

EVOLUCIÓN DE LOS DESTINOS DE SOL Y PLAYA EN EL NOROCCIDENTE MEXICANO: PUERTO VALLARTA, LOS CABOS Y MAZATLÁN

Yasser Orlando Espinoza García*

Resumen: La industria turística en México en torno a los destinos de *Sol y Playa* presenta diversas etapas de desarrollo, que se encuentra ligadas a dos tipos de centros: *tradicionales y planeados*; los primeros gestándose en las primeras décadas del siglo XX, y los segundos apareciendo en la década de los 70's, de la misma centuria, como parte de las políticas económicas establecidas por el gobierno federal con el apoyo de organismos internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Como consecuencia de este proceso se configuró una nueva atmósfera de competencia bajo una lógica de mercado dominada por las empresas transnacionales del sector hotelero. Para analizar este proceso se hará bajo un enfoque teórico de la *competitividad sistémica* propuesto por los investigadores Klaus Esser, Wolfgang Hillebrand, Dirk Messner y Jürg Meyer-Stamer; con el objetivo de mostrar como los grandes corporativos de hospedaje establecen sistemas de competitividad apoyados por empresas que complementan el servicio que ofertan, dejando en una menor posición competitiva a los hoteles independientes, y que esto a su vez se ve reflejado en la competitividad del destino en general con respecto al incremento de la afluencia turística.

Palabras clave: Competitividad. Competitividad Sistémica. Destinos Tradicionales y Planeados.

EVOLUÇÃO DOS DESTINOS DE SOL E PRAIA NO NOROESTE MEXICANO: PUERTO VALLARTA, LOS CABOS, E MAZATLÁN

Resumo: A indústria turística no México em torno dos destinos de sol e praia apresenta diversas etapas de desenvolvimento, que se encontram ligadas a dois tipos de centros: tradicionais e planejados; os primeiros gestulam-se nas primeiras décadas do século XX, e os segundos aparecendo na década dos anos 70, como parte das políticas econômicas estabelecidas pelo governo federal com o apoio de organismos internacionais como o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). Como consequência deste processo configurou-se uma nova atmosfera de competência segundo uma lógica de mercado denominada pelas empresas transnacionais do setor hoteleiro. Para analisar este processo utiliza-se o enfoque teórico da competitividade sistêmica proposto pelos investigadores Klaus Esser, Wolfgang Hillebrand, Dirk Messner y Jürg Meyer-Stamer; com o objetivo de mostrar como os grandes corporativos de hospedagem estabelecem sistemas de competitividade apoiados por empresas que complementem o serviço que ofertam, deixando em uma menor posição competitiva os hotéis independentes, e que por esta vez seja refletido na competitividade de destino em geral com respeito ao incremento da afluência turística.

Palavras-chave: Competitividade. Competitividade Sistémica. Destinos Tradicionais e Planejados.

EVOLUTION OF SUN AND BEACH DESTINATION IN THE MEXICAN WEST: PUERTO VALLARTA, LOS CABOS, AND MAZATLÁN

Abstract: The tourist industry in Mexico around the destinations of sun and beach has several development stages, which are connected to two types of centers: traditional and planned; the first to gesticulate in the early decades of the twentieth century, and appearing in the 2nd decade of the 70s, as part of economic policies established by the federal government with the support of international organizations such as the Bank Interamericano de Desarrollo (BID). As a result of this process it sets up a new atmosphere of competence according to a market logic called by transnational companies in the hotel sector. To analyze this process will be made below on a theoretical focus of systemic competitiveness proposed by researchers Klaus Esser, Wolfgang Hillebrand, Dirk Messner and Jürg Meyer-Stamer; within order to show how the hosting corporate big set competitive systems supported by companies that complements the service proffer, leaving less competitive position to independent hotels, and by this time is reflection the target overall competitiveness with respect to increasing tourist inflow.

Keywords: Competitiveness. Systemic Competitiveness. Traditional and Planned Destinations.



Esta obra está licenciada com uma Licença
Creative Commons Atribuição-Não Comercial-Sem
Derivações 4.0 Internacional.

* Doctor en Ciencias Económicas y Sociales por la Universidad Autónoma de Sinaloa/UAS (México). Maestro en Historia y Licenciado en Estudios Internacionales, ambos por la misma universidad. Coordinador del Postgrado de Maestría en Políticas Públicas de la Facultad de Estudios Internacionales y Políticas Públicas de la UAS. Coautor de libros y autor de diversos capítulos de libros relacionados con la competitividad de los destinos turísticos desde un enfoque histórico. [yasserespinoza@uas.edu.mx]

Avaliação cega por pares / Double blind review process – Editor científico / Scientific editor: PhD Thiago D. Pimentel

Recebido em, 20 de novembro, 2015; aceito em 01 de março, 2016; publicado online em 01 junho de 2016.

Received on november 20, 2015; accepted on march 01, 2016; published online on June 01, 2016.

I INTRODUCCIÓN

La competitividad de una actividad económica puede ser medida a través de diversas formas puesto que son múltiples los factores que actúan en este proceso. Para el caso de la actividad turística, 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. De acuerdo los postulados de Michel E. Porter, referente a la competitividad de las regiones, con respecto a la condición de los factores, nos menciona (PORTER, 1990) que en una determinada actividad económica tanto las regiones como las empresas deben de contar con una multiplicidad de factores que le permitan competir de forma más adecuada frente a otras regiones y/o empresas. Es por ello que el propio Porter hace una clasificación de dos tipos de factores, por un lado los factores *básicos*: que son aquellos que no necesitan una fuerte inversión para su explotación o que se heredan de forma pasiva; y por otro lado los *avanzados*: los cuales, contrario a los anteriores, necesitan una fuerte inversión para su explotación, tanto de capital como de mano de obra (PORTER, 1990).

Tomando en cuenta lo señalado por Porter, los destinos turísticos también se enfrentan a una competencia basada en factores de este tipo, en dónde los básicos lo representarían aquellos atributos que se encuentran de forma natural en el destino, como lo son: el clima, la fauna y flora, la hospitalidad de la población receptora, la historia y cultura del destino, la posición geográfica con respecto a los mercados turísticos, entre otros elementos que se generan de forma natural. Por otra parte, los factores *avanzados* lo representaría aspectos como: la infraestructura hotelera y restaurantera, las vías de comunicación, agencias de promoción turística y entretenimiento, servicios de transporte, entre otras dependencias que complementan al sector turístico. Con respecto a esto, también es importante señalar la clasificación realizada por Larry Dwyer y Chulwon Kim, como recursos *heredados* y *creados*. Entendiendo a los primeros como ventaja comparativas, puesto que son los recursos que los destinos poseen de forma natural; y los segundos como ventajas competitivas que corresponde a los atributos que son construidos para el fortalecimiento de la actividad turística (DWYER; KIM, 2003).

Es importante señalar que estos factores señalados por Porter, Dwyer y Kim; no actúan por sí

sólo en la competitividad de una región o empresa que los posee, sino que además influyen fuerzas dinamizadoras que los propios actores partícipes promueven, como son, las estrategias organizacionales y de competencia que se generan en una atmósfera de competencia. De ahí, que para entender el proceso de competencia entre los destinos turísticos es importante incorporar a la discusión el concepto de *competitividad sistémica* acuñado por los investigadores Klaus Esser, Wolfgang Hillebrand, Dirk Messner y Jürg Meyer-Stamer, y que se refiere a la capacidad que deben tener las empresas de implementar estrategias organizacionales que le permitan generar atributos de competencia frente a otras firmas, y que a su vez, estas empresas deban crear redes articuladas (sistemas) con otras, o instituciones que complementen la elaboración de su producto, con el objetivo de brindar la mayor satisfacción posible en el consumidor (ESSER, *et al.*, 1996).

2 LA COMPETITIVIDAD SISTÉMICA Y SUS TEORÍAS

El concepto de *competitividad sistémica* se encuentra ligado al atributo nombrado por Porter como *rivalidad de las empresas*; empero, estos autores otorgan una mayor relevancia al aspecto organizacional de la empresa, para lo cual mencionan:

el comportamiento de una empresa depende no sólo de la estructura general de los incentivos, sino además de los arreglos institucionales muy específicos que se van constituyendo a lo largo de prolongados periodos y que implican por ejemplo una orientación decididamente empresarial por parte de los centros de investigación de las universidades, la estructura básica de las relaciones industriales o el comportamiento de las entidades financieras (ESSER, *et al.*, 1996: 41).

Así mismo, atribuyen, de igual forma, una importancia al aspecto de la *innovación* como elemento primordial que se debe tener para alcanzar un desarrollo económico pleno (GRACIA, 2006). En relación a este concepto Maximiliano Gracia menciona:

[...] su base es una organización empresarial capaz de activar la capacidad de aprendizaje e innovación en todas las áreas operativas de una empresa, y en redes de colaboración orientadas a la innovación y apoyadas por

diversas instituciones en un contexto institucional, con capacidad para fomentar la innovación (GRACIA, 2006, p. 40).

Teniendo como referencia lo expuesto anteriormente, se pueden identificar dos esferas que influyen directamente en el funcionamiento de una empresa. Por un lado se encuentra el aspecto interno que tiene que ver con las estrategias competitivas generadas por los gerentes de las firmas, los cuales deben ser personas especializadas en cada uno de los departamentos que la empresa contenga, puesto que de las decisiones que se tomen, referente a los mecanismos o planes que se tienen que seguir, deben de estar sustentadas bajo una base de información sólida ocasionando un adecuado funcionamiento organizacional. En una segunda esfera se contemplan los factores externos de la empresa, lo cual se refiere con la forma en que las empresas se posicionan en el mercado estableciendo una red de conexiones que le permitan no sólo llegar a los consumidores sino también adquirir los servicios y/o insumos que se necesiten para la elaboración de su producto.

A pesar de que el concepto de *competitividad sistémica* es construido pensando, al igual que el modelo de Porter, en la industria manufacturera, la actividad turística también puede ser considerada una industria a pesar de contar con características distintas, y no tener como fin último un producto manufacturado. Pues si bien, no presenta un producto tangible como parte final de su proceso, algunos teóricos como Valls mencionan, que la industria de los placeres tiene como finalidad la elaboración de un producto, el cual consiste en la satisfacción del turista (citado por Mazaro, 2006). Esto nos indica que al ser la *satisfacción del turista* el objetivo principal de la industria de los placeres, enfatiza con mayor ímpetu el *papel de la demanda*, que también es señalado por Porter como atributo de la competitividad (PORTER, 1990); puesto que son los clientes los que evaluarán los servicios que adquieran, y que dicha evaluación estará condicionada por la calidad y el precio de los mismos (MAZARO, 2006).

Tomando en cuenta esto último, adquiere una mayor relevancia el aspecto de la empresa como detonador de la competitividad de un destino turístico, puesto que al ser la *satisfacción del turista* la finalidad de la industria turística, esta dependerá en gran parte de la calidad de los servicios que éstas presten, refiriéndose a establecimientos como un hotel, un restaurant, agencia de viajes, transporte, diversión o cualquier área que complementa en esta actividad

económica. Esto a su vez ocasiona que la confianza que se pueda generar en el cliente no sólo beneficia a la empresa como tal, sino que se extiende al destino en general (MAZARO, 2006). En relación a este punto, Roxana Mazaro expone que para alcanzar el éxito en la competencia, las empresas deben explotar sus niveles máximos de eficacia y eficiencia en la elaboración de su producto; sin embargo para el caso de la industria turística esto se vería reflejado en una buena gestión del destino (MAZARO, 2006).

3 LOS DESTINOS DE SOL Y PLAYA EN EL NOROCCIDENTE MEXICANO

La finalización de la segunda guerra mundial en 1945, conllevó una serie de cambios económicos, políticos, culturales y sociales en distintas regiones del mundo, sobre todo en aquellas que se vieron directamente afectadas por este conflicto bélico, refiriéndome principalmente a Europa. Para estas fechas, en lo que corresponde a la industria turística a nivel mundial, a partir de la firma de los tratados de París se generó un crecimiento considerable de los flujos turísticos, registrando para mediados del siglo XX un promedio en flujo de turistas alrededor de 25.3 millones de personas, es denominado por algunos teóricos como Alfredo Dachary como el nacimiento del *turismo de masas* (Cesar y Arnaiz, 2002), ya que a partir de esta fecha se incrementaron los flujos turísticos, dejando grandes beneficios económicos a los países receptores y propiciando que algunas regiones se interesaran por incursionar en esta actividad económica. El mismo Dachary nos menciona:

“Fernández Fuster, uno de los autores con mayor obra escrita sobre el tema en España, país pionero en el turismo masivo, siguiendo esta perspectiva divide la evolución del pensamiento turístico en cuatro generaciones las cuales conforman la denominada etapa del turismo de masas. La primera arranca con el siglo y concluye en la mitad del mismo. La segunda generación (1950-1970) significó la época de auge de lo que en ese momento se denominó “industria sin chimeneas”, en referencia a la posible inexistencia de impactos. La tercera, que comprende la década de los setenta. Y la cuarta, que se sitúa en las últimas dos décadas del siglo pasado. Fernández Fuster caracteriza a las dos últimas generaciones como una nueva etapa del pensamiento turístico ya que comienza la percepción crítica de los costos que esta actividad implica, situación que coincide con el

surgimiento de la perspectiva ambiental” (CESAR; ARNAIZ, 2002, p. 10).

Este proceso de crecimiento acelerado de los flujos turísticos en la década de los 50's a nivel mundial se puede explicar en parte debido al incremento del poder adquisitivo de la sociedad estadounidense producto del triunfo bélico, que para esas fechas empezaba a constituirse como uno de los principales mercados de la industria turística. Aunado a este despegue, se propició una nueva configuración de los destinos turísticos, puesto que en las décadas anteriores de la Segunda Guerra Mundial, el imaginario turístico giraba en torno de la cultura y al capital histórico, es decir, los principales países turísticos de Europa como Francia, Inglaterra, España, Holanda, entre otros; eran visitados por los turistas con el propósito de conocer su cultura, historia, artes, y demás; puesto que poseían ciudades con gran contenido histórico. Sin embargo, al verse afectados en su infraestructura por el conflicto bélico, se vieron incapaces de recibir turismo en grandes cantidades, por lo que las agencias turísticas internacionales se orientaron en reconfigurar el imaginario del turismo cultural como se ofertaba en Europa, por un turismo más ocioso, con lo que apareció a través del cine hollywoodense un nuevo imaginario turístico basado en los entes paradisiacos asociados con el concepto de *Sol y Playa*, esto no significa que este tipo de destinos no existieran en décadas anteriores, sino que a partir de los años 50's de la centuria pasada se intensificó la promoción turística en torno a estos centros turísticos. A este proceso de reconfiguración de la oferta turística el investigador Stephen Britton lo denomina como manipulación del espacio turístico (Citado por DEBBAGE; IOANNIDES, 2004), y que esta manipulación es efectuada por la misma industria turística tomando en cuenta los aspectos como el crecimiento globalizado del capital en las sociedades industriales y la creación de los nuevos paisajes postmodernos (DEBBAGE; IOANNIDES, 2004); es decir, en la medida que se fue incrementando la mentalidad consumista de las sociedades occidentales surgió la necesidad de crear nuevos espacios que respondieran a las presiones que ejercía el mercado, en este caso, a la expectativas y motivaciones de los propios turistas (SHAW; WILLIAMS, 2004, p. 54).

En esta nueva lógica de mercado impulsado por

las agencias turísticas internacionales en torno a los destinos de *sol y playa*, en un primer instante el mayor beneficiado lo representaría Puerto Vallarta, ubicado en el Estado de Jalisco en el noroccidente mexicano, puesto que a pesar de que este destino nace de forma no planificada empezando a tener la llegada de visitantes turísticos norteamericanos a finales de la década de los 40's del siglo XX, el suceso que detonaría su posicionamiento dentro de la sociedad estadounidense fue la filmación de la película *La noche de la iguana* en 1964 (CESAR; ARNAIZ, 2006, p. 194), que contó con la participación de actores reconocidos de la industria hollywoodense como Richard Burton, Ava Gardner y Deborah Kerr; en la cual resaltaron los principales atractivos con los que contaba el puerto jalisciense, destacando principalmente los paisajes naturales que poseía. Esto dio como resultado que la población norteamericana se interesara por visitar este rincón del pacífico mexicano.

A pesar del crecimiento que estaba teniendo Puerto Vallarta como destino turístico internacional, no era considerado como ciudad por parte del gobierno de Jalisco, fue hasta 1968 cuando adquiere esta categoría (CESAR; ARNAIZ, 2006), lo que le permitió obtener recursos para el mejoramiento de su infraestructura turística. Entre las mejoras que se hicieron se encuentran: la construcción del tramo carretero Puerto Vallarta-Barras de Navidad, el camino Compostela-Las Varas-Puerto Vallarta, la construcción del aeropuerto internacional, implementación de la energía eléctrica y el servicio telefónico. Este tipo de obras propició un mejoramiento de la ciudad, dando como resultado la celebración de una reunión entre los presidentes Gustavo Díaz Ordaz y Richard Nixon, que significó un evento sin precedentes en la historia de la actividad turística de Puerto Vallarta, así mismo un mayor reconocimiento como destino turístico internacional, puesto que dicha distinción no se habría realizado en otros centros turísticos *tradicionales*¹ mexicanos como Mazatlán o Acapulco hasta esos años, y que tenían mayor tiempo como prestadores de estos servicios.

Sin lugar a duda, la década que marcaría un rumbo diferente a la industria turística mexicana, sería los 70's; puesto que a partir de este decenio se efectuaron diversos aspectos legales que dieron origen a nuevos destinos turísticos de *sol y playa*, y

¹ Entendiendo por *Destinos Tradicionales*, aquello que surgen de forma no planificada, teniendo un desarrollo de su infraestructura turística a partir de capitales locales.

fortaleciendo a destinos tradicionales como fue el caso de Puerto Vallarta. En esta primera etapa de esta década gobernada por Luis Echeverría Álvarez (1970-1976), se establecieron nuevas reformas en torno a la tenencia de la tierra, apareciendo la figura jurídica del *fideicomiso*, que no es otra cosa que el despojo de manera legal de la tierra a los campesinos por parte del *Estado*, para posteriormente otorgársela a los inversionistas extranjeros, violentando enormemente el artículo 27 constitucional (Sansón, 2008); permitiendo que los empresarios extranjeros vinieran con una mayor seguridad a establecer sus empresas en México en el sector turístico, debido a que anteriormente uno de los principales problemas a los que se enfrentaban, era la adquisición de tierras, puesto que gran parte de los terrenos en los litorales mexicanos eran federales y ejidales, haciendo difícil su obtención. Como lo sucedido a principios de la década de los 70's en Mazatlán, cuando la empresa estadounidense *Walt Disney Corporation* intentó establecerse sobre tierras sinaloenses, lo cual no fue posible debido a que no pudo adquirir los predios (*Isla de Soto*), a pesar de contar con el apoyo del gobierno estatal, ya que el lugar donde se pretendía edificar el complejo turístico estaban bajo el régimen de tierras ejidales (SANTAMARÍA; ESPINOZA, 2011). Este tipo de problemas se seguirían presentando en los años siguientes en el puerto sinaloense, pero esta vez con la construcción de *La Marina el Sábalo*, ya que los terrenos donde se pensaba construir eran también propiedades ejidales (El Venadillo), y no llegaban a un acuerdo con los ejidatarios (*Periódico El sol del Pacífico*, 7 de febrero: 2).

Aunado a este proceso de los *fideicomisos*, el gobierno federal anunciaba la creación de una nueva dependencia que incentivara el desarrollo turístico en ciertas regiones del país, y es así como nace en esta misma década de los setentas el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), con la finalidad de impulsar la actividad turística en aquellas regiones con un potencial no aprovechado. A partir del nacimiento de esta institución y durante todo el periodo del presidente Luis Echeverría Álvarez se intensificó el apoyo de recursos para crear nuevos centros turísticos en el país, y bajo el argumento de mejorar las condiciones económicas de las regiones más pobres de México se consiguieron financiamientos por parte del Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional para la consumación de dichos

proyectos, tales como Cancún, Huatulco, Ixtapa y Los Cabos (WILSON; CABEZAS, 2008). Este suceso generó nuevos centros turísticos del *sol y playa* en México ampliando la atmósfera de competencia; sin embargo, es importante señalar que estos nuevos centros turísticos contaron con una mayor ventaja en torno a la llegada de capitales, tanto privados como públicos, que propiciaron un acelerado crecimiento de la infraestructura pública y turística, entendiéndose por ésta última la construcción de hoteles y restaurantes, como fue el caso de Cancún en el estado de Quintana Roo, y posteriormente Los Cabos en el estado de Baja California Sur, sólo por mencionar los casos más exitosos de esta política implementada por el gobierno federal. Sin embargo, este desarrollo acelerado de la actividad turística en estas regiones ocasionó problemas sociales importantes sobre la población residente, debido a que los pobladores se enfrentaron a una nueva dinámica económica, puesto que gran parte de la población económicamente activa (PEA), estaban insertados en el sector primario: pesca, agricultura y ganadería; y al llegar la actividad turística repentinamente, los pobladores tuvieron que redirigir sus actividades económicas, no sólo porque en ocasiones estas representaban mayores dividendos, sino también porque gran parte de los apoyos de los gobiernos locales fueron trasladados hacia el sector servicio. Este fenómeno fue más lento en los centros turísticos *tradicionales* que en los *planeados* (Jiménez; 2005). Por lo que estos nuevos centros turísticos *planeados*² tuvieron que utilizar mano de obra proveniente de otros destinos del país para cubrir la demanda en el sector servicios, mientras la población residente se adaptaba a la nueva lógica económica, por lo que quedaban destinados a ocupar puestos menores de la industria turística.

Desde sus inicios FONATUR estableció reglas de financiamiento que beneficiaban a los municipios turísticos con mayor impulso promocional y de mercado (Jiménez, 2005). Por lo tanto, la gran balanza se equilibró hacia los nuevos centros turísticos *planeados* que estaban surgiendo en el país, dejando de lado a los *tradicionales*. Esto se veía reflejado en las cifras, ya que en el periodo de 1975-1993 se financiaron un total de 16, 996 cuartos que estaban localizados en los destinos *planeados*, mientras tanto los *tradicionales* sólo contaron con el financiamiento

del gobierno federal en su infraestructura pública y turística.

² Entendiéndose como *Destinos Planeados* aquellos que nacen de una forma planificada con una fuerte inversión

para 14,904 cuartos en este mismo periodo (Jiménez, 2005). Este tipo de políticas implementadas por el gobierno federal en torno al financiamiento turístico a través del FONATUR, sólo vino a promover lo contrario para lo que fue creado, es decir, si bien ayudó al mejoramiento económico de las regiones donde se implementaron los centros *planeados*, provocó un decremento en la afluencia turística extranjera de algunos centros *tradicionales*, como fue el caso de Mazatlán, debido al poco apoyo proporcionado a través de las políticas federales en materia de turismo, como fue el tema de la promoción turística y la inversión federal en infraestructura pública; y que constantemente era señalado por los empresarios locales.

Mencionan algunos autores como Michael Clancy que la llegada de capitales extranjeros a los destinos turísticos puede representar una *ventaja competitiva* importante para el destino turístico en general en relación con otros destinos, debido a que el establecimiento de hoteles y restaurantes de categoría internacional mejora la calidad de los servicios turísticos y con ello un mayor prestigio. Así mismo nos dice este autor:

en la época del turismo masivo los turistas prefieren marcas conocidas y las ventajas no son sólo por la familiaridad del nombre sino porque tiene sistemas de contabilidad, tecnología y experiencia gerencial, así como métodos de reservaciones y prácticas que le sitúan en el liderazgo del subsector (citado por JIMÉNEZ, 2010, p. 47).

Lo cual significa, que el turista extranjero tiene una mayor preferencia por los hoteles y restaurantes que estén reconocidos o que hayan tenido una experiencia agradable en relación al servicio prestado durante viajes anteriores, por lo que las cadenas internacionales poseen una mayor ventaja frente a los establecimientos locales. Es por ello, que representa una competencia inequitativa para los establecimientos turísticos nacionales y locales, en el caso de los destinos *tradicionales*, puesto que dichas cadenas internacionales se encuentran conectadas con las agencias turísticas internacionales o poseen las propias, originando que regularmente los turistas que visitan al destino a través de estas agencias sólo utilicen los servicios que dichas empresas ofrecen.

Esto último se vio reflejado en Acapulco con la entrada de las empresas transnacionales a finales de los 60's y sobre todo en la década de los 70's, entre las que se encuentran *Western, la Americana hotels,*

la Pierre, la Marriot, la Hyatt y la Sheraton (Valenzuela; 2012); quienes desplazaron a los establecimientos de hospedaje locales, en lo que respecta a la recepción de turismo extranjero, al contar con instalaciones más sofisticadas. Además que estas nuevas cadenas internacionales de hoteles que llegaron al puerto guerrerense, fueron producto de la falta de oferta de hospedaje, por lo que las propias aerolíneas extranjeras, como *Trans World Airlines (TWA)*, motivaron al establecimiento de complejos turísticos internacionales, debido a que necesitaban cubrir la demanda de los turistas que transportaban (VALENZUELA; 2012). Con respecto a esto, nos menciona Ernesto Valenzuela:

con su diseño de paquetes de viajes, promociones y descuentos, los hoteles transnacionales lograron captar a un mayor número de turistas. Algunos ofrecían incluso el transporte aéreo, ya fuera porque tenían convenios con las aerolíneas o porque formaban parte del mismo holding empresarial (VALENZUELA; 2012, p. 116).

Es importante señalar que la entrada de capitales extranjeros en la industria turística no sólo trae consigo beneficios para el desarrollo de los centros turísticos, sino también generan una serie de repercusiones que impacta en la sociedad donde se instalan estos, como lo menciona David Korten:

[...] cuando las políticas gubernamentales ofrecen facilidades y privilegios que favorecen a las grandes empresas se impacta positivamente los costos de producción, que son asumidos por terceros (las comunidades), que en ninguna forma participan o se benefician con la transacción. Es lo que los economistas denominan "externalización de los costos de producción" que es una práctica injusta y presente sobre todo en las grandes empresas porque privatizan la ganancia y socializan los costos (citado por JIMÉNEZ, 2010, p. 18).

Esto redundo en que existe un aprovechamiento acelerado de los recursos de la región por parte de estas transnacionales, pero que lejos de traer beneficios para la comunidad que posee estos recursos, sólo va en detrimento de la calidad de vida de la misma, ya que es dicha comunidad la que absorbe los costos para el funcionamiento de estas nuevas empresas.

Para los años 80's en el noroccidente mexicano se habían configurado tres destinos turísticos, Mazatlán, Puerto Vallarta y Los Cabos; aunque éste

último sería hasta finales de esta decena cuando empezaría adquirir importancia como centro turístico internacional de *sol y playa*; mientras que Puerto Vallarta en estas mismas fechas ya se consolidaba como el puerto más importante del noroccidente mexicano, esto se reflejaría en la afluencia turística, ya que para 1988 el puerto jalisciense recibía alrededor de 709,707 visitantes provenientes del extranjero (ARNAIZ; VIRGEN, 2008).

Mientras eso, su más cercano competidor regional lo representaba Mazatlán que reflejaba, en ese mismo año, un arribo de 285,690 visitantes extranjeros, que representaba una cifra muy por debajo del presentado en Puerto Vallarta; por último Los Cabos en 1988 registraba un 138,300 turistas extranjeros (BARBOSA; SANTAMARÍA, 2006). Sin embargo, para la última década la situación cambiaría con respecto a Los Cabos, puesto que se consolidaría como el segundo destino de *sol y playa* de la región por debajo de Puerto Vallarta y desplazando a Mazatlán, como lo vemos en la tabla 1.

TABLA 1. Afluencia turística extranjera en los principales destinos turísticos del noroccidente mexicano 1990-2000.

Fuente: Tabla elaborada a partir de Santamaría (2005) y Barbosa y Santamaría (2006).

La tabla 1 nos refleja como Los Cabos a partir del

Año	Mazatlán	Puerto Vallarta	Los Cabos
1990	243,916	1,678,376	228,000
1991	229,259	1,683,167	266,000
1992	206,165	1,610,154	240,300
1993	212,791	1,920,253	251,100
1994	211,606	1,750,430	311,400
1995	159,305	2,179,464	390,500
1996	194,884	2,988,157	478,700
1997	220,612	3,126,221	490,200
1998	222,273	2,261,227	392,000
1999	215,174	3,431,350	442,200
2000	190,872	3,415,755	464,200

año de 1991 desplazaría a Mazatlán en afluencia turística extranjera; sin embargo seguiría estando muy por debajo de Puerto Vallarta, puesto que para este mismo año registraba una afluencia extranjera de 1,683,167 turistas. Eso representaba alrededor de un setecientos por ciento de lo que registraba Los Cabos.

Entre los factores más importantes que explican este crecimiento de Puerto Vallarta en la década de

los 90's lo constituye la diversidad en la conectividad que poseía el puerto jalisciense; prueba de esto se reflejaba en 1994, año en que entra en vigencia el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), ya se contaba con una mayor cantidad de aerolíneas aéreas extranjeras en México, las cuales empezaron a establecer una red de conectividad de los principales centros turísticos hacia Estados Unidos.

Sin embargo, en esta configuración de la conectividad aérea mexicana destinos como Mazatlán quedaban marginados por la poca demanda extranjera que se tenía. Prueba de esto sería el comunicado que publicarían las empresas *charteras*: MLT, *Morris Air* y *Town and Country*; anunciando el decremento de las ventas en la temporada invernal 1993-1994, esta última empresa además aseguraba que sólo el 30 por ciento de sus pasajeros optaban por quedarse en las playas mazatlecas, mientras que el resto preferían a Puerto Vallarta como destino (SANTAMARÍA, 2005).

A pesar de que Puerto Vallarta recibió más turistas extranjeros durante el último decenio de la pasada centuria, la siguiente tabla (tabla 2), nos demuestra que la conectividad aérea no era la base del crecimiento en la afluencia turística de Puerto Vallarta, puesto que para 1995 el puerto jalisciense recibía 3,229 vuelos internacionales (v-int.), con un total de 271,869 pasajeros; mientras que Los Cabos registraba la llegada de 4,851 v-int., con 367,066 pasajeros; por su parte Mazatlán presentaba el arribo de 1,107 v-int., que representaba 1,107 pasajeros; esto nos refleja que Los Cabos, poseía una mejor conectividad que Puerto Vallarta y Mazatlán.

Esta tendencia referente al posicionamiento de Los Cabos con respecto a la conectividad aérea frente a sus competidores regionales continuaría durante el resto de la década de los 90's (véase tabla 2). Sin embargo, para el año 2000 a pesar de que Los Cabos seguía recibiendo una cantidad mayor de vuelos internacionales, con respecto a la llegada de pasajeros sería desplazado por Puerto Vallarta, puesto que el puerto sudcaliforniano registraba el arribo de 584,035 pasajeros internacionales, por 792,197 que recibiría el puerto jalisciense; mientras que Mazatlán recibiría tan sólo 175,084 pasajeros internacionales.

Tabla 2. Arribo de vuelos internacionales y número de pasajeros de los principales destinos de sol y playa del noroccidente de México (1994-2000).						
AÑO	MAZATLÁN		PUERTO VALLARTA		LOS CABOS	
	VUELOS INT.	PASAJEROS INT.	VUELOS INT.	PASAJEROS INT.	VUELOS INT.	PASAJEROS INT.
94	1,906	119,072	3,289	275,343	4,394	312,503
95	1,107	80,785	3,229	271,869	4,851	367,066
96	1,266	81,124	3,526	309,978	6,223	436,978
97	1,323	80,113	3,581	337,233	6,704	510,923
98	1,349	81,715	3,830	337,957	1,942	377,394
99	823	ND	3,578	364,303	6,884	509,037
2000	1,888	175,084	6,014	792,197	8,078	584,035

Fuente: INEGI: Cuadernillos estadísticos de los Estados de Sinaloa, Jalisco y Baja California Sur, 1994-2001.

Para finales del siglo XX el destino turístico que perdería gran competitividad en relación a la afluencia turística internacional sería Mazatlán, esto debido, en contra parte de sus competidores, existía una escasa conectividad en el puerto sinaloense.

Esto se puede explicar en parte a por la llegada de empresas transnacionales a México por motivo de la modificación del art. 27 constitucional y la creación de la figura legal del fideicomiso, que trajo consigo un gran número de empresas transnacionales en el campo de la hotelería propiciando un gran desarrollo en aquellas regiones donde se posicionaron, que para el caso del noroccidente mexicano serían beneficiado los destinos de Puerto Vallarta y Los Cabos.

Este primero a pesar de ser un puerto tradicional que en sus inicios se constituiría principalmente con inversión nacional y local, para estas fechas de los noventas registraba hoteles de gran turismo como el *Buganvillas Sheraton* que abrió sus puertas en 1980, y para 1993 los hoteles y condominios: *Westin Regina*, *Club Regina Condominiums*, *Mayan Palace*, *Marriot Casa Magna*, *Meliá Puerto Vallarta*, *Velas Vallarta*, *Villas Pacifico* y *Nautilus* (ARNAÍZ, DÁCHARY, 2006).

La mayoría eran hoteles de cadenas hoteleras de prestigio internacional, lo que vino a elevar el posicionamiento del destino, y que se vería reflejado en las décadas posteriores al convertir a esta región turística en la segunda de más importancia, sólo por detrás de Cancún, en lo que respecta a captación de turismo extranjero.

4 CONCLUSIONES

A partir de la utilización de la figura del *fideicomiso*, por parte del gobierno federal, para la

adquisición de los terrenos ejidales en las costas, y el desarrollo de la infraestructura turística de las principales zonas turísticas del país con recursos provenientes de instituciones internacionales como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional (WILSON; CABEZAS; 2008).

Se generó una nueva era del sector inmobiliario del país, dando como resultado la llegada de las empresas transnacionales de la hotelería a los *CIP*, como Cancún, Huatulco; y posteriormente a Los Cabos. Así como también instalándose en algunos centros *tradicionales* como Acapulco y Puerto Vallarta.

Este fenómeno creó una nueva atmósfera de competencia en los destinos de *sol y playa* en el noroccidente mexicano; en donde aparecen tres tipos de destinos de acuerdo al desarrollo inmobiliario, compitiendo en condiciones diferentes; por un lado los centros turísticos *modernos*, como lo constituiría Los Cabos, el cual poseía una amalgama de empresas transnacionales dedicadas a la industria del turismo que elevaban el prestigio del destino debido a la calidad de los servicios que prestan; así como también contaban con un desarrollo de la infraestructura pública debido al apoyo que tenían por parte del gobierno federal a través del FONATUR.

Un segundo tipo de destino sería el *mixto*, que se refiere a destinos *tradicionales* que se vieron beneficiados con la llegada de hoteles y restaurantes de cadena internacional que venían a complementar la infraestructura turística que se tenía. Permitiendo, al igual que en los *modernos*, elevar el prestigio del destino con una mayor calidad en los servicios de hotelería y alimentos, como fue el caso de Puerto Vallarta, que a partir de la década de los 80's con la construcción de la Marina Vallarta, y el despegue del

municipio nayarita de Bahía de Banderas en los años posteriores, incrementaron la infraestructura turística del puerto con la llegada de estas empresas transnacionales, estableciendo una región turística conocida como Bahía de Banderas compuesta por los estados de Nayarit y Jalisco.

En este tipo de destino también contaba en gran medida con el apoyo de los recursos federales para el mejoramiento de la infraestructura pública. Por último, se encuentran los destinos *independientes*, los cuales no contaron con la llegada de hoteles de cadena internacional por lo que el crecimiento de su infraestructura turística se realizó de forma más lenta, con una inversión local y nacional.

Lo que originó una desventaja al competir con los destinos *modernos y mixtos*, en lo que concierne a la calidad de los servicios prestados. Por otra parte, este destino recibía un apoyo mínimo del gobierno federal para el mejoramiento de la infraestructura pública, como se hacía en los *modernos y mixtos*; lo mismo pasaría en el tema de la promoción turística.

Este último fue el caso de Mazatlán, el cual hasta la primera década del siglo XXI, poseía una infraestructura hotelera con más del 90 por ciento de capital local y nacional; y al mismo tiempo sus empresarios turísticos constantemente señalaban la falta de apoyo por parte de las instituciones federales, sobre todo en lo que concierne a la inclusión de Mazatlán en los paquetes de promoción turística.

Es importante aclarar que gran parte de las transnacionales en hospedaría que llegaban a los centros turísticos *modernos y mixtos*, lo hacían a través de franquicias. Lo que significaba que no existían, en la mayoría de las ocasiones, una inversión extranjera directa en el destino, sino que estas cadenas hoteleras y restauranteras se instalaban a través de empresarios nacionales que adquirían la franquicia o “marca” de una cadena internacional. Teniendo los beneficios que esto conllevaba, como sería los controles de calidad de estas empresas, cartera de clientes internacionales, promoción turística y el prestigio de la “marca”.

Tomando en cuenta la nueva atmósfera de competencia que se presentó en México con el arribo de las cadenas internacionales al sector turístico, podemos concluir que a partir de la década de los 70's la industria turística mexicana entró en una nueva lógica de mercados conducidos por estos entes económicos lo que a diferencia de la primer etapa, en

este periodo la competencia estaría conducida por los recursos fortalecimiento de la infraestructura pública y hotelera que lograron consolidar los destinos turísticos. Esta afirmación la podemos exponer en tres puntos:

1. La llegada de las cadenas internacionales de hoteles y restaurantes permitieron una competencia desleal frente a los hoteles independientes (principalmente inversionistas locales), ya que estos entes económicos, actúan bajo una lógica empresarial de *cadena de valor*, lo que significa que constituyen una red de empresas interconectadas que cubren cada uno de los aspectos que complementan al sector servicios, como pueden ser: agencia viajes, bancos de crédito, aerolíneas, hoteles, restaurantes, agencias promotoras, entre otras; que permiten una afluencia constante de visitantes al destino donde se incrustan. Mientras que los hoteles independientes se ven reducidos sus esfuerzos a las redes que puedan construir con algunas agencias de viajes, aerolíneas u otras empresas que complementen el servicio que ofrecen. Esto ocasiona un control de los flujos turísticos hacia las regiones donde se localizan las transnacionales. Por otra parte, estas empresas transnacionales, generalmente, proporcionan una alta calidad en los servicios que ofrecen, puesto que poseen una larga tradición en el sector servicios, además de contar con personal cualificado en cada una de las áreas que contienen; mientras que los empresarios hoteleros independientes, en ocasiones, no poseen conocimientos plenos del sector turístico, por lo que la experiencia la van adquiriendo conforme a las necesidades que se van presentando.
2. Las cadenas internacionales cuentan con el total apoyo del gobierno federal para su constitución, en aspectos como, la adquisición de los predios, infraestructura y servicios públicos, y beneficios fiscales; generando un desarrollo en las regiones donde se instalan. Por lo que podemos decir, que aunado a los recursos *heredados* que posee el destino, se efectúa un incremento de recursos *creados y factores de soporte*, como las vías de comunicación, infraestructura turística y pública, promoción turística, servicios públicos, inversión privada y mano de obra calificada.
3. Por último, la constitución de estas transnacionales elevan el prestigio de los destinos que la poseen, debido al posicionamiento de la “marca”, que es construida a partir de la calidad en los servicios que ofrecen, lo que genera un mayor sentimiento de *confianza* para el turista internacional de élite.

BIBLIOGRAFÍA

- DACHARY, A. C., BURNE, S. M. A.. *Globalización, turismo y sustentabilidad*. México, PANDORA, 2002.
- DACHARY, A. C., BURNE, S. M. A. (Coord.). *Bahía de Banderas: a futuro construyendo un porvenir 2000-2025*. Puerto Vallarta, Centro Universitario de la Costa (UdeG), 2da. Edición, 2006.
- DEBBAGE, K. G.; DIMITRI, I.; The cultural turn? Toward a more critical economic geography of tourism. In: LEW, A. A.; HALL, M.; WILLIAMS, A. (Edit.). *A companion to Tourism*. Australia, BLACKWELL PUBLISHING, 2004.
- DWYER, L.; CHULWON, K.; *Destination Competitiveness: A model and Determinants*; Australia, 2003.
- ESSER KLAUS, HILLEBRAND WOLFGANG, MESSNER DIRK y MEYER-STAMER JÖRG; Competitividad sistémica: Nuevo desafío a las empresas y a la política: Santiago, *Revista CEPAL*, n°59, 1996.
- ESPINOZA GARCÍA, Y. O. *La competitividad de Mazatlán como destino turístico internacional en el noroccidente de México 1970-2010*. Tesis Doctoral, UAS; Culiacán, 2015.
- GRACIA HERNÁNDEZ, M. La competitividad sistémica: elemento fundamental de desarrollo regional y local; México. *Revista Ciencia y Mar*, 2006.
- INEGI - Instituto Nacional de Geografía y Estadística. *Cuadernillos estatales*; edit. INEGI, México, 2000.
- INEGI - Instituto Nacional de Geografía y Estadística. *Cuadernillos estadísticos de los Estados de Sinaloa, Jalisco y Baja California Sur, 1994-2001*. Edit. INEGI, México, 2002.
- JASSO, A., GÓMEZ, A. S.; *Estudio Comparativo de Playas: Mazatlán, Acapulco, Cancún y Los Cabos (1970-2005)*; Culiacán, UAS, 2006.
- JAVIER OROZCO, A.; NÚÑEZ MARTÍNEZ, P.; VIRGEN AGUILAR, C. R. (Coord.); *Desarrollo Turístico y Sustentabilidad Social*; México, Editorial PORRUA, 2008.
- JIMÉNEZ, MARTÍNEZ, A. J.; *Desarrollo turístico y sustentabilidad: el caso de México*; México. Editorial PORRUA, 2005.
- JIMÉNEZ, MARTÍNEZ, A. J.; *Cadenas hoteleras: estrategias y territorio en el Caribe mexicano*; México. Editorial PORRUA, 2010.
- MAZARO, R. M. *Competitividad de Destinos Turísticos y Sustentabilidad Estratégica*; Barcelona, Universidad de Barcelona (tesis doctoral), 2006.
- PORTER, M. E. *La Ventaja Competitiva de las Naciones*; Buenos Aires, Vergara, 1990.
- SANSÓN PIMENTEL, M. Análisis de la actividad turística mexicana y la importancia de crear la unión de ejidos y comunidades turísticas. In: JAVIER OROZCO, A.; NÚÑEZ MARTÍNEZ, P.; VIRGEN AGUILAR, C. R. (Coord.). *Desarrollo Turístico y sustentabilidad social*; México, Editorial PORRUA, 2008.
- SANTAMARÍA GOMÉZ, A.; *Del alba al anochecer: el turismo en Mazatlán (1972-2004)*; Culiacán, UAS, 2005.
- SANTAMARÍA GÓMEZ, A.; ESPINOZA GARCÍA, Y. O.; *Norteamericanos en el paraíso. Inversiones y turistas en Mazatlán (siglo XX)*; México, JOSELYN, 2011.
- SHAW, G.; WILLIAMS, A.; *Tourism and Tourism Spaces*; California, Editorial SAGE, 2004.
- VALENZUELA VALDIVIESO, E.; *Evolución e Impacto Territorial de los Establecimientos de Hospedaje en Acapulco (1930 – 1980)*; López, A. L., et al.; *Lo Glocal y el Turismo: Nuevos Paradigmas de Interpretación*; México, Academia Mexicana de Investigación Turística (AMIT), 2012.
- WILSON TAMAR, D.; CABEZAS, A. L. (Coord.); *Latinoamérica perspectivas*, Riverside, Editorial SAGE, 2008.