace 6 años) y para ello solo cubrió un pago único de impuesto en la frontera por la cantidad antes mencionada.

Respecto a la infraestructura turística, el TRN, busca destinos que les otorguen facilidades durante sus estancias, por medio de un aeropuerto internacional, autobuses, taxis, redes carreteras, y servicios básicos como agua potable, electricidad, telefonía, internet y servicios de salud. Es importante señalar que para cada uno de los elementos relacionados con la infraestructura turística, se presentan índices bajos de satisfacción, haciéndose evidente el desaprovecho de tarifas excesivas, escasez y mala calidad de servicios públicos. Otro de los elementos considerados por los turistas residenciales de origen estadounidense, es el apoyo del destino por

medio de oficinas de información turística. El puerto de Mazatlán, cuenta con módulos en diversos puntos principalmente del centro histórico de la ciudad, sin embargo, carece de una oficina establecida en la que se otorgue información turística dirigida a los extranjeros.

Finalmente, otra ventaja competitiva de Mazatlán ante el TRN, es el acceso a los servicios de salud, por la disparidad en los costos que tiene este servicio con relación a Estados Unidos y Canadá. En ese sentido, el gobierno mexicano da apertura a los estadounidenses y canadienses al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS). En un acercamiento a esta institución, se obtuvo información sobre los trámites que deben llevar a cabo los residentes norteamericanos para obtener este beneficio médico. Concerniente al rango de edad, las personas de entre 46 y 59 años deben cubrir un pago anual de \$130usd-, mientras que las personas de 60 años o más deben pagar anualmente \$180usd. Además de cubrir el pago, deben presentar dos fotografías tamaño infantil, su permiso migratorio y un comprobante de domicilio, para poder otorgarles el gafete que los acredita como miembros del Seguro Social mexicano.

También deben pasar por una valoración médica, ya que personas que padezcan enfermedades como cáncer, sida o diabetes no son sujetos de este beneficio. El sector médico privado también otorga beneficios a los TRN. Durante una entrevista con un norteamericano, comenta que los estadounidenses y canadienses que requieren atención médica tienen la opción de adquirir una tarjeta de descuentos en un prestigiado hospital de la ciudad "SHARP Card". Con ella gozan de 30% de descuento en renta de cuartos y 15% de descuento en servicios de laboratorio, de rayos X, en chequeos médicos y en consulta de urgencias. La tarjeta es personalizada e incluye la foto del paciente, su nombre completo, tipo de sangre, registro de alergias y la leyenda "en caso de accidente llevarme solamente a Hospital "Sharp". La tarjeta tiene un costo de 280 pesos más IVA y tiene una vigencia de dos años. Se estima que alrededor de 700 tarjetas "SHARP Card" han sido adquiridas por parte de los norteamericanos desde 2009, año en que inició este sistema.

6 CONCLUSIONES

Con base en la revisión de la literatura, la propuesta metodológica y el trabajo empírico que se realizó en esta investigación, con el objetivo de "identificar los factores que inciden en la competitividad de un destino costero ante el mercado

del turismo residencial de origen norteamericano", en los siguientes párrafos se presentan las conclusiones a partir de tres direcciones:

- Las derivadas del análisis teórico en referencia a las dos variables del objeto de estudio, esto es, sobre la competitividad de destinos turísticos y turismo residencial,
- Las relacionadas con el aspecto metodológico del estudio;
- Las de los hallazgos del estudio.

La competitividad de un destino turístico costero ante el mercado de turismo residencial norteamericano, se relaciona con la capacidad de gestionar los recursos entre los actores involucrados en la actividad turística, así como el potencial para producir bienes o servicios capaces de competir en el mercado en mejores condiciones que otros destinos.

Por tanto, su competitividad dependerá de la habilidad para maximizar sus características dadas por los recursos que posee, conformados en ventajas comparativas, a su vez, potenciarlos en ventajas competitivas, es decir, darle un valor añadido a los atributos del destino, que permitirá otorgarle una diferenciación y competir en el mercado global ante este segmento de mercado. Para ello, se deben considerar como importantes un gran número de elementos o indicadores, mismos que pueden ser considerados de carácter objetivo o subjetivo.

Otra de las cuestiones a destacar en la evaluación de la competitividad de los destinos turísticos costeros ante el mercado de TRN, es su abordaje a partir de dos perspectivas: la de la oferta y la de la demanda, es decir, a partir del conocimiento de las características particulares al interior del destino, así como las necesidades de los turistas residenciales de origen norteamericano, que deriven en una mejor planificación de los espacios turísticos, además de identificar las influencias positivas que deben reforzarse y las negativas que deberán contrarrestarse.

El fenómeno de turismo residencial de norteamericanos hacia México encuentra su explicación en la combinación de diversos factores: demográficos, sociales, económicos, culturales, climáticos y geográficos, que en conjunto crean escenarios atractivos para que sus actores cambien de residencia de manera temporal principalmente durante la época invernal en sus países. En este orden de ideas, el envejecimiento y las jubilaciones masivas que permean a cerca del 30% de la población norteamericana, apuntan a incrementar el número de turistas residenciales norteamericanos hacia Mazatlán en los próximos años.

En la dinámica residencial de los norteamericanos en Mazatlán se identifican ciertas características homogéneas respecto a sus lugares de procedencia, estrato social, edad y accionar turístico al interior del destino. No obstante, en algunos casos difieren en sus estancias, cortas, permanentes o semipermanentes en el destino, por lo que se considera apropiado indagar en una tipología de las personas adultas mayores que habitualmente se perciben como turistas en los distintos destinos del país.

En el desarrollo de metodologías y modelos para evaluar la competitividad de destinos, en principio, se vuelve esencial el conocimiento de las características particulares del destino, así como las particularidades de los diversos segmentos de mercado que aloja y con base en ello establecer indicadores que permitan evaluar e identificar las ventajas comparativas del destino, así, como potenciarlas en ventajas competitivas. Así, la capacidad de una nación para competir en el mercado de turismo internacional estará determinada por la identificación de las características de los diversos mercados que acogen sus destinos turísticos y la integración de una oferta turística acorde a sus necesidades, y su satisfacción.

Se considera que el constructo metodológico de este estudio permite dar abordaje a la competitividad de destinos turísticos costeros, a partir de la reorientación de los indicadores agrupados para cada una de las dimensiones y con base en el conocimiento de las características particulares del segmento de turismo específico. Es decir, a partir del conocimiento de un destino específico y las particularidades del segmento de mercado que se desea analizar, en ese sentido, su aplicabilidad podría contribuir a futuras investigaciones en el campo del turismo e incluso puede ser de utilidad en análisis comparativos de competitividad.

De acuerdo a la evaluación de los factores de competitividad para el mercado de turismo residencial norteamericano en Mazatlán, se identificó una relación entre los factores que en principio son considerados como motivadores o atractores al destino, y entre los factores que otorgan un grado de satisfacción aceptable al interior del mismo.

Respecto a los determinantes de competitividad de Mazatlán como destino residencial, sobresalen los factores conformados en las ventajas comparativas del destino, mientras que en el caso de las ventajas competitivas, si bien, hay aspectos que destacan como el acceso a servicios médicos y la calidad de los servicios en general, existen diversas opiniones negativas entre la sinergia de los agentes involucrados en turismo. Por lo tanto, para el caso de la gestión de Mazatlán como destino turístico residencial, se debe considerar un involucramiento integral entre agentes

que permita potenciar las ventajas comparativas en ventajas competitivas para el posicionamiento competitivo del destino.

REFERENCIAS

- ACERENZA, Miguel (2009). *Competitividad de los Destinos Turísticos* Ed. Trillas.
- ALEDO, Antonio, Tomas Mazón y Alejandro Mantecón (2007). *La insostenibilidad del turismo residencial*. Universidad de Alicante, España.
- ALEDO, Antonio (2008). From the land to ground: the transformation of the landscape and the residential tourism. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura* CLXXXIV 729 enero-febrero (2008) 99-113. Disponible en: arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/download/164/164. Consultado el 18 de noviembre de 2014.
- BBVA (2007). *Situación inmobiliaria, México 2007*. Servicio de estudios económicos del grupo BBVA. Disponible en: https://www.bbva.com/mx/KETD/fbin/mult/0709_SituacionInmobiliariaMexico_12_tcm346-178871.pdf
- BBVA (2012). *Situación inmobiliaria de México, 2012*. Servicio de estudios económicos del grupo BBVA... Disponible en: https://www.bbva.com/mx/KETD/fbin/mult/1207_SituacionInmobiliariaMexico_Jul12_tcm346-348280.pdf?ts=27112012. Consultado el 14 de marzo del 2016.
- BARROSO, M. Y FLORES, D. (2006). «La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico». *Cuadernos de Turismo*, núm. 17, enero-junio, 2006, pp. 7-24 Universidad de Murcia, España. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/398/39801701.pdf>. Consultado el 19 de mayo de 2016.
- BAS, María (2014) *Estrategias metodológicas para la construcción de indicadores compuestos en la gestión universitaria* Ed. Universitat Politècnica de Valencia.
- CROUCH, G. I. AND RITCHIE, J. R. B. (1995). «Destination competitiveness and the role of the tourism enterprise». *World Tourism Education and Research*, pp:1-10
- CROUCH, G. I., AND J. R. B. RITCHIE (1999). «Tourism, Competitiveness, and Social Prosperity». *Journal of Business Research*, 44: 137-52.
- CROUCH, G. I, (2010). «Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes». *Journal of Travel Research* 2011, originally published online 19 March 2010, pp: 50-27
- DECASPER, Sandra .M (2015). *Competitividad y Desarrollo sostenible en el sector turístico*. *Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos/ ABET, Juiz De FORA, V.5, N.1, P.47 - 58, JAN./abr. 2015*
- DIÉGUEZ C., I. GUEIMONDE C. A. SINDE C., A. Y BLANCO C., L. (2011). «Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad». *CULTU, Año 5, Nº 02*.
- DWYER, L. FORSYTH, P. RAO, P. (2000). «The price competitiveness of travel and DWYER, L. Y KIM C.

- (2003). «Destination competitiveness: a model and determinants». *Current Issues in Tourism*, Disponible en: <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/demanda%20turistica/DESTINATION%20COMPETITIVENESS%20A%20MODEL%20AND%20DETERMINANTS.PDF>. Consultado el 22 de noviembre de 2016.
- DWYER, L. MELLOR, R. LIVAIC, Z. EDWARDS, D. AND KIM, C. (2004). «Attributes of Destination Competitiveness: a Factor Analysis». *Tourism Analysis*, Vol.9, pp.1-11.
- DUQUE B., A. (2005). «Turismo y Competitividad en Venezuela: Una Aproximación a la Situación Actual Venezolana», *Visión Gerencial*. Año 4, N° 2, Vol. 4, pp. 133-150.
- FEMKE, Van Noorlos (2013) El turismo residencial: ¿Acaparamiento de tierras? Un proceso fragmentado de cambio socio-espacial, desplazamiento y exclusión. Disponible en: <http://www.albasud.org/publ/docs/60.pdf>. Consultado el 08 de enero de 2014.
- GÁNDARA, J. M, FUMI CHIM-MIKI, A, DOMARESKI R., T. C., AUGUSTO B., A. (2013). «La competitividad turística de FOZ do Iguaçu según los determinantes del "Integrative Model" de Dwyer & Kim: analizando la estrategia de construcción del futuro» *Cuadernos de Turismo*, N° 31, (2013); pp. 105-128.
- GOMEZELJ O., D. (2006) «Competitiveness of Slovenia as a tourist destination». *Managing Global Transitions*, N° 2, Vol. 4, pp. 167-189.
- GRECA, I. Y MOREIRA, M. (1998). «Modelos mentales, modelos conceptuales y modelización». *Cad. Cat. Ens. Fis.*, v. 15, n. 2: p. 107-120, ago. 1998. Disponible en: <http://www.fsc.ufsc.br/cbef/port/15-2/artpdf/a1.pdf>. Consultado el 2 de diciembre de 2013.
- HASSAN, S. S. (2000). «Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry». *Journal of Travel Research*, 38 (3): 239-45.
- KIY. Richard y Anne McEnany, (2010). "U.S. Retirement trends in Mexican Coastal Communities, lifestyle priorities and demographics" *International Community Foundation*. Disponible en: http://www.icfdn.org/publications/retireereseach/RETIRE_REPORT_COAST_2010.pdf. Consultado el 19 de octubre de 2013.
- KIM, C. AND DWYER, L. (2003a). «Destination competitiveness and bilateral tourism flows between Australia and Korea». *The Journal of Tourism Studies*, Vol. 14, N° 2, pp: 55-67.
- LIZÁRRAGA, Omar (2011). Proceso y efectos de la trans migración placida de origen estadounidense a México. Estudio comparativo de Mazatlán y Cabo San Lucas, Baja California Sur, UAS.
- LIZARRGA, Omar (2016). El Turismo Residencial de Retiro en Mazatlán, México. Una propuesta de marca ciudad *Revista Anais Brasileiros de Estudos. Turístico/ABET, Juiz de Fora*, v.6, n.3, pp.85-96, Set./Dez., 2016
- ORTA F. J. (2005). «Retos para la competitividad de la industria turística en el Principado de Asturias». *Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambiente*, 2: 57-63.
- PRZYBYSZEWSKI, J. Fernandes-Odete, Paula y Magalhães-Niada, Aura C. (2017) A competitividade turística entre as regiões brasileiras. *Revista Anais Brasileiros de Estudos. Turísticos/ABET, Juiz de Fora*, v.7, n.2, p.65-81, Maio/Ago., 2017
- RITCHIE, J. R. B., AND CROUCH, G. I. (2000). «The competitive destination: A sustainability perspective, *Tourism Management* 21, 1-7.
- RITCHIE, J. R. B., AND CROUCH, G. I. (2003). «The competitive destination: a Sustainable tourism perspective». Wallingford, UK: CABI.
- RODRÍGUEZ, Vicente, Fernández-Mayoralas, Gloria y Rojo, Fermina (2004) "International Retirement Migration: Retired Europeans Living on the Costa Del Sol, Spain. Disponible en: http://www.researchgate.net/publication/236770613_International_Retirement_Migration_Retired_Europeans_Living_on_the_Costa_Del_Sol_Spain. Consultado el 19 de mayo de 2013.
- SALVA, Pere (2005). Procesos, pautas y tendencias del turismo residencial en las Islas Baleares, ¿inmigrantes de lujo o turistas de larga estancia?, en Mazón, T. y Aledo, A. (Eds.) *Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas* Aguacilar. Alicante, pp. 281-302
- SANCHEZ, Víctor (2015) *Imaginaris Representaciones e Imagen Turística*. *Revista Anais Brasileiros de Estudos. Turísticos/ABET, JUIZ DE FORA*, V.5, N.1, P. 34 - 46, jan./abr. 2015
- SÁNCHEZ R., M. Y FAJARDO C., M.A. (2004). «La competitividad de los destinos turísticos: un análisis cuantitativo mediante modelos logísticos. Aplicación a los Municipios Extremeños». *Dpto. Economía Aplicada y Organización de Empresas, Universidad de Extremadura*, pp: 1-21.
- SECTUR (2005) SECTUR (2005). El turismo de segunda residencias en México. Subsecretaría de Planeación Turística. Coordinación de la Unidad Técnica de Evaluación.
- TORRES, Enrique (2003). El turismo residenciado y sus efectos en los destinos Estudios turísticos. No. 155-156 pp. 45-70. Disponible en: <http://www.iet.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-155-156-2003-pag45-70-90150.pdf>. Consultado el 17 de junio de 2014.

Processo Editorial / Editorial Process

Editor Chefe/Editor-in-chief: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido em 07 de dezembro de 2017; aceito em 31 de Janeiro de 2018; publicado online em 28 de Fevereiro de 2018.

Received on December 07, 2017; accepted on January 31, 2018, published online on February 28, 2017.

Artigo original / Original article. Seção revisada por pares / Double blind review section.

LA GASTRONOMÍA EN EL MARKETING TURÍSTICO

Francesc Fusté-Forné*

Resumen

El objetivo de este artículo es analizar el uso de la gastronomía en el marketing turístico. La gastronomía es un factor cada vez más importante dentro del abanico de recursos turísticos de cualquier destino. El turismo gastronómico tiene un interés para todos los actores: gestores de turismo, intermediarios, productores y visitantes. Por un lado, esto se refleja en el gasto turístico vinculado al consumo gastronómico, pero también en la motivación de experimentar los productos auténticos, las recetas locales o eventos y museos centrados en la identidad culinaria. El interés hacia la gastronomía se traslada a la promoción de los destinos turísticos, que se convierten también en destinos gastronómicos. Para ilustrarlo, la investigación se sirve de ejemplos de promoción turística de la gastronomía de los países de América Latina. El método utilizado es el estudio de caso descriptivo. Los resultados demuestran hasta qué punto en la actualidad se ha incluido la gastronomía como un factor de atracción turística en el contexto de la promoción de los destinos.

Palabras Clave: Autenticidad. Comunicación Cultural. Gastronomía. Marketing. Promoción. Turismo Gastronómico.

GASTRONOMIA EM MARKETING DE TURISMO

Resumo

Este trabalho pretende estudar o uso da gastronomia no marketing turístico. A gastronomia é um fator crucial no que se refere à atração turística. O turismo alimentar é, portanto, um campo fundamental para as partes interessadas do turismo: gerentes, agências de viagens e operadores turísticos, produtores e visitantes. Esta importância é derivada da despesa turística no consumo da gastronomia, mas também da forte motivação em relação à experiência de produtos autênticos, receitas locais ou eventos e museus com base em identidades culinárias. O interesse pela gastronomia também atinge a promoção de destinos. Para ilustrar isso, a pesquisa analisa exemplos de promoção do turismo gastronômico na América Latina. O método utilizado é o estudo de caso descritivo. Os resultados mostram até que ponto a gastronomia está incluída nas práticas de turismo no contexto da promoção de destinos.

Palavras Chave: Autenticidade. Comunicação cultural. Gastronomía. Marketing. Promoção. Turismo gastronômico.

GASTRONOMY IN TOURISM MARKETING

Abstract

This paper aims to study the use of gastronomy in tourism marketing. Gastronomy is a crucial factor with regards to tourism attraction. Food tourism is therefore a key field for tourism stakeholders: managers, travel agencies and tour operators, producers and visitors. This importance is derived from the tourist expenditure on gastronomy consumption, but also from the strong motivation regarding the experience of authentic produce, local recipes, or events and museums based on culinary identities. The interest on gastronomy also reaches the promotion of destinations. To illustrate it, the research analyses examples of tourism promotion with regards to gastronomy in Latin America. The method used is based on a descriptive study case. Results show to what extent gastronomy is included within tourism practices in the context of destination marketing.

Keywords: Authenticity. Cultural communication. Gastronomy. Marketing. Promotion. Food tourism.



Licenciada por Creative Commons
Atribuição Não Comercial / Sem
Derivações/ 4.0 / Internacional

* Doutor em Turismo, Direito e Negócios pela Universidade de Girona/Espanha. Profesor Asociado, Facultad de Turismo, Universitat de Girona/Espanha. Pesquisador visitante na Lincoln University/Nova Zelândia. Sua pesquisa centra-se no turismo rural e turismo alimentar, e suas contribuições para o desenvolvimento local. Interessa-se também pelo estudo da interação entre experiências e turismo tanto no indústria e paisagem. [researchexperiencetourism@gmail.com]

1 INTRODUCCIÓN

La gastronomía es un factor de atracción clave en el contexto de la oferta turística de los destinos. El turismo gastronómico tiene un interés cada vez mayor tanto para gestores e intermediarios, como para los productores y los visitantes. Al mismo tiempo, tal y como afirman Chen y Huang (2016), la creciente importancia de la popularidad del turismo gastronómico ha implicado también un volumen de producción científica alrededor de esta temática sin precedentes. Dicha literatura sobre el turismo gastronómico se ha desarrollado desde varios puntos de vista y se puede encontrar en las principales revistas científicas de impacto en el ámbito, tanto en inglés como en otros idiomas tales como el español, portugués, francés o chino, entre otros. Este interés de los distintos actores hacia la gastronomía se debe principalmente al hecho que los visitantes tienen una creciente motivación hacia el descubrimiento de las culturas locales a través de su comida, por ejemplo, probando un plato tradicional o una bebida típica (HJALAGER; CORIGLIANO, 2000).

El turismo gastronómico es una de las especializaciones turísticas con mayor relevancia, tanto como motivación principal como en relación al consumo inherente a cualquier desplazamiento turístico. Las marcas turísticas, tanto de ciudades como de regiones y países, tienden a presentar una oferta de productos gastronómicos cada vez mayor y más heterogénea. Como consecuencia, la importancia de la comida en la experiencia turística gastronómica se refleja en el consumo turístico. Evidentemente, este interés gastronómico se traslada a la promoción de los destinos turísticos (BARROCO; AUGUSTO, 2016). Poco a poco, todas las regiones se convierten en cierta forma en destinos gastronómicos, donde la cocina y la gastronomía desarrollan un rol crucial.

El objetivo de este artículo es ver si efectivamente se desarrolla el marketing gastronómico de forma generalizada y en consecuencia reflexionar sobre el uso de la gastronomía en el contexto del marketing turístico. El hecho de analizar el papel de la gastronomía en el contexto de la promoción de los destinos es relevante para poder conocer sobre qué elementos se sustenta la oferta turística gastronómica de estos destinos, y en consecuencia poder adaptarla con el objetivo de mejorar la gestión de la oferta del destino y en particular beneficiar el desarrollo regional a partir de las prácticas del turismo gastronómico.

Tal y como afirma Cabrera (2013), la gastronomía engloba un sector que es cada vez más amplio y competitivo, lo cual hace necesario el

desarrollo de estrategias de marketing que puedan beneficiarse del atractivo turístico de la gastronomía. En este sentido, el turismo gastronómico es un ingrediente clave del marketing de destinos (COHEN; AVIELI, 2004; HALL; SHARPLES, 2003; HJALAGER; RICHARDS, 2002), ya que implica una elevada dosis de diferenciación. De esta forma, la asociación de la gastronomía con las identidades regionales y nacionales ofrece una oportunidad a los destinos para utilizar la gastronomía y los alimentos y platos locales en sus estrategias de comunicación y comercialización (OKUMUS; OKUMUS; MCKERCHER, 2007). Hall (2003) también afirma que todos los recursos relacionados con la cocina y la gastronomía representan un elemento de promoción turística clave para la competitividad del marketing de destinos. Por su lado, Du Rand y Heath (2006) destacan que una de las líneas de investigación en el contexto del estudio del turismo gastronómico debe centrarse en cómo los alimentos y la gastronomía pueden contribuir a las estrategias de comercialización del turismo, dada su especial relevancia como atractivo de la oferta.

En la misma dirección que la investigación de Chaves y Costa (2014), el tema que vertebra este artículo es el turismo gastronómico como fenómeno de consumo turístico, considerando el papel fundamental que la gastronomía puede desempeñar en la comercialización de los destinos turísticos. Así pues, para llevar a cabo el estudio, se plantean las siguientes preguntas de investigación:

1- ¿La gastronomía se incluye en la actualidad de forma generalizada en la promoción de los destinos turísticos?

2- ¿Por qué la gastronomía se utiliza de forma tan recurrente en el marketing turístico?

La investigación, basada en el método del estudio de caso descriptivo, se sirve de los productos, experiencias y regiones gastronómicas que conforman la promoción turística de la gastronomía de los países de América Latina, en particular los de América del Sur. En concreto, se analizan las diferentes propuestas gastronómicas que los organismos nacionales de gestión y promoción turística de estos países promocionan como parte de su oferta turística. Los resultados permiten observar cómo los países incluyen el componente gastronómico en su promoción turística y pueden ser útiles para la gestión y proyección de nuevas oportunidades empresariales entorno el turismo gastronómico.

La estructura del texto, después de la introducción, parte de una sección teórica que aborda

la relación entre el turismo y la gastronomía. En este sentido, se presenta la gastronomía como diferencial en la identidad y en el marketing de destinos turísticos. A continuación se incluye la sección que analiza la gastronomía en la promoción turística a partir de los resultados obtenidos de los países de América del Sur, que son, por orden alfabético, los siguientes: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. Finalmente, se pueden observar las conclusiones del estudio, limitaciones y otras líneas de investigación, así como las referencias bibliográficas utilizadas.

2 MÉTODO DE ESTUDIO

El método utilizado para la elaboración de este artículo se basa en el estudio de caso descriptivo. En particular, de acuerdo con Yin (2014), la metodología del caso de estudio es adecuada cuando se exploran preguntas de investigación que pretenden responder al cómo y al por qué. Así pues, este estudio analiza cómo la gastronomía se incluye en la promoción de los destinos turísticos, y, en consecuencia, pretende discutir los motivos por qué la gastronomía es un recurso tan habitual en las estrategias de marketing turístico en la actualidad. Para ello, se recopilan los elementos que se utilizan para promocionar el turismo gastronómico por parte de los organismos oficiales de turismo de los países de América del Sur, tal y como se mencionaba en la sección anterior. En este sentido, la recogida de datos se ha llevado a cabo a partir del estudio de fuentes secundarias, y, en particular, de los portales web de estos organismos, incluyendo cualquier ejemplo que haga referencia a la práctica del turismo gastronómico.

3 TURISMO Y GASTRONOMÍA

La gastronomía es parte de la cultura de los territorios, y uno de los componentes más importantes del sentido de pertenencia a un lugar y su autenticidad. La Organización Mundial del Turismo (2012) destaca la gastronomía como parte de la experiencia turística, a través de la cual los visitantes y turistas pueden conocer el patrimonio de un destino. En esta dirección, muchos autores reconocen los beneficios de la conexión entre turismo y gastronomía para con el desarrollo regional (HALL; SHARPLES; MITCHELL; MACIONIS; CAMBOURNE, 2003; HJALAGER; RICHARDS, 2002; SIDALI; KASTENHOLZ; BIANCHI, 2015; SIMS, 2009). Esto es debido a la estrecha relación del turismo gastronómico con los productos locales, las

actividades del sector primario, y el paisaje no solo cultural sino también natural (BERNO; LAURIN; MALTEZAKIS, 2014; FUSTÉ-FORNÉ, 2016b). Estos elementos representan la base para el posterior desarrollo del turismo gastronómico.

A la vez, la puesta en valor de la gastronomía a través del turismo es una forma de especialización, diferenciación y diversificación de la oferta turística, lo cual ayuda a reducir los efectos negativos de la estacionalidad de la demanda en muchos destinos. La gastronomía se puede visitar durante cualquier momento del día, bajo cualquier condición meteorológica y por lo tanto indistintamente durante todo el año (KIVELA; CROTTS, 2006). Esto la convierte en un recurso fundamental entorno el cual los gestores turísticos tienen un interés estratégico creciente. Además, estudios recientes confirman que la atracción de la gastronomía es una motivación cada vez más importante para los visitantes y turistas (HALL, 2016), con una demanda creciente también vinculada a productos gastronómicos con certificados de calidad (BIGNÉ, 2011; TRESSERRAS; MEDINA, 2008). Esta motivación por la gastronomía se produce con el objetivo de consumir productos locales, platos tradicionales, museos o eventos gastronómicos, recorrer itinerarios gastronómicos y visitar centros de producción y distribución.

A lo largo de los últimos años, tanto los académicos como los gestores y promotores turísticos han puesto el punto de mira en la gastronomía. ¿Pero, qué elementos se promocionan para dar a conocer la identidad gastronómica de los destinos? Aunque no hay estudios en esta dirección, una de las principales razones de promoción de la gastronomía es el hecho que la particularidad que ofrece la producción localizada en un determinado lugar genera una atracción especial hacia él, ya que se enmarca en una identidad paisajística única (LEE; WALL; KOVACS, 2015), que a la vez ayuda a hacer frente al fenómeno de la globalización. Tal y como afirman Bèssiere (2001) o Kim y Eves (2012), cuando se consumen especialidades gastronómicas en su lugar de origen se consigue una apropiación efímera y simbólica de la cultura, la historia, el paisaje, o el clima de una región. No hay duda que la comida y la gastronomía son un factor clave del atractivo de los destinos (BJÖRK; KAUPPINEN-RÄISÄNEN, 2016; CROCE; PERRI, 2011; SIMS, 2009).

3.1 La gastronomía como diferencial en la identidad y en el marketing de destinos turísticos

Además de las obras de Kotler (ver por ejemplo KOTLER ET AL, 2011), los estudios de Bigné (1996; 2005) son de los que más ampliamente han

desarrollado la conexión entre turismo y marketing. Así mismo, aunque los trabajos entorno al marketing gastronómico son escasos, son varios los autores que han destacado la gastronomía como uno de los ingredientes más importantes cuando se comunica la identidad de un destino (CROCE; PERRI, 2011; DURAND; HEATH; ALBERTS, 2003; OKUMUS; OKUMUS; MCKERCHER, 2007).

En concreto, la promoción de la gastronomía es una manifestación de las narrativas patrimoniales y nacionalistas de un lugar (EVERETT, 2016). Por lo tanto la gastronomía es un atributo crucial en la formación de la imagen del destino (BIGNÉ, 2011; ROYO, 2011). Esto tiene especial relevancia en referencia a productos con etiquetas de calidad como las denominaciones de origen, debido a su vinculación con el territorio de origen, la producción ecológica, la estrecha relación con el medio ambiente y su vinculación con la naturaleza y el entorno rural (CALVO, 2011). Además, la gastronomía sirve como factor de diferenciación, y los turistas la perciben como una experiencia de ocio y acercamiento cultural, que es la suma de las idiosincrasias de los paisajes históricos, socioculturales y naturales de un destino (FUSTÉ-FORNÉ, 2015; HILLEL; BELHASSEN; SHANI, 2013; SIMS, 2009), tal y como se apuntaba anteriormente.

La importancia de la gastronomía en el contexto de la práctica turística es tan evidente como la necesidad que todos los turistas tienen de comer durante sus viajes (RICHARDS, 2002), siendo este, en consecuencia, uno de los principales gastos de la demanda turística, y por lo tanto parte estructural de la oferta de cualquier destino. En este sentido, el presupuesto de los turistas para con el consumo alimentario y gastronómico no incluye únicamente la compra de productos alimentarios locales, sino que se refiere a un conjunto más amplio de productos y experiencias turísticas, que se adquieren también a modo de souvenirs (FUSTÉ-FORNÉ, 2016a; HALL; SHARPLES, 2003; HENDERSON, 2009). La participación en la cultura gastronómica local forma parte de una experiencia turística auténtica que tiene como objetivo la búsqueda de las tradiciones culinarias del destino que se está visitando, así como el mayor conocimiento del estilo de vida de sus habitantes, lo cual se consigue a través de la gastronomía. Tal y como lo reflejan Gyimóthy y Mykletun (2009), la gastronomía no deja de ser una forma de expresión artística, donde los productos y las experiencias culinarias son manifestaciones de la identidad local, y reflejan los sentidos de lugar de cada región. Esto se debe a la pertenencia de la gastronomía a la cultura (FERRERO, 2002), y a la conexión de ambas con el territorio (LONG, 2010), lo

cual representa una oportunidad para su promoción turística.

En la relación entre marketing y turismo, ambas son disciplinas que en la práctica se han desarrollado de forma muy paralela a lo largo de los últimos dos siglos. Las tipologías turísticas han ido evolucionando, así como las formas de promoción de los destinos. Así pues, tal y como afirma Weill (2003), las empresas ferroviarias de la primera mitad del siglo XIX ejemplificaron esta utilización inicial de la promoción vinculada al desplazamiento, también turístico. Los trenes se sumaron rápidamente a la actividad turística tal y como lo demuestran los desplazamientos a determinados eventos o los mismos trenes turísticos que llegan hasta nuestros días como un producto, en muchos casos, de lujo. En este sentido, la publicidad en prensa o los carteles relacionados con el transporte ferroviario se consideran un primer embrión de lo que más tarde se ha estudiado como marketing turístico.

Por ejemplo, en el caso español, algunos autores afirman que los orígenes de la promoción turística son relativamente recientes (HERNÁNDEZ, 2008). Según Hernández (2008), los primeros anuncios públicos que promocionaron destinos turísticos españoles se remontan a finales de la década de los años 20 del siglo pasado, y sucedieron en el contexto de las políticas de fomento del sector turístico del Patronato Nacional de Turismo, creado en el año 1928. No obstante, cabe destacar también otros organismos anteriores como por ejemplo la Sociedad de Atracción de Forasteros, creada en el año 1908 con el objetivo de promocionar la actividad turística en Catalunya (BLASCO, 2009).

La importancia del marketing y la publicidad en el mundo actual es transversal, y aun más con el desarrollo de Internet y la influencia de las redes sociales. Sobre todo a partir de la finalización de la Segunda Guerra Mundial, de acuerdo con Hernández (2008), fue cuando empezaron a crecer con fuerza las inversiones en publicidad, ya que las empresas se van dando cuenta de su rol, que va más allá de un gasto asociado a una estrategia de comercialización, y se asocia a una inversión vinculada a la creación de una imagen de marca. Esto es especialmente relevante en el sector turístico, donde el marketing permite a los visitantes y turistas conocer el producto con anterioridad – es decir, materializar el servicio turístico que en esencia se caracteriza por su intangibilidad, inseparabilidad o carácter perecedero (ver KOTLER ET AL, 2011) –.

El marketing de los destinos turísticos es un claro ejemplo de competitividad de los mismos (CROUCH; RITCHIE, 1999; RITCHIE; CROUCH, 2000). Ahora bien, se trata de un ámbito de estudio

complejo debido a la intervención de una gran diversidad de actores (FRUSTIER, 2009), tanto públicos como privados, y en un contexto donde las tendencias turísticas actuales de especialización de la oferta, implican una constante necesidad de adaptarse a los deseos cambiantes de la demanda. Esto aun adquiere más importancia considerando la elevada competencia entre destinos. Por lo tanto, la provisión de una información amplia y detallada de los recursos permite a los turistas desarrollar un conocimiento del destino lo más amplio posible, donde es necesario implementar las estrategias de marketing no solo desde el punto de vista tradicional del marketing de destinos – incrementar el número de visitantes (BIGNÉ; FONT; ANDREU, 2000) –, sino también centrar la estrategia de los planes de marketing en el desarrollo regional, la responsabilidad social y la sostenibilidad.

Desde el punto de vista de la gestión del marketing turístico y gastronómico, los alimentos representan uno de los elementos más importantes de la cartera de productos de un destino; así, a través de su consumo, los visitantes y turistas adquieren una experiencia cultural auténtica, también en relación a las poblaciones inmigrantes de un determinado lugar (OKUMUS; OKUMUS; MCKERCHER, 2007). Por lo tanto, y tal y como se apuntaba en la sección introductoria, la gastronomía debe desarrollar un papel clave en la comercialización de destinos, tanto a nivel local y regional, como nacional. En esta dirección, autores como Bessière (1998) afirman que la promoción y el marketing sobre gastronomía son el reflejo de la identidad social y cultural, así como la comunicación y el intercambio de valores vinculados a la alimentación y la cocina.

En definitiva, poniendo el punto de mira en la importancia de la gastronomía, algunos estudios destacan el papel determinante que la comida juega en las estrategias de marketing de los destinos y en particular en el marketing gastronómico (CABRERA, 2013), y en algunos casos emergiendo como la principal herramienta de promoción (DU RAND; HEATH, 2006). De forma más específica, otros estudios han analizado por ejemplo el rol de los festivales gastronómicos para la promoción de los destinos (LEE; ARCODIA, 2011). Aun así, en general, los mismos autores reconocen que se trata de un

terreno que en determinados destinos puede desarrollarse más ampliamente y de forma coordinada entre los diferentes actores. Esto permitiría avanzar en la consolidación de una estrategia coherente para con el turismo gastronómico.

3.2 La gastronomía en la promoción turística

Para comprobar si efectivamente la gastronomía se ha incluido de forma generalizada en la promoción de los destinos turísticos, se han analizado los casos de promoción turística de los países de América Latina, concretamente los ubicados en América del Sur. Con el fin de dar respuesta a las preguntas de investigación definidas al principio del artículo, el estudio se ha llevado a cabo a partir de fuentes secundarias, en concreto analizando los contenidos gastronómicos sobre gastronomía de los sitios web de los organismos oficiales de gestión y promoción del turismo de cada país.

En la tabla 1 se puede observar la relación de países y sus organismos de gestión y promoción turística. En la tercera columna de la tabla se enumeran los principales recursos, experiencias y regiones gastronómicas que dichos organismos resaltan como los más destacados de cada país. En concreto, estos 95 ejemplos se pueden clasificar, de acuerdo con las diferentes prácticas de turismo gastronómico, en productos culinarios – por ejemplo, el cacao –, experiencias gastronómicas – por ejemplo, comer tortas fritas cuando llueve –, y regiones – por ejemplo, La Rioja –. Como se observa en el análisis más abajo, cada país da visibilidad a su gastronomía de una forma distinta.

Es importante mencionar que la relación de los elementos que reflejan la identidad gastronómica no es exhaustiva y únicamente es una muestra exploratoria obtenida a partir de las instituciones analizadas. De esta manera, la lista de los recursos gastronómicos que tienen la capacidad de mostrar la autenticidad de los países es mucho más amplia y responde también a particularidades regionales que no se reflejan en este artículo. Esto se debe a que el análisis se hace únicamente desde una perspectiva nacional.

Tabla 1. Los productos gastronómicos de los países de América del Sur según su enumeración en los sitios web de los organismos de gestión y promoción turística estatales.

País	Organismo consultado en relación a la gestión y la promoción turística	Ejemplos de productos, experiencias y regiones gastronómicas
Argentina	Instituto Nacional de Promoción Turística	La nueva cocina porteña Sabores del mar y meriendas con historia en Chubut Sabores del fin del mundo La Rioja, viñedos entre olivares San Juan, tierra del Syrah Chivitos: el sabor de San Luis Sabores de Tucumán Los vinos del valle patagónico El cordero, delicia patagónica Catamarca, vinos en la Ruta del Adobe Sabor a tradición –e innovación- en las cocinas de Buenos Aires Sabores de la chacarera Salta: la Ruta del Vino más alta del mundo Neuquén, vinos de la Patagonia en el camino de los dinosaurios Chocolates, cervezas artesanales y ahumados en la Patagonia andina Sabores rosarinos, con identidad propia Sabores serranos Córdoba, artesanía en vinos Mendoza, capital mundial del Malbec Cocina de autor en la cuna del Malbec En el sur de Mendoza, viñedos entre los ríos Mendoza Este, viñedos con historia Valle de Uco, innovación en vinos Sabores del Litoral Sabores ancestrales en la Quebrada de Humahuaca Sabores del Chaco
Bolivia	Viceministerio de Turismo / Ministerio de Culturas y Turismo / Empresa Estatal Boliviana de Turismo (Boltur)	Tarija fiesta de sabores con altura
Brasil	Empresa Brasileña de Turismo (Embratur)	Las maravillas de Bahía Los innumerables sabores del Mercadão
Chile	Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Gastronomía del Mundo Gastronomía Típica Enoturismo
Colombia	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Descubre el sabor de Soledad Diviértete en el Festival del Arroz Rincón Payanés El Cuy Come hormiga culona Prueba las achiras de Altamira Conoce la piña de Lebrija Prueba el sancocho en Ginebra Disfruta de un municipio dulce Prueba el chorizo Santarrosano Congreso Nacional Gastronómico de Popayán Visita Luruaco Prueba la longaniza de Sutamarchán La posta negra cartagenera Disfruta del sabor de El Jardín Disfruta de los platos de Chía Tour Gastronómico Disfruta del pan de leña en Tabio Recorre la zona G
Ecuador	Ministerio de Turismo	Costa del Pacífico

		Sierra Amazonía Galápagos Cacao Café Granos y cereales Frutas Pescados y mariscos Tubérculos Festival del Queso Fanesca Colada morada Torta negra de Jueves Santo
Paraguay	Secretaría Nacional de Turismo – SENATUR	El Tereré Comidas Típicas del Paraguay Ruta de la Caña Paraguaya Chipá Rapé Circuito Gastronómico Asunción Circuito Gastronómico Alto Paraná
Perú	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Cocina de la costa norte Cocina de la Amazonía Cocina de Lima Cocina de Arequipa Cocina andina Cocina Novoandina El grano de Oro – La quinua Pisco El aguaymanto El Camu Camu Chirimoya La Lúcumá La Kiwicha Perú, mucho gusto Mistura Semana del Chilcano Ruta del Pisco
Uruguay	Ministerio de Turismo del Uruguay	Inmersos en la Ruta 5 Sentidos Fiestas Tradicionales Tomar un mate Ir a comer un asado Comer tortas fritas cuando llueve Dieta uruguaya
Venezuela	Ministerio del Poder Popular para el Turismo	Ruta del Café

Fuente: Elaboración propia a partir de los sitios web de los organismos nacionales de promoción turística de cada país.

En la tabla 1 anterior se observa la gran diversidad de recursos alimentarios, culinarios y gastronómicos que se utilizan para la promoción de los destinos. A partir del caso analizado de los países de América del Sur se puede confirmar que la gastronomía se incluye en la actualidad de forma generalizada en la promoción de los destinos turísticos.

Los datos demuestran que esto es especialmente relevante en casos como Argentina, Colombia, Ecuador o Perú. Esto no significa que los países que en la tabla anterior cuentan con pocos ejemplos tengan un menor interés en la gastronomía

como factor de atracción turística. Esta afirmación requeriría un análisis más amplio de las ofertas turísticas nacionales y regionales, siendo esta una de las limitaciones de la presente investigación.

Sea como sea, todos los países analizados incluyen de una u otra forma el ingrediente gastronómico en su promoción turística. Los mensajes que se han podido obtener de los sitios web muestran los motivos porqué la gastronomía se utiliza de forma tan recurrente en el marketing de destinos. Por ejemplo, en el caso de Argentina, que se promociona como un país food friendly, se destaca que se trata de:

“Un país donde los sabores hablan de la diversidad natural y cultural de los pueblos que lo integran. Y donde se elaboran vinos que asombran al mundo. Variados, coloridos, irresistibles y con identidad propia, así son los sabores de Argentina” (INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE ARGENTINA, 2017).

En la misma dirección se encuentran los mensajes promocionales de la gastronomía en Ecuador:

“La gastronomía ecuatoriana se caracteriza por una riqueza de sabores por la agro-biodiversidad, multiculturalidad y herencia ancestral. Por eso es fácil encontrar diversidad de bebidas elaboradas con granos o hierbas, carnes, pescados y mariscos y platos que se sirven en determinadas épocas del año. De región a región hay diferentes preparaciones, técnicas de cocción e ingredientes que convierten la visita a cada lugar en una experiencia gastronómica” (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2017).

La gran diversidad gastronómica dentro de cada país es pues relevante, y hace que en algunos casos la oferta gastronómica se presente dividida por regiones, productos estrella o tradiciones culinarias. A la vez, estas tradiciones culinarias son también una amalgama de culturas, donde la inmigración ha jugado un papel fundamental. Esto también se observa a continuación para el caso peruano:

“La cocina peruana, considerada como una de las más privilegiadas del mundo, heredó de la historia su ingenio, su mestizaje y su sabor. La fusión de su cocina se debe al intercambio cultural a través del tiempo, donde destacan la inmigración española, africana, china, japonesa e italiana. La variedad de sus platos nació a medida que el mestizaje crecía o mientras los migrantes llegaban al puerto del Callao” (MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO DEL PERÚ, 2017).

En la promoción del turismo gastronómico de Chile también se le da importancia a la mezcla, en la cocina chilena, de las tradiciones indígenas con las tendencias gastronómicas europeas. En la mayoría de los casos se destaca también la combinación de los distintos paisajes gastronómicos, vinculados al mar y a la tierra, y confiando un rol primordial al vino, como se veía anteriormente para el caso de Argentina. Sin dejar el caso chileno, su oferta gastronómica se diferencia en tres direcciones (MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO DE CHILE, 2017): la primera, los restaurantes, bares y cafés que ofrecen una gran variedad de gastronomías del mundo; la segunda, los platos de gastronomía típica con ingredientes como la quinoa, las preparaciones con maíz, los pescados y mariscos de la costa chilena o las carnes en zonas como la Patagonia; y la tercera, el enoturismo, los valles y las zonas productoras así

como las fiestas de la vendimia que se celebran entre marzo y abril cada año.

El vino, junto con otros productos como el maíz, la mandioca o las legumbres son recurrentes en la mayoría de tradiciones culinarias de América del Sur. Esto se observa en la promoción de la gastronomía paraguaya, que al mismo tiempo trata de diferenciarse a partir de sus señas de identidad cultural y natural:

“La gastronomía del Paraguay ha tenido en los últimos años un gran despegue manteniendo la base de la gastronomía tradicional con los productos del agro y las carnes, pero fusionándola con productos de la gastronomía internacional. La herencia de los recursos naturales de los Guaraníes y la amalgama con la cultura europea nos dan una gastronomía diferente al resto de América, en la que sobresalen las delicias como la chipa. La sopa paraguaya, el chipa guazú, el soyo, el borí borí, entre otros, además de una gran variedad de postres” (SECRETARÍA NACIONAL DE TURISMO DE PARAGUAY, 2017).

Las idiosincrasias culturales y naturales como razones de peso en el marketing gastronómico también son presentes en el caso de Colombia, ya que “la diversidad cultural y climática del país le da origen a un menú variopinto de platos típicos que se extiende de La Guajira al Amazonas y del Pacífico a los Llanos Orientales” (MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DE COLOMBIA, 2017). Al mismo tiempo, la cultura cafetera también ocupa un lugar importante en la promoción de la identidad colombiana.

Otros países posicionan su gastronomía como una actividad dentro de la práctica turística a partir de iniciativas concretas como por ejemplo los productos típicos del Mercado Municipal de São Paulo (EMPRESA BRASILEÑA DE TURISMO, 2017), costumbres de gran tradición como el consumo del mate en Uruguay (MINISTERIO DE TURISMO DEL URUGUAY, 2017), la producción de café como un elemento de proyección internacional en Venezuela (MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA EL TURISMO, 2017) o la referencia a una plataforma que aglutina los negocios gastronómicos de Bolivia (EMPRESA ESTATAL BOLIVIANA DE TURISMO, 2017).

Todos estos ejemplos de productos, actividades culturales, experiencias y países son una muestra de la fuerte inclusión de la gastronomía en la promoción turística en la actualidad. La forma cómo se transmiten los mensajes evidencia a la vez los principales argumentos que se utilizan para dar visibilidad a la gastronomía a través de su inclusión en la práctica del turismo. Cabe recordar de nuevo que los ejemplos mencionados a lo largo de este artículo son solo una muestra de la gastronomía de los países

de América del Sur. Un estudio más detallado de la oferta gastronómica debería incluir también los organismos de gestión y promoción turística a otros niveles territoriales como las regiones y las ciudades, así como las particularidades que pudieran derivarse del estudio de empresas turísticas, agencias de viajes o blogs y redes de turismo gastronómico, entre otros.

4 CONCLUSIONES

Este artículo estudia el fenómeno del marketing gastronómico a partir de la promoción que se hace de la gastronomía a nivel nacional. El contexto actual, donde la gastronomía ha adquirido en las últimas dos décadas una importancia sin precedentes, hace que los promotores del turismo incluyan siempre los recursos gastronómicos como uno de los principales factores de atracción.

No obstante, el componente gastronómico, vinculado a los productos, los restaurantes o los eventos, siempre ha sido parte importante del viaje turístico, y por lo tanto del gasto de los turistas. Aunque si se atiende a la reciente trayectoria de la literatura académica existente, la promoción de la gastronomía pueda considerarse hasta cierto punto innovadora, esto solo se puede justificar desde el punto de vista de las infinitas posibilidades que el fenómeno gastronómico ofrece.

Por muy básico que parezca, esto nos remite a la principal definición sobre turismo gastronómico y que continúa vigente hoy en día (HALL; SHARPLES, 2003). Esta definición incluye tanto el consumo directo de los productos como el indirecto, más relacionado por ejemplo con las visitas a los productores o los eventos, entre otros ejemplos de experiencias gastronómicas mencionados en la sección anterior.

La principal aportación que este artículo realiza en el contexto de la promoción de la gastronomía y del turismo gastronómico en los destinos es que, a partir del caso de estudio de los países de América del Sur, se puede observar que la gastronomía es un factor de atracción de los destinos que, en concreto, se manifiesta principalmente a través de los propios alimentos, las experiencias gastronómicas, y la oferta particular de cada región.

En primer lugar, pues, los productos son los que transmiten la autenticidad del lugar, de su naturaleza y su cultura, de sus gentes, y por lo tanto se erigen como marcadores y símbolos de la identidad territorial y el sentido de pertenencia al lugar. Esto les proporciona un significado clave para la atracción de turistas.

En segundo lugar, las experiencias turísticas basadas en la gastronomía son una forma de vertebrar la oferta – a través de los propios productos,

o de los platos tradicionales, por ejemplo – que introducen a los turistas en el contexto local de una forma vivencial.

En este sentido, las experiencias les permiten participar en primera persona de las tradiciones locales y conocer la historia y las historias que se esconden detrás de ellas. En tercer lugar, las regiones como zonas geográficas son el tercer elemento a través del cual los destinos promocionan su gastronomía. A la vez, estas aúnan productos y experiencias, sumando esfuerzos como espacios territoriales para así obtener una mayor visibilidad y un impacto regional más amplio.

Los ejemplos observados demuestran que la gastronomía se incluye de forma generalizada en la promoción turística de los países, y por lo tanto confirman el papel clave que la gastronomía desempeña en la comercialización de los destinos turísticos (CHAVES; COSTA, 2014; DURAND; HEATH; ALBERTS, 2003; OKUMUS; OKUMUS; MCKERCHER, 2007). Esto se debe a que se trata de una forma de diferenciación, especialización y competitividad de los destinos, tal y como se veía al principio.

A la vez, la promoción de la gastronomía se integra en el contexto cultural, histórico y natural de los destinos, lo cual se observa a través de los festivales, rutas o circuitos gastronómicos. No obstante, la relación de los recursos gastronómicos que pueden mostrar la autenticidad e identidad de los países es mucho más amplia que la relacionada en este artículo y responde también a particularidades regionales que en algunos casos no se reflejan en este estudio.

Como se apuntaba con anterioridad, esto representa a la vez una limitación y una oportunidad de investigación futura. También el carácter descriptivo del presente artículo es una de sus limitaciones principales.

Entre las contribuciones teóricas y prácticas de la promoción de la gastronomía para la atracción de turistas que se derivan de este artículo, se ha podido observar cuáles son los elementos que sustentan la oferta turística gastronómica de los países de América del Sur. Esto permite conocer hacia dónde se orienta la gestión nacional de la oferta turística de los destinos y qué estrategias de comunicación y comercialización se utilizan a partir de las prácticas de turismo gastronómico, lo cual puede beneficiar ampliamente el desarrollo regional.

A la vez, es importante mencionar que por ejemplo Crockett y Wood (1999) afirman que para conseguir una marca estatal es necesario disponer de varias marcas secundarias, o regionales, que tienen también un gran interés en la construcción de la marca-país (LEE; ARCODIA, 2011).

En el contexto del uso y evaluación de las estrategias de mercadotecnia relacionadas con el turismo gastronómico, los destinos deben tener en cuenta varios aspectos, de acuerdo con Du Rand, Heath y Alberts (2003, p.109): una mayor utilización de los alimentos locales frente a los de importación; el uso de la cocina y la gastronomía como un elemento clave en la imagen de marca del destino; así como la vertebración de la oferta entorno a rutas o establecimientos especializados que actúen como polos de promoción de las diferentes identidades culinarias. Todo ello representa una contribución del turismo gastronómico a la competitividad de los destinos y a su desarrollo sostenible (DU RAND; HEATH, 2006).

Investigaciones posteriores en el campo del marketing turístico en su enfoque gastronómico deberían analizar cómo se puede mejorar la promoción de la gastronomía. Especialmente, en un contexto donde la segmentación de los turistas gastronómicos se antoja ya imprescindible (KIVELA; CROTTS, 2005).

Así, de acuerdo con otros autores, es importante conocer cómo el comportamiento de compra de los turistas se ve influido por el consumo de alimentos locales a través del análisis de la repercusión que tienen las estrategias específicas de marketing (OKUMUS; OKUMUS; MCKERCHER, 2007).

Esto ayudaría a diseñar acciones más efectivas. Además, por un lado, es importante conocer el rol que determinados recursos juegan en la creación de la imagen de marca y en la satisfacción de los visitantes. Por el otro, resulta imprescindible analizar el grado de identificación de los actores locales con las señas de identidad gastronómicas que se utilizan en el marketing de los destinos turísticos.

A la vez, es necesario profundizar en si las representaciones que el marketing hace de la gastronomía local, implican una (in)correcta comprensión e interpretación del sentido de lugar. Por último, el comportamiento de los consumidores turísticos y el retorno económico de las acciones de marketing gastronómico es otro aspecto trascendental para calibrar el impacto de la gastronomía en el desarrollo de los destinos turísticos.

REFERENCIAS

- BARROCO, C.; AUGUSTO, L. Turismo Gastronómico em Portugal: Formas de Comunicar os Produtos Endógenos da Região do Lafões e Alto-Paiva. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos - ABET*, 6(2), 23-39, 2016
- BERNO, T.; LAURIN, U.; MALTEZAKIS, G. The special role of agriculture in food tourism. En: E. Wolf (Ed.), *Have*

- fork will travel: Handbook for food tourism*, 105-114. Seattle: World Food Travel Association, 2014.
- BESSIÈRE, J. Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34, 1998.
- BESSIÈRE, J. The role of rural gastronomy in tourism. En: L. Roberts y D. Hall (Eds.), *Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice*, 115-118. Wallingford: CABI International, 2001.
- BIGNÉ, E. Turismo y Marketing. Una revisión y perspectivas de futuro. *Estudios Turísticos*, 129, 105-127, 1996.
- BIGNÉ, E. Nuevas orientaciones del marketing turístico: de la imagen de destinos a la fidelización de los turistas. *Papeles de Economía*, 102, 221-235, 2005.
- BIGNÉ, E. Las respuestas del turista ante la imagen del lugar de origen del producto. En: C. FLAVIÁN; C. FANDOS (Coords.), *Turismo gastronómico: Estrategias de marketing y experiencias de éxito*, 51-68. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, 2011.
- BIGNÉ, E.; FONT, X.; ANDREU, L. *Marketing de destinos turísticos*. Madrid: Esic Editorial, 2000.
- BJÖRK, P.; KAUPPINEN-RÄISÄNEN, H. Local food: a source for destination attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 177-194, 2016.
- BLASCO, A. Barcelona Atracción (1908-1936): Una revista de la Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona. *Papers de Turisme*, 45, 79-80, 2009.
- CABRERA, S. Marketing gastronómico. La experiencia de convertir el momento del consumo en un recuerdo memorable. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 45, 165-174, 2013.
- CALVO, D. Productos agroalimentarios de calidad, gastronomía y patrimonio cultural: activos para la promoción del territorio y de destinos turísticos. En: C. FLAVIÁN; C. FANDOS (Coords.), *Turismo gastronómico: Estrategias de marketing y experiencias de éxito*, 93-116. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, 2011.
- CHAVES PIMENTEL, M.P.; COSTA MACHADO, D.F. Entre a Fome de Distingão Social e os Prazeres da Gula: uma discussão sobre os significados culturais associados ao consumo no turismo gastronômico. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos - ABET*, 4(2), 19-31, 2014.
- CHEN, Q.; HUANG, R. Understanding the importance of food tourism to Chongqing, China. *Journal of Vacation Marketing*, 22(1), 42-54, 2016.
- CROCE, E.; PERRI, G. *Food and Wine Tourism: Integrating Food, Travel and Territory*. Oxfordshire: CAB International, 2011.
- CROCKETT, S.R.; WOOD, L.J. Brand Western Australia: a totally integrated approach to destination branding. *Journal of Vacation Marketing*, 5, 276-289, 1999.
- CROUCH, G.I.; RITCHIE, J.R.B. Tourism, competitiveness and social prosperity. *Journal of Business Research*, 44, 137-152, 1999.

- COHEN, E.; AVIELI, N. Food in Tourism: Attraction and Impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778, 2004.
- DU RAND, G.E.; HEATH, E. Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination Marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234, 2006.
- DU RAND, G.E.; HEATH, E.; ALBERTS, N. The Role of Local and Regional Food in Destination Marketing. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 14(3-4), 97-112, 2003.
- EMPRESA BRASILEÑA DE TURISMO, 2017. www.visitbrasil.com/es [Fecha de consulta: 10 de julio de 2017].
- EMPRESA ESTATAL BOLIVIANA DE TURISMO, 2017. www.bolivia.travel [Fecha de consulta: 10 de julio de 2017].
- EVERETT, S. Iconic cuisines, marketing and place promotion. En: D. TIMOTHY (Ed.), *Heritage Cuisines: Traditions, identities and tourism*, 119-131. New York: Routledge, 2016.
- FERRERO, S. Comida sin par. Consumption of Mexican Food in Los Angeles: Foodscapes in a transnational consumer society. En: W. BELASCO; P. SERANTON (Eds.), *Food Nations: Selling Taste in Consumer Societies*, 194-219. New York: Routledge, 2002.
- FRUSTIER, P. *La communication touristique des territoires*. Bresson (Isère): Groupe territorial, Voiron, 2009.
- FUSTÉ FORNÉ, F. El turisme gastronòmic: autenticitat i desenvolupament local en zones rurals. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 61(2), 289-304, 2015.
- FUSTÉ FORNÉ, F. Tasting cheesescapes in Canterbury (New Zealand). *New Zealand Geographer*, 72, 41-50, 2016a.
- FUSTÉ FORNÉ, F. Cheese Tourism: local produce with protected designation of origin in the region of Galicia, Spain. En: C.M. HALL; S. GÖSSLING, S. (Eds.), *Food Tourism and Regional Development: Networks, products and trajectories*, 242-252. Abingdon: Routledge, 2016b.
- GYMÓTHY, S.; MYKLETUN, R.J. Scary food: Commodifying culinary heritage as meal adventures in tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 15(3), 259-273, 2009.
- HALL, C.M. Wine food and tourism marketing: Preface. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 14, 2003.
- HALL, C.M. Heirloom products in heritage places: Farmers markets, local food, and food diversity. En: D. TIMOTHY (Ed.), *Heritage Cuisines: Traditions, identities and tourism*, 88-103. Abingdon: Routledge, 2016.
- HALL, C.M.; SHARPLES, L. The consumption of experiences or the experience of consumption?: An introduction to the tourism of taste. En: C.M. HALL; L. SHARPLES; R. MITCHELL; N. MACIONIS; B. CAMBOURNE (Eds.), *Food tourism around the world: Development, management and markets*, 1-24. Oxford: Elsevier, 2003.
- HALL, C.M.; SHARPLES, L.; MITCHELL, R.; MACIONIS, N.; CAMBOURNE, B. *Food tourism around the world: Development, management, and markets*. Oxford: Elsevier, 2003.
- HENDERSON, J.C. *Food tourism reviewed*. British Food Journal, 111(4), 317-326, 2009.
- HERNÁNDEZ, J. *La imagen de Andalucía en el turismo*. Sevilla: Fundación Centro de Estudios Andaluces, Junta de Andalucía, 2008.
- HILLEL, D., BELHASSEN, Y.; SHANI, A. What makes a gastronomic destination attractive? Evidence from the Israeli Negev. *Tourism Management*, 36, 200-209, 2013.
- HJALAGER, A.M.; CORIGLIANO, M.A. Food for tourists: determinants of an image. *International Journal of Tourism Research*, 2(4), 281-293, 2000.
- HJALAGER, A.M.; RICHARDS, G. *Tourism and gastronomy*. New York: Routledge, 2002.
- INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE ARGENTINA, 2017. www.argentina.travel/es [Fecha de consulta: 21 de junio de 2017].
- KIM, Y.G.; EVES, A. Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism Management*, 33(6), 1458-1467, 2012.
- KIVELA, J.; CROTTS, J.C. Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(2-3), 39-55, 2005.
- KIVELA, J.; CROTTS, J.C. Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354-377, 2006.
- KOTLER, P.; GARCÍA DE MADARIAGA, J.; FLORES, J.; BOWEN, J.T.; MAKENS, J.C. *Marketing turístico*. Madrid: Pearson Educación, 2011.
- LEE, A.H.J.; WALL, G.; KOVACS, J.F. Creative food clusters and rural development through place branding: Culinary tourism initiatives in Stratford and Muskoka, Ontario, Canada. *Journal of Rural Studies*, 39, 133-144, 2015.
- LEE, I.; ARCODIA, C. The Role of Regional Food Festivals for Destination Branding. *International Journal of Tourism Research*, 13, 355-367, 2011.
- LONG, L. Culinary tourism and the emergence of an Appalachian cuisine: Exploring the "foodscape" of Asheville. *North Carolina Folklore Journal*, 57(1), 4-19, 2010.
- MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DE COLOMBIA, 2017. www.colombia.travel/es [Fecha de consulta: 21 de junio de 2017].
- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO DEL PERÚ, 2017. www.peru.travel/es-pe [Fecha de consulta: 22 de junio de 2017].
- MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO DE CHILE, 2017. www.chile.travel [Fecha de consulta: 22 de junio de 2017].
- MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2017. www.ecuador.travel.es [Fecha de consulta: 26 de junio de 2017].
- MINISTERIO DE TURISMO DEL URUGUAY, 2017. www.turismo.gub.uy [Fecha de consulta: 10 de julio de 2017].

- MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA EL TURISMO, 2017. www.mintur.gob.ve [Fecha de consulta: 10 de julio de 2017].
- OKUMUS, B.; OKUMUS, F.; MCKERCHER, B. Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28, 253-261, 2007.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. *Global Report on Food Tourism*. Madrid: UNWTO, 2012.
- RICHARDS, G. Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption? En: A.M. HJALAGER; G. RICHARDS (Eds.), *Tourism and Gastronomy*, 3-20. London: Routledge, 2002.
- RITCHIE, J.R.B.; CROUCH, G.I. The competitive destination: A sustainability perspective. *Tourism Management*, 21, 1-7, 2000.
- ROYO, M. El producto agroalimentario como atributo de importancia en la formación de la imagen del destino turístico. En: C. FLAVIÁN; C. FANDOS (Coords.), *Turismo gastronómico: Estrategias de marketing y experiencias de éxito*, 69-92 Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, 2011.
- SECRETARÍA NACIONAL DE TURISMO DE PARAGUAY, 2017. www.visitparaguay.travel [Fecha de consulta: 12 de julio de 2017].
- SIDALI, K.L.; KASTENHOLZ, E.; BIANCHI, R. Food tourism, niche markets and products in rural tourism: combining the intimacy model and the experience economy as a rural development strategy. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1179-1197, 2015.
- SIMS, R. Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336, 2009.
- TRESSERRAS, J.J.; MEDINA, F.X. *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. Barcelona: Ibertur, 2008.
- WEILL, A. *Pròleg a l'imatge i destí. Cartells turístics de les comarques gironines*. Girona: Museu d'Art de Girona, 2003.
- YIN, R.K. *Case study research: Design and methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2014.

Processo Editorial / Editorial Process

Editor Chefe/Editor-in-chief: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido em 25 de julho de 2017; aceito em 10 de dezembro de 2017; publicado online em 28 de Fevereiro de 2018.

Received on July 25, 2017; accepted on December 10, 2017, published online on February 28, 2017.

Artigo original / Original article. Seção revisada por pares / Double blind review section.

DIRETRIZES PARA AUTORES

1. PROCESSO GERAL

ABET usa o Double-blind peer review que é a omissão das identidades de autores e revisores no parecer de originais. Deste modo os autores devem seguir alguns passos para garantir este processo:

Submeter apenas um arquivo de texto (editor Microsoft Word 2003 ou versão mais recente, ou no doc rtf), sem identificação, direta ou indireta, de autoria do manuscrito. Todas as informações pessoais sobre o autor (s) (nomes, afiliação instituição, país, endereço completo, número de telefone, e-mail e um conjunto de dados biográficos do autor (es) não superior a 60 palavras) será inserido no sistema website. Talvez, se houver qualquer necessidade, o autor (s) pode apresentar um documento adicional (Geralmente com informação específica sobre o papel (por exemplo, excel tabelas ou dados SPSS). Sobre como inserir o manuscrito e um documento complementar, por favor, consulte o conteúdo de este link: <https://goo.gl/Jl3hVO>

Para garantir qualquer possível identificação de autoria no manuscrito, deve-se:

- Usar terceira pessoa para referir a trabalhos publicados anteriormente pelos autores do texto. Exemplo: Substituir "como analisamos no estudo" por "como foi analisado no estudo... (Anônimo, 2009).
- Remover qualquer afiliação autoral das figuras.
- Citar artigos publicados pelo autor do texto como segue: "[anônimo, 2009].
- Para blinding na lista de referência insira: "(Anônimo, 2009). Detalhes omitidos por double-blind reviewing".
- Remover agradecimentos
- Remover informações de autoria nas propriedades do documento.

2 MANUSCRITO

Tipografia: O manuscrito deve ser preparado com espaçamento entre linhas simples, fonte Arial Narrow tamanho 11, paginado com margens de 3 cm à esquerda e superior e à 2cm à direita e inferior, em papel A4. As citações diretas deverão utilizar a fonte 10 e as notas devem apresentar o mesmo tipo de letra, no tamanho 9. Não utilizar fontes nem tamanhos distintos no texto. Caso pretenda destacar alguma palavra ou parágrafo utilize a mesma fonte em *cursiva* (itálico). tamanhos distintos no texto. Caso pretenda destacar alguma palavra ou parágrafo utilize a mesma fonte em *cursiva* (itálico).

Resumo: O artigo deve vir acompanhado de um resumo no idioma em que está escrito (150 – 250 palavras) e sua tradução em inglês (resumo e título). Para os artigos escritos em inglês deve se acrescentar um resumo em espanhol.

Palavras chave: o texto deve conter entre 3 e 5 palavras chave sobre o tema principal.

Texto: o texto deve possuir uma extensão entre 5.000 e 9.000 palavras para artigos e de 3.000 a 5.000 tanto para opiniões,

GUIDELINES FOR AUTHORS

1 GENNERAL PROCESS

ABET uses the double-blind peer review which is the omission of the identities of authors on the and reviewers on the original paper's process of reviewing. Thus, authors must follow some steps to ensure this process:

Submit ONLY ONE archive of the text (microsoft word editor 2003 or newer version, in rtf or doc) without direct or indirect identification of authorship (manuscript). ALL THE PERSONAL INFORMATION about the author(s) (names, affiliations, affiliated institution's country, complete mailing address, phone number, email and a biographical data of the author(s) not exceeding 60 words) will be inserted in the website system. Maybe, if there is any necessity, the author(s) could submit an additional document (generally with specific information about the paper (e.g. excel tables or SPSS data). About how to insert the manuscript and the supplementary document, please refer to the contents of this link: <https://goo.gl/Jl3hVO>

To ensure any possible identification of authorship in the manuscript, you must:

- Use third person to refer to previously published works by the authors of the text. Example: replace "as we analyzed in the study" by "as was analyzed in the study. (Anonymous, 2009).
- Remove any copyright of affiliation.
- Quoting published articles by the author of the text as follows: "(anonymous, 2009).
- For blinding in the reference list enter "(anonymous, 2009). Details omitted by double-blind reviewing. "
- Remove thanks
- Remove copyright information in the document properties.

2 MANUSCRIPT

Typography: The manuscript should be prepared with simple line spacing, font Arial Narrow, size 11, paginated with 3 cm margins on the left and top and 2 cm to the right and bottom, in A4 paper. Direct citations should use the 10 source and notes must have the same font, size 9. Do not use fonts or different sizes in the text. If you want to highlight any word or paragraph, use the same font in *cursive* (italic).

Abstract: The article should come accompanied by an abstract in the original language; write in 150-250 words, always translated to the English and Portuguese whatever would be the original language. abstract in the vernacular language and foreign language (150 to 250 words), the internal divisions that consider necessary (usually, introduction, theoretical framework, methodology, results and discussion, conclusion), acknowledgements (if applicable) and references.

keywords: the text must contain between three and five keywords on the main theme of the paper and separated themselves by a dot.

Text: the text must possess an extension between 5,000 and 9,000 words to articles; and 3,000 to 5,000 for reflexive

Idiomas: o trabalho deve vir acompanhado de título na língua vernácula e em inglês, dados biográficos do(s) autor(es) (que não ultrapasse 60 palavras), resumo na língua vernácula e em língua estrangeira (150 a 250 palavras), as divisões internas que se julguem necessárias (geralmente, introdução, referencial teórico, metodologia, resultados e discussão, conclusão), agradecimentos (se pertinente) e referências. Para os artigos escritos em inglês deve ser enviado um resumo em português ou espanhol, assim como o título; palavras-chave (entre três a seis, separadas por ponto) nas duas línguas dos resumos.

Ilustrações: as ilustrações (quadros, gráficos, esquemas, fluxogramas, organogramas, gravuras, fotografias e outros) e tabelas deverão ser inseridas no texto. Todos devem possuir legendas – título e fonte. As tabelas devem seguir as Normas de Apresentação Tabular do IBGE. Pode se utilizar imagens coloridas, embora se deva avaliar a possibilidade de utilizá-la em formato papel, em branco e preto para que fique legível no caso da edição impressa.

Abreviações e acrônimos: Deverão ser definidos claramente no seu primeiro uso no texto.

Citações e Referência: as referências, assim como as citações, no corpo do texto, devem seguir as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas NBR 6023 (<https://goo.gl/GxCBgZ>) e NBR 10520 (<https://goo.gl/hKumna>).

Notas: as notas explicativas devem utilizadas somente se forem indispensáveis, e deverão vir sempre ao final do texto do artigo, utilizando o mesmo tipo de letra deste (Arial Narrow) no tamanho 9.

Para conhecer os critérios de avaliação consulte: <https://drive.google.com/file/d/0B9HM4t0EenbiMXI2X2J1T2Fqb2s/view?usp=sharing>

3 CONDIÇÕES PARA SUBMISSÃO

Como parte do processo de submissão, os autores são obrigados a verificar a conformidade da submissão em relação a todos os itens listados a seguir. As submissões que não estiverem de acordo com as normas serão devolvidas aos autores.

Assim, alinhada às melhores práticas de publicação, nacionais e internacionais, ABET exige o cumprimento dos seguintes critérios para publicação regular* de artigos:

1. O manuscrito submetido deve ser uma contribuição original e inédita amparada por alguma linha temática inserida no escopo da revista. Caso contrário, deve-se justificar em "Comentários ao Editor".
2. O artigo não pode ter sido publicado previamente em nenhum periódico ou livro. Aceitam-se, no entanto, artigos apresentados em anais de congressos.
3. O texto não pode estar em avaliação, simultaneamente, em outro periódico, seja nacional ou internacional.

opinions (*pensatas*) and essays; and between 2,000 to 3,000 for research notes as well to book reviews.

Languages: the manuscript can be write in Portuguese or English or Spanish or French.

Title: should be write in the original language and as well the abstract always translated to the English and Portuguese whatever would be the original language.

Illustrations: illustrations (tables, graphs, diagrams, flowcharts, organization charts, engravings, photographs and other) and tables should be inserted in the text. All must have subtitles-title and source. Tables should follow the Tabular Presentation rules of the IBGE. Can use color images, while you should evaluate the possibility of using it in paper format, in black and white so that it is readable in the case of the print edition.

Abbreviations and acronyms: Should be defined clearly in its first use in the text.

Citations and reference: the references, as well as the citations in the body of the text should follow the standards of the Brazilian Association of technical norms NBR 6023 (<https://goo.gl/GxCBgZ>) and NBR 10520 (<https://goo.gl/hKumna>).

Notes: the explanatory notes should be use only if they are essential, and should be at the end of the text of the article, using the same font (Arial Narrow) in size 9.

To meet the evaluation criteria see: <https://drive.google.com/file/d/0B9HM4t0EenbiMXI2X2J1T2Fqb2s/view?usp=sharing>

3. CONDITIONS FOR SUBMISSION

As part of the submission process, authors are required to check the conformity of the submission for all items listed below. Submissions that are not in accordance with the standards will be returned to the authors.

Thus, aligned with best practices, nationally and internationally, ABET requires compliance with the following criteria for regular publication of articles:

1. The manuscript submitted should be original and unprecedented contribution bolstered by some thematic line inserted in the scope of the journal. Otherwise, you must justify in "Comments to the Editor."
2. The article may not have been previously published in any journal or book. We accept, however, papers presented at congresses.
3. The text may not be at the same time on review in another journal, whether national or international.
4. Articles can have a maximum of 3 (three) co-authors, besides the main author, totaling so a maximum (and exceptionally) of 4 (four) persons per manuscript.
5. ABET reserves itself the right to postpone the edition or volume (year) subsequent an article is approved, if the authors or co-authors of the same have already posted some article in the current year, so as not to exceed 20% of the source concentration of institutions, thereby ensuring the fulfillment of national criteria (and international recommendations) periodic assessment.

4. Os artigos poderão ter, no máximo, 3 (três) coautores, além do autor principal, totalizando assim, no máximo, 4 (quatro) pessoas por manuscrito.
5. ABET se reserva ao direito de postergar a uma edição ou volume (ano) subsequente um artigo aprovado, caso os autores ou coautores de uma mesma instituição já tenham publicado algum artigo no ano corrente, de forma a não ultrapassar 20% de concentração de origem de instituições, assegurando assim o cumprimento de critérios nacionais (e recomendações internacionais) de avaliação de periódicos.
6. Do mesmo modo, a fim de evitar concentração, ABET publicará apenas 1 texto de um mesmo autor por ano. Caso o autor tenha outro manuscrito aprovado, o mesmo será postergado para o ano seguinte.
7. ABET não publicará artigos nos quais o editor chefe e/ou editores associados figurem como autores ou coautores.
8. ABET poderá publicar manuscritos de autores ou coautores do Conselho Editorial, de membros do Conselho Científico e pessoas da própria Universidade Federal de Juiz de Fora se, e somente se, estes não estejam envolvidos nos processos de avaliação do artigo.
9. A fim de evitar endogenia, artigos da UFJF serão publicados, em no máximo 20% (4,8 artigos ao ano).
10. Mesmo que cumpram os demais requisitos, só serão aceitos em *desk review* para prosseguir no processo editorial os manuscritos que estejam livres de identificação dos autores. A identificação de autoria do trabalho deve ser removida do arquivo através da opção "Propriedades no Word", garantindo desta forma o critério de sigilo da revista, caso submetido para avaliação por pares (ex.: artigos), conforme instruções disponíveis em Assegurando a Avaliação Cega por Pares. **ATENÇÃO!** Esta condição é essencial para que o texto inicie o processo editorial de avaliação. Caso não cumpra este requisito, o manuscrito será imediatamente retornado ao autor.
11. As informações relativas a autoria deverão ser preenchidas diretamente no sistema, na aba metadados.
12. Os arquivos para submissão devem estar em formato Microsoft Word, OpenOffice ou RTF (desde que não ultrapassem 2MB). Os artigos que, porventura, ultrapassem este tamanho poderão ser enviados diretamente pelo e-mail da revista: <ABET.uffj@gmail.com>.
13. O texto está em espaço simples; usa uma fonte de 11-pontos; emprega itálico em vez de sublinhado (exceto em endereços URL); as figuras e tabelas estão inseridas no texto, não no final do documento, como anexos.
14. O texto deve utilizar o sistema brasileiro de citações e referências, conforme disposto pela Associação Brasileira de Normas Técnicas, ABNT (norma 6023). O detalhamento completo dos padrões de estilo e requisitos bibliográficos estão descritos em Diretrizes para Autores, na seção Sobre a Revista.
6. Likewise, in order to avoid concentration, ABET publish only 1 (one) text from one author per year. If the author has another manuscript approved, it will be postponed to the following year.
7. ABET does not publish articles in which the editor and/or associated editors list as authors or co-authors.
8. ABET may publish manuscripts of authors or co-authors of the Editorial Board, members of the Scientific Board and people from the Universidade Federal de Juiz de Fora if, and only if, they are not involved in the process of evaluating the proper (or friend's) article.
9. In order to avoid endogenous concentration UFJF articles will be published, in a maximum of 20% (4.8 items per year).
10. Even if you meet the other requirements, will only be accepted on *desk review* to proceed in the editorial process the manuscripts that are free from identification of the authors. The identification of authorship of the work must be removed from the archive via the option "properties in Word", guaranteeing in this way the confidentiality criteria, if submitted for peer review (e.g. articles), as per available in Ensuring the Blind Peer Review. **ATTENTION!** This condition is essential for the text to start the editorial process of evaluation. If you do not fulfill this requirement, the manuscript will be returned to the author.
11. Information of the authorship must be filled directly in the system, in the metadata tab.
12. The files for submission must be in Microsoft Word, OpenOffice or RTF (as long as you don't exceed 2 MB). Papers which, perhaps, exceed this size can be sent directly via email to the journal: <ABET.uffj@gmail.com>.
13. The text is single-spaced; uses an 11-point font; italics instead of underlining employs (except in URL addresses); the figures and tables should be included.
14. The text should use the Brazilian system of citations and references, as stated by the Brazilian Association of technical standards ABNT (6023 standard). Full details of the style patterns and bibliographic requirements are described in Guidelines to Authors, in the section About the Journal. **ATTENTION!** This condition is essential to start the text editorial process of evaluation. If you do not fulfill this requirement, the manuscript will be returned to the author.
15. All addresses "URL" must be on active status.
16. Articles must meet all the proceedings of the editorial process (cf. Evaluation Policy).

4. COPYRIGHT DECLARATION

Creative Commons Copyright notice and Policy for open Access Journals

Authors who publish in this journal must agree with the following terms relating to copyrights

15. **ATENÇÃO!** Esta condição é essencial para que o texto inicie o processo editorial de avaliação. Caso não cumpra este requisito, o manuscrito será imediatamente retornado ao autor.
16. Todos os endereços "URL" devem estar ativos.
17. Os artigos devem cumprir todos os tramites do processo editorial (cf. Política de Avaliação).

4 DECLARAÇÃO DE DIREITO AUTORAL

Aviso de Direito Autoral Creative Commons Política para Periódicos de Acesso Livre

Autores que publicarem nesta revista devem concordar com os seguintes termos relativos aos Direitos Autorais:

- (a) Autores mantêm os direitos autorais e concedem à revista o direito de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a Creative Commons Attribution License que permitindo o compartilhamento do trabalho com reconhecimento da autoria do trabalho e publicação inicial nesta revista.
- (b) Autores têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não-exclusiva da versão do trabalho publicada nesta revista (ex.: publicar em repositório institucional ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial nesta revista.
- (c) Autores têm permissão e são estimulados a publicar e distribuir seu trabalho online (ex.: em repositórios institucionais ou na sua página pessoal) a qualquer ponto antes ou durante o processo editorial, já que isso pode gerar alterações produtivas, bem como aumentar o impacto e a citação do trabalho publicado (Veja O Efeito do Acesso Livre).

5 POLÍTICA DE PRIVACIDADE

Os nomes e endereços informados nesta revista serão usados exclusivamente para os serviços prestados por esta publicação, não sendo disponibilizados para outras finalidades ou a terceiros.

(a) Authors keep all copyright and grant the journal the right of first publication, with the work simultaneously licensed under the Creative Commons Attribution License that allows job sharing with recognition of authorship of the paper and initial publication in this journal.

(b) Authors are allowed to assume additional contracts separately, for non-exclusive distribution of the version of the work published in this journal (e.g. publish in institutional repository or book chapter), with recognition of authorship and initial publication in this journal.

(c) authors are allowed and are encouraged to publish and distribute their work online (e.g. in institutional repositories or on your personal page) at any point before or during the editorial process, as this can generate productive changes, as well as increase the impact and citation of published work (see the effect of Free Access).

5. PRIVACY POLICY

The names and addresses reported in this journal will be used exclusively for the services rendered by this publication is not available for other purposes or to third parties.