




Desarrollo Crisis y **TURISMO**



Stella Maris Arnaiz Burne
Judith Juárez Mancilla
Coordinadoras

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Desarrollo, Crisis y TURISMO

Desarrollo, Crisis y TURISMO

Stella Maris Arnaiz Burne
Judith Juárez Mancilla
Coordinadoras

Universidad de Guadalajara
2015

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Itzcóatl Tonatiuh Bravo Padilla

Rector general

Miguel Ángel Navarro Navarro

Vicerrector ejecutivo

José Alfredo Peña Ramos

Secretario general

Centro Universitario de la Costa

Marco Antonio Cortés Guardado

Rector

Remberto Castro Castañeda

Secretario académico

Gloria Angélica Hernández Obledo

Secretaria administrativa

Primera edición, 2015

D.R. ©2015 Universidad de Guadalajara

Centro Universitario de la Costa

Av. Universidad 203, Delegación Ixtapa

48280 Puerto Vallarta, Jalisco

ISBN: 978-607-742-163-4

Impreso y hecho en México

Printed and made in Mexico

Contenido

Prólogo	9
Marco Antonio Cortés Guardado	
Turismo y globalización en un mundo en crisis	13
Alfredo César Dachary	
Stella Maris Arnaiz Burne	
Desarrollo y Turismo: La preeminencia del modelo de enclave en México y sus efectos en el desarrollo local	28
Ulises Castro Álvarez	
María Alicia Fonseca Morales	
Roberto López Sánchez	
Competitividad en el destino turístico de La Paz, Baja California Sur	46
Judith Juárez Mancilla	
Reyna María Ibáñez Pérez, Plácido R. Cruz Chávez	
José I. Urciaga García, Gustavo R. Cruz Chávez	
Crisis y recuperación del turismo en Centroamérica y el Caribe	67
Stella Maris Arnaiz Burne	
Fernanda César Arnaiz	
Francisco Javier Ruiz Hermoso	
Crisis en el turismo. Estrategias para una región en transición del Pacífico medio mexicano	81
Gabriela Scartascini Spadaro	
Luis Antonio Anaya Rodríguez	

La crisis global y el turismo	98
Carlos Gauna Ruiz de León Rosa Elizabeth Vargas Muñoz	
La crisis en la actividad turística: El caso de Puerto Vallarta	113
Carlos Rogelio Virgen Aguilar	
Turismo y economía: Una relación incomprendida	130
César Gilabert	
Territorio, urbanismo y crisis en el espacio del turismo. Apuntes sobre la gestión metropolitana en la Bahía de Banderas	147
José Alfonso Baños Francia Rodrigo Tovar Ramírez Manuel Muñoz Viveros	
Crisis económica y turismo, notas de reflexión	171
Alfonso Zepeda Arce Lorena Trinidad Medina Esparza Ana Guadalupe Nuño Rodríguez	
Análisis de la planeación estatal e intervención de la educación en la actividad turística como factor de la competitividad y desarrollo local	183
Verónica Reyna Galaviz Rivas Bibiana Andrea Bohórquez González Mario Enrique Arciniega Márquez	
El fenómeno <i>low cost</i> y su impacto en las economías	206
Lorena Trinidad Medina Esparza Alfonso Zepeda Arce Martha Cristina Bañuelos Hernández	
Desarrollo turístico en Puerto Vallarta y su impacto en el medio ambiente	221
Melchor Orozco Bravo Angélica Beatriz Contreras Cueva Nanzuyt Saray Valenzuela Avalos Sergio Roberto Dávalos García	

Estrategia para impulsar el desarrollo rural sustentable en la región de los humedales de Las Haciendas, municipio de Santiago Ixcuintla, Nayarit	243
Eusebio Rodríguez Hernández José Benito García Carmona	
Fortuna de Vallejo, Nayarit. En el programa de Pueblos Mágicos	269
María del Carmen Enciso Peña María de los Ángeles Huízar Sánchez	
La crisis de identidad en Puerto Vallarta y su influencia en la promoción del destino	293
Sandra Luz Zepeda Hernández María de los Ángeles Huízar Sánchez María del Carmen Enciso Peña	
La diversificación del producto turístico ante las crisis de un desarrollo regional en Nayarit	309
Rodolfo Rosales Herrera Leonor Guadalupe González Cortés	
Identidad generacional y calidad de vida en la Meseta de Juanacatlán, Nayarit	326
Dagoberto Jacobo Garrafa Bertha Alicia Villaseñor Palacios Luis Gabriel Torres González	
Turismo de salud. Introspectiva de impactos y crisis en Bahía de Banderas	347
Rafael Villanueva Sánchez Miguel Navarro Meza Jorge Luis López Ramos	
Turismo rural y desarrollo local, en El Colomo, municipio Bahía de Banderas, Nayarit	362
María Alicia Fonseca Morales David Israel González Valadez	
Competitividad turística: Colima y su patrimonio cultural	376
Irma Magaña Carrillo Karla Yolanda Covarrubias Cuéllar Vicente Alejandro Jiménez Olivera	

Procedimiento para valorar la percepción del habitante sobre el desarrollo turístico del destino.	
Aplicación Manzanillo	396
Ernesto Manuel Conde Pérez	
Irma Magaña Carrillo	
Desarrollo local y turismo:	
Caso San Luis Río Colorado, Sonora, México	413
María Reyes Llamas Paz	
Salvador Adame Gómez	
Virginia Zambrano Medina	
Migración y calidad de vida en Las Jarretaderas, municipio de Bahía de Banderas, Nayarit	436
Laura Consuelo Rivera González	
Luz Angélica Ceballos Chávez	
Stella Maris Arnaiz Burne	
Autores	453

Prólogo

Marco Antonio Cortés Guardado

En las últimas décadas, el turismo se ha convertido no solo en uno de los principales generadores de crecimiento económico y social en el mundo, sino también en uno de los principales impulsores del comercio internacional. A pesar de la reciente crisis económica mundial, el turismo sigue siendo una de las industrias mundiales más dinámicas y uno de los mayores generadores de riqueza y empleo. Si bien, en los países de altos ingresos siguen teniendo la mayor cuota absoluta de mercado turístico, el crecimiento del turismo internacional ha sido particularmente dinámico en los países emergentes en los últimos años.

Sin embargo, no se puede ignorar el carácter incierto y vulnerable de este sector, especialmente en un mundo cada vez más proclive a los desastres. El riesgo es un elemento central del concepto de vulnerabilidad. Durante las últimas décadas, la aparición de nuevas tecnologías potencialmente dañinas, como la energía nuclear y el calentamiento global de los cambios climáticos, han propiciado que cada vez más los investigadores de las más diversas disciplinas académicas (psicólogos, economistas, geógrafos, sociólogos y antropólogos) se concentren en el tema del riesgo.

En efecto, algunos estudiosos se han concentrado en revelar una serie de efectos económicos secundarios, socio-culturales y ambientales no deseados del turismo en los países emergentes, tal como la generación de inequidad, inflación, dependencia de importaciones, sobre-explotación de los recursos naturales, daños ambientales y desarraigo cultural. Las crisis y los eventos traumáticos de alcance mundial también han impulsado la investigación turística en centrarse más en los riesgos.

La literatura al respecto también hace hincapié en la volatilidad de la demanda turística internacional debido a las fluctuaciones de los tipos de cambio, las crisis económicas, las tendencias del mercado, los conflictos, el terrorismo, los peligros de catástrofes naturales y las pandemias. Esto es, la evaluación de riesgos

y gestión de crisis son preocupaciones sumamente importantes para la industria turística.

Los países emergentes son proclives a sufrir las fluctuaciones de la demanda de la industria turística. Estas naciones son particularmente susceptibles a los acontecimientos traumáticos tales como desastres naturales y conflictos violentos, así como a las consecuencias negativas del cambio climático y las crisis económicas globales. No obstante, se ha observado que los países emergentes tienen ventajas absolutas y comparativas en el turismo debido a su abundancia de mano de obra barata y recursos naturales explotables.

Sin embargo, para muchos de estos países, la economía global amenaza a su medio ambiente con la explotación de sus recursos y la búsqueda de beneficios a corto plazo. La explotación irracional de los recursos ambientales para el ecoturismo puede llegar a ser, en términos de las consecuencias ambientales negativas, poco diferente a la del turismo de masas (de hecho, tal vez incluso más perjudiciales), dado que los entornos ecoturísticos son ricos en biodiversidad y altamente susceptibles al daño.

Si bien, no hay una definición universalmente consensuada de lo que constituye una crisis, pero sí es posible establecer que al menos tres elementos deben estar presentes para ser considerada como tal: primero, un hecho desencadenante que cause o que tenga el potencial de causar un cambio significativo; segundo, la percepción de incapacidad para hacer frente a este cambio; y, por último, una amenaza para la existencia de los prestadores de servicios turísticos y los turistas mismos. Toda crisis es única con una notable gama de posibilidades; sin embargo, todas ellas exhiben lo inesperado, la urgencia y el peligro. Las crisis del sector turístico generalmente muestran estas características.

De ahí la importancia de la obra que ahora tiene en sus manos. Este libro es una recopilación de 24 trabajos de análisis, reflexiones, advertencias y propuestas serias y puntuales desde diferentes ángulos, perspectivas y aproximaciones de las crisis que afronta este sector. Este mosaico de investigaciones en torno a tres rostros fundamentales de nuestra realidad: el desarrollo, el turismo y la crisis, destacan por el rigor en el análisis, lo acertado de sus hallazgos y lo pertinente de sus propuestas.

Todo ellos se enfrascan en una intrincada travesía de deliberación multidisciplinar coordinados por el doctor Alfredo A. César Dachary y la doctora Stella Maris Arnaiz Burne, investigadores imprescindibles y referencias obligadas cuando al estudio del turismo se refiere y formadores infatigables de selectos investigadores de alto nivel.

En la actualidad, la industria turística está siendo moldeada por nuevos imperativos globales y está adoptando novedosos principios de organización y gestión, incluida la calidad, la flexibilidad, la personalización, la innovación, la integración diagonal y la racionalidad ambiental.

Un nuevo turismo está emergiendo, impulsado por los nuevos consumidores, nuevas tecnologías, nuevas prácticas de producción, las nuevas técnicas de gestión, y los cambios condicionados por la globalización.

Esta obra pretende, si bien no ser exhaustiva en la múltiple variedad de condicionantes, tocar al menos varios de ellos y ser atractivo para especialistas, útil para los estudiantes e interesante para todo aquél interesado en el tema.

Turismo y globalización en un mundo en crisis

Alfredo César Dachary
Stella Maris Arnaiz Burne

La profunda crisis que estalla en el 2008 en los denominados países centrales, específicamente en Estados Unidos y la Unión Europea, inicialmente en los cuatro grandes países latinos del sur: Grecia, Italia, España y Portugal y que se propaga a Irlanda, la propia Gran Bretaña, Francia y toda la denominada «Europa del Este», no se puede entender con la lógica utilizada en crisis anteriores.

No solo porque ha cambiado la estructura económica que hoy, en la era posindustrial, domina el sector terciario que tiene como estrella al financiero y los otros servicios, sino que las propias actividades que engloba se han transformado profundamente como es el caso del turismo.

El capitalismo es un proceso simultáneamente social, económico, político y cultural de amplias proporciones, complejo y contradictorio, más o menos inexorable, avasallador. Influye en todas las otras formas de organización del trabajo y vida social con las que entra en contacto (Ianni, 1996).

En este sistema hay una constante transformación que empuja al mismo a nuevos niveles, por ello este se va reinventando y potencializando hasta llegar hoy a ser un fenómeno planetario, aunque la globalización real alcance a menos de la mitad de la población del mundo, los que tienen posibilidades de consumir.

Por ello es que la globalización, como fenómeno mundial, entra decisivamente en el diseño y rediseño del mapa del mundo, creando naciones, colonias, metrópolis e imperios y, dentro de estos, islas con una asimetría profunda, que también redimensionan las relaciones mundiales a partir de la geopolítica y la geoeconomía.

Esta nueva situación lleva a buscar respuestas diferentes a las que tradicionalmente se hubieran dado ante la crisis para el caso del turismo, por varias razones. Primero, porque el turismo cambió como modelo de desarrollo al asumir otras formas antes no abordadas; segundo, porque la sociedad cambió como mercado de consumo; y tercero, por las nuevas tecnologías que aceleran las variables

inestables de tiempo y espacio llevando a nuevas y complejas oportunidades y respuestas a un tema emergente.

Esto es lo que pretendemos abordar en este trabajo combinando el estado de la crisis con las nuevas opciones y estrategias que la globalización plantea como nuevos retos de un sistema en permanente transformación.

¿Crisis y cambio de líderes en el mercado emisor y receptor turístico?

El mercado es el eje del mundo capitalista globalizado, por lo que el control de estos mercados es fundamental para saber los líderes de esta actividad en expansión permanente en el mundo. En este caso, los mercados emisores y receptores en el turismo son referentes fundamentales para entender esta nueva geografía del turismo mundial.

En el 2013, la Organización Mundial de Turismo (OMT) ha dado una noticia que en sí misma es el reflejo de una situación que se viene consolidando y cada vez es reconocida por más actores en el mundo: el ascenso de China a una potencia económica global y que esta pueda compartir con Estados Unidos la hegemonía antes manejada monolíticamente por el gigante de América del Norte.

Se trata de que la República Popular China, en el 2012, ha logrado ubicarse en el mayor emisor de turismo internacional en el mundo, pasando de 10 millones de ciudadanos chinos que viajaron en el año 2000 a 83 millones en el 2012, con un hecho más que los gastos de los chinos de 2011 al 2012 aumentaron en un 40%, llegando a 73,000 millones de dólares (OMT, 2013).

Los miembros del BRICS, que acompañan a China en este ascenso o emergencia, también incrementaron su presencia en el turismo. Rusia tuvo un crecimiento de un 32% y Brasil pasó del puesto 29 al 12 como país emisor para destinos internacionales.

En general, Sudamérica tuvo un incremento en el turismo como actividad del 3%, siendo Argentina la que llega al 3.5% y Brasil al 3% y el Caribe avanza un 2%, todo esto referido al PIB turístico (CEPAL, 2013).

Como podemos ver, América del Sur logra mantener un incremento en su turismo que es de un 6% más en el 2012. Para el Secretario General de la OMT, en el 2012, el turismo tuvo un incremento general de un 4% y así se pueda llegar a los 1,000 millones de turistas, pero el mayor crecimiento como era de esperar se da en las economías emergentes.

En la región Asia Pacífico se registró un crecimiento de un 7% en los primeros ocho meses de 2012; en América el crecimiento medio fue de un 4%, pero por zonas. Sudamérica creció un 6%, un 7% Centroamérica y un 5% el Caribe. África como continente tuvo un crecimiento de un 6%, el Oriente Medio de un 1%, tras la caída de los países en la primavera árabe (Portafolio, 2012).

Una sociedad diferente en un mundo cambiante

Cuando el sistema social se pone en movimiento y se moderniza, entonces el mundo empieza a parecer una aldea global, y el signo de la modernización parece ser la comunicación, la proliferación y la generalización de los medios impresos y electrónicos de comunicación, articulados en tramas multimedias que llegan a todo el mundo.

En la segunda parte del siglo XX, la industria cultural revoluciona el mundo de la cultura, transformando radicalmente el imaginario de todo el planeta, y este se expresa en la forma de una cultura de masas mundial a escala local y a nivel global.

De allí que «la angustia crítica que hoy viven todos los hombres es, en gran medida, el resultado de esta zona interfacial que existe entre una cultura mecánica, fragmentada y especializada en decadencia y una nueva cultura integral, que es completa, organizada y macro cósmica. Esta nueva cultura no depende en absoluto de las palabras. De hecho, el lenguaje y el diálogo ya tomaron la forma de interacción entre todas las formas del mundo... la computadora suprime el pasado humano, convirtiéndolo por entero en presente. Hace que sea natural y necesario un diálogo entre culturas, pero prescindiendo por completo del discurso... la palabra individual, como depósito de información y sentimiento, ya está cediendo a la gesticulación macro cósmica» (McLuhan y Power, 1991: 98-99).

Así la industria cultural adquiere alcance global y atraviesa las fronteras de todo tipo, se transforma en un poderoso sector de producción en el sentido de mercancías, lucro y plusvalía.

En el ámbito de la aldea global todo tiende a volverse representación estilizada, realidad pasteurizada, simulacro y virtualidad. La industria cultural se transforma en poderoso medio de fabricación de representaciones, imágenes, formas, sonidos, ruidos, colores y movimiento; así de manera cada vez más libre, arbitraria e imaginativa, el mundo que aparece en los medios de comunicación tiene mucho de virtual, algo que existe en abstracto por sí y en sí (Ianni, 1996).

Todo se globaliza y virtualiza, como si las cosas, la gente y las ideas se transfiguraran por la magia electrónica. McLuhan y Power (1991) vieron la tecnología como una extensión del cuerpo, antes la rueda fue una extensión del pie. Cada individuo pasa a ser un eslabón de múltiples redes de comunicación, información, interpretación, diversión, aflicción y evasión.

Cada individuo puede ser un haz de articulaciones locales, nacionales, regionales y mundiales, cuyos movimientos y centros de emisión están dispersos y desterritorializados en el mundo exterior. «La aldea global puede ser una metáfora y una realidad, una configuración histórica y una utopía» (Ianni, 1996: 78).

La aldea global es diseñada, tejida, coloreada, sonorizada y movilizada por todo un complejo de elementos dispares, convergentes y contradictorios, antiguos y renovados, nuevos y desconocidos que forman redes de signos, símbolos y lenguajes, que abarcan publicaciones y emisiones, ondas y telecomunicaciones.

En síntesis, esta nueva etapa ha comenzado a romper los paradigmas tradicionales del turismo, según los cuales, el recurso determinaba el producto, el cual estaba localizado en un determinado territorio, lo cual incidía en la viabilidad de este como producto turístico.

Las Vegas inició una revolución que fue seguida por Disney World, de desterritorializar las atracciones y reproducirlas en otro lugar como si fueran propias del mismo. En el siglo XXI, las petromonarquías del Golfo, iniciaron con Dubái a la cabeza, la construcción de realidades ajenas al territorio donde están ubicadas, transformando la geografía, el clima y demás variables fijas de un país al crear mundos o islas artificiales de ocio que no tenían nada que ver con el lugar.

Deslocalización y turismo

La Modernidad-mundo permite nuevas formas del tiempo y el espacio, que reemplazan al localismo, nacionalismo y regionalismo, ya que estos están constituidos con base en nociones de tiempo y espacio influidas por la historicidad y territorialidad del Estado-nación.

El globalismo abre otros horizontes de historicidad y territorialidad, donde el capital busca borrar las barreras espaciales opuestas al tráfico y conquista de toda la tierra para su mercado global. Por ello, anular el espacio por medio del tiempo, reducir al mínimo el tiempo que insume el movimiento de un lugar a otro, es la estrategia ya que permite operar en tiempo real.

Todo se desterritorializa, las cosas, la gente, las ideas, así como las palabras, los gestos, los sonidos y las imágenes; todo se desplaza por el espacio, atraviesa la duración, revelándose fluctuante, itinerante y volante. Y la sociedad global se transforma en un vasto mercado de cosas, gente e ideas así como de realizaciones, posibilidades e ilusiones; integra también homogeneidades y diversidades, obsolescencias y novedades.

Estos cambios transforman todo en productos del mercado, al extremo de que «al final de esta difícil mutación, el hombre se convertirá al mismo tiempo en portador de objetos nómadas y en nómada objeto del mismo. Su cuerpo se cubrirá de prótesis y luego él a su vez se convertirá en prótesis, hasta venderse y comprarse como objeto» (Attali, 1991: 87).

Así el mundo se transforma en territorio de todo el mundo, donde todo se desterritorializa y reterritorializa, todo cambia de lugar, se desarraiga, circulando por el espacio, atravesando montañas, desiertos, mares y océanos, lenguas, religiones, culturas y civilizaciones. Los medios impresos y electrónicos, acoplados a la industria cultural, transforman el mundo en paraíso de imágenes, videoclips, supermercados, *shopping center* y Disneylandia.

Por todo esto es que decíamos que el turismo ha cambiado, ha dejado de ser las vacaciones de descanso por un tiempo más corto e intensivo de consumo de ocio previamente acordado; un tiempo que es ocupado plenamente por el consumo, horas que uno debe pagar por el ocio en sus diferentes formas o servicios.

Este se mundializa, y adrenalina y aventura son lo mismo en todo el mundo, gastronomía y juego son también categorías mundiales; todo se mundializa, todo se homogeniza en un idioma común: el inglés. Los lenguajes caminan hacia otra forma de expresarse, narrar, soñar, dibujar y el celular redefine el alfabeto.

El tiempo de ocio y el trabajo se entrecruzan, se integran, se fracturan, se complementan; esto es parte del universo de la fragmentación. Se fragmenta el espacio y el tiempo, lo pensado y el pensamiento, la realidad y la virtualidad, el todo y la parte.

Se inauguran nuevas formas de narrativa. El gran relato deviene insatisfactorio, insuficiente y aparecen como alternativas métodos aforísticos: el collage, el bricolaje, el montaje, el videoclip, el pastiche, la pequeña narración, el simulacro, el virtualismo, la folklorización de lo singular y la ilusión de la identidad. Allí está el turismo presente, planteando pequeños relatos, como antídotos contra la dominación del sistema, algo que deben aceptar para ser aceptados.

Este es el clima de la posmodernidad, donde la historia sustituida por lo efímero, imagen del instante, lugar fugitivo. En esa fuga, el turismo juega un papel

fundamental al ofrecer el paraíso en dosis, el infierno en cuotas, el mundo como parque temático y la realidad como lo es.

Así se deteriora el pasado remoto e inmediato y se transforma en producto vendible, junto a la esperanza en lo imposible, ya que no se interrumpen las secuencias ni las discontinuidades, solo desaparecen del horizonte.

En la medida en que el mundo se plana, como sostiene Carr (2011), a partir de que se privilegia el dato inmediato, evidente, cotidiano, inesperado, prosaico e inesperadamente fugaz, donde se mezclan guerras con fútbol, violencia con música, el turismo como fantasía de consumo inmediato ofrece miles de opciones, todas son saltos al vacío, por una sociedad que vive la utopía como realidad.

En la posmodernidad, se disuelven los espacios y los tiempos heredados de la ilustración, sedimentados en la geografía y en la historia y articulados en la forma de pensamiento, organizados en las prácticas de los grupos y clases, partidos y movimientos, así es que hoy cada uno inventa el espacio y el tiempo que quiere, esa libertad se multiplica más aceleradamente a comienzos del siglo XXI.

El futuro es un escenario agravado del mal pasado, donde las libertades conquistadas sucumben y regresa la barbarie disfrazada de poder mágico. Así el ocio que consumimos a través de los medios se une a otras estrategias para consolidar la sociedad del riesgo como plantea Beck o del miedo (Beck, 2002).

Pero la metamorfosis del espacio y tiempo no son inocentes, no ocurren solo como productos de la tecnología, conquista de la ciencia, ya que con frecuencia lleva el contrabando de la ideología. No solo pueden sublimar la experiencia sino pasteurizar la realidad y eligen el simulacro como experiencia de hecho. Sin referentes sólidos hacia delante o atrás, nos queda solamente soñar, allí el turismo da su cuota inocente de sueños a paraísos imaginados, una forma de cura temporal a un sistema agobiante.

En síntesis, tenemos que para una sociedad capitalista se requiere una cultura basada en imágenes, por ello la realidad aparece como un gran parque temático, una forma infantil de recordar a los adultos que en los juegos se aprende, jugando con reglas gráficas establecidas.

La amenaza continua: el cambio climático y el turismo

El turismo global está amenazado por guerras, que sacan de su geografía a grandes zonas generalmente con mucho atractivo. Un ejemplo actual ha sido Egipto

que por dos años debido a la «primavera árabe» había quedado fuera de los circuitos turísticos, al igual que Túnez y, en cierta medida, Turquía y Marruecos.

Hay zonas de guerra permanente, aunque no declarada, como en Sicilia, pero el turismo sigue, o que se atenuó como en Colombia y el turismo se incrementa, o zonas de alta inseguridad como Centroamérica y el turismo está en rápido crecimiento, entonces el tema, ¿qué pasa?, ¿qué es la inseguridad en el turismo o cómo se combate?

Sin embargo, hay guerras no declaradas que siguen su rumbo de colisión y que en general afectan más al turismo que al resto del mundo. Se trata del cambio climático y sus efectos sobre los ecosistemas. El turismo tiene sus «paraísos» en el mundo insular y sus grandes zonas de turismo masivo en las áreas costeras, ambas en primera línea de la amenaza del cambio climático por el aumento del nivel de las aguas del mar.

En este caso están los países caribeños, donde la actividad turística es la principal de la región y por ello es que están amenazados, ya que el 65% de los hoteles están en las áreas costeras. En el Caribe sur es el 90% de las habitaciones las que están ubicadas en la zona costera. Para la Asociación de Estados del Caribe están amenazados las costas y los arrecifes, ambos fundamentales para el turismo y la pesca, sus dos principales fuentes de empleo y creadores de divisas.

Un estudio realizado por la Universidad Turf de los Estados Unidos plantea un problema grave generado por el calentamiento y su efecto en los países caribeños y el sur de Estados Unidos, todas estas zonas que viven del turismo. Entre ellos destacan los siguientes:

- Los niveles del mar podrían subir a mediano plazo hasta tres pies y eso afectaría a ciudades costeras como San Juan en Puerto Rico.
- Elevación de las temperaturas afectaría la llegada de turistas.
- Elevación del mar dejaría expuesta la infraestructura de acueductos, caminos y otros al embate de las marejadas.
- Algunos países, los más desarrollados turísticamente, podrían perder hasta 11,000 millones de dólares en 2025.
- Esta situación generará una gran inmigración a La Florida que deberá afrontar una reducción de sus exportaciones y asumir estos emigrados climáticos.
- Las personas vulnerables en el Caribe insular son unos 40 millones.

El estudio denominado «El Caribe y los cambios climáticos: los costos de una nación», plantea que para el 2025, habría dos grados más Fahrenheit y un aumento de un pie en el nivel del mar.

Hay una diferencia entre la previsión del tiempo y del clima según Lovelock, y por ello es que el cambio climático es susceptible de previsión y que tantos científicos están razonablemente convencidos que un ascenso del nivel del dióxido de carbono a 500 ppm, ascenso que ya es inevitable, irá acompañado de un profundo cambio climático (Lovelock, 2007).

La posición de Lovelock, el padre de Gaia, coincide con la del Panel Intergubernamental para el Cambio Climático (IPCC) que sostiene que la concentración de gases de efecto invernadero ha aumentado exponencialmente desde principios de la era industrial y, en particular, a lo largo del siglo XX.

Las emisiones de gases de efecto invernadero a la atmósfera han provocado un aumento de la temperatura media del planeta de alrededor de un grado durante los últimos cien años, y a fines de este siglo el planeta puede haberse calentado entre uno y tres grados. En este último caso, las consecuencias sobre nuestra civilización pueden ser dramáticas (elevación del nivel del mar, sumergiendo a las ciudades costeras, avance del desierto a los climas templados, etc.) (Gómez, 2009).

Los grandes centros de climatología trabajan con grandes modelos del clima a futuro, los Modelos globales de circulación (GCM), que predicen un ascenso de la temperatura global promedio entre un 1.5° y 4.5° por una duplicación del dióxido de carbono, que significaría una duplicación del efecto invernadero, que se presume sucederá alrededor de 2030, si se sigue emitiendo gases invernaderos a la tasa actual (Leggett, 1998).

Lomborg, que para algunos académicos es un representante de la corriente cornucupiana, considera que «el calentamiento global es real y está causado por el hombre y el impacto que dejará sobre los seres humanos será grave hacia finales de siglo» (Lomborg, 2008: 20).

Sin embargo, Lomborg es crítico y cuestiona que la única respuesta sea el gasto exagerado en programas de reducción de emisiones de CO₂, en vez de aplicarlo a los millones de personas que viven en la pobreza y que mueren por causas hoy curables, lo cual exigiría un menor gasto.

Hay otro grupo de académicos que niegan esta situación y lo consideran científicamente discutible, lo cual ha tenido mucha resonancia en la opinión pública cuando salieron a la luz una serie de informaciones hakeadas de la Unidad de Investigación del Clima de la University of East Anglia (Reino Unido), que termina poniendo en tela de juicio la ética científica de los investigadores del tema en esa institución.

Esta Universidad, de prestigio en el tema ambiental, está vinculada al Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático de la ONU y sus científicos habían

ocultado información, que eran más de 3,000 documentos que fueron subidos a la red, lo cual ha servido a los escépticos para consolidar sus posiciones, tal como lo señala *The Guardian* y *Washington Post*, ya que se ha ocultado información (Jalife, 2009).

Una constante en todas las reuniones internacionales ha sido la presencia de los representantes de los pequeños estados insulares, que son los primeros amenazados por el incremento de los niveles del mar, que en algunos casos ya ha comenzado a afectarlos, ya que según el estudio de estas comisiones el incremento de los niveles del mar se viene dando desde 1990 a un ritmo de 3 mm anuales.

En este caso están los países caribeños, donde el turismo es la principal actividad de la región y donde el 65% de los hoteles están en las áreas costeras, en el Caribe sur es el 90% de las habitaciones las que están ubicadas en la zona costera, de allí el tema en la Asociación de Estados del Caribe, ya que están amenazadas las costas y los arrecifes, ambos fundamentales para el turismo y la pesca (Garraway, 2005).

En el lado opuesto, hay quienes hacen negocio con el calentamiento climático. Un ejemplo de ello es que en el año 2005, Eric Schmitt descubrió una isla en Groenlandia, que en realidad siempre había existido pero había quedado oculta tras los hielos. Se le denominó «Isla del calentamiento» y la empresa Betchart Expeditions se dedica a organizar expediciones al islote a precios que van desde 3,700 a 5,100 euros.

En los últimos cinco años a un residente en Qassiarsuk, al sur de Groenlandia, Javier Gálvez, le ha crecido en su propiedad un bosque de coníferas, que ha roto el escenario de su casa siempre cubierto por la nieve, a consecuencia del deshielo provocado por el cambio climático.

La agencia de turismo Tasermit, fundada por Gálvez para atender turistas españoles, ha crecido en los últimos años a consecuencia de esta nueva situación y pasó de 200 visitantes en el 2006 a 400 en el 2007. El producto que vende es la comprobación para los viajeros que ha comenzado un gran deshielo en esa región.

En Finlandia, el deshielo ha permitido recuperar viejos caminos antes usados por motos de nieve y ahora por autocares, fruto de inviernos más cortos y más suaves, lo que les aumenta el turismo. En Noruega, se cambiaron las expediciones a pie en los glaciales por recorridos en botes; por oposición, las pistas de esquí están menos ocupadas por turistas.

Este nuevo escenario muy negativo para las mayorías y más positivo a minorías, ha llevado a que la OMT se empodere del tema cambio climático-turismo y así busque entender las relaciones entre energía y clima un sistema integrado. Se

estima que la huella climática inducida por el turismo es el 5% del total mundial, equivalente a 1,307 Mt de CO₂ en 2005 (Prats, 2008).

Se estima que el 75% del impacto del turismo como actividad en el cambio climático está dado por el transporte, incluida la movilidad al interior del destino.

En las zonas tropicales se prevé que los impactos del cambio climático serán por oposición a las tierras frías, muy desventajosos, ya que el clima es un factor fundamental en la competitividad de los destinos tropicales y se cree que generarán dos tipos de impacto. El primero, es la alteración de la estacionalidad con todo lo que ello implica al interior de cada destino, dejarán el verano y viajarán en primavera, y el segundo, aparecerán enfermedades que reducirán el flujo de turistas (Da Cruz, 2009).

La crisis ha puesto al descubierto que muchas medidas que se habían tomado en periodos de desarrollo y que lograban conservar en mejores condiciones determinados ecosistemas, tenían una contraparte que antes no se veía, y era que limitaba la inversión de los desarrolladores turísticos.

Por ello, desde que estalló la crisis han comenzado en España, país líder en el turismo de sol y playa y un gran promotor de la conservación y que era vanguardia en la legislación ambiental, grandes cambios.

En los primeros días de mayo de 2013, se aprobó en Diputados una nueva Ley de Costas que para los ecologistas solo servirá para legalizar algunas construcciones cercanas al litoral. Entre sus puntos polémicos, la ley prevé alargar el régimen de concesión atribuida a las construcciones levantadas en terreno público hasta los 75 años y, además, reduce la franja de especial protección de costa de 100 a 20 metros. La ley permitirá, además, legalizar de hecho, excluyendo los terrenos catalogados como públicos a 12 zonas de viviendas, especialmente en los alrededores de Alicante, Girona, Valencia o Málaga.

Con esta reforma «...se pone fin al intento más serio que se ha producido en España para proteger nuestro litoral...», reaccionó el portavoz de Medio Ambiente del Grupo Socialista en el Congreso, José Luis Ábalos, quien añadió que «...a España le queda menos del 30% del suelo litoral sin ocupar por actividades humanas...». Según la organización ecologista Greenpeace, en los últimos veinte años, España habría perdido diariamente la extensión de litoral virgen equivalente a ocho campos de fútbol, algo más de 50 mil hectáreas (*Milenio*, 2013/09/05).

La crisis no perdona temas y racionaliza con una lógica pragmática, que se había ocultado en épocas de auge económico y se expresaba con aparente ecologismo del Estado y los partidos políticos, como respuesta a la toma de conciencia de la sociedad civil.

¿Turismo interior o exterior en los países periféricos?

El presidente de Estados Unidos, Bill Clinton, fue el primero en reconocer que ya hay una mínima diferencia entre comercio interior y exterior, ya que la mayoría de los productos tienen un componente externo y ello rompe con la tradicional dicotomía, que viene de la pasada etapa, la era industrial.

Durante su mandato varios estados de Norteamérica generaron sus propias secretarías de Comercio Exterior a fin de poder ampliar el comercio y alianzas para inversiones dentro y fuera de cada Estado, todos integrados en un mundo global.

Lo interior y lo exterior ha comenzado a borrarse por varias razones; en los países pequeños, porque los límites son una formalidad y la distancia un determinante de la posibilidad de poder viajar hacia un lugar u otro.

La globalización actual incide cada vez más sobre el tiempo y el espacio, a través de nuevas tecnologías, de la creación de gran infraestructura y esto trae como consecuencia que el territorio de ocio periférico a las grandes ciudades se amplió más de lo previsto, llegando en algunos casos a cerca de los 200 km desde el emisor metropolitano.

Con la profundidad y amplitud de la crisis en muchos países, principalmente los más desarrollados, se promovió el turismo interno como una salida y, en cierta medida, como compensación a la caída del turismo internacional.

En América Latina ha habido más resistencia a tomar en consideración el turismo interior como alternativo a los turistas extranjeros, pero la propia dinámica del capitalismo global ha ido ampliando el territorio del ocio-turismo de las grandes metrópolis como emisores fundamentales y se ha generado una «recuperación de lugares en crisis».

Así mismo, la dicotomía campo-ciudad empieza a desdibujarse al reducirse las distancias e implementarse un sistema de comunicación en tiempo real que no solo nos permite estar informados sino trabajar, tener ocio y demás actividades antes impensadas cuando lo rural significaba aislamiento.

En el caso de México, Acapulco, que fuera una de las grandes playas del turismo mundial hoy ha cambiado a ser algo local, pero que mantiene con vida la gran infraestructura hotelera que existía, pese a la compleja situación de inseguridad que hay.

La ampliación del desarrollo del turismo con los turistas nacionales en países como México, se hace difícil, pese a que el turismo nacional es cerca de cuatro veces lo que son los turistas internacionales, porque este se da fuera de las zonas

planificadas para el turismo masivo, las ciudades turísticas, como Cancún, Puerto Vallarta o Los Cabos.

El tema de fondo es que el turismo nacional se mueve por otra lógica diferente: las fiestas locales, los santos, los grandes eventos de los pueblos, donde la mayoría de la actividad económica no es registrada y, por ende, no está bajo control del Estado y el poder económico.

Para hacerlo posible se requiere una gran inversión, comenzando por la lucha contra la pobreza, la inseguridad, el equipamiento, para una sociedad donde el 82% de la población tiene un nivel de carencias (CONEVAL, 2009).

El turismo interior es posible que se transforme en una salida rápida a la crisis de turistas extranjeros cuando las zonas rurales y los pueblos estén dotados de todos los servicios y equipamiento, para poder integrarlos plenamente. Esto es lo que ocurre en España y que le permite una opción de fácil manejo: el turismo interior en sus diferentes opciones.

Al final, la crisis pone en evidencia en los países en desarrollo las contradicciones que hay entre zonas planeadas para el turismo, un verdadero turismo de burbuja y el resto del territorio con sus limitaciones y problemas.

Conclusiones

El proceso de globalización que puede ser definido de diferentes maneras, según sean los autores, pero que coinciden en este complejo entramado que tiende a ocupar todo el planeta sin que todos lo puedan vivir plenamente, ha ido transformando la sociedad, sus agrupamientos de clases a segmentos, sus gustos, su «moral» y, en general, todo lo que implica una ruptura con la primera generación de la posguerra, etapa donde Estados Unidos lidera con una generación denominada *baby boomers*, los hijos del éxito económico y político del sistema.

Estas transformaciones van a permitir enfrentar los temas con nuevas opciones derivadas de una sociedad distinta y de un modelo de turismo totalmente transformado, aquel que dejó atrás a las vacaciones de descanso de era industrial por el ocio total combinado con el trabajo de la era posindustrial; la sociedad del ahorro por la del consumo sin límite.

Si la sociedad está dominada por el consumo la respuesta no puede pasar, sin fracasar, cuando se pretende limitarlo o reducirlo, por lo que las políticas deben ser de incentivo al consumo, una combinación donde el ocio y el turismo se intercalan como antes no se había dado.

En Latinoamérica, casos específicos de México y Argentina, los fines de semana largos son un incentivo para el ocio de la población y el turismo de los visitantes, que aprovechan precios excepcionales ante la crisis para poder disfrutar algo que en tiempos anteriores era muy costoso.

«Esta democratización del consumo» ha sido criticada por empresarios que ven en el «abaratamiento de los servicios», una caída muy difícil de regresar a épocas anteriores.

Si la hipótesis de Estefanía (2012) y otros más, de que la crisis es un ajuste de cuentas para reducir a la clase media, no cabe duda que los ajustes de precios hacia abajo son una respuesta realista, a lo más complejo que es el cierre de hoteles que luego es imposible reabrir.

Las líneas de bajo costo llegaron para quedarse; la masividad está para ampliarse y el consumo sigue creciendo en este nuevo territorio de grupos y clases, redefiniendo espacios para diferentes grupos sociales, que ven en los hoteles pequeños, tipo boutique, un nuevo modelo que reemplaza la majestuosidad de los grandes hoteles, hoy transformados en los coliseos del todo incluido.

Los ajustes y reformulación de espacios son siempre, por más que se disfracen, opciones de clase, porque todo va permeando de arriba hacia abajo, considerando arriba, los sectores más poderosos de la sociedad. Los cruceros, la estrella de la *Belle Epoque* y del renacer del turismo a mitad del siglo XX, hoy son un todo incluido para las clases medias que les gusta sus baños de masividad.

El transporte aéreo también está cambiando ante el empuje de la masividad, se va especializando y dividiendo por niveles de servicio, que son diferencias de costos. El turismo masivo, como la clase media, son los grandes agredidos por la crisis, pero la sociedad de consumo como ideología del presente va reformulando nuevas opciones para que este no se agote, se ajuste pero sobreviva a estos grupos que representan la gran mayoría de la población.

Bibliografía

- Arnaiz Burne, Stella Maris y Alfredo César Dachary (2009). *Geopolítica, recursos naturales y turismo. Una historia del Caribe mexicano*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-CUC.
- Attali, Jacques (1991). *Milenio*. Barcelona: Seix Barral.
- Beck, Ulrich (2002). *La sociedad del riesgo total*. España: Siglo XXI.

- Carr, Nicholas (2011). *¿Qué está haciendo internet con nuestras mentes? Superficies*. España: Taurus.
- CEPAL (2013). CEPAL prevé un crecimiento de un 3.5% en América Latina en el 2013. *Centro de Noticias de la ONU*.
- Cohen, Erick (2005). Principales tendencias en el turismo contemporáneo, *Política y Sociedad*, vol. 42, núm. 1. España: Universidad de La Rioja, pp. 11-24
- CONEVAL Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (2009). *Comunicado de Prensa 08/09*. 10 de diciembre. México.
- Da Cruz, Gustavo (2009). Cambio climático y turismo. Documentos especiales, *Estudios y Perspectiva en Turismo*, vol. 18. Argentina, pp. 476-489.
- Estefanía, Joaquín (2012). *La economía del miedo*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Fernández, David (2007). El planeta sin vacaciones, millones de coches en la carretera y turistas 3,000 litros de agua al día, *El País*, 2 de julio. España.
- Garraway, Jasmin (2005). Cambio climático y turismo, *El Gran Caribe esta semana*. Puerto España: AEC.
- Gómez Cárdenas, Juan José (2009). *El ecologista nuclear. Alternativas al cambio climático*. España: Espasa Calpe.
- Hemlock, Doreen y Lucía Baldomir (2008). *Cambio climático puede afectar la economía del Caribe, según estudios*. Florida: El Sentinel. Recuperado de <http://southflorida.elsentinel.com/noticias/afl-flelamcalentamiento0607>
- Ianni, Octavio (1996). *Teorías de la globalización*. México: Siglo XXI.
- INEGI Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2004). Resultados de la cuenta satélite del turismo de México durante 2002, *Comunicación Social*, 2 de junio. México: INEGI.
- INEGI Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática-SECTUR Secretaría de Turismo (1999). *Cuenta satélite del turismo de México 1993-1996*. México: INEGI.
- Jalife Rhame, Alfredo (2009). Climagate: Los hacker descubren el fraude «del calentamiento global, *La Jornada*, 25 de noviembre. México.
- Leggett, Jeremy (1998). Índole de la amenaza de invernadero, *El calentamiento del planeta: Informe Greenpeace*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Lema Devesa, Juan Ignacio (2009). Por un transporte aéreo sostenible, *El País*, 1 de noviembre. España.
- Lomborg, Bjorn (2008). *En frío. La guía del ecologista escéptico para el cambio climático*. España: Espasa Calpe.
- Lovelock, James (2007). *La venganza de la tierra. La teoría de Gaia y el futuro de la humanidad*. España: Planeta.

- Mazzei, Umberto (2010). CO₂, el nuevo tráfico de indulgencias, *Rebelión*, 11 de enero. España.
- McLuhan, M. y B. R. Power (1991). *La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. México: Gedisa.
- Milenio (2013). Diputados aprueban controvertida ley de costas en España, *Milenio*, 9 de mayo. México.
- OMT Organización Mundial del Turismo (2013). China se convierte en mayor emisor de turismo en el mundo, *Centro de Noticias de la ONU*, 4 de abril. Recuperado de www.un.org/spanish/News/print.asp?newsid
- (2007). Declaración de Davos. Cambio climático y turismo: responder a los retos mundiales, OMT-PNUMA-WEF. Davos, Suiza: Confederación Suiza.
- (2003). *Declaración de Djerda sobre turismo y cambio climático*. Túnez: OMT.
- Pizzinato, Sara (2009). *Transporte: el motor del cambio climático*. España: Greenpeace.
- Portafolio (2012). CO. 6/11/2012. *Crisis económica no impidió crecimiento de turismo mundial*. Recuperado de www.portadfolio.co/print/internacional/crisis-economica-no-impidio-crecimiento-turismo
- Prats, Fernando (2008). Turismo y cambio climático en España. Reflexiones para el debate, *Revista Ambienta*, abril. España. pp. 29-34.

Desarrollo y Turismo: La preeminencia del modelo de enclave en México y sus efectos en el desarrollo local

Ulises Castro Álvarez
María Alicia Fonseca Morales
Roberto López Sánchez

Desde la perspectiva económica, el turismo se ha reflejado mundialmente como un fenómeno creciente desde mediados del siglo XX, su aportación a la generación de riqueza es innegable lo que ha originado su adopción como alternativa de crecimiento económico por diversos países entre ellos México, donde igualmente se registran incrementos anuales de llegadas de turistas internacionales y de los ingresos originados por estos visitantes.

El efecto multiplicador del turismo en la economía es relevante debido a su característica multisectorial. El modelo más antiguo y de mayor utilización para favorecer el desarrollo del turismo, es el basado primordialmente en actividades susceptibles de masificarse, siendo característica modal la presencia de los productos sol y playa, nieve-montaña y patrimonio cultural, modelo que ha garantizado potenciar los beneficios económicos para quienes lideran su implantación y expansión.

Por la importancia económica de esta práctica turística y su reiterada utilización a escala mundial, se le ha dado en llamar «Modelo convencional o tradicional» para el desarrollo del turismo.

El modelo tradicional, su dinámica y resultados, ha llevado al turismo a posicionarse como uno de los negocios más grandes del mundo, prevaleciendo prioritariamente los criterios de beneficio económico, en la gran mayoría de las iniciativas y decisiones que involucra. El mercado turístico es superlativo, pero además creciente en forma sostenida; según datos proporcionados por la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2012), las llegadas de turistas internacionales han crecido ininterrumpidamente desde 1980, cuando se registraron un total de 277 millones de llegadas en las diferentes regiones del mundo, hasta alcanzar la cifra de 940 millones en 2010, 983 millones en 2011 y 1,035 millones de llegadas en 2012, lo que representa un 4% de crecimiento para el último año, estableciendo este registro como cifra récord.

Para 2013, se estima que el crecimiento sea entre un 3% y un 4%, considerando la situación problemática de la economía mundial, y de acuerdo con la tendencia general para el año de 2030, se espera que las llegadas internacionales de turistas, asciendan a la cifra de 1,800 millones (OMT, 2013).

La importancia económica y el tamaño del negocio que representa este crecimiento del movimiento de turistas a nivel mundial, queda de manifiesto al observar que en términos de ingresos para el año de 2011, la OMT estima una cifra del orden de 1.03 billones de dólares (OMT, 2012).

En 1982, Jurdao¹ hacía referencia a Malcolm Crack quien señalaba en la década de los sesenta, que el turismo internacional podría ser la panacea para resolver la problemática económica de los países menos desarrollados, por el gran potencial de crecimiento que representaba, en este mismo sentido y en esta misma década, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) afirmaba de igual manera que el turismo concentraba un potencial económico casi ilimitado y en consecuencia a esta afirmación, el Banco Mundial y la Organización de las Naciones Unidas (ONU), se orientaron a promover la implantación del turismo en los países identificados como en «vías de desarrollo» con el fin de fortalecer su estructura y crecimiento económico (De Kadt, 1979).

Producto de estas acciones y como parte de esta campaña de implantación, la ONU, declaró 1967 como el «Año Internacional del Turismo» (De Kadt, 1979: 9).

Esta visión compartida aún en la actualidad por diversos gobiernos nacionales, regionales y locales, ha sido la base para tomar a este fenómeno como estrategia central y motor del crecimiento económico.

La efectividad económica del modelo tradicional para el desarrollo del turismo, es incuestionable, los niveles de riqueza que produce así lo consignan, sin embargo, también ha demostrado su inviabilidad, en la medida en que los efectos negativos al ambiente tanto natural como social resultan de gran envergadura, la depredación y deterioro de los recursos naturales es evidente al implantar el turismo bajo la óptica de este modelo, particularmente en lo que corresponde a la distribución de esa enorme riqueza generada, los resultados son ínfimos, situación que se exhibe claramente en marcadas disparidades sociales dominantes en las regiones donde opera, lo crítico del modelo vigente es que algunos autores experimentados en el estudio de este fenómeno, estiman que su permanencia puede ser aún en el largo plazo.

1 Citado por Dachary y Arnaiz, 2008.

En México, desde la implantación del turismo en la década de los setenta se utilizó el modelo tradicional siendo la creación de enclaves a través de los Centros Integralmente Planeados (CIP) la estrategia más importante que hoy en día prevalece con la creación de enclaves de última generación.

Para efectos de revisar las consecuencias de esta estrategia instrumentada por el gobierno federal a través del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), se presentan algunos resultados relacionados a los efectos de la construcción y operación del polígono Litibú del CIP Nayarit observados en el desarrollo de la población asentada en la localidad de Higuera Blanca, municipio de Bahía de Banderas, Nayarit que son producto de trabajos de investigación que contemplan un reporte mayor.

El proceso histórico de la política turística en México

El desarrollo del turismo en México ha observado diferentes etapas (Magaña, 2009), que tienen estrecha relación con lo acontecido en el contexto mundial donde en diferentes momentos históricos se instrumentaron políticas de impulso al turismo y que a su vez motivaron que los emprendimientos turísticos individuales y muy localizados, pasaran a una fase de conformación de alianzas entre prestadores de servicios «satisfactores», como las comunicaciones, los medios de transporte (especialmente vuelos chárter), hospedaje, alimentos e instalaciones de recreación turística, dando lugar al crecimiento de la demanda turística.

Para mediados del siglo XX se vivía el auge del turismo, el modelo de turismo sol y playa se consideró exitoso, de tal suerte que para finales de la década de los setenta, se le consideraba parte fundamental en los procesos de desarrollo de diversos países entre ellos México, en virtud de su gran potencial estimado para la generación de riqueza por su efecto multiplicador en la trama general de la estructura económica nacional y con alta viabilidad de convertirse en el motor de desarrollo económico en las regiones subnacionales.

Si bien en México, el turismo se hace presente desde la década de los cincuenta iniciado con los llamados «Centros turísticos tradicionales», surgidos de iniciativas del sector empresarial de la época y con apoyo del gobierno, fue hasta finales de los sesenta que se define como política de Estado el crecimiento planeado del turismo y orienta la intervención directa del gobierno federal a la implementación de planes maestros de desarrollo turístico de mayor sofisticación con el nombre de Centro Integralmente Planeado (CIP), implantados en algunas regiones coste-

ras del país. Se debe comentar, que paralelamente se continuó el fortalecimiento a los centros de playa tradicionales (Acapulco, Manzanillo, Mazatlán, Puerto Vallarta, Cabo San Lucas, Cozumel, Isla Mujeres, Veracruz, Mérida y la Ciudad de México) y que además eventualmente se ha apoyado a ciudades con importantes atractivos culturales (religioso, arquitectónico e histórico) mediante programas específicos, pero que definitivamente los destinos de sol y playa han sido y aún son los más impulsados y captan las mayores inversiones tanto privadas como del Estado nacional.

Haciendo un recuento de hechos que muestran el devenir de la política turística (Magaña, 2009), en cada administración del gobierno federal, es posible entender el origen del modelo que actualmente continúa siendo la base de la promoción del desarrollo turístico nacional.

En el periodo gubernamental del presidente Miguel Alemán, se registra el surgimiento de la carta turística como antecedente de política turística, formalizando un marco jurídico con la primera Ley Federal de Turismo y una estructura especial a través de la Comisión Nacional de Turismo, en este periodo la política se orientó principalmente a la construcción de infraestructura de comunicaciones como carreteras, el aeropuerto de Acapulco y el incremento de la planta hotelera.

Con el presidente Adolfo Ruiz Cortines el turismo fronterizo recibió impulso y la actividad se fortaleció mediante la creación del Fideicomiso administrado por Nacional Financiera denominado Fondo de Garantía y Fomento del Turismo (FOGATUR) para incentivar la inversión turística nacional en 1956.

Por su parte, el presidente Adolfo López Mateos durante su mandato promulga la segunda y tercera Ley Federal de Turismo, impulsa la creación de las Cámaras Nacionales de Turismo y orienta la promoción del turismo cultural, las zonas arqueológicas, otorga a la capacitación un papel relevante, todo ello como parte de su política turística definida en el primer Plan Nacional de Turismo.

En el periodo gubernamental de Gustavo Díaz Ordaz, se promueve por la Organización Mundial del Turismo (OMT), a 1967 como el «Año Internacional del Turismo», lo que otorga al turismo un apartado especial en la política internacional, promueve fuertes inversiones —con fuerte impulso de la inversión extranjera— en las costas tanto del Pacífico como del golfo de México. Es en este periodo de gobierno cuando aparece la concepción de los Centros Integralmente Planeados (CIP) en 1968 y al siguiente año, 1969 se crea el fideicomiso Fondo de Promoción e Infraestructura Turística (INFRATUR).

Con Luis Echeverría Álvarez, se fortalece la promoción a la inversión extranjera mediante la creación de fideicomisos como estrategia para la obtención de

suelo en áreas de costa e incorpora a los campesinos a la actividad turística mediante la estrategia de «Ejidos Turísticos». Es en este periodo cuando se fusionan FOGATUR e INFRATUR y emerge el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) que hasta la fecha sigue siendo el brazo ejecutor de los desarrollos turísticos promovidos por el gobierno federal.

La Secretaría de Turismo (SECTUR) surge como estructura de Estado en este periodo, se promulga una nueva Ley de Fomento al Turismo y se inicia fuertemente con la construcción de los CIP de primera generación.

En el periodo de José López Portillo, la planeación nacional se fortalece mediante la formulación del Plan Global de Desarrollo en el que el turismo cobra importancia, la política se caracteriza por el mejoramiento de la infraestructura de comunicaciones y transportes, la promoción de la inversión nacional y extranjera, el otorgamiento de estímulos fiscales y créditos para el fortalecimiento de la actividad, creando incluso el Banco Nacional de Turismo.

Miguel de la Madrid Hurtado, es el presidente de México que promueve fuertemente la inserción del país al proceso de globalización neoliberal, incentivando la apertura comercial promoviendo a México como destino internacional, principalmente en los mercados de Estados Unidos y Canadá, crea el Tianguis Turístico como mecanismo promocional incluyendo como parte fundamental a los CIP y a los 17 centros tradicionales más importantes, por falta de eficiencia se liquida el Banco Nacional de Turismo, integra el Plan Nacional de Turismo 1984-1988 que contempla en su estrategia la creación de las Coordinaciones Regionales Centro, Norte, Pacífico Sur y Península para otorgar mayor fuerza a la respuesta administrativa, igualmente, establece el Programa de Acción Inmediata de Fomento al Turismo y promueve la liberación del transporte y el turismo náutico.

El presidente Carlos Salinas de Gortari, consolida la apertura comercial mediante la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá y otra cantidad de tratados de libre comercio con diversos países, este enfoque neoliberal se reflejó en la política turística otorgando mayor facilidad a la inversión extranjera, propuso el Programa de Modernización del Turismo 1991-1994 en el que planteó la diversificación de la oferta turística incorporando las ciudades coloniales, ruta maya y comienza el surgimiento del concepto del Turismo Alternativo.

Durante el periodo siguiente, encabezado por el presidente Ernesto Zedillo Ponce de León, el turismo recibe fuerte impulso desde la perspectiva administrativa con el propósito de mejorar su participación en la vida nacional, surge la Alianza para el Turismo, se crea el Gabinete Turístico para coordinar de mejor

manera las acciones del gobierno federal y se crean la Comisión Ejecutiva de Turismo y los Consejos Estatales de Turismo, aparece en los proyectos el concepto de turismo sustentable pero con la visión neoliberal.

El periodo de gobierno de Vicente Fox Quesada, se caracterizó por el diseño de una política turística en la que se considera al turismo como una prioridad nacional, se establece la Agenda 21 para el turismo en México y el FONATUR se consolida como órgano promotor y asesor de la política turística, surgen megaproyectos como Mar de Cortés y los CIP de nueva generación a los que se pretende incluir el enfoque de sustentabilidad de una manera muy cuestionable, promueve también nuevos proyectos de naturaleza y cultura.

Felipe Calderón Hinojosa y su Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 diseña una política turística donde manifiesta la prioridad nacional del sector, incorpora los temas de competitividad, productividad y diversificación, continúa con los CIP como eje en el desarrollo turístico proponiendo el último de estos en los límites de Sinaloa y Nayarit denominado Playa Espíritu con etiqueta del primer CIP sustentable que en una superficie de 2,183 hectáreas tendrá un total de 44,013 unidades habitacionales (FONATUR, 2013). En este periodo se estableció el Acuerdo Nacional por el Turismo y se estableció al 2011 como el año del turismo en México.

Finalmente, el presidente Enrique Peña Nieto ha delineado su política general de turismo 2013-2018, basada en cuatro ejes: a) Infraestructura, b) Innovación y Competitividad, c) Fomento y Promoción, y d) Sustentabilidad y Beneficio Social, misma que hace falta detallar para tener mayor claridad del rumbo que establece el desarrollo del turismo en esta administración gubernamental. Sin embargo, se observa que continuará esencialmente con el mismo enfoque de sus dos predecesores.

De lo anteriormente expuesto, puede señalarse que la política turística en México se ha orientado a la consolidación de un modelo en el que la influencia del entorno internacional es notable y que obedece a las condiciones que establece el desarrollo del capitalismo, más ahora que la inserción de la dinámica del país se encuentra vinculada al proceso de globalización neoliberal, que si bien es cierto ha producido crecimiento económico, en términos de desarrollo, el modelo ha demostrado que los resultados se traducen en mayores niveles de desigualdad y exclusión social, particularmente si se observan en la escala local, por ello, es muy importante continuar estudiando la relación turismo y desarrollo que en muchos casos termina siendo origen de crisis económicas y sociales particularmente para la población originaria.

Efectos económicos y sociales de la construcción del polígono «Litibú» del CIP Nayarit en Higuera Blanca municipio de Bahía de Banderas

En este apartado se presentan de manera sintética los resultados de una investigación que muestra los efectos de la construcción de una sección del CIP Nayarit desde la perspectiva del desarrollo local, con la intención de demostrar empíricamente los resultados de la relación turismo y desarrollo a partir de la aplicación del modelo sustentado en la política turística que ha prevalecido desde finales de los sesenta y que al parecer mantendrá su prevalencia por un periodo mucho mayor.

Métodos, técnicas e instrumentos empleados en la investigación

Se levantó información directa para la evaluación de las condiciones de desarrollo de la localidad de Higuera Blanca, municipio de Bahía de Banderas, Nayarit; mediante investigación de campo a través de una muestra poblacional utilizando como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario administrado y precodificado, el procesamiento de la información se realizó con el apoyo del software SPSS. Para la evaluación de la información se utilizaron técnicas estadísticas tanto descriptivas como inferenciales.

En el nivel descriptivo, se recurrió al análisis de frecuencias y a las medidas de tendencia central, de dispersión y de forma, concretamente: media aritmética, moda, mediana, varianza, desviación estándar, curtosis y asimetría, adicionalmente se incorporarán en el análisis porcentajes y tasas.

Delimitación de la zona de estudio

Higuera Blanca se localiza en el municipio de Bahía de Banderas, Nayarit, México y se encuentra en las coordenadas GPS: longitud (dec): -105.466389, latitud (dec): 20.798056.

La localidad se encuentra a una altura media de 60 metros sobre el nivel del mar, corresponde social y territorialmente al ejido Sayulita; su nombre es igual al del ejido Higuera Blanca, pero este último se ubica en la parte alta de la Sierra de Vallejo al noreste del área de estudio, el resto del área deriva de terrenos ejidales privatizados a partir de su adscripción al Programa de Certificación de Derechos Ejidales. Distribución de la PEA en el año 2000.

Aspectos físicos

Regionalmente la zona de estudio se encuentra en el extremo sur oriental del golfo de California, forma parte de la porción septentrional de la provincia fisiográfica Sierra Madre del Sur, y es parte de la franja litoral de la costa sur de Nayarit. Geográficamente le señala en su parte sur la prolongación del continente denominada Punta Mita. Se encuentra en zona volcánica, con riesgo sísmico vinculada a la placa de Cocos.

La zona ecológica que la incluye es el Trópico Seco y la provincia es la número 65 Sierras de Jalisco y Colima, que se extienden a lo largo del Pacífico desde Sinaloa hasta Oaxaca la primera y desde Lo de Marcos hasta Manzanillo la segunda. El clima es cálido subhúmedo Aw2(w) (i'), el más húmedo de esta tipología, las lluvias son en verano, con una precipitación promedio anual de 1,222 mm, la precipitación máxima en 24 horas oscila entre 200 y 400 mm. El mes más lluvioso se presenta en agosto con una media anual de 327.5 mm. Las temperaturas medias anuales oscilan entre 24°C y 26°C, al aumentar la altitud en la zona de la sierra, los climas se tornan más húmedos y menos cálidos. Los meses más calurosos son junio y agosto, con 29.6 °C de temperatura media; y los más fríos enero y diciembre con 23.8 °C, de temperatura media (Gobierno del Estado de Nayarit, 2008).

El número de días despejados varía de 156 a 196 anuales; los días medio nublados oscilan entre 89 y 109; mientras que los días nublados cerrados van de 100 a 116. Los valores de insolación abarcan el rango alto de 2,600 a 2,800 horas anuales; siendo mayo el mes de máxima insolación (280 a 300 horas), mientras que enero presenta los valores de mínima insolación (240 horas), no se presentan heladas y las tormentas eléctricas duran 10 días en promedio. Los vientos dominantes provienen del suroeste.

La zona pertenece a la región hidráulica RH13-B y la cuenca denominada Río Huicicila-San Blas, la hidrología superficial la conforman los escurrimientos intermitentes que confluyen hacia el litoral, desde la Sierra de Vallejo, el mayor de ellos es el arroyo que delimita al norte a Higuera Blanca (Gobierno del Estado de Nayarit, 2008).

Aspectos económicos y sociales

Tal como se señaló en el apartado de metodología empleada, el análisis de las condiciones de desarrollo de la localidad de Higuera Blanca, municipio de Bahía de Banderas, Nayarit, se llevó a cabo mediante la captación de información directa, la cual al procesarse arrojó los resultados que a continuación se mencionan.

Aspectos económicos. En relación con la estructura económica se analizan las variables de empleo e ingreso como elementos significativos que pueden mostrar el comportamiento de la población de Higuera Blanca respecto a la generación de riqueza y la concordancia de este proceso con la construcción del CIP Litibú, es importante señalar que el inicio de la obra en este polígono como parte del CIP Nayarit, fue en el 2004, por lo que la información que se presenta al ser obtenida en junio de 2012, permite observar los efectos de la construcción de esta infraestructura en los cambios estructurales del desarrollo de la localidad.

a) *Empleo.* La muestra arroja como resultado que el 54% de la población se encontraba ocupada al momento de levantar la información, mientras que el 41.6% no contaba con un empleo, lo que indica un alto nivel de desempleo, además se observa que de las personas ocupadas, solamente el 28.3% contaba con un empleo permanente y el 21.2% su labor era temporal, el 45.1% estaba como asalariado o como trabajador por su cuenta. El número de horas trabajadas por semana van desde 8 hasta 84, lo que significa que hay subempleo y una autoexplotación ya que existen personas que laboran 75% más de la jornada regular, esto se refuerza si se toma en cuenta que solamente el 22.1% de la población ocupada labora de 36 a 48 horas semanales, o sea una jornada normal, 29.3% labora de 8 a 35 horas por semana, es decir, solo trabajan unas horas al día o algunos días de la semana lo que caracteriza al subempleo y 14.3% tienen jornadas de trabajo de 49 a 84 horas por semana, lo que hace evidente la autoexplotación.

Estadísticamente se comprueba lo anterior al revisar que aunque la moda y la mediana de las horas trabajadas asciende a 48 horas semanales, la desviación estándar es muy alta con un valor de 18.45 horas que representa casi media jornada semanal.

La ocupación se registra básicamente en los sectores de agricultura, silvicultura o pesca (14.2%), otros servicios fundamentalmente transporte (14.2%) y comercio al por menor (12.4%), lo que suma el 40.8% de la población ocupada. Únicamente el 1.8% de las personas ocupadas, laboraban en actividades relacionadas con el turismo.

Lo anterior sugiere que la construcción del CIP Litibú no ha influido positivamente en las condiciones de empleo de la sociedad local, se muestra un alto nivel de desempleo, subempleo y autoexplotación. Los empleos con los que cuenta la población son de baja calidad ya que son temporales en su mayoría y sin prestaciones laborales (Cuadros 1 y 2).

b) *Ingreso.* La investigación de campo realizada, muestra que los ingresos que obtiene la población por las actividades que desarrolla en el campo laboral van de

Cuadro 1. Porcentaje de la población ocupada según tipo de empleo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	57	50.4	50.4	50.4
Permanente	32	28.3	28.3	78.8
Temporal	24	21.2	21.2	100.0
Total	113	100.0	100.0	

Fuente: Investigación directa.

Cuadro 2. Porcentaje de la población ocupada según Sector económico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	56	49.6	49.6	49.6
Agricultura, silvicultura o pesca	16	14.2	14.2	63.7
Servicios para las empresas	7	6.2	6.2	69.9
Servicios de educación	1	0.9	0.9	70.8
Otros servicios	16	14.2	14.2	85.0
Industria de la construcción	1	0.9	0.9	85.8
Comercio	14	12.4	12.4	98.2
Hospedaje y alimentación	2	1.8	1.8	100.0
Total	113	100.0	100.0	

Fuente: Investigación directa.

1,280 pesos hasta 12 mil pesos; es decir que en términos de número de salarios mínimos representa de 0.75 hasta 7.05 salarios mínimos semanales, situación que significa una gran disparidad entre la población.

En términos generales el 33.7% de la población ocupada gana entre 1 y 5 salarios mínimos por semana, donde la mayoría dentro de esta proporción (19.5%) gana entre 1 y 3 salarios mínimos.

La disparidad en materia de ingresos es evidente entre la población el análisis estadístico muestra que los ingresos mensuales registran una tendencia central a partir de la mediana y de la moda de 5,060 pesos y 4 mil pesos mensuales, lo que en número de salarios mínimos representan 2.97 y 2.35 por ciento respectivamente, estadístico por abajo de la media estatal que es de 3 salarios mínimos, pero además, la desviación estándar es de 2,562.77 pesos y en término de salarios mínimos 1.5%, lo que demuestra la dispersión de ingresos (Cuadro 3).

Con estos datos, se fortalece la aseveración de que en el CIP Litibú, no ha tenido efectos positivos en la estructura económica de la población local.

Cuadro 3. Porcentaje de la población ocupada por Grupo de Ingresos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
1 a 3 Salarios Mínimos	22	19.5	53.7	53.7
3.1 a 5 Salarios Mínimos	16	14.2	39.0	92.7
5.1 a 7 Salarios Mínimos	3	2.7	7.3	100.0
Total	41	36.3	100.0	
Perdidos				
Sistema	72	63.7		
Total	113	100.0		

Fuente: Investigación directa.

Aspectos sociales. Atendiendo la concepción del desarrollo planteada en el marco teórico, para el análisis del efecto de la presencia del CIP Nayarit en su polígono de Litibú en la estructura social de Higuera Blanca, municipio de Bahía de Banderas, Nayarit se ha tomado como base las variables de población, salud, educación, servicios básicos (electrificación, agua potable, drenaje sanitario) y pobreza, que en conjunto arrojan elementos que hacen posible observar si el nivel de vida ha sufrido cambios en favor de la sociedad local.

a) *Población.* La población total de Higuera Blanca ha registrado un crecimiento sostenido como ocurre en la mayoría de las localidades de la región donde se ha implantado el turismo como parte de la estructura económica. De acuerdo con los Censos Generales de Población y Vivienda (INEGI, 1990, 2000 y 2010), y los Conteos de Población (INEGI, 1995 y 2005); la población total de la localidad pasó en 1990 a 2010 de 564 habitantes a 1,560, respectivamente, lo que representa una tasa media de crecimiento anual (t.m.c.a.) en el periodo de 4.5% (Cuadro 4).

Cuadro 4. Tasa media de crecimiento anual de la población total 1990-2010

Año	Hombres	%	Mujeres	%	Total	t.m.c.a	t.m.c.a. periodo
1990	292	52%	272	48%	564		
1995	303	50%	300	50%	603	1.3%	
2000	396	52%	359	48%	755	4.6%	
2005	517	54%	443	46%	960	4.9%	
2010	700	51%	660	49%	1,360	7.2%	4.5%

Fuente: Elaboración propia con base en datos de los Censos Generales de Población y Vivienda de 1990, 2000 y 2010 y Conteos de Población 1995 y 2005, INEGI.

Dentro de este periodo, el crecimiento más explosivo de la población fue durante los años de 2005 a 2010, lo que indica que la construcción de Litibú favoreció este fenómeno ya que inició en el 2004. La población de hombres fue la que mayor crecimiento observa, aunque en mínima diferencia en comparación con la población de mujeres, lo que sugiere que la presencia de trabajadores externos en la construcción de la infraestructura.

Con base en la información obtenida en la investigación de campo a través de la muestra utilizada, se observa que el 20.4% de la población tiene como lugar de nacimiento otra entidad federativa diferente a Nayarit.

b) *Salud*. Las condiciones de salud de la población es fundamental en un proceso de desarrollo, una población sana tiene las capacidades físicas para participar en los procesos productivos, generar riqueza y resolver las necesidades que implican su bienestar.

La investigación realizada muestra que la morbilidad en la localidad registra como enfermedades frecuentes, en orden de importancia, las enfermedades respiratorias en un 47.8%, diabetes mellitus en un 14.2% e hipertensión arterial en un 13.3% de la población. Como se observa el 27.5%, es decir, más de una cuarta parte de la población muestreada manifestó padecer enfermedades crónico degenerativas, mismas que son difíciles de atender y de alto costo. Por lo anterior, resulta relevante incorporar al análisis lo referente a los servicios de salud que puede acceder la población. En este sentido, es importante recordar que gran parte de la población no cuenta con prestaciones sociales en sus empleos, lo que determina que el 20.4% (una quinta parte) de la población no cuente con acceso a servicios médicos y de los que acceden a estos servicios principalmente lo hacen

Cuadro 5. Porcentaje de la población según derecho a servicio médico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	3	2.7	2.7	2.7
IMSS	28	24.8	24.8	27.4
ISSSTE	6	5.3	5.3	32.7
Pemex, Defensa o Marina	1	0.9	0.9	33.6
Seguro Popular	41	36.3	36.3	69.9
Sin derecho a servicio médico	23	20.4	20.4	90.3
Acude a servicio médico privado	10	8.8	8.8	99.1
Otra institución	1	0.9	0.9	100.0
Total	113	100.0	100.0	

Fuente: Investigación directa.

a través del Seguro Popular en un 36.3% y al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) en un 24.8% (Cuadro 5).

Estos datos indican que las condiciones de salud en una proporción muy importante de la población de Higuera Blanca son deplorables en la medida que no tienen acceso a servicios médicos, sufren de enfermedades crónico degenerativas y los que acceden a los servicios los hacen mediante el pago de una póliza al seguro popular.

Al considerar en este análisis los bajos ingresos y la temporalidad del empleo la problemática se agudiza. Esto significa que la estrategia del CIP Litibú como alternativa en la promoción del desarrollo de la sociedad ha fracasado.

c) *Educación*. La educación es otro factor fundamental en el desarrollo y bienestar de la población en la medida que favorece el incremento de las capacidades personales y de grupo para el mejoramiento de las condiciones en la generación y distribución de la riqueza, y por tanto, del nivel de vida.

La investigación realizada muestra que el índice de analfabetismo en la localidad es alto, mismo que asciende a 6.2% de la población que no sabe leer ni escribir, siendo el grado más alto de escolaridad secundaria completa, en donde participa el 28.3%, mientras que en el nivel profesional solamente se registra el 4.4% de la población (Cuadro 6).

Esto significa que hasta el momento, la presencia del CIP Litibú es intrascendente en el mejoramiento de la educación de la población de Higuera Blanca, es decir, no contribuye en el desarrollo local.

Cuadro 6. Grado de escolaridad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	6	5.3	5.3	5.3
Ninguno	4	3.5	3.5	8.8
Carrera técnica o comercial	3	2.7	2.7	11.5
Profesional	5	4.4	4.4	15.9
Preescolar o kínder	3	2.7	2.7	18.6
Primaria completa	31	27.4	27.4	46.0
Primaria incompleta	18	15.9	15.9	61.9
Secundaria completa	32	28.3	28.3	90.3
Secundaria incompleta	7	6.2	6.2	96.5
Preparatoria terminada	4	3.5	3.5	100.0
Total	113	100.0	100.0	

Fuente: Investigación directa.

d) *Vivienda*. El lugar que habita la población es indicador de niveles de bienestar, de acuerdo con la información obtenida se observa que en Higuera Blanca, la población en términos generales vive en condiciones aceptables, aseveración que se sustenta en el hecho que en su totalidad habita en casas independientes y el 86.7% son propietarios de las mismas, el 45.2% de las viviendas cuentan con un total de 3 a 4 cuartos y el número de cuartos que son utilizados como dormitorio en la mayoría de las viviendas es de 1 a 3 cuartos, sin utilizar la cocina para tal efecto, además, el 96.5% de las viviendas tienen piso de cemento o vitropiso y el 97.3% cuentan con servicio sanitario exclusivo, siendo habitadas en su mayoría por un total de 3 a 5 personas.

La antigüedad de la construcción de las viviendas en un 73.5% se registra entre 11 y más de 50 años, siendo lo más significativo una antigüedad de 21 a 30 años (26.5% de las viviendas).

El análisis estadístico muestra el que la media, mediana y moda en cuanto el total de cuartos es 3.42, 3 y 4 respectivamente, mientras que el número de residentes registra los mismos estadísticos en 4.4, 4 y 4, con desviación estándar en ambos casos de 1.5 y 1.9 respectivamente y un índice de asimetría inferior a 1. Esto significa que en general no se observa hacinamiento, en tanto que la moda en número de cuartos es similar a la moda en número de residentes, además las disparidades no son muy marcadas ya que la dispersión es baja.

Sin embargo, respecto del tema central de la investigación, puede señalarse que el nivel de bienestar de la población de Higuera Blanca en materia de vivienda, es independiente de la construcción del CIP Litibú, ya que la mayoría de las casas fueron construidas mucho antes de que se iniciara el proyecto (Cuadros 7 y 8).

Cuadro 7. Porcentaje de vivienda según tenencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Propiedad	98	86.7	86.7	86.7
Rentada	9	8.0	8.0	94.7
Prestada, la cuidan o en otra situación	6	5.3	5.3	100.0
Total	113	100.0	100.0	

Fuente: Investigación directa.

Cuadro 8. Porcentaje de vivienda según antigüedad de construcción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2	1.8	1.8	1.8
De 1 a 5 años	8	7.1	7.1	8.8
De 6 a 10 años	20	17.7	17.7	26.5
De 11 a 20 años	22	19.5	19.5	46.0
De 21 a 30 años	30	26.5	26.5	72.6
De 31 a 50 años	16	14.2	14.2	86.7
Más de 50 años	15	13.3	13.3	100.0
Total	113	100.0	100.0	

Fuente: Investigación directa.

e) *Servicios básicos*. Los servicios básicos existentes en las viviendas de la población de Higuera Blanca, también demuestran un nivel de bienestar general aceptable. El 90.2% de las viviendas cuentan con agua entubada, aunque de este porcentaje el 10.6% lo tiene fuera de la vivienda pero dentro del terreno de la misma, el 82.3% recibe agua diariamente y solamente el 0.9% una vez por semana, es decir, existe regularidad en la dotación del servicio y la mayoría de la población no tiene carencia de este servicio vital muy relacionado con cuestiones de salud.

El 91.2% de las viviendas tienen conexión de drenaje sanitario, aunque solamente el 82.3% es a la red pública, 15% a fosa séptica y 1.8% a tubería que descarga a río, lago o va a dar al mar. El 100% de las viviendas tiene servicio de electricidad.

En opinión de la población, los servicios básicos se han consolidado a partir de la construcción de Litibú, sin embargo, ya contaban con ellos desde antes de que se iniciara con este proyecto.

Conclusiones

Relacionando los temas, podríamos hacer un acercamiento a manera de conclusión general, señalando que la prevalencia hasta nuestros días de la política de establecimiento de enclaves turísticos que el gobierno mexicano ha instrumentado desde finales de los sesenta y principios de los setenta, ha generado crecimiento económico en las regiones donde se ha fomentado a partir de los famosos Centros Integralmente Planeados (CIP), pero su efecto en el desarrollo de la sociedad mexicana en estas regiones, entendido este en su expresión más amplia que involucra lo

económico, social, cultural y político que garantice la reproducción de esta sociedad en las mejores condiciones posibles, ha sido insuficiente independientemente de la corriente teórica que lo conceptualice, tomando en cuenta que los resultados registrados reflejan mayores disparidades y brechas crecientes en el bienestar de la población cuando depende exclusivamente de la implantación de este modelo de desarrollo del turismo, o bien, en estos casos, su bienestar no depende necesariamente del turismo cuando existe diversificación de actividades productivas.

La experiencia concreta de la comunidad de Higuera Blanca muestra que el Polígono Litibú del CIP Nayarit, no ha aportado al desarrollo de la sociedad local lo que tanto se ha preconizado en el discurso oficial. Las condiciones socioeconómicas vigentes de la población se han construido al margen de la influencia del proyecto Litibú, el ingreso depende de actividades primarias como agricultura y ganadería, el comercio al por menor y el transporte, quizás esta última vinculada un poco al turismo y al proyecto Litibú.

Los niveles de educación de la población son bajos, lo que implica un gran reto para instrumentar iniciativas de desarrollo local.

Adicionalmente y aunque no se ha analizado en el cuerpo de este documento, los efectos ambientales negativos son de gran magnitud a pesar de que los documentos justificatorios del proyecto Litibú que mencionan lo contrario, esto le da un carácter de insustentabilidad ambiental y social al proyecto, lo que se suma a la insustentabilidad económica para la población local.

Por la tendencia del proyecto se estima mayor exclusión de la población local cuando este llegue a un nivel de madurez en plenitud operativa.

Desde esta perspectiva, quedaría como cuestionamiento: ¿Para qué una política turística que no favorece a la población local, si no genera desarrollo de la sociedad y en ocasiones puede incluso llegar a generar crisis en las estructuras originarias?

Bibliografía

- Albuquerque, Francisco (2003). Metodología para el desarrollo económico local. Capítulo 5 del Curso de Desarrollo Local. Madrid.
- Arocena, José (1995). *El desarrollo local, un desafío contemporáneo*. Caracas: Nueva Sociedad.
- Ascanio, Alfredo (2004). El espacio turístico en países emergentes: la morada disgregada del hombre, *Os Urbanitas*, Revista de Antropología Urbana, Edi-

- tado por Aguaforte Assessoria, año 1, vol. 1, julio. Recuperado de <http://www.aguaforte.com/osurbanitas/citar-artigos-012004.html#Ascanio>
- Barbosa, Óscar y Rodolfo Grippo (2001). *Cooperativismo, globalización y desarrollo local*, ponencia presentada en el Portal Bioceánico, Centro de Investigación Económico y Social de Entre Ríos, Argentina. Recuperado de www.portalbioceanico.com/cooperativismo_ponencias_doc07.htm
- Boisier, Sergio (2001). *Sociedad del conocimiento, conocimiento social y gestión territorial*. Sevilla: Fundación Universitaria.
- (2005). ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización?, *Revista de la CEPAL*, núm. 86, agosto, pp. 47-62.
- Bringas Rábago, Nora L. (2004). El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local en dos comunidades indígenas de Baja California, *Economía, Sociedad y Territorio*, vol. IV, núm. 15, enero-junio. El Colegio Mexiquense, pp. 551-590.
- Brinckmann, Wanderléia Elizabeth (2003). Desafíos para los estudiosos del turismo, *Cuadernos de Turismo*, núm. 11, enero-junio, pp. 41-58.
- Cambra, Jordi de (2000). Desarrollo y subdesarrollo del concepto de desarrollo: Elementos para una reconceptualización, *El resignificado del desarrollo*. Bogotá: Unida.
- Castellón Fonseca, Francisco Javier (1998). *Las rutas del desarrollo regional en Nayarit, 1970-1990*. Recuperado de http://www.castellon.org.mx/IMG/pdf/1998_las_rutas_del_desarrollo_en_Nayarit-2.pdf.
- César Dachary, Alfredo y Stella Maris Arnaiz Burne (2002). *Globalización, turismo y sustentabilidad*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- (2004). *Desarrollo y turismo en la costa de Jalisco*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- (2006). *Territorio y Turismo: Nuevas dimensiones y acciones*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Chávez Salinas, Eduardo y La O Osorio, José Alberto (2006). Turismo y sustentabilidad: De la teoría a la práctica en Cuba, *Cuadernos de Turismo*, núm. 17, enero-junio, pp. 201-221.
- Folador, Guillermo y Humberto Tomasino (2000). El concepto de desarrollo sustentable treinta años después, *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, núm. 1, enero-junio, pp. 41-56.
- FONATUR Fondo Nacional de Fomento al Turismo (1981). *Loreto, un nuevo desarrollo en Baja California Sur*.

- ILPES Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. Manual de Desarrollo Local, Dirección de Desarrollo y Gestión Local. Santiago de Chile.
- Osorio García, Maribel (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos, *Quivera*, vol. 8, núm. 001. Universidad Autónoma del Estado de México, pp. 291-314.
- SECTUR Secretaría de Turismo (2004). *Turismo alternativo una nueva forma de hacer turismo*. 2da ed. México: Printmers.
- Solari Vicente, Andrés y Mario Pérez Morales (2005). Desarrollo local y turismo: relaciones, desavenencias y enfoques, *Economía y Sociedad*, año X, núm. 16, julio-diciembre, pp. 49-64.

Competitividad en el destino turístico de La Paz, Baja California Sur

Judith Juárez Mancilla
Reyna María Ibáñez Pérez, Placido R. Cruz Chávez
José I. Urciaga García, Gustavo R. Cruz Chávez

El turismo como fenómeno complejo, genera una serie de interrelaciones¹ entre turistas, comunidades anfitrionas y entorno sociocultural (Viloria *et al.*, 2005) y en su desarrollo intervienen diversos elementos.² Por ello, resulta sencillo deducir que: a) la heterogeneidad de los factores que conforman el turismo, contribuyen a que esta sea una actividad vulnerable a cambios y susceptible de ser afectada por múltiples fenómenos ya sea, ambientales, económicos y sociales; b) el estado de los atractivos turísticos de una nación son pieza clave para su desarrollo exitoso.

Sumado a ello, la globalización de la economía mundial propicia que la competencia entre los destinos turísticos se intensifique cada vez más. Por ello, gran número de países realizan enormes esfuerzos, con la finalidad de mejorar su grado de competitividad ante otros destinos turísticos; implementando estrategias, planes y programas mediante los cuales, se busca: a) acrecentar su capacidad empresarial y nacional con la finalidad de obtener mayor rentabilidad, b) crear un valor agregado, que aumente la riqueza nacional y c) mejorar 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 (Ibáñez y García, 2009; Hassan, 2000).

En este sentido, los índices de competitividad turística permiten determinar en cierto grado, que tan exitosas han sido dichas medidas. Destacan los trabajos del Foro Económico Mundial (FEM) que, a través de diversos parámetros mide los factores que hacen viable realizar inversiones o negocios en el sector de viajes y turismo de un país. Los resultados del Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (ICVT) de 2011, indican que los cinco países más competitivos son naciones

1 Ya sea culturales, tradiciones, comunicacionales, motivaciones, actitudes y otros.

2 Por mencionar algunos: demanda, oferta turística, espacio geográfico, operadores turísticos y superestructura.

desarrolladas. Como se observa en el Cuadro 1, el país mejor calificado³ es Suiza (5.68), seguido por Alemania (5.41), Francia (5.41), Austria (5.41) y Suecia (5.34).

Cuadro 1. Países con mayor competitividad turística a nivel mundial, 2011

País	Posición	Calificación global	Calificación por apartado o subíndice		
			Marco regulador	Entorno empresarial e infraestructura	Recursos humanos, culturales y naturales
Suiza	1	5.68	5.99	5.58	5.48
Alemania	2	5.50	5.67	5.57	5.26
Francia	3	5.41	5.71	5.35	5.18
Austria	4	5.41	5.89	5.19	5.13
Suecia	5	5.34	5.67	5.15	5.21

Fuente: World Economic Forum (WEF, 2011).

Dentro del Continente Americano, la lista la encabezan Estados Unidos y Canadá, seguidos por Barbados, México y Costa Rica (Cuadro 2).

Cuadro 2. Competitividad turística según atractivos naturales y culturales, 2011

País	Posición		Calificación global	Calificación por apartado o subíndice					
				Atractivos naturales		Entorno empresarial e infraestructura		Recursos humanos, culturales y naturales	
	Conti- nental	Mun- dial	Cal.	Pos.	Calificación	Posición	Calificación	Posición	
EUA	1	6	5.30	5.01	44	5.42	3	5.48	1
Canadá	2	9	5.29	5.28	25	5.38	5	5.21	7
Barbados	3	28	4.84	5.45	20	4.99	21	4.07	47
México	4	43	4.43	4.48	74	3.91	61	4.90	13
Costa Rica	5	44	4.42	4.92	47	3.95	58	4.43	33

Fuente: World Economic Forum (WEF, 2011).

Cabe destacar que México, presenta uno de los niveles más altos de competitividad en el Continente Americano. Esto se debe en gran medida a la presencia de gran número de atractivos naturales y culturales y la existencia de muchos sitios y lugares calificados como patrimonio mundial. Gracias a ello, esa nación se ubica en la posición número 13 a nivel mundial dentro del subíndice de recursos humanos, culturales y naturales. Los recursos culturales de México, también se

3 El ICVT, se mide en escala del 1 (calificación más bajo) al 6 (calificación más alta).

encuentran entre los mejores del mundo, en el lugar 19, con más de 25 sitios clasificados como patrimonio de la humanidad, así como varias ferias y exposiciones internacionales (WEF, 2011). Lo antes mencionado, contribuye a que México sea uno de los países del mundo con mayor recepción de turistas, tal como se aprecia en el Cuadro 3.

Podemos apreciar en dicho cuadro, que los cinco países líderes en los últimos dos años han sido por orden de importancia, Francia, Estados Unidos, China, España e Italia. Cabe mencionar que la posición de México en el 2010 y 2011, se ha mantenido en el lugar número 10, con 22.3 millones de llegadas de turistas en el 2010 y con un ligero repunte en el 2011 alcanzando los 23.4 millones de turistas. Vale la pena hacer un paréntesis que las intenciones del gobierno federal en turno han especificado en el Acuerdo Nacional del Turismo de 2011, una serie de

Cuadro 3. Ranking de arribo de turistas a nivel internacional por país, 2000-2011

Posición			2000	2005	2008	2009	2010	2011
2011	2010	País	673	799	918	882	939	982
1	1	Francia	77.2	75	79.2	76.8	77.1	79.5
2	2	Estados Unidos	51.2	49.2	57.9	55.0	59.8	62.3
3	3	China	31.2	46.8	53	50.9	55.7	57.6
4	4	España	46.4	55.9	57.2	52.2	52.7	56.7
5	5	Italia	41.2	36.5	42.7	43.2	43.6	46.1
6	7	Turquía	9.6	20.3	25.0	25.5	27.0	29.3
7	6	Reino Unido	23.2	28.0	30.1	28.2	28.3	29.2
8	8	Alemania	19.0	21.5	24.9	24.2	26.9	28.4
9	9	Malasia	10.2	16.4	22.1	23.6	24.6	24.7
10	10	México	20.6	21.9	22.6	21.5	22.3	23.4
11	11	Austria	18.0	20.0	21.9	21.4	22.0	23.0
12	13	Federación Rusa	19.2	19.9	21.6	19.4	20.3	22.7
13	14	Hong Kong (China)	8.8	14.8	17.3	16.9	20.1	22.3
14	12	Ucrania	6.4	17.6	25.4	20.8	21.2	21.4
15	16	Tailandia	9.6	11.6	14.6	14.1	15.9	19.1
16	22	Arabia Saudita	6.6	8.0	14.8	10.9	10.9	17.3
17	17	Grecia	13.1	14.8	15.9	14.9	15.0	16.4
18	15	Canadá	19.6	18.8	17.1	15.7	16.1	16.0
19	19	Polonia	17.4	15.2	13.0	11.9	12.5	13.4
20	20	Macao (China)	5.2	9.0	10.6	10.4	11.9	12.9
21	21	Países Bajos	10.0	10.0	10.1	9.9	1.9	11.3
22	25	Singapur	6.1	7.1	7.8	7.5	9.2	10.4

Fuente: Elaboración propia basado en el Compendio Turístico de la OMT, varios años.

metas para el 2018. Entre ellos que nuestro país esté posicionado en los primeros cinco lugares a nivel mundial, lo cual parece ser una meta ambiciosa y que implica mucho trabajo por realizar, desde infraestructura, promoción de inversiones, capacitación, promoción de diversos destinos turísticos y la implementación de diversas políticas públicas en materia turística.

Con base en lo que se observa en los Cuadros 1 y 3, no necesariamente los países más competitivos ocupan las primeras posiciones en cuanto a recepción de turistas. Analizando el caso particular de México, aunque a nivel mundial ocupa el lugar número 43 en competitividad turística, es el único país de América Latina que se encuentra entre las diez naciones con mayor recepción de turistas a nivel mundial.

En el caso particular de México, con estudios de competitividad por entidad, cuyos resultados de 2010, ubicaron en primer, segundo y tercer lugar a los estados de Quintana Roo, Baja California Sur y Distrito Federal. En 2012, el primer lugar lo ocupó el Distrito Federal, el segundo Yucatán y el tercero Oaxaca. Mientras que estados como Quintana Roo y Baja California Sur, descendieron al cuarto y octavo lugar (Tecnológico de Monterrey-ITESM, 2012).

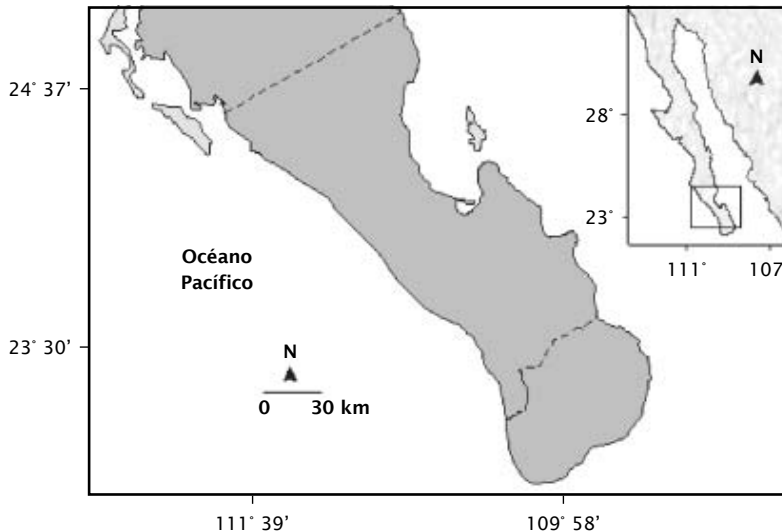
Aunque, son un sinnúmero de razones las que pueden explicar dichas variaciones. No debemos perder de vista que, dado la enorme competencia que existe dentro del sector turismo es necesario seguir implementando mecanismos para medir la competitividad no solo, a nivel estado; sino también, a nivel destino. Tomando como referencia lo anterior, esta investigación busca como propósito presentar en forma sintetizada los resultados de estudios sobre el perfil y grado de satisfacción del visitante del destino turístico La Paz específicamente, durante los trimestres 2012-III y 2012-IV.

Caracterización y evolución reciente del turismo en la zona de estudio

El destino turístico La Paz, se encuentra ubicado en la cabecera municipal y capital de Baja California Sur, se localiza en los 24° 09' latitud norte y en los 110° 19' longitud oeste, a una altura de 30 msnm; limita al norte con el municipio de Comondú; al sur con el de Los Cabos; al oeste con el océano Pacífico y al este con el golfo de California.

Sus sistemas orográficos más importantes son norte de la sierra de la Giganta y al sur se localiza la sierra de la Laguna; esta última cuenta con el decreto de

Figura 1. Localización geográfica del municipio de La Paz, Baja California Sur



Fuente: Cruz, 2012.

Área Natural Protegida (ANP) y en ella, se desarrollan actividades vinculadas al turismo rural, de aventura y ecoturismo. En relación con sus litorales, estos alcanzan el 26% del total de BCS, cuentan con gran variedad de recursos y atractivos marítimos que han sido aprovechados por sus habitantes y visitantes. Islas como: San José, San Francisco, Los Islotes, Partida, Espíritu Santo y Cerralvo, reciben año con año visitantes nacionales y extranjeros. Así también, cuenta con playas que destacan por su belleza; tal es el caso de: El Tesoro, Tecolote, Coromuel, Caimancito, Pichilingue, isla Espíritu Santo y sus isletas, donde la práctica del kayakismo, campismo, ecoturismo, buceo, snorkelero, pesca deportiva agrandan aún más la gama de atracciones de este bello puerto (Instituto para el Federalismo y el Desarrollo Municipal-INADEF y Secretaría de Gobernación-SEGOB, 2010).

Datos de 2010, indican que la población alcanzó los 251,871 habitantes de los cuales: 126,397 son hombres y 125,474 son mujeres (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI, 2011). Las actividades económicas más relevantes de La Paz, son la agricultura, ganadería, pesca, comercio y en especial el turismo,⁴ cuyas variables representativas se describen en el Cuadro 4.

4 La Paz, representa el segundo destino con mayor oferta hotelera de Baja California Sur y que además, genera divisas por el orden de 1,631 millones de pesos anuales; esto, sumado a sus hermosas playas, lo hace ser un sitio turístico con enormes ventajas en México.

Cuadro 4. Variables de la actividad turística en el destino turístico La Paz, periodo 2005-2011

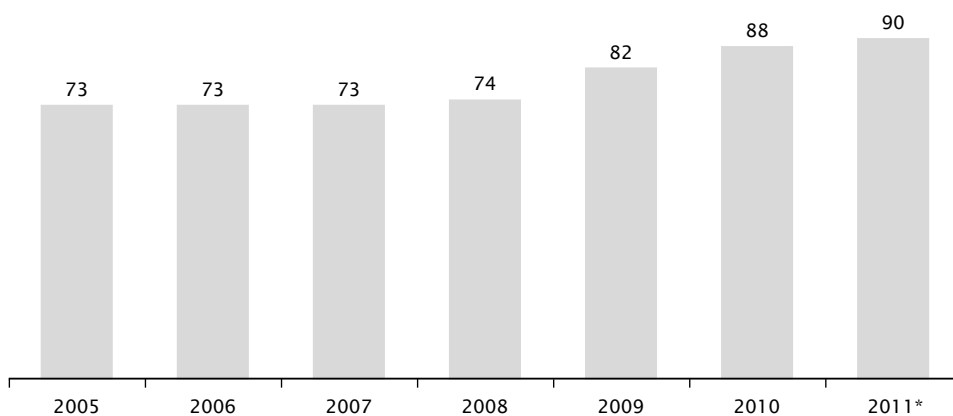
Año	Número de hoteles y moteles	Número de cuartos	Turistas que se hospedaron en algún establecimiento de hospedaje	Ocupación hotelera (%)
2005	73	2,193	230,497	46.00
2006	73	2,136	238,928	53.15
2007	73	2,118	240,432	55.42
2008	74	2,276	300,247	56.4
2009	82	1,876	242,988	47.41
2010	88	2,406	226,462	47.34
2011*	90	2,493	234,312	45.81

*Datos estimados.

Fuente: INEGI, 2005; 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011.

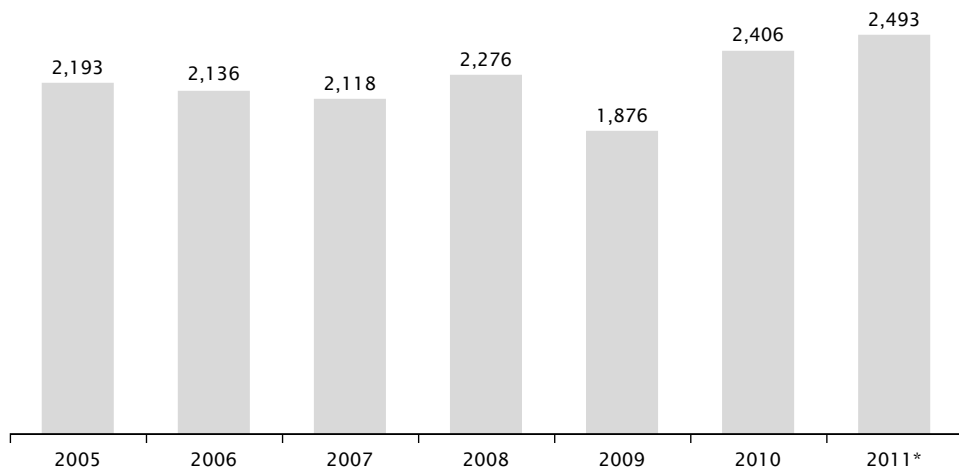
Como se puede apreciar el número de hoteles ha crecido en mayor medida a partir de 2008, en términos comparativos de 2005 al 2011 se han incrementado en un 23.29%. Manteniendo un nivel de crecimiento bastante estable, tal como se aprecia en la Figura 2. En lo que se refiere al número de cuartos, si bien, se observó una reducción en 2009, en los años 2010 y 2011, se aprecia una recuperación (Figura 3), logrando alcanzar un aumento del 13.68% del año 2005 al 2011.

En lo que respecta al número de turistas, se observó un repunte en 2008, acompañado de una fuerte caída los años 2009 y 2010 (Figura 4), esto se asocia a

Figura 2. Número de hoteles y moteles en La Paz, BCS

* Datos estimados.

Fuente: INEGI, 2005; 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011.

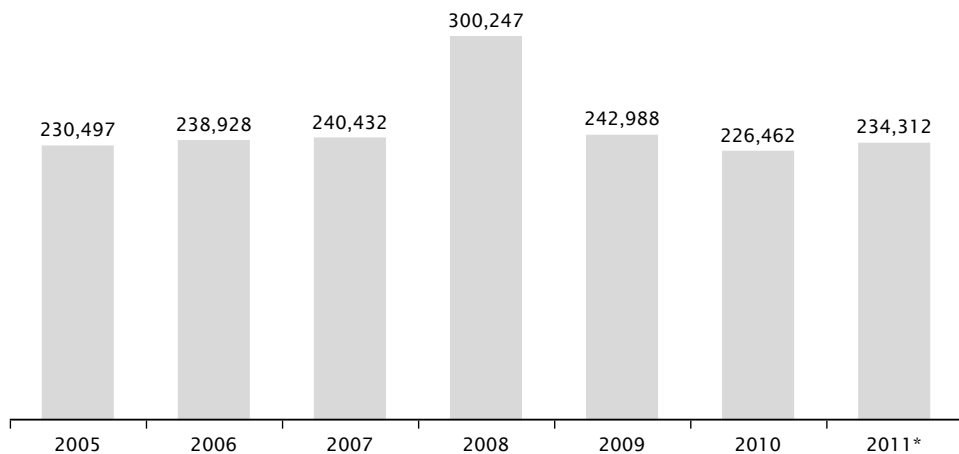
Figura 3. Número de cuartos en La Paz, BCS

* Datos estimados.

Fuente: INEGI, 2005; 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011.

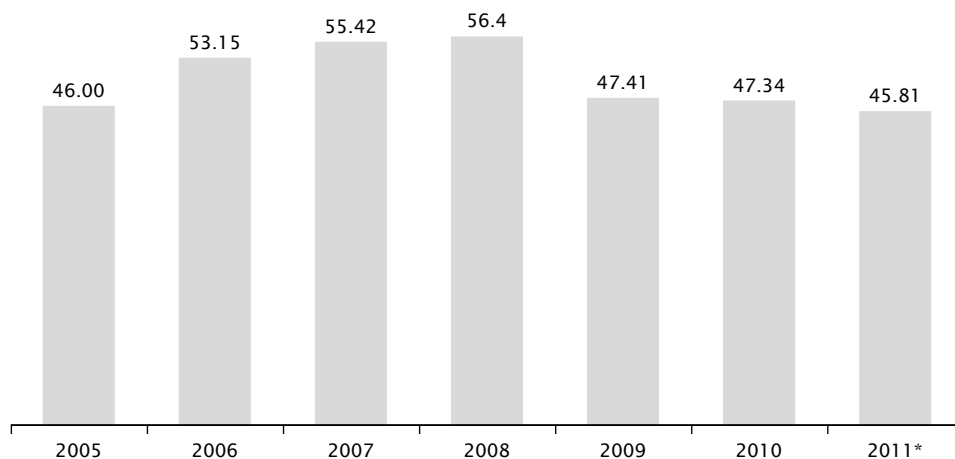
la crisis económica que afectó al mercado estadounidense y que como vemos también impactó en la afluencia de visitantes a este destino.

Cabe destacar, que en dicho periodo se conjugaron dos fenómenos, la crisis económica a nivel global y la emergencia sanitaria H1N1, conocida como el virus

Figura 4. Número de turistas hospedados en La Paz, BCS

* Datos estimados.

Fuente: INEGI, 2005; 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011.

Figura 5. Porcentaje de ocupación hotelera La Paz, BCS

* Datos estimados.

Fuente: INEGI, 2005; 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011.

de la influenza. La cual, en abril de 2009 paralizó varios de los destinos turísticos, restringiendo los accesos y manteniendo el control de los viajeros. A varios estados de la República Mexicana y en otros países, se vio disminuido el tránsito de los viajeros, lo cual económicamente produjo una desaceleración y que ha costado su recuperación. En general, en lo que corresponde a recepción de turistas, dentro del periodo analizado se experimentó un ligero aumento del 1.66%. En lo que refiere, al porcentaje de ocupación hotelera (Figura 5), esta osciló entre el 56.4% (valor máximo alcanzado en 2008) y 45.81% (valor mínimo estimado para 2011).

Metodología

El trabajo de investigación fue coordinado entre la Secretaría de Turismo Estatal y el Cuerpo Académico de Políticas Públicas y Desarrollo Económico de la Universidad Autónoma de Baja California Sur (UABCS). Se sustenta en la metodología que propone Cestur (2013); la cual, es de tipo cuantitativa ya que emplea el muestreo probabilístico sistemático y usa como marco muestral los visitantes (turistas y excursionistas) mayores de 18 años de edad que hayan tenido contacto con los servicios del destino. Para la determinación del tamaño de la muestra se consideró un margen de error de $\pm 5.6\%$ por destino turístico al trimestre, y de

$\pm 2.8\%$ anual, por ello se realizaron 83 entrevistas en promedio por mes, durante los dos trimestres de 2012. Mismas que fueron aplicadas en los principales puntos de afluencia (zonas de playa, malecón y/o calles con alto tránsito, zona centro y marinas) y de manera personal.

La información obtenida fue procesada y permitió conocer el grado de satisfacción de los turistas que visitaron el destino turístico, para ello se aplicó una fórmula para calcular el Índice de Satisfacción (IS), establecido por la Secretaría de Turismo Federal, que se elabora con las respuestas a cada uno de los reactivos de satisfacción que pueden ser: excelente, bueno, malo y pésimo. Además, considera una escala de 0 a 10 a partir de las 4 posibles respuestas (excelente, bueno, malo y pésimo) y se expresa por la ecuación:

$$\alpha = [5 + \{0.05 * (\beta - \chi)\} + \{0.025 * (\lambda - \eta)\}] * 10$$

Donde:

α = Índice de satisfacción,

β = % Excelente,

χ = % Muy malo,

λ = % Bueno,

η = % Malo

Con la aplicación de dicho método además de los propósitos mencionados con anterioridad, se persiguieron los siguientes objetivos: *a)* Conocer el perfil del turista, a través de sus variables socio demográficas y de hábitos de viaje, *b)* Contar con indicadores de competitividad sobre el grado de satisfacción de los turistas que visitan a la ciudad de La Paz, *c)* Generar un indicador de satisfacción global del turista que visita La Paz, *d)* Identificar fortalezas y áreas de oportunidad de la ciudad de La Paz, a través de las variables que determinan su grado de satisfacción, *e)* Evaluar la intención de volver a viajar a la ciudad de La Paz, y *f)* Evaluar el nivel de recomendación del destino.

Resultados y discusión

Cabe precisar, que los resultados de esta investigación se presentaran de manera general enfatizando en aspectos que puedan ser de mayor interés para el lector,

no obstante para mayor detalle se recomienda consultar el documento técnico de Cruz y Juárez⁵ (2012).

a) Síntesis del perfil de los visitantes:

a.1. Tercer trimestre de 2012 (julio-septiembre):

- El 55% de los visitantes que viajaron a La Paz eran mujeres.
- El sector joven (26 a 33 años) representó el 28% de los visitantes.
- El 71.3% eran mexicanos procedentes principalmente de BC, D.F. y Sinaloa.
- El 28.7% eran residentes internacionales principalmente de EUA y Canadá.
- El 35% de los encuestados ya habían visitado anteriormente el destino.
- El 27% de los visitantes viajó con la familia, el 24% solo y 24% con amigos.

a.2. Cuarto trimestre de 2012 (octubre-diciembre):

- El 57% de los visitantes que viajaron a La Paz eran hombres.
- El sector joven (26 a 33 años) representó el 28% de los visitantes.
- El 54% de los encuestados eran mexicanos procedentes principalmente de BC, BCS, Sonora, Jalisco y Sinaloa.
- El 46% eran residentes internacionales principalmente de EUA y Canadá.
- El 59% de los encuestados habían visitado anteriormente el destino.
- El 32% de los visitantes viajó con sus amigos, el 27% de los visitantes viajó con su cónyuge y el 23% de los visitantes con su familia.

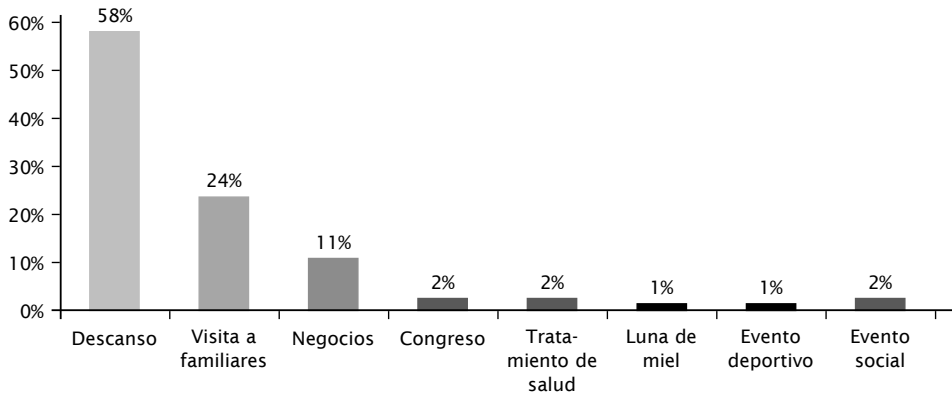
Con base en la información obtenida, se puede apreciar que en el tercer trimestre, más del 50% de los visitantes encuestados, eran mujeres mientras que en el cuarto trimestre predominó el género masculino. En ambos periodos se observó que más de un cuarto de los turistas pertenece a un sector joven de la población. Las tendencias indican que ambos periodos más del 50% de los encuestados eran turistas nacionales que provenían principalmente de BC, BCS y D.F. Asimismo, más del 28% de los encuestados en ambos periodos señalaron ser residentes de EUA y Canadá (incrementándose el porcentaje en el tercer trimestre). Más del 35% de los visitantes declararon haber visitado el destino y también, más del 27% de los encuestados en ambos periodos, declararon viajar con familia y amigos.

5 Los resultados detallados de esta investigación se encuentran en el reporte técnico presentado a la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Baja California Sur. Perfil y grado de satisfacción del visitante 2012. Elaborado por el Cuerpo Académico de Políticas Públicas y Desarrollo Económico de la UABCS.

b) Motivo del viaje y actividades realizadas

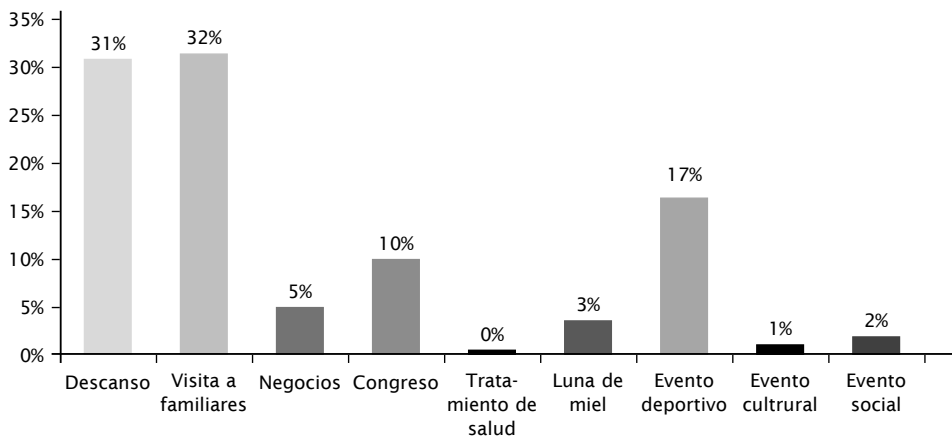
Otro aspecto importante, es el motivo de la visita, que varía según el trimestre, no obstante, predomina el deseo de descanso, las visitas familiares, negocios y eventos deportivos (Figuras 6 y 7).

Figura 6. Motivo de la visita (3er. trimestre)



Fuente: Elaboración propia.

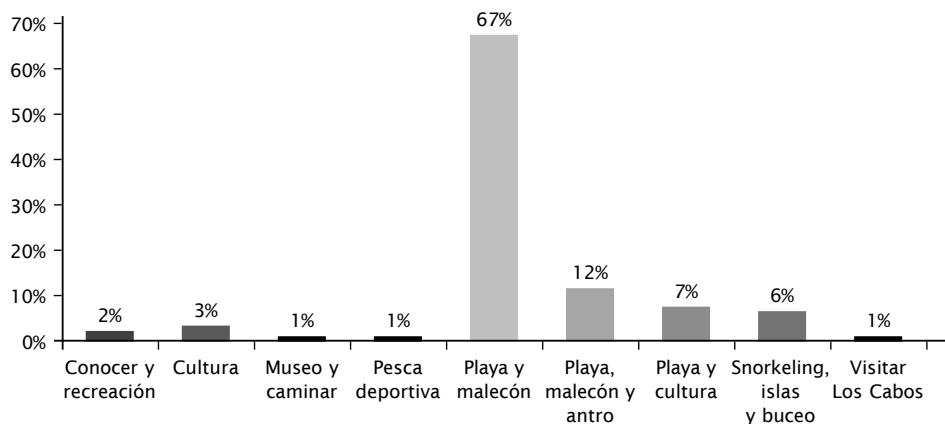
Figura 7. Motivo de la visita (4to. trimestre)



Fuente: Elaboración propia.

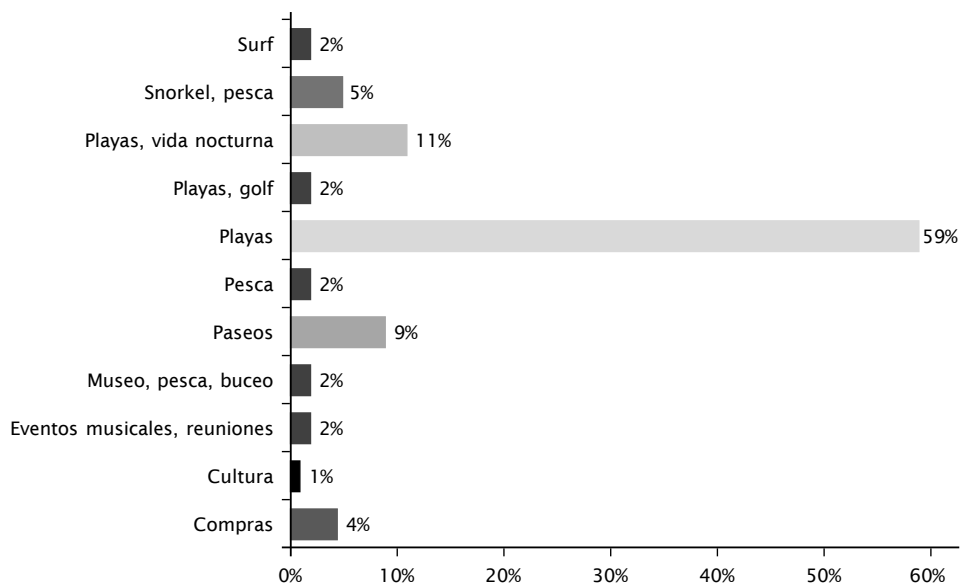
Con relación a las actividades realizadas en el destino, estas se asocian en su mayoría al disfrute de servicios ecosistémicos de recreación que se traduce a visitas a las playas y al malecón costero (Figuras 8 y 9).

Figura 8. Actividades que realizó en el destino (3er. trimestre)



Fuente: Elaboración propia.

Figura 9. Actividades que realizó en el destino (4to. trimestre)



Fuente: Elaboración propia.

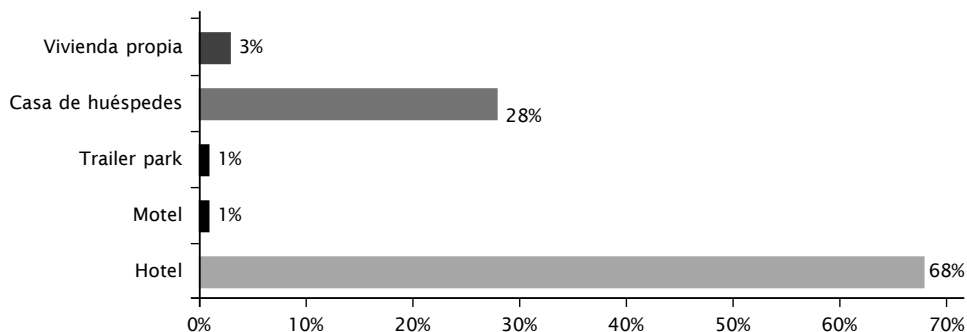
Se observa también, que en menor medida se practican actividades relacionadas con compras y visitas culturales.

c) Principales servicios y medios de transporte utilizados

Tal como se aprecia en las Figuras 10 y 11, el hotel sigue siendo el medio de hospedaje más utilizado en ambos periodos, principalmente en el tercer trimestre.

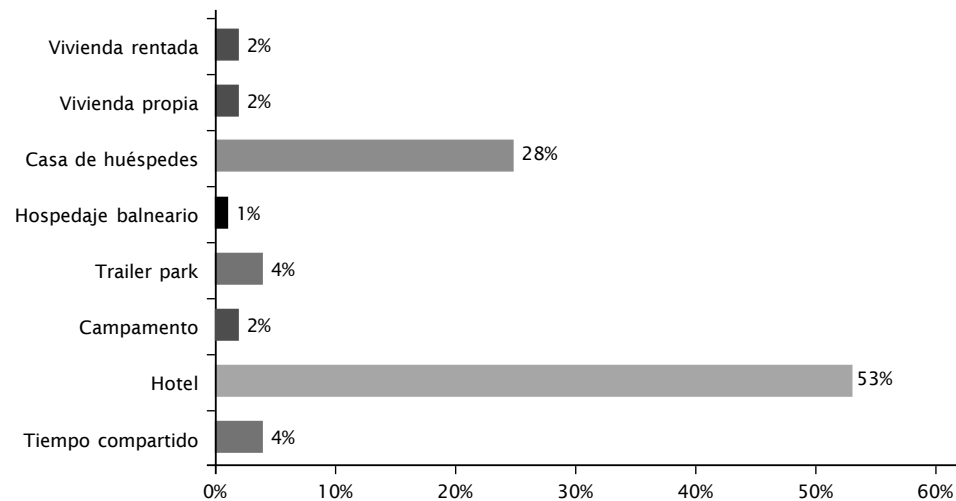
Así también, las casas familiares o de huéspedes, representan en ambos periodos una opción importante de alojamiento.

Figura 10. Tipo de hospedaje (3er. trimestre)



Fuente: Elaboración propia.

Figura 11. Tipo de hospedaje (4to. trimestre)



Fuente: Elaboración propia.

Con relación al medio de transporte, los resultados indican que el avión es el medio más recurrido. Sin embargo, su utilización se intensificó en el tercer periodo dado que el 86% de los encuestados declararon haberse transportado a través de ese medio, en contraste del 66% del 4to. trimestre. Para ambos periodos, el auto propio, el ferry, el auto rentado, autobús, yate y motorhome fueron identificados como medios de transporte empleados por los visitantes.

d) Evaluación de los atributos de satisfacción

Fueron cinco los atributos que se consideraron y según se observa en el siguiente Cuadro, los resultados indican que:

Cuadro 5. Calificación de la satisfacción con el destino

Atributo	Calificación por parte del turista	
	Tercer trimestre	Cuarto trimestre
Hospitalidad / amabilidad de la gente	9.0	8.8
Relación calidad / precio de servicios de restaurantes	8.6	8.7
Diversidad de actividades recreativas y atractivos turísticos	8.6	8.8
Relación calidad / precio de esta ciudad como destino turístico	8.9	9.2
Limpieza de las playas (arena y mar)	8.8	9.2
Limpieza de calles y áreas públicas	8.7	8.9

Fuente: Elaboración propia.

La calificación más baja del tercer trimestre fue, la relación calidad-precio de servicios de restaurantes y, la diversidad de actividades recreativas y atractivos turísticos; mientras que, el atributo mejor calificado fue la hospitalidad y amabilidad de la gente. Para el cuarto trimestre, se obtuvieron en general mejores calificaciones y de igual manera, el atributo mejor evaluado fue la hospitalidad, junto con la limpieza de las playas; de igual manera, el aspecto menos favorecido fue nuevamente la relación calidad-precio de servicios de restaurantes.

e) Principales indicadores clave:

e.1. Índice de satisfacción y recomendación general del destino. En el tercer trimestre, el índice de satisfacción fue de 8.8 por ciento. En este caso, el 67% de encuestados calificaron su satisfacción general del destino como *Excelente*, 31% la considera como Buena y el 2% como Regular. Para el cuarto trimestre, se experimentó una ligera mejoría en la calificación de la satisfacción general, que alcanzó

un valor de 8.9%. En este caso, el 76% de encuestados calificaron su satisfacción general del destino como *Excelente* y el 24% la consideró como Buena.

Asimismo, el 99% de los encuestados en ambos periodos recomendarían favorablemente, el destino.

e.2. Competitividad. Para evaluar este rubro, se indago sobre la percepción y expectativas del turista antes y después del viaje, y como se indica en el Cuadro 6:

Cuadro 6. Competitividad del destino turístico La Paz

Percepción	Porcentaje de encuestados	
	Tercer trimestre	Cuarto trimestre
Percepción antes de viajar al destino	Positiva: 93% Indistinta: 7%	Positiva: 94% Indistinta: 6%
Percepción después de viajar al destino	Positiva: 98% Indistinta: 2%	Positiva: 96% Indistinta: 4%

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados obtenidos, apuntan a que durante el cuarto trimestre se experimento una reducción en la percepción positiva posterior a la realización del viaje al destino.

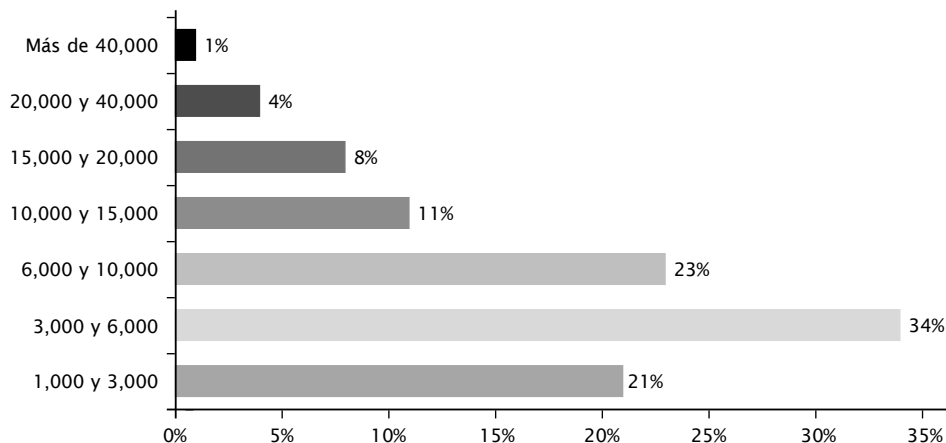
e.3. Estadía. En el cuarto trimestre el número de noches promedio en el destino alcanzó las 4 noches, mientras que para el tercer trimestre la estadía incrementó a 5 noches.

e.4. Percepción de seguridad del destino. En el tercer trimestre, el 98% de los visitantes declararon no haber experimentado problemas de inseguridad y solo el 2% expresó haberse inmiscuido o presenciado una riña; o bien, haber experimentado un altercado por la presencia de baches en la ciudad.

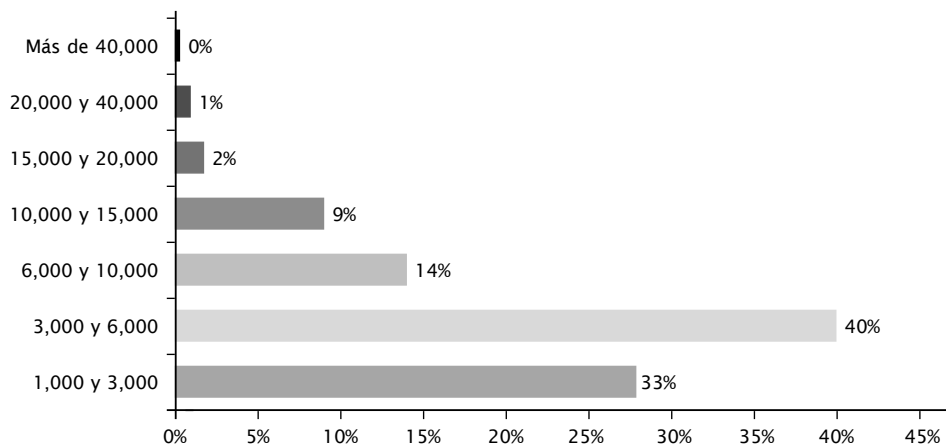
Mientras que, en el cuarto trimestre el 100% de los visitantes declararon no haber experimentado problemas de inseguridad.

e.5. Gasto por persona por viaje. Como se aprecia en las Figuras 12 y 13, en ambos periodos el rango de ingreso más representativo (34 y 40%) osciló entre los 3 mil y los 6 mil pesos.

Con relación al nivel de gasto, según el destino de procedencia del visitante, en el tercer trimestre se observó, que el turista de nacionalidad estadounidense, en su mayoría (43%) deja una derrama económica que se ubica en un rango de entre 3 a 6 mil pesos. En contraste, ninguno declaró tener la intención de gastar más de 40 mil pesos durante su estancia y solo el 6% de las personas encuestadas (de esa

Figura 12. Gasto por persona por viaje (3er. trimestre)

Fuente: Elaboración propia.

Figura 13. Gasto por persona por viaje (4to. trimestre)

Fuente: Elaboración propia.

nacionalidad) declararon realizar un gasto mayor a los 15 mil pesos (Cuadro 7). En el caso del turista canadiense, como se aprecia en el Cuadro 7, el 56% declaró una derrama económica en el destino, en un rango de entre mil a 3 mil pesos y solo el 44% contempló gastar durante su estancia, más de 3 mil pesos (Cuadro 7).

En cuanto a los resultados del cuarto trimestre, en el Cuadro 8 se muestra que el turista de nacionalidad estadounidense, en su mayoría deja una derrama eco-

Cuadro 7. Composición del gasto de viaje por tipo de visitante en pesos (3er trimestre)

País	Tercer trimestre						
	\$1,000-3,000	\$3,000-6,000	\$6,000-10,000	\$10,000 - 15,000	\$15,000-20,000	\$20,000-40,000	Más de \$40,000
Alemania	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Argentina	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%
Canadá	56%	11%	22%	11%	0%	0%	0%
España	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Italia	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%
México	21%	32%	23%	11%	11%	2%	1%
Perú	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Estados Unidos	17%	43%	23%	10%	3%	3%	0%
Australia	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%

Fuente: Elaboración propia.

nómica que se ubica en un rango de entre mil a 10 mil pesos y solo el 8% de las personas encuestadas (de esa nacionalidad) declararon realizar un gasto entre los 15 y 40 mil pesos. En el caso del turista canadiense, el 74% declaró una derrama

Cuadro 8. Composición del gasto de viaje por tipo de visitante en pesos (4to. trimestre)

País	Cuarto trimestre						
	\$1,000-3,000	\$3,000-6,000	\$6,000-10,000	\$10,000 - 15,000	\$15,000-20,000	\$20,000-40,000	Más de \$40,000
Argentina	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
Australia	50%	50%	0%	0%	0%	0%	0%
Brasil	0%	50%	50%	0%	0%	0%	0%
Canadá	27%	20%	27%	27%	0%	0%	0%
Cuba	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%
España	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
Estados Unidos	29%	36%	18%	9%	4%	4%	0%
Inglaterra	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%
Italia	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%
Japón	25%	25%	50%	0%	0%	0%	0%
Corea	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
México	39%	43%	9%	6%	2%	0%	1%
Venezuela	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	33%	40%	14%	9%	2%	1%	0%

Fuente: Elaboración propia.

económica en el destino ubicada en un rango de entre mil a 10 mil pesos y solo el 27% contempló gastar durante su estancia en el destino, entre 10 y 15 mil pesos.

Conclusiones y recomendaciones

En función del estudio realizado se concluye que el destino turístico La Paz, puede ser presentado como un caso tipo de destinos apacibles en México ya que, exhibe áreas de oportunidad sobresalientes, estas se relacionan con un índice general de satisfacción que puede ser considerado o cualificado como *Bueno y/o Satisfactorio*. Cabe destacar que, según los estudios disponibles (de corte a anual y más recientes), para otras ciudades turísticas del país indican que el índice de satisfacción del destino analizado es mayor al que presentan el Distrito Federal, donde este alcanzó un valor de 7.8, Nuevo Laredo cuya calificación es de 6.4, Tijuana con un valor de 7.0, Monterrey con 7.4, Guanajuato que alcanzó una calificación de 8.7, Mérida, Puebla y Querétaro con 8.1, Morelia con 8.2 y Oaxaca con 8.4 (CESTUR, 2011).

Asimismo, se observó una excelente percepción de seguridad, la cual por voz de los visitantes es una fortaleza de este destino, ya que en otros estados de la República Mexicana, se experimentan problemas de inseguridad, que se reflejan en una calificación de 7.8 a la seguridad de las principales ciudades turísticas de la República (CESTUR, 2011) dato que se ubica muy por debajo de los resultados alcanzados por la ciudad de La Paz. En este sentido, es viable que el destino turístico La Paz sea difundido a nivel internacional como un lugar tranquilo y seguro en México, para el disfrute de las familias.

A partir del análisis de los resultados obtenidos, las principales recomendaciones son:

I. Seguir generando información puntual para evaluar los cambios en el nivel de satisfacción del destino y establecer canales de comunicación con los diferentes agentes que participan en el desarrollo turístico. Esto, con el fin de que la información generada a través de este tipo de estudios, sea tomada como referente en la implementación de medidas que favorezcan el aprovechamiento del potencial y de las fortalezas del destino analizado.

II. Generar mayores acciones para publicitar las actividades y atractivos del lugar, esto permitiría aumentar la derrama económica y al mismo tiempo representaría un incentivo para acrecentar la estadía del turista en el destino. Dichos aspectos, ha sido abordado insistentemente desde la academia, pero a través de

acciones de vinculación entre el sector educativo y gubernamental pueden llegar a concretarse a favor del sector.

III. Realizar acciones coordinadas entre los diferentes niveles de gobierno en temas que van desde la seguridad, hasta la imagen urbana y la mejora de infraestructura vial. Al constituir aspectos determinantes, que los visitantes suelen observar y evaluar para futuras visitas.

IV. Promover una mayor conectividad aérea, ya que un porcentaje significativo utiliza este medio de transporte, pero que aún se observa son pocas las opciones de rutas aéreas, sobre todo con países del extranjero. Desde luego, esto es un tema que debe atender la misma Secretaría de Turismo a nivel estatal, y en coordinación con las cámaras y organizaciones turísticas de la entidad.

V. Implementar programas de capacitación y actualización en el servicio al cliente en general. Incluso, este tipo de programas, permiten generar vías de innovación entre los mismos trabajadores de las empresas turísticas. Lo anterior, podría representales beneficios al tener una mejor posición competitiva con el resto de los destinos turísticos, pues ya no solo competirían con la riqueza de los recursos naturales, sino también con elementos de atención y servicio al cliente e innovación en sus procesos.

VI. El destino turístico de La Paz, deberá resaltar, difundir y saber utilizar la mercadotecnia turística, enfatizando la seguridad de la cual goza y que permite a los visitantes tener una estadía más tranquila.

VII. Actividades y líneas de trabajo a futuro, son la de promover la realización de estudios que identifiquen el perfil y grado de satisfacción del visitante, en más destinos turísticos de México, con el fin de poder efectuar comparativos entre ellos. Y de esta manera poder tener mayores criterios de medición de la competitividad, lo cual les permitiría establecer rankings e incentivar a los involucrados en el sector turístico (empresarios, gobierno y entidades de educación) a mejorar sus servicios y el bienestar social.

Bibliografía

- CESTUR Centro de Estudios Superiores de Turismo (2013). *Principales estudios de Cestur*. México. Recuperado de <http://cestur.sectur.gob.mx/index.php/publicaciones/estudios-e-investigaciones/principales-estudios>
- (2011). *Perfil y grado de Satisfacción del Turista. Reporte Global*. México, D.F. Recuperado de <http://cestur.sectur.gob.mx>

- Cruz, J. (2012). Experiencias e implementación de talleres de Educación Ambiental en la Dirección de Ecología y Gestión Ambiental del XIII H. Ayuntamiento de La Paz. Memoria de servicio social para obtener el grado de licenciada en Turismo Alternativo. UABCS, México.
- Cruz, P. y J. Juárez (2012). *Perfil y grado de satisfacción del visitante 2012*. Reporte Técnico. Trabajo elaborado en coordinación con el Cuerpo Académico de Políticas Públicas y Desarrollo Económico, la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Baja California Sur y la Universidad Autónoma de Baja California Sur.
- Hassan, S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in a environmentally sustainable tourism industry, *Journal of Travel Research*, 38(3): 239-245.
- Ibáñez, R. y R. García (2009). Análisis de la competitividad turística en México y el mundo, *TuryDes*, vol. 2, núm. 6, noviembre. Málaga, España.
- INAFED-SEGOB Secretaría de Gobierno (2010). *Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México, Baja California Sur*. México, D.F. Recuperado de www.e-local.gob.mx
- INEGI Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2011). *Anuario estadístico del Baja California Sur, 2010*. Aguascalientes, México.
- (2010). *Anuario estadístico del Baja California Sur, 2009*. Aguascalientes, México.
- (2009). *Anuario estadístico del Baja California Sur, 2008*. Aguascalientes, México.
- (2008). *Anuario estadístico del Baja California Sur, 2007*. Aguascalientes, México.
- (2007). *Anuario estadístico del Baja California Sur, 2006*. Aguascalientes, México.
- (2006). *Anuario estadístico del Baja California Sur, 2005*. Aguascalientes, México.
- ITESM Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (2012). *Índice de competitividad turística de los estados mexicanos (ICTEM): 2012, Tecnológico de Monterrey*. Monterrey, México. Recuperado de <http://ictem2012.com/>
- OMT Organización Mundial del Turismo (2012). *Panorama OMT del turismo internacional, edición 2012*. OTM. Madrid, España. Recuperado de http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights12_sp_hr.pdf
- (2010). *UNWTO World Tourism Barometer January 2010*, vol. 8, núm. 1. Madrid, España.

- Viloria, C., E. Ninoska y M. Briceno (2005). Elementos teóricos de los componentes intangibles del turismo y su relación con la cultura de la calidad, *Universitas 2000*, vol. 29, núm. 3-4, pp. 55-71.
- WEF World Economic Forum (2011). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. Beyond the Downturn*. Ginebra, Suiza.

Crisis y recuperación del turismo en Centroamérica y el Caribe

Stella Maris Arnaiz Burne
Fernanda César Arnaiz
Francisco Javier Ruiz Hermoso

El turismo es una actividad económica con impactos profundos en lo social y lo ambiental y su estudio generalmente se realiza desde perspectivas de diferentes dimensiones. La más conocida es la que privilegia la operación del turismo como fenómeno cuyo eje es el turista y la otra más amplia, que es la que le da vigencia y preponderancia en el modelo de desarrollo capitalista es la que privilegia al turismo como modelo de desarrollo, donde el eje es la región y el clúster ampliado del turismo con todas sus implicaciones.

En los últimos cinco años, una profunda crisis o algo más ha sacudido al mundo, con epicentro en los países más desarrollados y nos permite dimensionar los profundos cambios que ha tenido el turismo como actividad, que pasó de ser un privilegio de elites a algo masivo y, a la vez, un producto más de la sociedad del consumo.

Una perspectiva diferente de este complejo panorama económico es la que plantean quienes ya no hablan de una crisis y sí de un ajuste del modelo que venía del capitalismo industrial, con sus amplias clases medias en los países centrales, hoy en crisis, y la transición a una nueva sociedad, sin estabilidad laboral y con un mercado de trabajo en plena reducción ante el avance incontrolado de las tecnologías (Estefanía, 2012).

Para los que sostenían que el turismo era una actividad complementaria o periférica en la sociedad, el turismo ha sorprendido porque ha seguido creciendo, pese a la situación económica mundial, y ello nos lleva a un análisis más profundo de lo que es esta actividad, que deja de ser un «gusto suntuario» para devenir en una necesidad de consumo de gran parte de la sociedad.

Para el año 2012, los turistas a nivel mundial llegaron a 1,035 millones según el Barómetro del Turismo de la Organización Mundial de Turismo (OMT), frente a los 996 millones de 2011 y se espera que en el 2013 se mantenga la tendencia mundial de un crecimiento medio de entre el 3% y el 4%. Estas nuevas cifras han

derivado en un eslogan optimista de «1 Billion Tourists 1 Billion Opportunities» (UNWTO, 2012).

A nivel mundial este crecimiento no ha sido homogéneo derivado de la difícil situación económica de varios países, que son fundamentales como emisores, o sea, los países centrales que han mantenido o disminuido su participación en el turismo mundial, llegando a tener un crecimiento menor que las economías periféricas y emergentes.

Por oposición, las denominadas economías emergentes, parte de los anteriormente clasificados en la jerga colonialista como los países subdesarrollados o del Tercer Mundo, se colocan a la cabeza del crecimiento llegando a un 4.1% frente a los países desarrollados que alcanzaron un 3.6 por ciento.

China, la potencia emergente como líder en la economía mundial para el 2015, según cálculos de los principales organismos internacionales, tuvo un crecimiento de un 7%, logrando un arribo de 233 millones de turistas, pero también empieza ser notado como un gran emisor con grandes posibilidades de llegar a ser de los primeros en el corto plazo.

El Continente Americano tiene dos modelos muy diferenciados: América del Norte, específicamente Estados Unidos y Canadá, tuvo un crecimiento bajo, del 3% aunque mostrando buenos indicadores de futuro dentro de un proceso de recuperación respecto de los años pasados.

En América del Norte hay una contradicción entre el principal emisor de turistas hacia el mundo, especialmente a México, Estados Unidos que tuvo un crecimiento de un 7%, frente a la caída de México, anteriormente ubicada en el séptimo lugar en arribos, luego al décimo y hoy relegada al décimo tercero, que sigue con un leve crecimiento y zonas deprimidas, por la grave situación de inseguridad que le toca vivir.

Centroamérica, una zona castigada por la violencia y la inseguridad, por lo que sorprendió su incremento de turistas de un 6%, el más elevado de esta región si lo comparamos con el 4% de incremento de turistas del Caribe, y algo similar en Sudamérica.

Los grandes emisores de este 2012 son los países emergentes del BRIC, China con un 42% y Rusia el 31%. El crecimiento del turismo en Europa de 3.3% respecto de 2011, se puede deber, entre otros factores, a un abaratamiento que ha sido muy evidente en España, aunque la Europa mediterránea, cuna del turismo de masas se desaceleró y tuvo un incremento del 2%, el menor de Europa, aunque también influyó la recuperación de África del Norte y Oriente Medio (Sarralde, 2013).

La OMT ha realizado estudios para ver las tendencias a futuro de esta actividad y de ello derivan determinadas afirmaciones, que señalan que el turismo hacia el 2030 llegaría a 1,800 millones de turistas en el mundo y la tendencia de que los países emergentes tengan más crecimiento que los consolidados se mantendrá por largo tiempo, teniendo los primeros una media de 4.4% y los países centrales del 2.2%. Las economías emergentes han aumentado su participación en el mercado del turismo en un 30% en 1980 a un 47% en el 2011 y se prevé un 57% en el 2030 (UNWTO, 2012a).

Los modelos de ventas online tienen gran tradición y uso en los países centrales pero los nuevos emergentes aún están venciendo límites internos de la cultura para que estos dominen las ventas. Así tenemos que en Estados Unidos, el 70% de los vuelos reservados en línea corresponden directamente a ventas hechas por los sitios de las propias aerolíneas y no a las OTAS (Agencias de Viajes online) (*Caribbean News Digital*, 2012/02/21).

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (CMVT) sostiene que el sector aporta con 2 billones de dólares al PIB mundial y genera 100 millones de puestos de trabajo en el mundo; que 110 millones de turistas necesitaron visado lo cual dificultó el viaje y esto se refleja a escala mundial, ya que el 18% de la población del planeta se desplazó sin necesidad de visados en sus viajes de turismo. Entre el 2008 y 2012, el visado pasó de ser obligatorio al 77% de los habitantes del mundo al 63% lo cual mejoró los viajes. Desde el 2010, un total de 43 destinos redujeron los trámites para los ciudadanos de 20 países, dejándolo como un trámite por Internet (Risi, 2013).

Los cruceros han tenido un crecimiento importante en medio de la crisis y Europa ha tenido alta ocupación y altos ingresos, aunque es en el Caribe donde está el *hub* de la industria que tiene mayor ocupación en la temporada de invierno, en la cual cae Europa y Estados Unidos. Australia es el mercado que más crece a nivel global; Alaska ha comenzado a recuperarse pero aún está un 15% por debajo de la ocupación de 2008. China es el gran mercado emergente, frente a un Japón que no llegó a desarrollarse en esta industria como se esperaba (*Caribbean News Digital*, 2012/02/05).

América Central

En el 2011, en Centroamérica se ha dado un crecimiento del turismo de un 7.7% más que el año anterior y el ingreso fue de 8,100 millones de dólares y en el 2012

se generó una derrama de 8,900 millones de dólares según la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (*Arecoa*, 2013/01/17).

Centroamérica está permeado por la tragedia del narcotráfico, lo cual ha transformado a gran parte de este territorio en zonas de inseguridad total, como lo es Honduras y Guatemala y toda la costa Caribe de Centroamérica. Pero las estrategias de desarrollo del turismo se han adecuado a modelos más flexibles como son los cruceros, los cuales remedian las limitaciones de alojamiento y transporte interno por cortos viajes desde los puertos visitados.

Centroamérica está transformando su infraestructura en la mayoría de los casos obsoleta por una nueva adecuada a los cruceros, que implican el poder desembarcar grandes contingentes y reembarcarlos, así como surtir agua y otros servicios básicos para esta industria de base naval.

La República de Guatemala plantea construir un importante puerto de cruceros en el Caribe, en la costa Atlántica, con una inversión de 50 a 70 millones de dólares a inaugurarse en el 2025 y que complementaría al Puerto Quetzal del Pacífico. El proyecto del puerto se ubica en la exclusiva bahía de Puerto Barrios para hacer competitivo esta zona que es el mayor centro de yates del Caribe occidental (*Caribbean News Digital*, 2012/04/27).

El 2012 fue considerado por Belice como el año maya y como parte de esta ruta internacional «Mundo Maya», explotando el hecho de ser el país más desconocido del Mundo Maya y el menos alterado. Belice, en el 2011, recibió 727 mil turistas según informa el Ministerio de Turismo de Belice, lo cual se incrementó sustancialmente en el 2012, coincidiendo con «el fin del mundo».

El panorama centroamericano en los cruceros es de auge de este segmento de la demanda, potencializado por tener mayor seguridad y mejores servicios. Destaca por el auge de esta industria, Costa Rica, ya que la temporada octubre 2011-mayo 2012 ha sido la mejor en años en los cruceros, arribando los grandes cruceros a Punta Arenas.

La novedad fue la presencia de El Salvador en el puerto de Acajutla que recibió por primera vez un crucero de lujo alemán, del tipo de los minicruceros, que iniciará la negociación para otros cruceros a este país. Guatemala espera aumentar al 20% las llegadas en la temporada 2012-2013 y llegar a 58 cruceros.

En Honduras se abre un nuevo puerto de cruceros en la zona continental, Banana Coast en Bahía de Trujillo, opcional a las modernas instalaciones de la isla de Roatán, llegando en la temporada 2011-2012, a 290 cruceros. A Nicaragua, en la temporada octubre 2011 - mayo 2012, arribaron 41 cruceros con 70 mil turistas, con una derrama diaria de 80 dólares p/p.

Panamá es otro centro importante porque tiene el Home Port de Colón y la isla de Colón, que le permitirá cruceros dentro del canal y en sus islas, en un circuito de siete días con Panamericana Seaways, en 2012-1013 (*Arecoa*, 2012/04/02).

Guatemala, país infiltrado por el narcotráfico, ha logrado reposicionarse en el turismo en diferentes opciones, desde los cruceros a los visitantes del Mundo Maya y a través de nuevas inversiones en un área muy competitiva que es la costa caribeña de este país que coincide con Belice y Honduras en el golfo de Honduras. Los avances no son significativos, el país se ha mantenido con un lento crecimiento y una importante cuota de turismo centroamericano, que en el 2011 llegó a 1.8 millones de turistas extranjeros y en el 2012 llegó a sobrepasar esta meta, por ser el año maya por excelencia.

Los extranjeros que llegaron en el primer semestre fueron 895,491 y que sumados a los turistas nacionales que fueron en el primer semestre 462,180, superan las expectativas y logros de 2011, proyectando para todo el año un incremento de más del 10 por ciento.

En el primer semestre de 2012 ingresaron un total de 409 millones de dólares, superior al 2011 que llegó a 387.3 millones siendo más importante en visitantes y derrama el primer trimestre que el segundo (Departamento de Investigaciones y Análisis de Mercado, 2012).

Belice, vecino de Guatemala, también está contrario a la tendencia mundial al alza con un 7.4% más que en el 2011, destacando los cruceristas que arriban principalmente a San Pedro o Belice City. Este es uno de los participantes del proyecto Mundo Maya, integrado por los cinco países del Mundo Maya (México, Belice, Guatemala, Honduras y El Salvador) y que ha servido de apoyo, promoción y difusión de estos destinos excepcionales pero poco conocidos.

Honduras es un país participante de este proyecto con el cual pretende diversificar su oferta concentrada en las islas de Roatán, uno de los centros mundiales de buceo, que además tiene un puerto de cruceros, por lo que se plantea el alternativo en el área continental.

En 2012, se pretendió promover al país fundamentalmente la parte de resabios de la cultura maya como Copán, en el área continental, que está rezagada por los graves problemas de inseguridad que afectan al país. Para ello, Honduras promueve a través del Ministerio de Turismo la experiencia del multidestino en el interior del país y en la región Caribe y Centroamérica (Mármol, 2012).

El éxito de Centroamérica en el turismo con un incremento de un 6.2% está apoyado por una promoción conjunta de la región, que en el caso de Honduras este crecimiento para el 2012 fue del 4.5%, según se planteó en FITUR, 2013.

La temporada noviembre 2012-abril 2013 ya tiene asegurada 14 mil turistas que arribaron en chárter desde Canadá, a través de Transan, Toursmont Royal y Sunwing.

El desarrollo del turismo de Honduras recibió en 2012 un apoyo económico de 1.3 millones de euros por parte de España para ser aplicados en el Parque Arqueológico de Copán, a fin de mejorar el manejo y los servicios de este lugar emblemático de Honduras.

En septiembre de 2012 se realizó el XIII Foro de Desarrollo e Integración Turística de Centroamérica y República Dominicana en Tegucigalpa. La propuesta del Parlamento Centroamericano de hacer del turismo un puente para lograr una mayor integración regional es un avance en el proceso centroamericano (R.N., 2012).

El Salvador recibe al año 1.7 millones de turistas, un incremento del 16% en los últimos cuatro años, lo cual transforma al turismo en un importante aporte del PIB del país, ya que este aporta el 3.1% que en divisas son unos 750 millones de dólares procedentes del turismo internacional y 100 millones de dólares del nacional, según el Ministro del ramo, José Napoleón Duarte (*Arecoa*, 2013/02/11).

El principal atractivo del turismo en El Salvador ha sido el patrimonio cultural, aunque los 320 km de playas con un clima cálido son en sí mismo un gran atractivo, que sumados dieron un aumento entre el 2011 y 2012 del 5% de visitantes. La derrama generada por el turismo en el 2012 fue mayor siendo el gasto medio por turista de 91.40 dólares en temporada alta a 85.22 dólares en la baja. La ocupación en temporada alta, en diciembre llegó a 70.5%, en un sector que genera 44 mil empleos directos (*Caribbean News Digital*, 2013/01/07).

En Nicaragua, de enero a octubre de 2012, arribaron más de 949 mil personas de todas partes del mundo, lo cual representó un incremento del 11.4% con respecto a igual periodo de 2011, por lo que el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) opina que si se mantiene el ritmo de llegadas como ha sido a lo largo del curso del año pasado, superarían al 1'060,031 turistas recibidos en el 2011.

Nicaragua en el 2006 estaba ubicada en el último lugar en turismo en Centroamérica, era el país con menos desarrollo turístico, pero en 2012 ha subido al quinto lugar, camino a un cuarto según las proyecciones de futuro a mediano plazo (*Arecoa*, 2012/11/27).

Para avanzar en el turismo se inauguró el nuevo aeropuerto de Río San Juan en la costa Atlántica, por lo que en 2012 llegaron 45 mil turistas más (un 6% más) que en el 2011. El turismo interno es muy importante en determinadas fechas, como el verano donde llegan a moverse 2.3 millones de nicaragüenses (*Arecoa*, 2012/03/23).

El nuevo aeropuerto juega, como en el resto de los países, con la necesidad de ampliar su territorio turístico. Guatemala hacia el Caribe con un puerto al igual que Honduras frente al poder de la isla de Roatán; Costa Rica y Panamá también están en esta estrategia. La zona Caribe de Nicaragua es muy rica en biodiversidad, cultura e historia, hoy gran parte está bajo el control del narcotráfico, por lo que el turismo actúa como un elemento disuasorio, en esos territorios aislados y con baja densidad de población.

En el 2011, Nicaragua recibió a un millón de turistas internacionales, un récord histórico, y en los tres primeros meses de 2012 las llegadas han estado 15.7% por encima de las reportadas en el periodo enero-marzo de 2011 (*Caribbean News Digital*, 2012/04/03).

El ecoturismo, turismo de la naturaleza o como otros le denominan turismo verde tiene en Costa Rica su mayor oferta y mejores experiencias, incluido un sello propio de certificación de la sustentabilidad, que viene de fines del siglo pasado y que es operado por el Instituto Costarricense de Turismo, es el Certificado de Sustentabilidad Turística (CST).

Costa Rica ocupa el quinto lugar en competitividad turística en América, la que encabeza Estados Unidos seguido de Canadá y en el tercer lugar Barbados y en el cuarto México, y es un país que ha combinado el turismo de la naturaleza con el sol y playa, el de aventura con el cultural en un territorio sembrado de volcanes y grandes montañas que separan al Caribe costarricense del Pacífico.

En el recuento del primer cuatrimestre de 2012, los turistas crecieron en un 8.5%, según el Ministro de Turismo Allan Flores, y uno de los segmentos donde piensa competir con Panamá es en el turismo de convenciones, por lo que están levantado un centro de convenciones para albergar a 10 mil personas y que se piensa inaugurar en la versión 30 de Expotur en el 2014 (Arauz, 2012).

A mediados de 2011 se realizó una reunión donde se vio la evolución del sector turismo en el país y la situación actual por la que atraviesa fue objeto de análisis en una actividad organizada por el Programa de Posgrado en Gestión Ambiental y Ecoturismo. Allí se sostuvo que el efecto de marca país fue lo que definió a Costa Rica como destino turístico importante en el ámbito mundial desde finales de la década de los ochenta, bajo el lema «Sin ingredientes artificiales».

En Centroamérica, Panamá es el país que logró mayores avances en el turismo, ya que en el 2011 tuvo un arribo de 2 millones de turistas que generaron una derrama de 1,915 millones de dólares, según la autoridad turística de Panamá y para el 2012 se llegó a los 2.2 millones de turistas, siendo sus segmentos más fuertes el de sol y playa y el de convenciones (*Arecoa*, 2012/03/06).

En Panamá, el peso de la industria turística es muy elevado ya que representa el 10.4% del PIB, por lo que hoy constituye su principal motor de la economía. El hecho de ser el *hub* de Panamá City uno de los más importantes de Latinoamérica le ha dado una mayor competitividad por conectividad, algo fundamental en esta región puente entre las dos Américas, norte y sur.

España ha tomado importancia para el turismo panameño por ser un importante emisor, y que pese a la crisis española más de 12 mil turistas españoles visitaron el país en 2011.

El gobierno de Panamá a través de la oficina de la autoridad turística ha diseñado una estrategia orientada a un verdadero crecimiento sostenible y esto ha impulsado iniciativas atractivas para el viajero, muy especialmente el turismo de negocios, dado el gran activo del país centroamericano: la diversidad y el contraste que definen a Panamá como un destino auténtico e inexplorado, de exuberante naturaleza, apasionante historia y cruce de culturas y razas (ATP, 2012).

Los hoteles con categoría de turismo de la ciudad de Panamá, en el periodo de enero a marzo de 2012 muestran un porcentaje de ocupación global de 63.7% y un 68.1% para los hoteles del Grupo 1 y un 54.6% para los del Grupo 2, para una planta hotelera a nivel nacional hay 21,067 habitaciones, y solo en la ciudad de Panamá existen 12,480 habitaciones (Suárez, 2012).

Entre enero y octubre de 2012, según la Autoridad de Turismo de Panamá, se dieron los siguientes resultados: habitaciones ocupadas: 1'459,201, pernотas: 2'481,444 y personas ingresadas: 994,247.

Como novedad y atractivo para el turista, el Estado otorga un Seguro al Turista, por el cual todo turista (del turismo de convenciones) que llegue a Panamá por el aeropuerto de Tocumen, está asegurado por 30 días y se da el mismo al Centro de Convenciones, cuando estas son generadoras de 1,500 noches de hotel.

Caribe insular

Esta región insular ha tomado como estrategia y política de mutuo apoyo entre los países para defender el turismo a las reuniones regionales, que son los espacios para planificar conjuntamente y tomar decisiones como región.

En abril de 2012 se dio la VI Conferencia Anual Caribeña sobre inversiones en hotelería y turismo (CHTIC), allí uno de los temas centrales fue el repensar la política de impuestos y establecer incentivos fiscales para fomentar las inversiones y mantener la competitividad. De esta re-emergió la campaña denominada

«Tourism is Key» (El turismo es clave), que mantiene vigor desde que fue lanzada en el 2010 y adoptada por 11 países. La misma está basada en cuatro pilares: apoyo y promoción ante gobierno y ciudadanía, vínculos del turismo con la industria local, agricultura y servicios e integración regional más transporte.

El Caribe insular tiene un amplio territorio integrado por muchas islas, con características propias, lo que le permite la creación de circuitos y rutas de cruceros, que las integra en ofertas de viaje. En la temporada 2011-2012 se generó un importante beneficio económico en los principales destinos turísticos del área Caribe.

Sin embargo, el auge de los cruceros y sus beneficios así como sus perjuicios son parte de una larga polémica en el sector turístico, ya que las empresas afirmaron en una reciente reunión en Curazao, en septiembre de 2012, que los cruceros aportaron 2,000 millones de dólares al Caribe y Latinoamérica, pero por otro lado se planteó un bajo nivel de gasto de los cruceristas y un alto de inversión en puertos, además de los costos y efectos ambientales para los países.

Si a ello le sumamos que según el reporte del Banco Mundial sobre Jamaica divulgado en el 2011, el 80% de los ingresos por turismo en el Caribe no permanecen en la región, lo cual constituye una de las fugas más altas del mundo (*Caribbean News Digital*, 2012/10/21). «En hoteles todo incluido del Caribe es común que solo el 20% de los ingresos retorne a la economía local. En el caso de los barcos de cruceros, la cantidad es mucho menor, quizás del 5%», consideró un experto de la London University.

El reporte presentado por la Florida Caribbean Cruise Association (FCCA), durante el reciente encuentro en Curazao, muestra que los pasajeros gastaron 1,480 millones de dólares durante escalas en puertos de 21 destinos del Caribe y Latinoamérica durante la temporada 2011-2012. No obstante, 583 millones fueron para compras de relojes y joyas en localidades donde el comercio en las terminales y muelles es dominado por cadenas internacionales. Unos 270 millones adicionales fueron para excursiones terrestres, generalmente vendidas por las propias líneas de cruceros; y solo 87 millones fueron a artesanía local y souvenirs (*Caribbean News Digital*, 2012/10/21).

Dado lo vasto del Caribe y el número de países tomaremos tres de ellos que nos dan una muestra de las actuales tendencias regionales, que son hacia un crecimiento del turismo, aunque la derrama generada por este tiende a bajar.

Haití inicia un regreso al turismo con apoyo de México y la comunidad internacional y el ministro del Interior Thierry Mayard-Paul, dio la bienvenida a la propuesta en Alabama, la cual está promovida por una ONG, Praisefest Ministries,

formada por pastores y otros miembros de las iglesias de Estados Unidos y el viaje sería para 2013, un hecho histórico por ser el primero en el último cuarto de siglo.

El plan de acción para la Ministra de Turismo Stéphanie Balmir Villdrouin, primero identificar las playas, ya que hay hoteles en la zona norte y organizar 10 proyectos de circuitos por región y en la zona norte de inaugurar el aeropuerto en 2013 y en el sur se están llevando adelante aeropuertos más pequeños, en Jacmel, se están invirtiendo 40 millones de dólares en el centro histórico.

Es de destacar el caso de FONATUR de México estuvo dando asesoría técnica en el 2012, y además se están concesionando los aeropuertos esperándose que se abran tres más en este año. Se desarrolla en convenio con República Dominicana un corredor de Puerto Plata a Cabo Haitiano, con apoyo de República Dominicana (Noguera, 2012/06/29).

El programa actual de turismo en Haití se divide en dos regiones: el polo norte y el polo sur, dos regiones que como sostiene la Ministra tienen riqueza cultural y natural. La primera parte es el polo sur, que se hace con apoyo de los técnicos de FONATUR, el trabajo inicial es de planeación y evaluación de costes, y se hace con el apoyo de los gobiernos locales y las comunidades de acogida (*Arecoa*, 2012/09/04).

Al concluir el año 2012 se inauguró el hotel Royal Oasis junto al aeropuerto de la capital de Haití de la cadena Occidental Hotels Resorts, el hotel está en la zona de las embajadas y está asentado en un lote de una hectárea. Este es un proyecto binacional entre Dominicana-Haití y sumará 128 habitaciones a las 500 existentes de lujo en el país, además de abrir cinco restaurantes y cinco bares (Noguera, 2012/10/23).

Por oposición, uno de los países, aunque sea un Estado «Libre Asociado» como Puerto Rico, que destacaba por su liderazgo en turismo ha tenido unas serias afectaciones que inciden en la reducción del mismo.

Puerto Rico es un centro de cruceros y *hub* aéreo, que ha tenido que enfrentar profundos cambios en ambos, lo aéreo y en los cruceros, sin embargo, la denominada Isla del Encanto logró mejorar la ocupación de 2011 que era del 73.6% al 76.1% en el 2012, aunque incrementado mínimamente el valor medio de la habitación que en el 2012 llegó a 146.73 dólares frente a 143.39 dólares del 2011. La capacidad hotelera de la isla es amplia, 12,500 cuartos, a los que se suman en el 2012 un total de 2,100 en diferentes emprendimientos. Se lograron las metas de 2012 de 3.5 millones de visitantes, un millón y medio por vía aérea y dos millones por cruceros, estos últimos derivados de que es un puerto de embarque o desembarco, por ser territorio de Estados Unidos (*Arecoa*, 2013/01/02).

Hay preocupación en el sector turístico puertorriqueño por la eventual pérdida de conexiones de aerolíneas y cruceros, por lo que algunas de las compañías de cruceros han dejado los puertos de la isla y en marzo de 2012 se publicó la posibilidad de que Jet Blue sustituyera las frecuencias que dejaría American Eagle por la crisis que afronta, luego del anuncio de quiebra de su casa matriz.

Jet Blue reemplaza a American y American Eagle en muchos vuelos ya que opera 38 vuelos diarios desde la isla a diferentes destinos, incluido Estados Unidos, por lo que ha habilitado la terminal A del aeropuerto internacional Luis Muñoz Marín, que está en riesgo de ser rentado a una corporación lo cual es resistido por gran parte de la sociedad civil de la isla. Esta situación ha reducido los pasajeros en un 6% y 8% en carga dado que Americana abastecía todo el Caribe y sus vuelos se redujeron.

Asur, el grupo aeroportuario del sureste mexicano que tiene concesionado la mayoría de los aeropuertos de importancia turística, nueve ciudades, comenzando por Cancún, pretende tomar el de San Juan a fin de tener mayor presencia en la región que es turística.

En el caso de Cuba, muy dependiente de los emisores europeos, hoy afectados por la crisis se esperaba una gran caída la que no resultó tal, ya que recibió más de 1.8 millones de turistas en los primeros siete meses del año pasado, un crecimiento de 5.4% frente a igual periodo de 2011, según un informe de la estatal Oficina Nacional de Estadísticas (ONE). El incremento se ha debido principalmente a dos causas: las revueltas árabes que han sacado del mercado a varios países como Egipto y Túnez y el espectacular incremento de cubanos llegados al país principalmente desde Estados Unidos.

La mitad de los 952,777 turistas extranjeros en Cuba en el primer trimestre de 2012 llegaron desde Canadá, que aportó en total a la isla caribeña 459,466 turistas entre enero y marzo, según cifras suministradas por su Oficina Nacional de Estadísticas (ONE), que confirman la indiscutible posición de liderazgo de este mercado emisor frente (*Caribbean News Digital*, 2012/05/01). Hay un auge del turismo ruso que en los dos primeros meses de 2012 aportó con 19,148 turistas, un incremento del 240% entre el 2010 y 2012.

En el caso de Cuba, el turismo es muy importante ya que más del 70% de los ingresos de la isla por exportaciones vienen de este y el sector salud, y según el Viceministro de Comercio Exterior e Inversión Extranjera, esta actividad creció un 20% respecto de 2010, y en ellas destacan el turismo médico (*Caribbean News Digital*, 2012/04/019).

Cuba es de los países del Caribe más diversificados, pero ahora la tendencia es a concentrar gran parte de la inversión en el turismo. El sector genera 128,000 empleos directos, que ocupan el 2.6% de la población económicamente activa, esperando suba al 2.9% hasta el 2022. Si se agregan los empleos indirectos el porcentaje sube al 10.5%, 519,000 empleos, siendo la meta para el 2022 el 11.4% de la población estará empleada en el turismo (*Arecoa*, 2012/03/23).

En la actualidad, el Ministerio de Turismo lleva adelante un ambicioso plan de expansión turística con la construcción de más de 45 mil nuevas habitaciones, así como infraestructura de todo tipo entre los cayos de Villa Clara, los cayos Coco y Guillermo, al norte de Ciego de Ávila, y Cayo Cruz y Sabinal en Camagüey, estos últimos actualmente con baja explotación turística (*Caribbean News Digital*, 2012/05/09).

Conclusiones

En la microrregión de la cuenca del Caribe, que opera como un gran frente en defensa de los diferentes ambientes y ecosistemas de esta compleja región, que es la Asociación de Estados del Caribe (AEC), se aprobó en 1999 la primera región de turismo sustentable del mundo, el Caribe y esa estrategia está hoy en la base de los trabajos de las comisiones interregionales que se dan en Centroamérica y el Caribe, ambas pertenecientes a la AEC.

Sorprende el crecimiento del turismo en Centroamérica asolada por el narcotráfico, que ocupa ambas costas, el Caribe y el Pacífico, así como las carreteras a lo largo del istmo centroamericano.

La opción por los cruceros es una oportunidad que se abre ante la caída de estos en México, lo que los deja con menor competencia, ya que en ambos mares se dio una caída de los viajes de cruceros, dada la inseguridad del país.

En el Caribe, la emergencia de Haití es bienvenida y es una posibilidad de incrementar empleos a baja inversión, si se mantiene controlada la seguridad y la salud en esta región altamente golpeada por diferentes siniestros, además de la pobreza crónica.

El caso de Puerto Rico es lo opuesto, de tener el liderazgo de los *home port* y los *hub*, en ambos casos se han dado graves reducciones lo que compromete su crecimiento turístico en el futuro. Por otra parte, Cuba que era uno de los más observados por la fragilidad de la economía, en la actualidad, una política centralizada y planificada les ha permitido enfrentar la caída de mercados y la búsqueda de nuevos emisores.

Bibliografía

- Arauz, Jeniffer (2012). Costa Rica es un destino seguro con muchas opciones para el turista. 17 de mayo. www.caribbeannewdigital.com
- Arecoa* (2012/04/02). Centroamérica se afianza como destino de cruceros. www.arecoa.com/caribe/paises-centroamericanos-se-afianzan-como-destino-crucero/
- (2012/11/27). Nicaragua prevé recibir más de un millón 125 mil turistas en el 2012. www.arecoa.com
- (2012/03/23). Nicaragua inaugura aeropuerto con inversión de US\$ 13 millones. www.arecoa.com
- (2012/03/23). El 17% de la inversión en Cuba en 2011 fue en la industria turística. <http://www.arecoa.com/cuba/el-17-de-la-inversion-en-cuba-en-2011-fue-en-la-industria-turistica/>
- (2012/03/06). Panamá llena sus hoteles con el auge del turismo de sol y playa. www.arecoa.com
- (2013/01/02). Puerto Rico registró un buen año en ocupación y precios de hoteles. <http://www.arecoa.com/caribe/puerto-rico-tuvo-un-buen-ano-en-ocupacion-y-precios-de-hoteles/>
- (2013/01/17). El sector turístico generó 8,000 millones de US\$ en Centroamérica en el 2012. www.arecoa.com
- ATP Autoridad de Turismo de Panamá (2012). Panamá se descubre ante el mundo como un destino auténtico e inexplorado. Promotourist. 27 de enero. <http://www.promotourist.com/panama/panama-se-descubre-ante-mundo-como-un-destino-autentico-e-inexplorado.html>
- Caribbean News Digital* (2012/02/05). Mercados emergentes y destinos europeos de verano marcan tendencia en la industria de cruceros 2012. www.caribbeannewsdigital.com
- (2012/02/21). Diez tendencias y condiciones que modelan la industria de viajes y turismo en 2012. www.caribbeannewsdigital.com
- (2012/04/19). Turismo y salud aportan mayor parte de los ingresos por exportaciones de Cuba. <http://www.caribbeannewsdigital.com/noticia/turismo-y-salud-aportan-mayor-parte-de-los-ingresos-por-exportaciones-de-Cuba>
- (2012/04/27). Plantea Guatemala construir un puerto de grandes dimensiones para cruceros en el Atlántico. www.caribbeannewsdigital.com
- (2012/05/09). Cuba construirá más de 45 mil nuevas habitaciones en su cayería norte. <http://www.caribbeannewsdigital.com/noticia/cuba-construira-mas-de-45-mil-nuevas-habitaciones-en-su-cayeria-norte>

- (2012/05/01). Canadá se ratifica desde inicios del 2012 como principal emisor de turistas a Cuba. <http://www.caribbeannewsdigital.com/noticia/canada-se-ratifica-desde-inicios-de-2012-como-principal-emisor-de-turistas-hacia-cuba>
- (2012/05/23). Nicaragua se propone llevar cada vez más vacacionistas a Río San Juan. www.caribbeannewsdigital.com
- (2012/10/21). Cruceros en el Caribe: turistas, dólares y comunidades. <http://www.caribbeannewsdigital.com/noticia/cruceros-en-el-caribe-turistas-dolares-y-comunidades>
- (2013/01/07). El Salvador recibió 1.7 millones de turistas durante el reciente año concluido. www.caribbeannewsdigital.com
- Departamento de Investigaciones y Análisis de Mercados (2012). Boletín de estadísticas de turismo. Guatemala. Segundo trimestre. www.visitguatemala.com
- Estefanía, Joaquín (2012). *La economía del miedo*. Madrid: Galaxia Gutemberg.
- Mármol, Doris (2012). Honduras prevé captar más turistas con plan multideestino en la región. *Arecoa*. 5 de octubre. www.arecoa.com
- Noguera, Javier (2012/10/23). Los número uno del turismo mundial se citan en la Cumbre Caribeña de Turismo. <http://www.arecoa.com/marketing/los-numero-uno-del-turismo-mundial-se-citan-en-la-cumbre-caribena-de-turismo/>
- (2012/06/29). Queremos atraer 4 millones de haitianos de nuestra diáspora. *Arecoa*. <http://www.arecoa.com/destinos/stephanie-b-villedroum-%E2%80%9Cqueremos-atraer-los-4-millones-de-haitianos-de-nuestra-diaspora%E2%80%9D/>
- Risi, Marcela (2013). Asia y el Pacífico y las Américas son las regiones más abiertas a los viajeros, en términos de visado. Comunicación de la OMT. 28 de enero. Madrid.
- R.N., (2012). Honduras realizará foro de desarrollo turístico Centroamericano y Dominicano. *Arecoa*, 19 de septiembre. www.arecoa.com
- Sarralde, José Luis (2013). En el 2012 el turismo mundial creció un 4% y se superan los mil millones de turistas. Madrid: OMT.
- Suárez, Manuel (2012). La industria del turismo ya representa en Panamá el 10% del PIB. *Arecoa*, 17 de mayo. www.arecoa.com
- UNWTO (2012). *World Tourism Barometer*, vol. 10, noviembre. Madrid.
- (2012a). *Panorama OMT del turismo internacional*. Madrid: OMT.
- (2013). *World Tourism Barometer*, vol. 11, enero. Madrid.

Crisis en el turismo.

Estrategias para una región en transición del Pacífico medio mexicano

Gabriela Scartascini Spadaro
Luis Antonio Anaya Rodríguez

Francia es el país más visitado del mundo, según la Organización Mundial del Turismo -OMT- (2013). Las estadísticas señalan que, al menos en los últimos dos años, ese país se ha mantenido en la cima de las preferencias turísticas. En ese mismo informe, el último dado a conocer por la OMT, México desciende del décimo lugar, en el llamado *top ten* turístico, al decimotercero. En cuanto a la Federación Rusa, subió tres lugares al ubicarse noveno en cuanto a recepción de visitantes, en la comparativa entre 2011 y 2012.

Al tomar en cuenta la información presentada, México y la Federación Rusa son los dos países que mayor fluctuación han vivido en la dimensión turística recientemente.

Entre otros indicadores, y en consecuencia probable con la merma en el número de visitantes, se refleja que México registra una baja en relación con la entrada de divisas por turismo internacional aunque, si se revisa la información sobre ocupación hotelera, nuestro país reporta una subida en los destinos mencionados en el informe —Cancún y Ciudad de México— con un crecimiento del 1.8 y 0.8 porcentual de 2011 al 2012 (OMT, 2013), respectivamente.

Todos estos son datos duros pero, ¿cuáles son los factores que pudieron determinar este cambio en el patrón de conducta del comportamiento de los visitantes? ¿Por qué si crece la ocupación hotelera se pierde posicionamiento a nivel internacional? ¿Cuáles son los imaginarios turísticos de la actualidad? ¿Qué reclama el visitante que elige México como destino turístico? ¿Qué busca el visitante cuando va a Francia o a Rusia?

A finales del siglo XX, se produce la caída del Muro de Berlín y la reunificación de las dos Alemanias. En esta transición histórica que reordena el mapa político mundial al dar por concluida la etapa de la Guerra Fría, la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas -URSS- se desintegra y, en 1991, con la firma de un tratado, algunas de las antiguas naciones del bloque conformaron la Federación Rusa. Ya

en este nuevo panorama, se inicia la apropiación de monumentos culturales que recuerdan varios siglos de la historia rusa, los cuales han sido recuperados y preservados como patrimonio del país. En 1990, se declararon patrimonio el Centro Histórico de San Petersburgo así como el Kremlin y la Plaza Roja de Moscú (UNESCO, 2013). Con el nuevo siglo, se incrementaron las solicitudes para que se declaren patrimonio numerosos espacios por todo el territorio de la Federación Rusa. Entre numerosos monumentos, tanto culturales como naturales, los Krem-lims (ciudadela-fortaleza) de Astrakhan (sur del país), Uglich y Pskov (al norte de Moscú) esperan, desde 2010, la inserción como parte del patrimonio cultural declarado por la UNESCO a toda la humanidad.

En los últimos años, la Federación Rusa ha mantenido un plan de acción sostenido tendiente a posicionar la marca «Rusia» tanto en el mercado nacional como internacional. Entre otras acciones, destacan la labor de diversificar el producto para reducir las llamadas «temporadas de estación» así como la necesidad de que todos los actores sociales —llámese gobierno, academia, sector privado— participen para desarrollar la calidad del capital humano y, en consecuencia, los pronósticos en cuanto fuentes de trabajo y crecimiento pudieran ser previstas (Tourism Policy Group, 2012).

Un reporte del año 2006 destaca el pronunciamiento realizado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura —UNESCO— acerca de 23 sitios a lo largo de todo el territorio ruso, que han sido declarados Patrimonio de la Humanidad (Lukyanchikov, 2006). Actualmente, la lista asciende a 25 sitios, tanto naturales como culturales y se encuentra en espera un listado tentativo de otros 26 sitios de acuerdo con la página oficial de este organismo internacional.

Sumado a esto, Rusia y China han logrado generar un programa conjunto con actividades turísticas, culturales, deportivas y educativas con la herencia y el recuerdo del antiguo socialismo como base histórica (China Daily USA, 2012).

Asimismo, entre las estrategias para fortalecer el turismo, se encuentran eventos internacionales que generarán divisas como, en 2013, el Encuentro de Ministros de Turismo, los Juegos Olímpicos de invierno en el 2014 y la copa de fútbol FIFA en 2018. Lo que destaca es la necesidad concreta de robustecer con inversiones todas las instancias requeridas para lograr una base sólida para el desarrollo a largo plazo del turismo no solo en cuanto a infraestructura sino a hospitalidad (Euromonitor, 2012).

Estas estrategias han posicionado a Rusia como líder en la industria turística al planear e implementar estrategias que remiten tanto a eventos deportivos y

políticos como al fortalecimiento del conjunto de expresiones naturales y culturales —y por ende históricas— que son únicas y originales de la región. En 2012, fue el país que mayor impacto positivo logró con el turismo.

Crisis económicas en México

A lo largo de la historia de nuestro país, durante el siglo xx, han surgido diferentes crisis a las que se ha tenido que enfrentar los gobiernos federales, algunos generados por recesiones económicas y movimientos sociales a nivel mundial pero, otras, producto del manejo que han tenido los partidos gobernantes a lo largo de sus sexenios. Las crisis más relevantes en las últimas décadas han tenido un gran impacto tanto macroeconómico como microeconómico. El desarrollo de las mismas acontece bajo los mandatos de los siguientes gobernantes: Luis Echeverría Álvarez (1970-1976); José López Portillo (1976-1982); Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), Ernesto Zedillo (1994-2000) y Felipe Calderón Hinojosa (2006-2012).

Las causas que generaron tales crisis económicas, políticas y sociales en nuestro país, a lo largo de los diferentes años en los que se han desarrollado los distintos periodos presidenciales, llevaron a la devaluación del peso frente al dólar, con Echeverría; crecimiento de la deuda externa y caída de los precios del petróleo, con López Portillo (González y González, 2009: 63) y al surgimiento del ejército zapatista de liberación nacional durante la década de los noventa.

La historia de mediados del siglo xx en México está ligada a la transición modernizadora que pasó de una sociedad tradicional y agraria a ser urbana e industrial así como la incorporación de capital extranjero que se estableció en las regiones más desarrolladas del país y que propició un crecimiento desigual de la economía (González y González, 2009: 61).

Estas son algunas de las coyunturas que han acompañado a los gobiernos de México, tales como problemas con el tipo de cambio, una fuerte fuga de capitales y una variación de reserva, que en ciclos han impactado negativamente a los ciudadanos del país. En la diacronía gubernamental, la política turística es un eje privilegiado al que se ha recurrido constantemente para lograr ingreso de capitales y la reactivación económica del país.

El turismo, eje para la recuperación económica

Desde los años 20, el turismo cobra relevancia en los planes de gobierno. En 1928 se crea la Comisión Mixta Pro-turismo, con el fin de fomentar la llegada de visitantes extranjeros al país y en 1930 se constituye la Comisión Nacional de Turismo con la función de coordinar a los Estados en relación con el turismo.

En los 40, junto con el petróleo y las remesas de dinero que inician su camino desde Estados Unidos, el turismo ha sido valorado como un factor determinante para solucionar las distintas crisis económicas del México. En su informe de gobierno de 1940, el presidente Manuel Ávila Camacho define al turismo en un doble aspecto: «como fuente de ingresos económicos y como medio para el desarrollo del espíritu de cooperación interamericana» (Ávila, 1940); posteriormente, Miguel Alemán Valdez, afirma: «La Comisión Nacional de Turismo fomentó el turismo interior y exterior con miras a hacer de él una verdadera industria capaz de contribuir a la vida económica del país» (Alemán, 1949) y su sucesor, Adolfo Ruiz Cortines asevera que el turismo «es una industria de valor en nuestra vida económica» (Ruiz, 1955); Gustavo Díaz Ordaz explicita su función de ser fuente de divisas (Ordaz, 1965).

La necesidad de dar claridad gubernamental sobre la obligación de fortalecer el turismo en México, tuvo un fuerte espaldarazo durante el gobierno de Luis Echeverría Álvarez, quien asumió la presidencia en 1970. Con el fin de coadyuvar a los ingresos macroeconómicos, Echeverría Álvarez mantuvo una constante promoción del turismo a través de programas y proyectos de gobierno, tal como se había venido realizando desde los sexenios anteriores.

Uno de los mecanismos creados por el Estado para dar sustento a estas políticas expansionistas fue la creación de fideicomisos, instituciones que apoyarían la operatividad del accionar gubernamental, con el objetivo general de legalizar la tenencia de la tierra.

Otras de las actividades fue la creación de los Centros Integralmente Planeados -CIP- Cancún (1970), Ixtapa-Zihuatanejo (1972), Los Cabos (1974), Loreto (1975) y Bahías de Huatulco (1984) que no produjo beneficio social sino para el gran capital (Castillo y Vargas, 2007: 21) así como las marinas, puestas en funciones en la década del 90, que eran conglomerados con cientos de atracaderos para recibir a turistas con alto poder adquisitivo, rodeados por condominios lujosos para su recepción. Puerto Vallarta, contó con su Marina propia que inició funciones en 1993.

En 1974, se estableció el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), entre cuyos objetivos se encontraba el de asesorar, desarrollar y financiar planes y

programas de fomento al turismo a través de una fiduciaria con, entre otras, las siguientes funciones: «impulsar la formación y desarrollo de empresas mexicanas dedicadas a la actividad turística; llevar a cabo el desarrollo de nuevas regiones y centros turísticos y el fomento de los ya existentes que le encomiende el Departamento de Turismo; fomentar y orientar la inversión privada hacia zonas y proyectos turísticos de interés nacional; adquirir, urbanizar, fraccionar, vender, arrendar y administrar bienes inmuebles para proyectos turísticos y otorgar crédito a las personas dedicadas al turismo» (FONATUR, 1974). Sus atribuciones eran, entre otras: a) fomentar y orientar la inversión privada hacia aquellas zonas y proyectos turísticos de interés nacional; b) adquirir, urbanizar, fraccionar, vender, arrendar y administrar bienes inmuebles para proyectos turísticos; c) otorgar créditos a las personas dedicadas al turismo y d) llevar a cabo el desarrollo de nuevas regiones y centros turísticos y el fomento de los ya existentes que le encomiende la Secretaría de Turismo.

Posteriormente, José López Portillo enfatiza que el turismo es un factor no solo para obtener dinero sino para lograr empleo (López, 1977), en tanto que



Plaza de Armas de Puerto Vallarta. Año 2013. Foto tomada por Gabriela Scartascini (GSS).

Miguel de La Madrid lo valora por el hecho de que ha contribuido a paliar la deuda externa (De la Madrid, 1985). Y Carlos Salinas de Gortari destaca que «Tiene un papel fundamental en la generación de empleos, en el desarrollo regional y en el ingreso de divisas» (Salinas, 1989).

Ya entrado el siglo XXI, según el Programa Nacional de Turismo 2001-2006, esta actividad fue declarada prioridad nacional, de acuerdo con documentos emitidos por la Secretaría de Turismo de México -SECTUR-. En 2005, la industria turística contribuyó con el 7.7 por ciento del producto interno bruto (SECTUR, 2001). A su vez, en los últimos años, numerosas han sido las estrategias aplicadas tanto a nivel nacional como internacional para reactivar a la actividad turística enfocada sobre todo al visitante de los Estados Unidos, ya que su presencia deca-
yó ostensiblemente debido a la crisis recesiva mundial.

A lo largo de la costa del Pacífico mexicano, el visitante disfrutará de sitios como Cabo San Lucas, Mazatlán, Ixtapa-Zihuatanejo y Acapulco, uno de los destinos que las políticas de gobierno del país fomentaron desde las primeras decisiones asociadas al turismo a través de innumerables campañas en los medios de



Plaza de Armas de Puerto Vallarta. Año 2013. Foto GSS.



Ensayo de ballet folklórico Xiutla en la Plaza de Armas. Año 2013. Foto GSS.

comunicación nacionales y tianguis turísticos. Puerto Vallarta fue conocido como «el paraíso escondido» (Montes de Oca, 1982) y fue comparado, con Portofino, en Italia (Masselink, 1961: 10). La comunidad estadounidense y canadiense descubrió el privilegio del Pacífico mexicano con su clima cálido frente al frío invernal del norte; a esta opción, posteriormente se le sumó la posibilidad de una segunda residencia en caso de retiro: «Existe un *boom* en la compra-venta de propiedades. Los americanos acuden como bandada a este pequeño pueblo no contaminado. Muchos de ellos viven seis meses en Puerto Vallarta - hasta que expira su visa y regresan a Estados Unidos hasta que es tiempo de regresar nuevamente (...) Puerto Vallarta no es Palm Springs; es por eso que yo voy allá» (Delaplane, 1960).

Historia de un destino

Para Puerto Vallarta, recibir turistas forma parte de su cotidianidad. Esto lo sabe desde hace más de 60 años, con el crecimiento en cuestión de servicios al cliente,

demografía y situaciones colaterales asociadas al proceso de modernización como la pérdida de playas públicas o la llegada de turismo deseoso de conocer a las grandes personalidades cinematográficas que descansaban en el puerto. El progreso que se percibía en la zona hotelera también llegaba a la comunidad local con el alumbrado público, el teléfono o la televisión por cable, las rutas de conexión a Guadalajara por vía terrestre o el aeropuerto con infraestructura adecuada para la llegada masiva de visitantes externos. La propia dinámica histórica le ha permitido entender a la sociedad local que los cambios son coyunturas necesarias: en los tiempos del turismo pionero, hoteles modestos, bonitos y lugareños y calles empedradas; posteriormente, grandes edificios, cruceros y calles asfaltadas; en el siglo XXI, centros comerciales con marcas internacionales.

Pero ¿Qué ha significado esta transición para la comunidad local? En los primeros tiempos, el beneficio social en cuanto a servicios básicos y relación con el turismo (ya que la misma comunidad se encargaba de la atención) superaba al impacto por la nueva actividad importada. La temporada alta iniciaba en noviembre y culminaba luego de Semana Santa. Eran 6 meses de «vacas gordas» por otro tiempo de las «flacas» con un turismo de alto poder adquisitivo. Testimonios de sus habitantes dan cuenta de ello, señalando que a partir de la llegada del «Tiempo Compartido» a Puerto Vallarta, en la década del 80, se produjo una escisión y un cambio del tipo de turismo hacia una vertiente masiva y que ya no generaba una temporada alta de seis meses ni ingresos que beneficiaran a la sociedad local ya que provocó fuerte inversión de capitales extranjeros hacia el país —a pesar de los impedimentos jurídicos que pudiera ocasionar— (Castañeda, 2009: 434), pero se fue perdiendo la esencia del turismo hotelero y, con ello, la derrama de recursos económicos hacia la sociedad local.

Puerto Vallarta siempre ha apostado al turismo receptivo de Estados Unidos y Canadá. En los últimos quince años, eventos de trascendencia como las crisis de 2001 por el atentado al *World Trade Center* de Nueva York; la recesión económica de 2008 en Estados Unidos, y el episodio de la «influenza» en 2009 han marcado una huella puesto que, de manera directa o indirecta, impactó en el movimiento turístico a nivel global y, en particular, en México y Puerto Vallarta.

Como consecuencia, en los últimos 5 años, se han producido numerosos cierres de negocios familiares entre los que se encuentran supermercados, cines, escuelas, fabricantes de calzado y de ropa; a su vez, los nuevos emprendimientos inmobiliarios son percibidos por la comunidad local en términos de exclusión y marginalidad ya que no son tomados en cuenta a la hora de la toma de decisiones de gobierno; en consecuencia, los forjadores del destino turístico son vistos como

«el otro», como los que todavía habitan un centro histórico que está desapareciendo su pasado.

Estrategias para Puerto Vallarta

En la década del 70, Castells (1999) mencionaba a la marginalidad «ecológica» en relación con los fenómenos surgidos en las sociedades dependientes respecto de la cuestión urbana y la presencia del capital multinacional como factor para los modos de producción capitalista y la urbanización dependiente de la industrialización dominante.

En cuanto a escenografía arquitectónica, en las últimas cuatro décadas se visualiza a las aristas del poder en cuanto a afectación de zonas de equilibrio ecológico, ya sea en la montaña, como en zona federal de playa con cambios de uso de suelo para la construcción de condominios en zona que era hotelera o en restricciones que afectan la entrada a zonas públicas al privatizar los espacios de playa.

La comunidad local es observada en una perspectiva asimétrica ya que la mirada desde el presente ignora la historia enraizada en ese territorio así como los procesos culturales, sus transiciones y cristalizaciones. Se ha transformado en «el otro». En las prácticas comunitarias asociadas a esta situación, se percibe una lógica de exclusión así como la violencia simbólica a la hora de toma de decisiones que afectan al patrimonio histórico local.

Durante las primeras décadas asociadas al fenómeno turístico, la comunidad local reconoce que visitantes poseían alto poder adquisitivo y que, a medida que el destino fue incorporando actividades asociadas con el turismo de masas, decreció el tipo de visitantes con amplio margen de gasto.

En la actualidad, a pesar de que en los últimos dos años se ha incrementado el ingreso de visitantes, no ha sido productivo para la mayoría de los sectores asociados a servicios al cliente pues se considera un turismo que no maneja un poder adquisitivo importante (Pérez, 2013).

Una hipótesis que se sostiene es que, aun habiendo movimiento turístico y que, si tomamos a Vallarta, vemos el malecón abarrotado de gente durante las vacaciones de verano, ese turismo no provoca beneficio económico a nivel general pues no genera movimiento de dinero en aquellos rubros asociados a servicios al cliente.

Durante los últimos años, se ha intentado revitalizar esta industria a través de estrategias de modernización con la modificación de la imagen inicial del des-

tino con la cual era reconocido: un típico pueblito mexicano a orillas del mar; sin embargo, estos cambios que han afectado la imagen tradicional de que gozaba Vallarta no la han robustecido pues «desde hace dos años se mantiene un bache turístico y económico» (Álvarez, 2013).

Se han realizado modificaciones sustanciales en espacios considerados históricos que han suscitado amplias discusiones y opuestos puntos de vista, como la reconstrucción del malecón, con clara similitud al de Benidorm en España (Vallarta-Banderas, 2012) o el tradicional muelle de pescadores el cual ha sido edificado al estilo de uno holandés (*Tribuna de la Bahía*, 2013).

En el año 2004, México estaba valorado en octavo lugar de los países más visitados por el turismo según el informe del Centro de Estudios Sociales y la Opinión Pública de la Cámara de Diputados -CESOP- (2006). En pocos años, el país ha descendido numerosos escalones a nivel internacional. En lo particular, de acuerdo con uno de los sitios web más visitados, en cuanto a opinión de los propios turistas, se destaca a la Riviera Maya (constituída por Cancún, Playa del Carmen y Tulum) como el área más popular para ser visitado; en cuarto lugar, se posiciona Puerto Vallarta (Trip Advisor, 2013). Es evidente que los cambios que se han realizado, al menos en Vallarta en los últimos años, no han actuado para incentivar la capacidad receptora de turismo internacional a Vallarta.

Aún a pesar de esta coyuntura, Puerto Vallarta conserva recursos propios y singulares que podrían ser trabajados para generar un turismo deseoso de com-



Estero El Salado. Año 2013. Foto GSS.

partir un tiempo de ocio en actividades nucleadas en un solo destino. Se mencionarán algunas cuestiones asociadas a la propuesta, ya sea en relación con el patrimonio natural y el cultural que posee la región.

En cuanto al turismo de naturaleza, cuenta con la temporada de ballenas (de noviembre a marzo) y la de tortugas (junio a diciembre). A su vez, en medio de la ciudad, el estero El Salado se convierte en un pulmón que oxigena. Sus programas de vinculación con la sociedad local han producido conciencia y respeto en cuanto a su presencia en el puerto. Cabe destacar la necesidad imperiosa de que cualquiera de estas actividades debe ser supervisada con el fin de proteger la integridad de la flora y fauna regional.

Por otra parte, desde el punto de vista cultural, Vallarta cuenta con más de 20 galerías de arte que, durante la temporada alta, realiza exhibiciones —el Art Walk— los miércoles cada 15 días. Es un nicho de mercado valioso que, en la actualidad, está centrado en acciones de la iniciativa privada y que podría ser fortalecido con estrategias de políticas públicas pues atrae a un turista deseoso de arte y socialización a través de la interacción con otras culturas.

A modo de conclusión

En los últimos años, numerosos son los pueblos y ciudades de México que, en sus centros históricos, han trabajado para darle una expresión autóctona. En 2012, Valladolid, en Yucatán, ha sido nombrado Pueblo Mágico (México desconocido, 2013). Una de sus estrategias fue averiguar qué se requería para lograrlo y, de esta forma, puso en marcha un programa que incluyó, entre otras actividades, el cableado subterráneo, la conservación de la fachada de su iglesia colonial así como de su plaza principal y la regulación de los carteles de los locales comerciales que deben estar pegadas a las paredes para no producir contaminación visual. Otros pueblos y ciudades de México que han sido declarados Pueblos Mágicos son Tlacotalpan y Alvarado, en Veracruz; Patzcuaro, en Michoacán; Guanajuato, en Guanajuato y San Sebastián del Oeste, en el estado de Jalisco.

Asimismo, se han escuchado numerosas reacciones de las poblaciones afectadas a lo largo del país, ya sea en Toluca, Estado de México (Pérez-Ramírez, Zizumbo-Villarreal y Monterroso-Salvatierra, 2009) como en Cabo Pulmo, Baja California Sur (Greenpeace, 2012) y que ha llevado a las autoridades a dar marcha atrás a proyectos de crecimiento inmobiliario que afectarían la sustentabilidad de la región.

Todos estos ejemplos permiten considerar opciones para apoyar turísticamente al país en medio de las crisis, sin afectar al patrimonio tangible e intangible, a la sociedad local y sin olvidar que el presente es producto del pasado que lo forjó y posicionó.

Podemos definir a los idearios como un «conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a una actividad, un espacio, un periodo o una persona» (Hiernaux, 2002: 8). Se caracterizan por tener una especificidad que es evaluable en grupos empíricos reales. Según este autor, los idearios turísticos son: búsqueda de felicidad, deseo de evasión, descubrimiento del otro y retorno a la naturaleza.

«Los imaginarios han nutrido toda la historia de lo urbano» (García Canclini, 2007: 89). En la complejidad de los procesos históricos, se articulan visiones y acciones que pueden producir hibridación y, en consecuencia, impedir la integración visual de un territorio con su propia historia. Si deseamos entender el origen y sentido histórico de la contemporaneidad, es preciso pensar qué hacer con el patrimonio» (García Canclini, 2007: 94). Una memoria impuesta promoverá la



Casa del Centro Histórico de Vallarta. Año 2013. Foto GSS.



Casa del Centro Histórico de Vallarta. Año 2013. Foto GSS.

desvinculación del capital simbólico de las estrategias de fortalecimiento de los territorios.

Una imagen requiere de identidad, estructura y significado, ya sea en cuanto a su individualidad, la relación con el espacio y con los observadores; por ello debe provocarse encontrar la *imaginabilidad* —esa cualidad física de un objeto que le da gran probabilidad de suscitar una imagen vigorosa en cualquier observador de que se trate— (Lynch, 2000: 19). El centro histórico vallartense aún conserva detalles que, de ser recuperados, fortalecerán la apuesta hacia el futuro; ya que se preservarán para el disfrute y conocimiento de las nuevas generaciones. En el camino del turismo, la sustentabilidad también se asocia a la preservación de la historia.

La propuesta estética actual, con construcciones que presentan símiles a otras partes del mundo con posibles lecturas como «En Puerto Vallarta está el mundo», no ha fructificado en beneficios evidentes ya que el siglo XXI encuentra un destino que ha perdido vigencia en cuanto a imagen y entradas económicas. Reposicionar la imagen requiere de estrategias a nivel de identidad, patrimonio, ocio, dinero, inversiones y sustentabilidad. Si tomamos en cuenta a la estrategia rusa de recuperación de lo propio para darlo a conocer al mundo turístico, proponiendo una revalorización cuyos beneficios ya están reflejados en las estadísticas de la OMT, ¿cuáles son los senderos que se deberían implementar?

Durante décadas, el cruce de las calles del centro histórico de Puerto Vallarta estuvo organizado por la policía turística quien daba prioridad a los peatones en



Balcón vallartense. Año 2013. Foto GSS.

su cruce hacia la plaza principal, la iglesia o el malecón. Cotidiana y cordialmente, se detenía el tráfico para dar paso a los peatones, entre ellos numerosos turistas; ahora ha sido reemplazado por un semáforo moderno ¿qué ocurrirá? marcará el ritmo de todos de manera mecánica y sin priorizar, en plena zona turística, al peatón que la recorre. Entonces ¿Por qué desaparecer la cordial autoridad del policía turístico que brinda atención al visitante? ¿Por qué despersonalizar y desdibujar la imagen que nos da identidad turística?

Si los idearios turísticos se relacionan con el encuentro con otras culturas entonces los visitantes vendrán a buscar a México aquello que lo hace único. Darle a Puerto Vallarta ese rasgo de identidad turística diferenciadora es la reingeniería que necesita.

Referencias bibliográficas

Álvarez Valdivia, A. (2013). Admiten bache turístico y económico en Puerto Vallarta. Recuperado de <http://www.aznoticias.mx/index.php/puerto-vallarta/>

- 3882-sigue-y-seguira-un-bache-turistico-en-vallarta-por-factores-como-percepcion-de-inseguridad-y-falta-de-recursos-para-promocion-refiere-comision-de-turismo#.UazXU9Kmguc
- Castañeda Rivas, M. (2009). Naturaleza jurídica del tiempo compartido. Recuperado de <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/6/2722/26.pdf>
- Castells, M. (1999). *La cuestión urbana*. México: Siglo XXI Editores.
- Castillo Néchar, M. y E. Vargas Martínez (2007). Breve recuento de la modernización de la política turística mexicana, en *Teoría y Praxis*, núm. 3, Universidad de Quintana Roo. Recuperado de <http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/Numero3/Castillo-Vargas.pdf>
- Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara de Diputados (CESOP) (2006). Recuperado de http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Eje_tematico/4_Turismo.htm
- Delaplane, S. y R. de Roos (1960). *In Mexico, a short happy guide*. Nueva York: Coward-McCann, Inc.
- China Daily USA (2012). «Year of Russian Tourism» hailed as successful. Recuperado de http://usa.chinadaily.com.cn/business/201211/16/content_15938117.htm
- Euromonitor (2012). Travel and Tourism in Russia. Recuperado de <http://www.euromonitor.com/travel-and-tourism-in-russia/report>
- FONATUR Fondo Nacional de Fomento al Turismo. Recuperado de <http://www.fonatur.gob.mx/es/index.asp>
- García Canclini, N. (2007). *Imaginario urbanos*. Buenos Aires: Eudeba.
- González y González, L. (2009). *Viaje por la historia de México*. México: SEP/ INAH/CONACULTA.
- Greenpeace (2012). Cabo Pulmo: paraíso en riesgo. Recuperado de <http://www.greenpeace.org/mexico/es/Campanas/Oceanos-y-costas/Que-amenaza-a-nuestros-oceanos/Turismo-depredador/Cabo-Pulmo-paraíso-en-riesgo/>
- Hiernaux-Nicolás, D. (2002). Turismo e imaginarios. *Cuadernos de Ciencias Sociales*, núm. 123. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) San José, Costa Rica. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/costar/cua123.pdf>
- Lukyanchikov, A. (2012). Recuperado de <http://www.washingtonpost.com/wpadv/specialsale/spotlight2006/articles/tourism.html>
- Lynch, K. (2000). *La imagen de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Masselink, B. (1961). Islands in the sun club, vol. 3, núm. 6. USA: Islands in the sun club inc.

- Montes de Oca de Contreras, C. (1982). *Puerto Vallarta en mis recuerdos*. Guadalajara: UNED / H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2013). Recuperado de <http://whc.unesco.org/en/statesparties/ru>
- (2013). Recuperado de <http://whc.unesco.org/en/culturallandscape/>
- Organización Mundial del Turismo (2013). Barómetro mundial OMT 2013. Recuperado de <http://www2.unwto.org/es>
- Pérez, H. (2013). Modelo turístico 'Todo Incluido' abarata al destino y al país: Empresarios. Recuperado de <http://pacifico.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/511a0be5cdc57fdbeb9c06f176330426>
- Pérez-Ramírez, C.; L. Zizumbo-Villarreal; N. Monterroso-Salvatierra (2009). Turismo e identidad de resistencia; la oposición local a proyectos turísticos en el parque nacional Nevado de Toluca, México, en *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18: 36-52.
- Revista México Desconocido (2013). Valladolid, tesoro maya-colonial del oriente yucateco. Recuperado de <http://www.mexicodesconocido.com.mx/valladolid-pueblos-magicos-de-mexico.html>
- SECTUR Secretaría de Turismo (2013). Antecedentes históricos de la Secretaría de Turismo. Recuperado de http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Antecedentes_Historicos_de_la_Secretaria_de_T
- . Recuperado de www.sectur.gob.mx
- Tourism Policy Group (2012). The russian federation. The impact of travel and tourism on jobs and the economy. Recuperado de <http://www.tourismpolicygroup.com/Projects/Russia/index.html>
- Tribuna de la Bahía* (2013). Afirman que carece muelle de funcionalidad. Recuperado de <http://www.tribunadelabahia.com.mx/noticiasdepuertovallarta/index.cfm?op=por2&recordID=56765&seccion=Bahia&tit=Afirman%20que%20carece%20muelle%20de%20funcionalidad>
- Trip Advisor (2013). Recuperado de <http://www.tripadvisor.com.mx/Tourism-g150768-Mexico-Vacations.html>
- Vallarta-Banderas (2012). Colegio de Ingenieros reprueba nominación al Malecón de Vallarta a La Bienal Nacional de Arquitectura. Recuperado de <http://www.vallartabanderas.com/sitio/component/content/article/3374-colegio-de-ingenieros-reprueba-nominacion-al-malecon-de-vallarta-a-la-bienal-nacional-de-arquitectura>
- WTTC World Travel and Tourism Council (2012). Tourism in Russia contributes more to GDP than automotive manufacturing. Recuperado de <http://www>.

wttc.org/news-media/news-archive/2012/tourism-russia-contributes-more-gdp-automotive-manufacturing/

Informes presidenciales

Recuperados de www.diputados.gob.mx

Manuel Ávila Camacho: 1941.

Miguel Alemán: 1949 y 1950.

Adolfo Ruiz Cortines: 1955, 1956 y 1957.

Gustavo Díaz Ordaz: 1965 y 1967.

Luis Echeverría Álvarez: 1971 y 1974.

José López Portillo: 1977, 1978, 1979 y 1981.

Miguel de la Madrid Hurtado: 1983, 1985, 1987 y 1988.

Carlos Salinas de Gortari: 1989.

La crisis global y el turismo

Carlos Gauna Ruiz de León
Rosa Elizabeth Vargas Muñoz

El turismo como una de las actividades más globalizadas del mundo ha sufrido los embates de la crisis global, los efectos que ha provocado, aunque aún se desconoce su profundidad, permite entender la importancia de generar políticas sectoriales adecuadas para sortear de la mejor manera los problemas asociados.

No existe una respuesta única a la crisis, de hecho se pudiera explicar este fenómeno global, como si existieran varias crisis de forma paralela. Esto es inédito, porque inicia en el sector financiero internacional, en la principal economía del mundo, no sucede en principio en alguna economía emergente, como eran la mayor parte de los sucesos los últimos 60 años y los efectos más críticos suceden en países europeos.

El alcance, profundidad y temporalidad de esta crisis solo se puede comparar con la sucedida en los años treinta, con el agravante de que las innovaciones tecnológicas hacen que el contagio se dé de una forma inmediata sin restricción alguna.

Las políticas que se están diseñando para enfrentar la crisis, aún no se conoce su capacidad de respuesta, porque esta valoración se podrá hacer en el mediano plazo, aun que en el corto plazo los efectos más sensibles se han superado, existe la percepción que pueden suceder otros efectos que pueden agravar el problema.

La crisis de los mercados globales

La preocupación que se tiene sobre los efectos que genera una inestabilidad económica sobre las actividades sociales es un tema recurrente tanto en las discusiones académicas como en las preocupaciones de la población y en los planteamientos de políticas públicas por parte de los gobernantes, dado su recurrencia e impactos que generan en la sociedad.

Como lo ha señalado el gran historiador económico Charles Kindleberger, la frecuencia de las crisis financieras es un hecho recurrente en la historia del capitalismo. En el caso de los Estados Unidos, esta es la tercera crisis bancaria de las últimas décadas. La primera fue la crisis latinoamericana de la deuda, que fue hábilmente manejada a fin de que América Latina pagara los costos e incluso no quedara registrada como lo que también fue, esto es, una quiebra de los principales bancos estadounidenses. La segunda fue la crisis del sistema de ahorro y crédito de los Estados Unidos a fines de los años ochenta y la tercera, la que se está experimentando en la actualidad (Ocampo, 2009).

Este tema viene a agravarse porque la mayor parte de las veces suceden las crisis en el momento donde la confianza de los inversionistas y consumidores está en un nivel bastante elevado, lo que ha generado un espiral de incrementos de créditos y transacciones de títulos y valores bursátiles, haciendo negocios cada vez más arriesgados y poco sustentados en valores reales y basados fundamentalmente en procesos especulativos, lo que provoca un desajuste tanto en el nivel de endeudamiento como en la escasa capitalización, provocando efectos negativos que el mercado no puede corregir, finalmente han demostrado que el mercado financiero no es capaz de autorregularse.

La crisis global que inicia en 2007 y que sus efectos más graves se sintieron en todo el mundo en el 2009, debe explicarse a partir de que pudiera parecer tres asuntos de diferente origen, pero no es así. La crisis de los créditos inmobiliarios y la posterior quiebra de intermediarios financieros, la crisis del Estado del bienestar social en algunos de los países europeos, con la incapacidad de la Unión Europea de dar una solución suficiente antes de que se dé un contagio por toda la zona y la recesión económica que afecta a todas las economías del mundo, que aún se desconoce su profundidad y permanencia.

Estos tres asuntos tienen en común que se dan en el marco del debilitamiento del modelo neoliberal, que funcionaba a través de la desregulación de los mercados y la pérdida de controles de los bancos centrales, dejando todo a la capacidad del libre mercado, que provocan, más que nunca la búsqueda de las ganancias en el corto plazo y que estas quedan alejadas del mundo productivo, para darse solo en los mercados financieros de alta especulación.

La crisis global ha recorrido tres etapas que señalan quiebres sustantivos en su desarrollo: la primera fase de agosto de 2007 a septiembre de 2008, periodo en el cual irrumpe la crisis financiera vinculada a las hipotecas; la segunda de septiembre de 2008 a marzo de 2009, que arranca con la quiebra de Lehman Brothers, a partir de la

cual la crisis financiera se profundiza y se despliega la llamada gran recesión; y la tercera de marzo de 2009 a la fecha, durante la que se inicia la recuperación frágil y desigual, que rápidamente se vio amenazada por la crisis europea (Guillén, 2013).

Una vez que se reconoce en 2008 la existencia de la crisis financiera, debido a la insolvencia de los mercados de bienes raíces, el aumento del desempleo se hizo presente, para entonces se acepta que el problema va más allá, al reconocerse una crisis económica global, con lo que el desempleo continuó creciendo.

El problema del desempleo, provocado por la recesión mundial, trae consigo aparejado nuevas formas de contratación basadas en el destajo, la ampliación de jornadas laborales y la pérdida de seguridad social, por lo que los efectos en la sociedad son altamente sensibles, toda vez que la seguridad del empleo se acaba y la seguridad social que antes era una obligación ahora parece más bien un fin deseable pero no posible.

Un elemento inicial es explicar en los últimos treinta años el capitalismo industrial (imperante hasta entonces) se torna en capitalismo financiero, con lo que las explicaciones sobre cómo funcionan los mercados han sufrido enormes transformaciones, por lo que las explicaciones sobre el mercado no pueden ser las mismas, porque el modelo capitalista tiene nuevas condiciones, más complejas e inéditas, donde la tecnología informática juega un papel preponderante y la velocidad a la que se realizan las transacciones económicas es inmediata, no importando la distancia, monto o tipo de asunto, así que se deben repensar muchos principios que hasta hace poco tiempo parecían inmutables.

El principio de liberalización y desregulación de los mercados financieros, que es uno de los principales postulados del modelo neoliberal, se va a convertir en el principal vehículo para que suceda el colapso financiero. Para entender esto habrá que saber que el valor de los movimientos financieros es alrededor de 4 billones de dólares diarios y por la capacidad del régimen capitalista en la generación de procesos de innovación, como la titularización y los derivados, permite que este volumen de transacciones suceda alrededor de todos los mercados bursátiles del mundo, con pocas o ninguna restricción (Curiel, 2013).

Por otro lado, se da una expansión en los mercados internacionales de capital, con un gran número de operaciones transfronterizas entre un reducido grupo de grandes bancos, fondos de inversión y empresas transnacionales, con muy limitados o inexistentes regulaciones.

Además los bancos estaban operando con altas tasas de retorno y en las grandes empresas en este juego, operaba la lógica de las ganancias máximas en el

plazo inmediato, contra el proceso de crecimiento de mediano plazo, como bien lo define Ricardo Ffrench «En el centro de su gestión estuvo presente el sesgo cortoplacista y especulativo de los mercados financieros internacionales» (2009).

Esta obsesión por las ganancias rápidas, genera una concentración del ingreso, con niveles mínimos de crecimiento de los salarios.

Para 2007 los créditos a los hogares en los países desarrollados (particularmente en Estados Unidos) están en el punto más alto después de un crecimiento constante los últimos años, particularmente para la adquisición de bienes inmuebles. Las empresas no financieras también han incrementado su cartera de crédito. Este incremento de los créditos en función del PIB es considerable (Vidal, 2013).

Esto se da porque muchos de los créditos, particularmente de vivienda, eran poco apalancados y existe el riesgo de su morosidad, a este tipo de créditos se les denomina *subprime*, los cuales dado su nivel de riesgo tienen tasas de interés más elevadas y las comisiones bancarias eran también más elevadas.

Para sacarlos de los balances de los bancos, se construyó un sistema de titulación de los créditos (venta a través de bonos), los cuales muchas veces se mezclaban con otro tipo de instrumentos de mayor valor, con ello los bancos los sacaban de sus balances, y eran transferidos a fondos de inversión o fondos de retiro, incluso gracias a la innovación en los procesos de transferencias a través de sistemas electrónicos estos fondos se negocian en todo el sistema financiero internacional.

Dado que los inversores desconocen el verdadero valor de estos activos y que al comercializarlos su valor se fijaba a través de procesos especulativos, parecía que su valor se incrementaría de la misma forma con grandes ganancias en el corto plazo. Este proceso genera grandes ganancias a los operadores y financieros que los construyen, pero transfieren bonos cuyo valor real es muy inferior al que se negociaban, que darán cuenta a quienes los compraban.

Como se da la crisis

La manifestación de la crisis financiera se da a partir de la incapacidad de mantener en operación créditos basura (créditos *suprime*), que están en el más alto nivel de insolvencia una buena parte de los consumidores y el diseño financiero para ocultar este problema ya no funciona y devela la dimensión del problema.

En 2008 con la quiebra de Lehman Brothers Holding (LMH) se revela la dimensión del proceso de internacionalización financiera. Incluía a 2,985 entidades

legales en más de 50 países. La expansión de los documentos financieros revelan la existencia de mercados de derivados que poco o nada tienen de relación con la formación de capital o la ampliación de la capacidad de producción.

Los efectos de la crisis se ven reflejados en una disminución de la actividad económica, como lo explica Ocampo «En los países industrializados alcanzaría un ritmo anual equivalente a 5% o 6% en el último trimestre de 2008 y primer trimestre de 2009» (Ocampo, 2009).

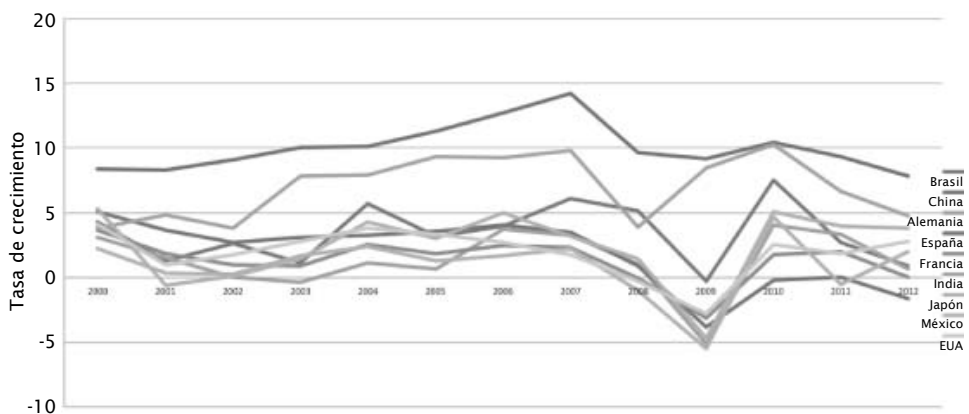
La crisis europea es aun más grave y profunda, toda vez que tiene su raíz en déficit fiscal y el endeudamiento de algunos de sus países (Grecia, España, Portugal, Irlanda e Italia), esta situación se ha agravada por la ausencia de crecimiento en toda la zona y a la gran pérdida del empleo.

Esto ha afectado particularmente a los jóvenes, quienes fueron educados para obtener un empleo bien remunerado, y ahora esa posibilidad no existe y no se ve que en el corto plazo vaya a regresar.

Las políticas emprendidas se basan en procesos de austeridad, reduciendo el gasto público, particularmente en gasto social e incrementando los impuestos, lo cual genera más recesión y desempleo.

A partir de ambos sucesos se provoca la desaceleración económica en todo el mundo, teniendo en muchas economías procesos recesivos (esto es que el decrecimiento se mantenga por más de tres bimestres de forma consecutiva), que provoca una caída sustancial en el comercio de bienes y servicios, y un aumento en el desempleo al interior de los países, situación que provoca, una caída de los merca-

Figura 1. Tasa de crecimiento por país, 2000-2012



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Banco Mundial, 2013.

dos internos, menor recaudación fiscal, que lleva a la insolvencia de los gobiernos y desestabilización de los mercados financieros.

La Figura 1 muestra el comportamiento de algunos países en los últimos años, a partir de datos que se tomaron de la información contenida en el Banco Mundial (2013), el comportamiento que tuvieron los países en el 2009 fue a la baja, y como a partir de allí se da una aparente recuperación en 2010 para retomar la senda de baja en 2011 en casi todos los países, menos Alemania y Japón que crecieron y México que mantiene una estabilidad los últimos dos años, es notable el comportamiento de España que es el país que menos ha crecido los últimos años y la caída pronunciada de India y Brasil.

Las consecuencias sociales son mayor pérdida de apoyos sociales, mayor migración, menores ingresos por remesas y aumento de la economía informal.

Qué sucede en los países emergentes

Los países latinoamericanos habían tenido cinco años donde se había retornado a la senda del crecimiento (2003-2008), incluso se logró tener superávit de la cuenta corriente y en las cuentas públicas. Este proceso se da particularmente por los altos precios de los productos básicos y las condiciones excepcionales del financiamiento externo.

A pesar de que la crisis actual no se generó en los países emergentes y que en estos, en sus primeras manifestaciones no recibieron efectos graves, si se tuvieron contagios, particularmente por la cercanía con los Estados Unidos (más a México y Centroamérica) y a la percepción global de inestabilidad en los mercados por parte de los gobiernos y los inversionistas.

La crisis se transmite de un país a otro a través de diversos canales (reales o financieros), estos pueden ser a través del precio de las mercancías y los títulos, los movimientos del capital de corto plazo, las modificaciones de las tasas de interés, las variaciones de los stocks mundiales de mercancías, las de las remuneraciones de los trabajadores migrantes (Guillén, 2013).

Una situación positiva, es que dadas las experiencias vividas por la economía mexicana de las últimas turbulencias financieras (particularmente la de 1994), se constituyó un sistema de control sobre los mercados bursátiles, donde se restringió o incluso se prohibieron prácticas especulativas de alto riesgo, permitiendo

con ello que el contagio fuera menor por la incapacidad de que los productos de alto riesgo no fueran negociados en México.

La pérdida de dinamismo en esta crisis fue superior a la de los años noventa, pues se pasó de un crecimiento medio del 4.2% entre 2003 y 2008 a una disminución del 1.8% en 2009, lo que implica una pérdida de 6 puntos porcentuales de crecimiento del PIB frente a 1.6 puntos de la crisis tequila, 4 puntos de la crisis asiática y 1.8 puntos de la argentina... En América Latina en 2009 se constata una aguda contracción de la inversión pública de un 41.8% con respecto al año anterior (Guillén, 2013).

Las áreas más afectadas de forma directa en los países periféricos (como es el caso de México) son las remesas, al contraerse el mercado norteamericano, el empleo cae, afectando a los migrantes de forma inmediata, lo que provoca una caída en el total de las remesas que llegan al país.

El mercado de capitales sufrió una caída, a pesar de la gran bonanza de los últimos años, ganada a partir de la estabilidad macroeconómica de México, el efecto de la crisis repercutió en el país a través de la parálisis de los créditos internacionales, una salida de capitales especulativos de corto plazo, que fueron requeridos en Estados Unidos y Europa para subsanar las pérdidas en los mercados financieros de los países desarrollados, la depreciación de las monedas de la mayor parte de los países emergentes, incrementando con ello los déficit del gasto público.

Otra actividad que se ve afectada es el comercio internacional, por la misma desaceleración del mercado, provoca que las ventas de productos y servicios caigan, afectando las exportaciones de los países en desarrollo, seguramente este es el de mayor afectación y cuya recuperación será más dilatada.

Por ello, lo acontecido en el año 2008 en los mercados financieros mundiales y de forma particular en Estados Unidos, viene a configurar una preocupación en el sector turismo, dado que uno de los principales clientes en muchos destinos mexicanos son originarios de ese país.

América Latina logró escapar de una primera fase de la crisis financiera global, es decir, al colapso de los activos titularizados de baja calidad (subprime) de Estados Unidos en agosto de 2007. Sin embargo desde entonces, el financiamiento externo fue más irregular y las primas de riesgo subieron. Además, se desaceleró el crecimiento de las remesas debido a menores oportunidades de empleo en países receptores (Ocampo, 2011).

Una primer explicación se da porque el mercado se contrae y el consumo en general se reduce, situación que afecta a todas las actividades (incluido el turismo).

Unas actividades tienden a ser más afectadas que otras, debido a la elasticidad de la demanda, que en el turismo es muy sensible y provoca una contracción fuerte a partir de la incertidumbre del mercado, esto se explica a partir de entender la idiosincrasia del pueblo norteamericano, se basa en un carácter conservador, funciona de forma tal que una vez que percibe problemas, dejan de realizar actividades que pongan en riesgo su estabilidad personal, para lo cual no compromete ingresos actuales y menos futuros si no tiene claro el panorama de la situación, este análisis parte de su formación cristiana protestante, que influye la forma de vida, donde la frugalidad y el sentimiento de conservación influyen en su forma de pensar y actuar frente a la vida.

Las actividades que deja primero son las que a su parecer pueden presidir, sin que afecten su condición de vida, por lo que realizar viajes de placer, más si estos son al extranjero, pueden no hacerse o cambiarse por otros de corte local. Otras actividades que pueden dejar son la compra de bienes suntuarios o incluso la compra de una segunda residencia, más aún en este tema cuando las condiciones de los créditos han cambiado de forma abrupta y la expectativa deja de ser interesante.

Las políticas anticrisis

La condición primordial para salir de la crisis es restablecer el crecimiento, teniendo en cuenta el incremento de la capacidad productiva y la recuperación de los empleos decentes.

Según lo explica Arturo Guillén, la primera actividad es mantener los «fundamentales sanos», estos incluyen el establecimiento de metas de inflación, el equilibrio fiscal, la obtención de superávits primarios en las finanzas públicas para garantizar el servicio de la deuda pública, niveles sostenidos de deuda gubernamental y tipos de cambio e interés flexibles (2013).

El nuevo desarrollismo o también denominada la nueva macroeconomía del desarrollo (Bresser-Pereira, 2007) postula que la estrategia de desarrollo basada en el ahorro externo si bien estabiliza los precios internos, genera distorsiones en la economía, frena el crecimiento, desplaza el ahorro interno, fomenta la desindustrialización del sistema productivo, desequilibra la cuenta corriente de la

balanza de pago e impulsa el endeudamiento externo de los agentes económicos y provoca la irrupción de crisis recurrentes.

Por ello, el nuevo desarrollismo, propone que el desarrollo se debe financiar con el ahorro interno, que evite la dependencia de los fondos externos. Una política monetaria, donde la moneda no esté sobrevaluada, porque con ello se desacelerara el crecimiento y la inversión, favoreciendo con ello las exportaciones, la sustitución de importaciones y la creación y fortalecimiento de cadenas productivas internas. Las políticas monetarias no tienen efectos en el corto plazo, por lo que de inmediato se debe avanzar en la utilización de mecanismos fiscales (ampliación del gasto público y reorientación de los impuestos).

Después de tres décadas de políticas pro cíclicas, las políticas contra cíclicas implementadas han funcionado de forma eficiente en Brasil, no así en México que las ha implementado de forma limitada y tardía, por lo que se requiere un replanteamiento de las políticas fiscales del nuevo gobierno, donde se espera el resultado de las reformas estructurales en sectores clave como el energético y las telecomunicaciones.

Según José Antonio Ocampo en América Latina los bancos centrales deben tener múltiples objetivos, que cambie del que mandata la nueva ortodoxia que solo tiene que ver con el control de la inflación y tipos de cambios flexibles. Además se debe combinar con políticas fiscales anti cíclicas y procesos de regularización y supervisión adecuada de los sistemas financieros nacionales (2011).

Para Ricardo Ffrench

Necesario establecer una arquitectura financiera internacional favorable al desarrollo, que considere la voz de los países emergentes y que incluya una regulación y supervisión integral del conjunto de mercados financieros, una profunda reforma del financiamiento oficial contra cíclico a las economías perjudicadas por stocks financieros y comerciales negativos, el combate a la evasión tributaria y estímulos efectivos a la mitigación del calentamiento global (2009).

Un buen principio de políticas públicas, se da cuando se cuenta con instituciones fuertes y capaces de enfrentar los retos a los que se enfrenta la sociedad (Acemuglu y Robinson, 2013), la necesidad de responder eficazmente a los nuevos retos que genera la globalización obliga a los países a construir estructuras capaces de hacerles frente.

Estas instituciones deben ser construidas sobre bases democráticas e incluyentes, que puedan dar respuestas firmes e inmediatas, con una capacidad de

adaptación a los nuevos escenarios, que actúen tanto en el nivel local, nacional e internacional, según sea el caso.

El turismo y la crisis, los efectos de una actividad globalizada

En cuanto al turismo, además de la condición conservadora de los norteamericanos, se agregan situaciones externas, la principal de ellas la percepción que tienen sobre la inseguridad, a raíz de las alertas que se dan por la lucha que existe contra grupos de delincuentes (o entre ellos) en México, lo que genera un elemento adicional a la pérdida de interés por realizar turismo en los destinos de este país, independientemente se encuentre o no en las zonas de conflicto. Como bien lo explica Glaeser «Otras variables indicativas del atractivo de una localidad, como la abundancia de turistas, también sirven para pronosticar el éxito urbano... la gente escoge los lugares donde decide instalarse en función de la calidad de vida» (2011: 185).

De acuerdo con la información que ofrece la Secretaría de Turismo de México, en la Figura 2 se puede observar como afectó la crisis global al turismo en el país, pues de 2008 a 2009 se tuvo una disminución de cinco millones de turistas, de los cuales 2 millones 680 mil fueron extranjeros y 2 millones 300 mil fueron nacionales, pero la pérdida proporcional fue de un 22.3% menos turistas extranjeros contra un 5.4% menos de turistas nacionales, con una caída combinada del 9.1% de turistas.

La posterior recuperación de turistas con respecto al año anterior, después de la crisis, no ha logrado (hasta 2012) alcanzar los ritmos de crecimiento que había logrado de 2003 al 2008. Es importante señalar que este dato coincide con lo que antes se había explicado de las economías latinoamericanas, que después de un buen crecimiento en esos años la crisis había hecho caer la economía y que el crecimiento posterior a la crisis, con una aparente mejoría, era claro que seguían los efectos de la crisis.

A pesar de ello, el turismo en el país ha logrado un crecimiento casi similar en 2012 al que se tuvo en 2008, por lo que de mantenerse las condiciones se deberá seguir en este camino los próximos años (Cuadros 1 y 2; Figura 2).

El modelo de turismo de masas se ve afectado por estas situaciones, pero como es en el caso de Puerto Vallarta, donde se combina este modelo con el de turismo de segunda residencia, para lo cual los visitantes suelen comprar propie-

Cuadro 1. Turistas en México, 2000-2012 (millones)

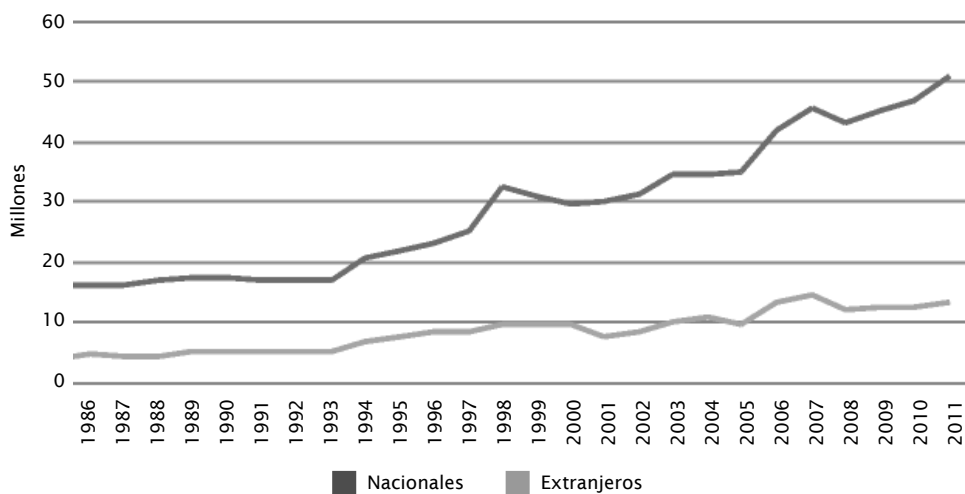
Turistas	2000	2001	2002	2003	2004	2005	
Nacionales	30'915,334	29'617,760	29'938,602	31'128,194	34'453,625	34'546,891	
Extranjeros	9'867,120	9'409,607	7'869,462	8'555,944	9'972,278	10'690,786	
Total	40'782,454	39'027,367	37'808,065	39'684,138	44'425,903	45'237,677	
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
	35'191,639	41'961,129	45'420,204	43'088,159	45'274,079	46'581,555	50'776,244
	9'688,866	13'249,543	14'730,949	12'042,964	12'506,626	12'655,496	13'552,321
	44'880,505	55'210,672	60'151,153	55'131,123	57'780,705	59'237,051	64'328,565

Fuente: Secretaría de Turismo/DADATUR.

Cuadro 2. Turistas en México, 2000-2012 (tasa de crecimiento)

Turistas	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Nacionales	—	-4.4	1.1	3.8	9.7	0.3	1.8	16.1	7.6	-5.4	4.8	2.8	8.3
Extranjeros	—	-4.9	-19.6	8.0	14.2	6.7	-10.3	26.9	10.1	-22.3	3.7	1.2	6.6
Total	—	-4.5	-3.2	4.7	10.7	1.8	-0.8	18.7	8.2	-9.1	4.6	2.5	7.9

Fuente: Secretaría de Turismo/DADATUR.

Figura 2. Turistas en México, 1986-2011

dades o copropiedades usando créditos que se les facilitan en su país, esto viene a complicar toda vez que la crisis se generó en el mercado de créditos inmobiliarios principalmente.

Otro asunto que influye en el interés de los turistas por visitar un destino, tiene que ver con el mercado específico, donde las motivaciones de la demanda tiene que ver con entre otros muchos factores, con el gusto que se determina por la percepción que tienen de la potencial compra y esta se asocia a experiencias previas, recomendaciones de otros visitantes y la promoción que realicen las empresas y el gobierno, los ingresos actuales y futuros que tenga el demandante, (los cuales como ya se introdujo pudieron bajar en términos reales).

Del lado de la oferta se tiene que el turismo se ha convertido en la panacea de muchas localidades y países para mejorar sus condiciones económicas, lo que genera un incremento de la oferta, provocando con ello que los potenciales turistas tengan muchas opciones, de diversa calidad, precio y ofrecen sensaciones diversas que los clientes pueden querer gozar, para lo cual los destinos deben construir mejores capacidades, contando para ello con bienes complementarios que sean atractivos para captar a los turistas, dado que cada vez es más improbable que el turista repita el lugar de visita, salvo el caso cada vez creciente de los de segunda residencia, los cuales suelen quedar tipificados como jubilados.

Habrá que pensar que tanto se debe hacer de destrucción creativa como lo explica Edward Gleaser (2011), cuando las ciudades pierden su vocación o encanto y deben repensarse para volver a insertarse en el proceso económico, dada la vocación de la actividad turística mexicana hacia los mercados globales, esta situación debe ponerse en la discusión, sin prejuicios.

Para ponerlo en dimensión, habrá que recurrir a la historia, y para ello se puede poner el ejemplo de un destino, Puerto Vallarta ha sido repensado por lo menos tres veces los últimos 50 años, con el impulso inicial de los años 60, con las grandes obras de infraestructura, con la construcción de la zona hotelera los años 70, a través del fideicomiso y con la construcción de la Marina Vallarta a finales de los ochenta, con recursos privados. Ahora habrá que volver a pensar en la ciudad, antes de que sea obsoleta y poco eficiente en la atención de sus visitantes.

Dos temas que deben revisarse con relación al turismo son: la percepción que tienen los potenciales turistas sobre el nivel de inseguridad y que tanto influye en su toma de decisión para venir al país y el otro elemento es que tanto se está trabajando en los procesos de innovación, para generar nuevos y mejores atractivos y para conservar los que se tienen para lograr captar más turistas, además de la mejora en la competitividad de la actividad, estas variables también pueden

explicar los movimientos de los turistas, no solo en la cantidad que visitan el país (ya sean nacionales o extranjeros) sino la derrama económica que se genera y los procesos de encadenamientos productivos que se deben crear a partir del turismo en todos los destinos.

Conclusiones

La crisis global que inicio en el 2007 pero que sus efectos más graves se sintieron en 2009, afectaron por igual a países desarrollados como a emergentes y su impacto aunque fue más sensible en el sector financiero internacional, también afecto a otras actividades, donde el turismo no fue la excepción, incluso el nivel de afectación en esta actividad tuvo considerables variaciones en los años posteriores a la crisis.

Lo que los analistas observan es que la profundidad, duración y cobertura de esta crisis fue importante y aún no se terminan de evaluar los daños, existe la percepción que la fragilidad en la que se encuentra la economía mundial augura que pueden generarse nuevos episodios cuyas manifestaciones pueden darse en algún sector más desprotegido y otra vez propagarse con rapidez por toda la economía.

En Europa, donde la crisis económica ha generado ahora una crisis de falta de confianza, donde los ciudadanos están cada vez a la expectativa de lo que sucederá, toda vez que las políticas de austeridad lo que generaron fue el desmantelamiento del estado de bienestar, trayendo consigo mayor desempleo y los pocos empleos deben ser tomados en condiciones muy poco benéficas para los trabajadores.

La nueva economía aunque sigue siendo liderada por occidente, particularmente Estados Unidos, mantiene una observación permanente a lo que suceda en China y los países emergentes, pues cada vez tienen un mayor peso en la economía mundial, particularmente en el comercio de manufacturas y de bienes primarios.

La nueva arquitectura financiera internacional tiende cada vez más a desarrollar mecanismos de regulación desde los estados nación o incluso desde los organismos internacionales.

Las políticas económicas que desarrollen cada uno de los países, ya sean pro cíclicas, o contra cíclicas tendrán sus respuestas en el corto plazo, por lo pronto los mecanismos impulsados en América Latina son de ambos tipos y por un lado los efectos positivos de políticas contra cíclicas de Brasil (en mayor peso) y Argentina, han dado buenos resultados.

En el caso de México, a pesar de que su política no ha sido tan agresiva, las reformas estructurales son su carta de presentación para saber si lo propuesto tendrá buenos resultados (por lo pronto son felicitados por los organismos financieros internacionales).

Un caso diferente son los países con menor nivel de desarrollo y cuyas políticas se pueden inscribir en procesos contra cíclicos populistas, donde el principal impulso lo dan a través de la política fiscal, expandiendo el gasto público en espera de crear condiciones de mejora en su mercado interno, financiado por ingresos petroleros o de productos primarios como es el caso de Venezuela.

Al tener una fuerte dependencia del turismo internacional proveniente de Estados Unidos (al igual de muchas otras actividades), lo que suceda en ese país nos afectará de forma inmediata, por lo que se debe instrumentar una política turística de mayor competitividad que procure nuevos mercados y rompa la proporción mayoritaria de un solo mercado.

Habrá que pensar en nuevos atractivos y nuevas formas de hacer turismo, la innovación se debe dar en transformar lo que bien se ha hecho, pero que tiene un desgaste natural en algo novedoso, sin perder la identidad del turismo y cuidando el medio natural y los atractivos culturales tangibles e intangibles que hacen la diferencia del turismo mexicano.

Lo que la experiencia de enfrentar las crisis ha evidenciado, es que no existen recetas validas, ni en el tiempo ni para cada país, lo que funcionó en el pasado ahora ya no funcionara y lo que sirve a un país en otro puede ser contraproducente. La capacidad de adaptación y de análisis de cada momento debe ser la premisa en la que se basen las políticas económicas.

Esta respuesta es tan válida para los países como para las personas, el mundo cambia de forma rápida y la capacidad de adaptación será uno de los principales instrumentos para el éxito.

Bibliografía

- Acemuglu, D. y J. Robinson (2013). *Por qué fracasan los países*. México: Crítica.
- Banco Mundial (2013). *Banco Mundial*. Recuperado de <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG/countries?display=graph>
- Bresser-Pereira, L. (2007). Estado y Mercado en el nuevo desarrollismo. *Nueva Sociedad* (210).

- Curiel, A. (2013). La crisis financiera actual, en G. Vidal, A. Guillén y J. Déniz, *América Latina: ¿Cómo construir el desarrollo hoy?* España: Fondo de Cultura Económica.
- Ffrench, R. (2009). El impacto de la crisis global en América Latina. *Nueva Sociedad* (224).
- Glaeser, E. (2011). *El triunfo de las ciudades*. México: Taurus.
- Guillén, A. (2013). México y Brasil ante la crisis global: la trampa de las políticas macroeconómicas restrictivas, en G. Vidal, A. Guillén y J. Déniz, *América Latina: ¿Cómo construir el desarrollo hoy?* España: Fondo de Cultura Económica.
- Guillén, H. (2013). Los efectos de la crisis de los subprime en América Latina, en G. Vidal, A. Guillén y J. Déniz, *América Latina: ¿Cómo construir el desarrollo hoy?* España: Fondo de Cultura Económica.
- Ocampo, J. (2011). ¿Cómo fue el desempeño de América Latina durante la crisis financiera global? *Ensayos Económicos*, 61/62.
- (2009). Impactos de la crisis financiera mundial sobre América Latina. *Revista de la Cepal* (97).
- Vidal, G. (2013). Algunas propuestas de lectura sobre la crisis actual: La autoridad no conduce al crecimiento de la economía, en G. Vidal, A. Guillén y J. Déniz, *América Latina: ¿Cómo construir el desarrollo hoy?* España: Fondo de Cultura Económica.

La crisis en la actividad turística: El caso de Puerto Vallarta

Carlos Rogelio Virgen Aguilar

Dentro de sus acepciones, el diccionario de la Real Academia Española, define como crisis: Momento decisivo de un negocio grave y de consecuencias importantes. Juicio que se hace de algo después de haberlo examinado cuidadosamente. Escasez, carestía; situación dificultosa o complicada (RAE, 2001).

En el turismo podemos decir que crisis es un hecho o conjunto de hechos que produce un quiebre, que el equilibrio se ha roto, poniendo en riesgo la actividad turística en su conjunto, al afectar los flujos de visitantes, la captación de divisas, la derrama económica, la generación de empleos y la redistribución del ingreso, provocando cierto grado de incertidumbre, tanto en los turistas, como en las inversiones y el prestigio del destino. Para poder entender la crisis del turismo, es necesario analizar los componentes del turismo, la forma como funcionan y la interrelación que se da entre ellos.

La crisis en el turismo, que se ha vivido en el mundo, ha sido provocada por múltiples factores, tanto endógenos como exógenos, que han afectado a la actividad turística, a través del tiempo, por lo que es necesario analizar los antecedentes tanto a nivel internacional, nacional, como local.

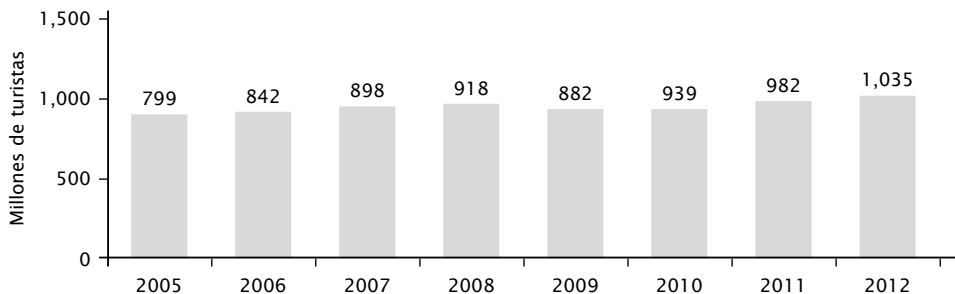
Análisis de los diferentes escenarios

Panorama internacional

En el periodo de 2005 a 2008 las llegadas de turistas internacionales creció de 799 a 918 millones, registrando una disminución en el 2009 a 882 millones, recuperándose en el 2010 con 939 millones, cuando las llegadas se incrementaron en un 6.4% y lograr la cifra histórica de 1,035 millones en el año 2012, creciendo a una tasa del 4% en comparación con el año anterior, con 39 millones más de turistas internacionales en comparación con los 996 millones de 2011, en que el turismo

siguió recuperándose de los contratiempos de 2008-2009, aunque el año estuvo marcado por las persistentes turbulencias económicas, como los grandes cambios políticos en Oriente Medio y el norte de África y el desastre natural de Japón, según la publicación de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2012), esperándose que en el 2020 se supere la cifra de 1,400 millones de turistas anuales.

Figura 1. Llegada de turistas internacionales, 2005-2012



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT, 2013).

La disminución de los turistas internacionales obedeció principalmente a los efectos de la recesión económica de 2008-2009, cuyos efectos comenzaron a sentirse desde junio de 2008 y que se agravó todavía más en algunas regiones debido al brote de la gripe AH1N1 de 2009. En 2010 el número de turistas se recuperó y subió a 940 millones, superando el récord que se había alcanzado en 2008.

‘El 2012 fue un año de inestabilidad económica constante en todo el mundo, y especialmente en la eurozona. Sin embargo, el turismo internacional logró mantener su rumbo’, afirmó el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai. ‘El sector ha demostrado su capacidad de adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado y, aunque a un ritmo ligeramente más modesto, se espera que siga expandiéndose en 2013. El turismo es, por lo tanto, un pilar al que los Gobiernos de todo el mundo deberían apoyar en tanto que forma parte de la solución para estimular el crecimiento económico’, agregó (OMT, *Comunicado de Prensa*, 2013).

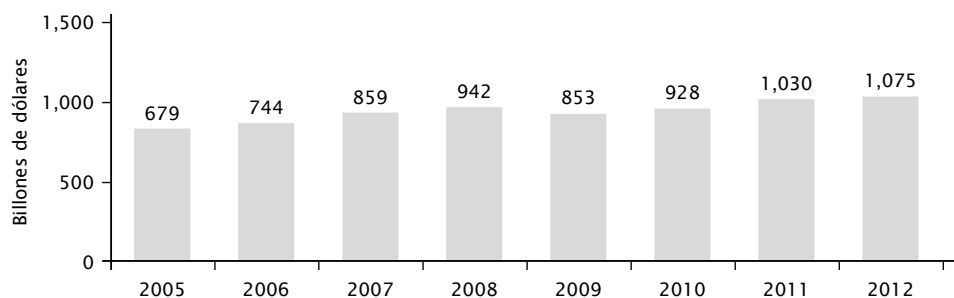
La OMT prevé que las llegadas de turistas internacionales crecerán entre un 3% y un 4% en 2013, lo cual encaja bien con su predicción de aquí a 2030: un +3.8% anual de media entre 2010 y 2020. El Índice de Confianza de la OMT confirma estas perspectivas. Compilado a partir de la información suministrada por

más de 300 expertos de todo el mundo, el índice muestra que las perspectivas para 2013 son similares a las manifestadas en la evaluación del año anterior (OMT, *Comunicado de prensa* 13033, 2013).

La derrama económica en el mundo por turismo internacional, en el año 2005 fue de 679 billones de dólares, creciendo hasta el 2008 a 942 billones, disminuyendo en el 2009 a 853 billones, recuperándose en 2010 a 928 billones, sin alcanzar la cifra de 2008, para incrementarse en el 2011 a 1,030 billones de dólares y alcanzar la cifra de 1,075 billones de dólares americanos, en el 2012 (OMT, 2013).

Los ingresos derivados del turismo internacional en destinos de todo el mundo crecieron un 4% en 2012, hasta alcanzar la cifra de 1,075 billones de dólares de los Estados Unidos. Este crecimiento es igual al incremento de las llegadas de turistas internacionales, batiendo un nuevo récord.

Figura 2. Derrama económica en el mundo, 2005-2012



Fuente: Barómetro Turístico, 2013 (OMT).

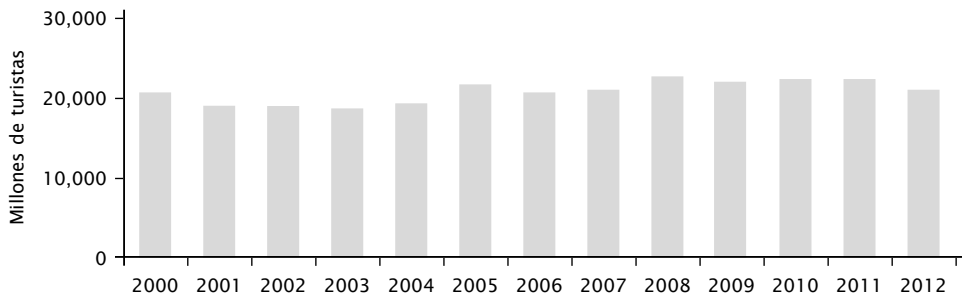
Otros 219,000 millones de dólares en ingresos derivados del transporte internacional de pasajeros elevaron el valor total de las exportaciones generadas por el turismo internacional en 2012 a 1,3 billones de dólares (OMT, 2013).

‘Resulta alentador comprobar que el crecimiento de las llegadas de turistas internacionales fue igualado por un crecimiento comparable del gasto, a pesar de los continuos retos económicos’, manifestó el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai. En el comunicado de prensa de la OMT 13033 del 15 de mayo de 2013. ‘Teniendo en cuenta que el turismo es una exportación clave para muchas economías del mundo, este resultado es una buena noticia, ya que proporciona reservas de divisas a los destinos y contribuye a la creación de empleo tanto en el turismo como en sectores económicos afines’ (OMT, *Comunicado de prensa* 13033, 2013).

Panorama nacional

En México la llegada de turistas internacionales, creció en el periodo 2000-2012 en un 12%, como resultado de las caídas que ha tenido a partir del año 2000, en que se recibieron 20,641 millones de turistas, disminuyendo los años siguientes hasta alcanzar los 18,665 millones en el 2003, recuperándose en el 2005 al lograr 21,915 millones, para volver a descender en 2006 y 2007 (SECTUR, 2013).

Figura 3. Llegada de turistas a México, 2000-2012

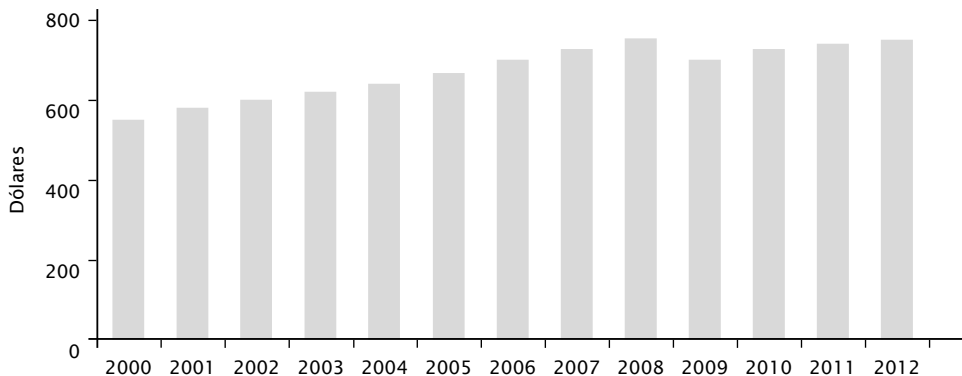


Fuente: SECTUR/Banco de México.

En el 2008 se logró captar 22,931 millones, descendiendo nuevamente en 2009 a 22,346 millones, recuperándose en el periodo 2010-2011, para descender nuevamente en el 2012 (SECTUR, 2013).

El gasto medio de los turistas, tiene una relación directa con la afluencia y con los ingresos, observándose un crecimiento a partir del 2000, en el que el turista

Figura 4. Gasto medio del turista al interior, 2000-2012

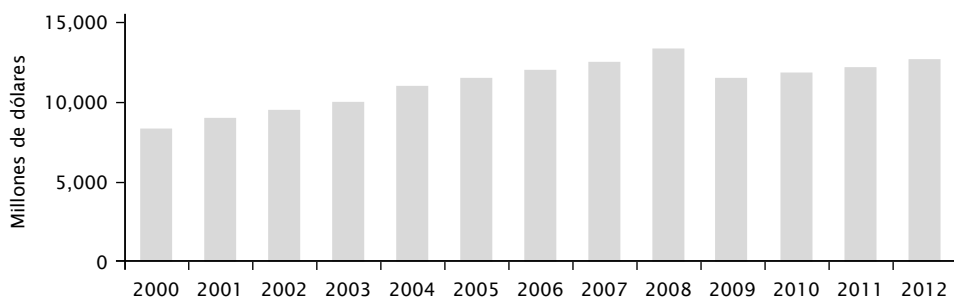


Fuente: SECTUR/Banco de México.

gastó 549 dólares, durante su estancia; observándose un crecimiento constante hasta el año 2008 en el que fue de 756 dólares, descendiendo a 706 dólares en 2009, cifra similar a la de 2006, creciendo solo en 3 dólares en el 2010, 5 en el 2011 y elevándose a 753 en el 2012, con una tasa del 37% para el periodo, lo que significa una tasa interanual del 3.1% (Banco de México, 2012).

Los ingresos de divisas del turismo, creció a partir del 2000, en que se recibieron 8,294 millones de dólares, hasta 2008 en que se capturaron 13,370 millones de dólares, descendiendo en 2009 a 11,513 millones, ascendiendo los siguientes años, hasta alcanzar los 12,720 millones de dólares en el 2012, pero sin lograr la cifra de 2008, lo que explica la disminución en el ranking mundial de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2013) con un crecimiento del 53% en el periodo 2000-2012 y una tasa interanual del 4.4%.

Figura 5. Ingreso de divisas, 2000-2012



Fuente: SECTUR/Banco de México.

El estado de Jalisco

En el estado de Jalisco, el total de la afluencia turística, que comprende el turismo hospedado en establecimientos turísticos, el que lo hace en casa de familiares o amigos y los visitantes, ha crecido a partir del 2000 a una tasa del 24.83%, lo que significa una tasa promedio interanual de poco más de dos por ciento, en tanto que el turismo extranjero creció en el 13.78%, lo que equivale a 1.1%, muy por debajo de las tasas de crecimiento del turismo internacional (SECTUJAL, 2012).

Es notorio que la crisis del turismo en el estado de Jalisco inició en el 2007, cuando se frena el ritmo de crecimiento del turismo nacional, al crecer solo en un 2.02%, en relación con el año anterior y el turismo extranjero tiene una disminución del 0.42% y no se ha logrado hasta la fecha (3'446,478) alcanzar la cifra que tenía en el 2005 (3'554,114), mostrando una tasa de crecimiento negativa de -

3.03%, siendo digno de destacar la disminución en el 2009 del 13.66%, comenzando a recuperarse los dos años siguientes y volviendo a descender en el 2012 con el -0.78% (SETUJAL, 2012).

El turismo nacional ha sido el que ha logrado mantener el crecimiento de las llegadas de turistas al estado de Jalisco, al crecer un 26.99% a partir del 2000, con una tasa interanual del 2.25%, pero a partir de 2008, solo tuvo una tasa de crecimiento del 1.69%, por lo que no ha logrado salir de la crisis que se inició en el 2007.

Cuadro 1. Afluencia turística total en el estado de Jalisco, 2000-2012

Año	Nacionales	Variación	Extranjeros	Variación	Total	Variación
2000	15'484,058	—	3'028,969	—	18'513,027	—
2001	15'297,174	-1.21	2'928,982	-3.30	18'226,156	-1.55
2002	15'516,483	1.43	2'939,134	0.35	18'455,616	1.26
2003	15'788,930	1.76	3'011,558	2.46	18'800,488	1.87
2004	16'131,213	2.17	3'203,316	6.37	19'334,528	2.84
2005	16'893,081	4.72	3'554,114	10.95	20'447,194	5.75
2006	17'753,697	5.09	3'696,662	4.01	21'450,358	4.91
2007	18'111,482	2.02	3'681,161	-0.42	21'792,643	1.60
2008	18'420,789	1.71	3'818,732	3.74	22'239,521	2.05
2009	17'612,408	-4.39	3'296,965	-13.66	20'909,373	-5.98
2010	18'387,974	4.40	3'459,041	4.92	21'847,014	4.48
2011	19'195,203	4.39	3'473,503	0.42	22'668,705	3.76
2012	19'663,839	2.44	3'446,478	-0.78	23'110,317	1.95

Fuente: SETUJAL. Anuarios Estadísticos 2000-2012.

El turismo hospedado en establecimientos turísticos en el estado de Jalisco, tiene un comportamiento claramente diferenciado entre el turismo nacional y el extranjero, ya que entre el 2000 y el 2012, el primero creció de 4'527,578 a 6'012,430 con un 32.80% y el segundo de 1'353,234 a 1'363,446, con solo el 0.75%.

El turismo extranjero creció del 2000 al 2006 de 1'353,234 a 1'589,115, para iniciar el descenso hasta alcanzar en el 2009 una afluencia de 1'296,307; la más baja del periodo, iniciando su recuperación a partir del año siguiente, a un ritmo muy lento, marcando un crecimiento negativo entre 2007 y 2012 de -12.07%.

El turismo nacional solo tuvo un crecimiento negativo en el 2009, con una disminución de -2.97% y un crecimiento positivo entre 2007 y el 2012 del 12.57%.

Otro de los factores que revelan la crisis del turismo en el estado de Jalisco es la estancia promedio, ya que la permanencia del turismo nacional creció entre el

Cuadro 2. Afluencia hospedada en establecimientos turísticos en el estado de Jalisco, 2000-2012

Año	Nacionales	Variación	Extranjeros	Variación	Total	Variación
2000	4'527,578	—	1'353,234	—	5'880,812	—
2001	4'555,620	0.62	1'318,239	-2.59	5'873,859	-0.12
2002	4'576,117	0.45	1'270,098	-3.65	5'846,215	-0.47
2003	4'650,996	1.64	1'296,930	2.11	5'947,927	1.74
2004	4'767,993	2.52	1'353,572	4.37	6'121,565	2.92
2005	4'990,121	4.66	1'489,972	10.08	6'480,092	5.86
2006	5'239,938	5.01	1'589,115	6.65	6'829,053	5.39
2007	5'341,223	1.93	1'550,672	-2.42	6'891,895	0.92
2008	5'422,937	1.53	1'564,472	0.89	6'987,409	1.39
2009	5'261,727	-2.97	1'296,307	-17.14	6'558,034	-6.14
2010	5'495,112	4.44	1'336,689	3.12	6'831,801	4.17
2011	5'798,757	5.53	1'363,198	1.98	7'161,955	4.83
2012	6'012,430	3.68	1'363,446	0.02	7'365,875	2.85

Fuente: SETUJAL. Anuarios Estadísticos 2000-2012.

2000 y 2012 en tan solo 6 horas y el turismo extranjero disminuyó en el mismo periodo en 1.2 horas.

El coeficiente de ocupación hotelera, es el resultado de la relación entre la afluencia turística y la estancia, observándose que en el 2012 fue del 45.92%,

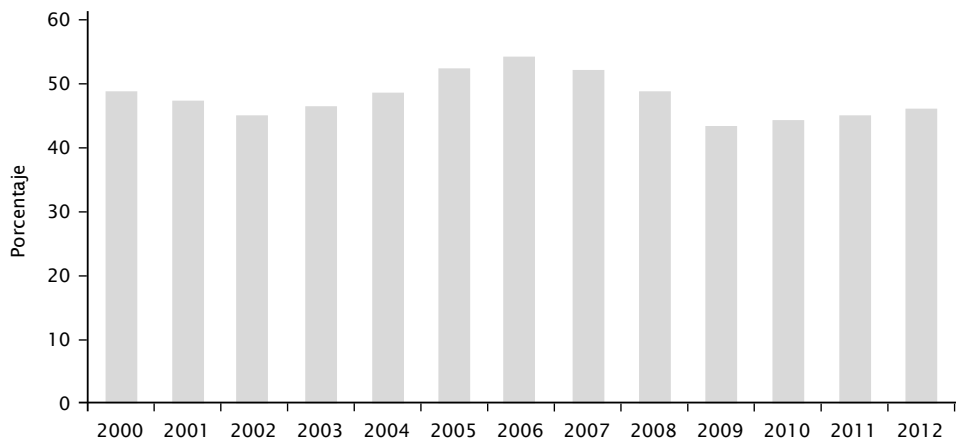
Cuadro 3. Estancia promedio del turismo hospedado en el estado de Jalisco, 2000-2012

Año	Nacionales	Extranjeros	Total
2000	2.15	4.89	2.78
2001	2.14	4.88	2.73
2002	2.15	4.84	2.73
2003	2.17	4.83	2.75
2004	2.21	4.85	2.79
2005	2.25	4.91	2.86
2006	2.25	4.91	2.86
2007	2.31	4.94	2.90
2008	2.32	4.94	2.90
2009	2.34	4.93	2.85
2010	2.34	4.94	2.85
2011	2.39	4.92	2.87
2012	2.40	4.84	2.85

Fuente: SETUJAL. Anuarios Estadísticos 2000-2012.

inferior al logrado en el 2002, que fue del 47.44%, y solo es superior al del peor año, 2009 que se obtuvo el 43.74%.

Figura 6. Coeficiente de ocupación hotelera del estado de Jalisco, 2002-2012



Fuente: SETUJAL. Anuarios Estadísticos 2000-2012.

El más alto coeficiente de ocupación, en el estado de Jalisco, se logró en el 2006 con un 53.88%, siendo la culminación de una cadena de incrementos a partir del 2003, comenzando a disminuir en el 2007, hasta alcanzar la cifra más baja en el 2009, recuperándose ligeramente en los siguientes años.

El gasto promedio diario, del turismo hospedado en el estado de Jalisco, en el 2012 fue de 789.17 pesos, con incrementos en el periodo 2002-2012, del 5.99% en el año 2005 al 1.48% en el 2011 y en pesos de 36.15 en el 2008 a 11.19 en el 2011; con un incremento en el periodo de 264.42 pesos e interanual de 26.44 pesos, que es inferior a 2 dólares.

El turismo nacional tuvo un gasto de 662.70 pesos en el 2012, con un incremento de 238.80 a partir del 2002, que fue de 423.90 pesos y un incremento interanual, para el periodo de 23.88 pesos.

El turismo extranjero incrementó su gasto en el periodo 2002-2012 en 381.27 pesos con un incremento interanual de 38.12 pesos, logrando el gasto más alto en el 2012 con 1,067.31 pesos.

La derrama económica total, del turismo hospedado en el estado de Jalisco, creció de 8,381.02 millones de pesos en el 2002 a 16,537.96 en el 2012, lo que representó un crecimiento de 8,156.94 millones de pesos y un crecimiento interanual de 815,694 millones de pesos, lo que representa el 9.73%. En el citado

Cuadro 4. Gasto del turismo hospedado en el estado de Jalisco, 2002-2012

Año	Nacionales	Extranjeros	Total
2002	423.9	686.04	524.75
2003	451.06	724.26	555.76
2004	471.79	757.43	581.58
2005	496.08	801.32	616.44
2006	519.15	841.51	646.49
2007	541.59	884.21	672.87
2008	569.46	935.76	709.02
2009	606.11	999.37	740.39
2010	620.42	1,025.44	757.85
2011	639.99	1,034.88	769.04
2012	662.70	1,067.31	789.17

Fuente: SETUJAL. Anuarios Estadísticos 2002-2012.

periodo el turismo nacional creció en 12.92% y el extranjero en 6.59%; con una participación del turismo doméstico del 58%.

El turismo doméstico hospedado, erogó una derrama económica de 9,547.19 millones de pesos, teniendo la tasa de crecimiento más alta en el 2005 y mostrando una caída continua, hasta alcanzar en el 2009 un crecimiento de solo el 4.42%.

El turismo extranjero hospedado, ha sido más moderado en su evolución positiva, con un crecimiento en el periodo 2002-2012 de 2,775.53 millones de pesos, registrando la caída más fuerte en el 2009 con -11.74% y crecimientos en el 2007 de 2.60%, en el 2011 de 2.61% y en el 2012 de 0.62%.

Cuadro 5. Derrama económica del turismo hospedado en el estado de Jalisco, 2002-2012

Año	Nacionales		Extranjeros		Total		Variación	
		Variación		Variación		Variación		Variación
		%	\$	%	\$	%	\$	%
2002	4,165.79			4,215.24			8,381.02	
2003	4,545.51	9.12	379.72	4,535.16	7.59	319.92	9,080.67	8.35
2004	4,964.12	9.21	418.61	4,976.14	9.72	440.98	9,940.26	9.47
2005	5,571.67	12.24	607.55	5,859.43	17.75	883.29	11,431.10	15
2006	6,240.63	12.01	668.96	6,605.53	12.73	746.10	12,846.16	12.38
2007	6,682.61	7.08	441.98	6,777.59	2.6	172.06	13,460.20	4.78
2008	7,151.24	7.01	468.63	7,232.99	6.72	455.40	14,384.23	6.86
2009	7,467.56	4.42	316.32	6,384.07	-11.74	-848.92	13,851.63	-3.7
2010	7,976.92	6.82	509.36	6,770.77	6.06	386.70	14,747.70	6.47
2011	8,851.14	10.96	874.22	6,947.55	2.61	176.78	15,798.70	7.13
2012	9,547.19	7.86	696.05	6,990.77	0.62	43.22	16,537.96	4.68

Fuente: SETUJAL. Anuarios Estadísticos 2002-2012.

Evolución del turismo en Puerto Vallarta

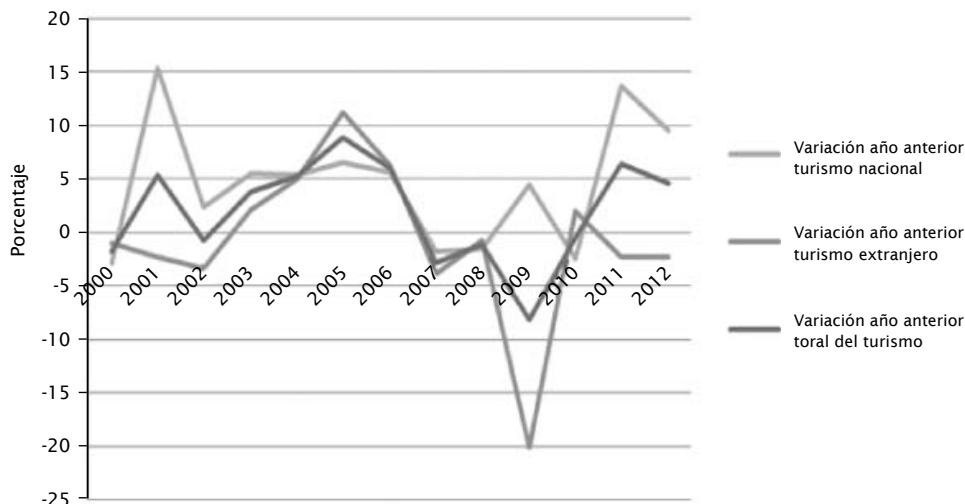
Según cifras de la SETUJAL (2000-2012), el máximo nivel de turismo hospedado en establecimientos turísticos se registró en el 2006 con 2'192,210 turistas, habiendo crecido de 1'119,131 en el año de 1988, registrando un decremento en los años del 2007 y 2008 del -2.8% y -1.1% en relación con el año anterior y del -3.9% en relación al 2006, así como del -8.1% en el 2009 en relación con el 2008, con una tasa anual de 3.9%, observándose que a partir de ese año la demanda ha seguido creciendo, hasta lograr en el 2012 la cifra de 2'145,288.

Cuadro 6. Turismo hospedado en Puerto Vallarta, 2000-2012

Año	Turistas Nacionales	Variación año anterior	Turistas Extranjeros	Variación año anterior	Total de turistas	Variación año anterior
2000	723,688	—	939,111	—	1'662,799	—
2001	834,562	15.3	917,671	-2.3	1'752,233	5.4
2002	853,845	2.3	887,021	-3.3	1'740,866	-0.7
2003	900,760	5.5	905,646	2.1	1'806,406	3.8
2004	949,605	5.4	950,867	5.0	1'900,472	5.2
2005	1'011,644	6.5	1'057,029	11.2	2'068,673	8.9
2006	1'068,411	5.6	1'123,799	6.3	2'192,210	6.0
2007	1'049,581	-1.8	1'080,579	-3.9	2'130,160	-2.8
2008	1'034,229	-1.5	1'072,909	-0.7	2'107,138	-1.1
2009	1'080,104	4.4	857,318	-20.1	1'937,422	-8.1
2010	1'052,934	-2.5	874,294	2.0	1'927,227	-0.5
2011	1'197,168	13.7	854,167	-2.3	2'051,335	6.4
2012	1'311,109	9.5	834,180	-2.3	2'145,288	4.6

Fuente: SETUJAL. Anuarios Estadísticos 2000-2012.

La demanda nacional de turismo hospedado, en establecimientos turísticos, ha evolucionado a una tasa anual del 4.9% según la SETUJAL (2000-2012), observándose un crecimiento de la afluencia de 409,424 turistas en 1988 a 1'080,104 en 2009, disminuyendo en 2007 a 1'049,581 y en 2008 a 1'034,229. Las mayores tasas de crecimiento registradas fueron en los años de 1990 (17.3%), 1991 (16.4%), 2001 (15.3%), 1989 (12.3%) y 1994 (11.5%); con decrementos en 1995 (-6.8%), 2000 (-3.0%), 2007 (-1.8), 2008 (-1.5%), 1996 (-1.0) y 1998 (-0.9%); observándose una disminución en el año 2010 de -2.5%, recuperándose en el 2011 con el 13.7% y en el 2012 con el 9.5%.

Figura 7. Variación de la tasa de crecimiento en Puerto Vallarta, 2000-2012

Fuente: SETUJAL. Anuarios Estadísticos 2000-2012.

La afluencia extranjera hospedada en establecimientos turísticos ha disminuido, en el periodo 2000-2012 en 9.3%, ya que en el año 2000 se registraron 939,111 turistas y en el 2012 la cifra fue de 834,180, mostrando variaciones negativas en los años 2011 (-2.3%), 2002 (-3.3%), 2007 (3.9%), 2011 (2.3%), 2012 (2.3%) y la más alta en 2009 con (-20.1%).

La estancia promedio del total de turismo hospedado en Puerto Vallarta ha disminuido de 4.6 días en el 2000 a 4.5 en el 2012, registrándose en el 2011 una estancia de 4.0 días, lo que denota la inestabilidad en la estancia de los visitantes.

En lo que respecta al turismo nacional este se ha incrementado de 3.1 días en el 2000 a 3.6 en el 2012, registrándose la más alta estancia en el año 2009.

El turismo extranjero creció de 5.7 en el 2000 a 5.9 en el 2012, registrándose la estancia más baja en el 2011 con 4.4 días, el incremento registrado representan tan solo 6.2 horas.

El gasto promedio diario registrado para el turismo nacional en el año 2012 fue de 816.8 pesos, en tanto que para el extranjero fue de 1,163.5 pesos. El gasto promedio del turismo nacional ha crecido en el periodo 2000 a 2012 de 521 pesos a 816 pesos, lo que representa un crecimiento interanual de 5.7%; el gasto de la derrama extranjera aumentó en el periodo citado de 558.0 a 1,163.5, con un crecimiento interanual de 5.9% y el gasto promedio creció de 520 a 992.7 con un incremento interanual del 5.1 por ciento.

Cuadro 7. Estancia promedio del turismo hospedado en Puerto Vallarta, 2000-2012

Año	Nacionales	Extranjeros	Total
2000	3.1	5.7	4.6
2001	3.3	5.7	4.5
2002	3.3	5.6	4.5
2003	3.4	5.6	4.5
2004	3.4	5.6	4.5
2005	3.5	5.6	4.6
2006	3.5	5.7	4.6
2007	3.5	5.7	4.6
2008	3.5	5.7	4.6
2009	4.0	4.3	4.1
2010	3.6	5.8	4.6
2011	3.9	4.4	4.0
2012	3.6	5.9	4.5

Fuente: SETUJAL. Anuarios Estadísticos 2000-2012.

Cuadro 8. Gasto promedio diario en Puerto Vallarta, 2002-2012

Año	Nacionales	Incremento anual	Extranjeros	Incremento anual	Total	Incremento anual
2002	521	—	733	—	656	—
2003	553	6.3	774	5.6	691	5.4
2004	575	4	809	4.5	720	4.2
2005	604	5	854	5.7	762	5.8
2006	635	5.1	899	5.2	801	5.2
2007	667	5.1	948	5.5	842	5.2
2008	706	5.7	1006	6.2	894	6.1
2009	752	6.5	1085	7.8	938	4.9
2010	776.6	3.3	1114.8	2.7	970.5	3.5
2011	795.1	2.4	1127.4	1.1	974.2	0.4
2012	816.8	2.7	1163.5	3.2	992.7	1.9

Fuente: SETUJAL. Anuarios Estadísticos 2000-2012.

Lo que aparentemente es halagador, debe ser analizado en función del gasto medio del turismo de internación, reportado por la Secretaría de Turismo de México, que fue de 761 dólares, en tanto que el gasto medio por estancia del turismo extranjero para Puerto Vallarta fue de 436 dólares, lo que representa 325 dólares menos que la media nacional, lo cual es el resultado de un bajo gasto de los turistas extranjeros en el destino, por falta de una oferta complementaria que incremente el gasto y una baja estancia promedio.

Cuadro 9. Derrama económica del turismo hospedado en Puerto Vallarta, 2002-2012

Año	Nacionales	Incremento anual	Extranjeros	Incremento anual	Total	Incremento anual
2002	1,475'986,844	—	3,633'696,773	—	5,109'683,617	—
2003	1,671'429,294	13.2	3,908'209,233	7.6	5,579'638,526	9.2
2004	1,862'667,843	11.4	4,294'996,511	9.9	6,157'664,354	10.4
2005	2,113'143,061	13.5	5,081'162,697	18.3	7,194'305,757	16.8
2006	2,379'033,248	12.6	5,715'558,480	12.5	8,094'591,728	12.5
2007	2,474'174,701	4.0	5,824'647,355	1.9	8,298'822,056	2.5
2008	2,589'535,259	4.7	6,176'771,136	6.0	8,766'306,396	5.6
2009	2,937'870,633	13.5	5,373'545,569	-13.0	8,311'416,201	-5.2
2010	2,935'414,163	-0.1	5,667'523,435	5.5	8,602'937,598	3.5
2011	3,436'448,411	17.1	5,700'148,605	0.6	9,136'597,016	6.2
2012	3,904'486,106	13.6	5,729'400,570	0.5	9,633'886,676	5.4

Fuente: SETUJAL. Anuarios Estadísticos 2002-2012.

La derrama económica de un destino es resultado de la ecuación: afluencia por la estancia, por el gasto promedio; en Puerto Vallarta creció de 5,109 millones en el 2002 a 9,633 millones en el año 2012; el turismo nacional ha mostrado un mayor dinamismo al crecer de 1,575 millones en el 2002 a 3,904 millones en el año 2012 y el ingreso del turismo extranjero creció de 2,979 millones a 5,729 en el mismo periodo; el total de los ingresos registrados por concepto de turismo hospedado en el 2012 fue de 9,633 millones.

La derrama económica del turismo nacional ha mantenido un crecimiento a lo largo del periodo solo registrando un crecimiento negativo en el 2010 de 0.1 por ciento.

La derrama económica del turismo extranjero muestra un crecimiento negativo en el año 2009 de -13.0%, ya que en el 2008 fue de 6,176 millones, cifra que no ha sido posible volverse a alcanzar, ya que el crecimiento en el 2010 fue de 5.5% y en los años consecuentes fue de 0.6 y 0.5%.

Cuando se analiza esta situación, se llega a la conclusión de que en términos reales la derrama económica ha disminuido, ya que el índice de inflación reportado por el Banco de México, para el 2007 fue del 3.7% y para el 2008 del 6.5%, lo que significa que la derrama económica decreció en el 2007 en 1.2% y en el 2008 de 0.9%.

Es pertinente aclarar que en el gasto de los turistas no se toma en cuenta el costo del transporte de aproximación, sino solo los que se realizan en el destino.

Análisis de situación

La crisis en el turismo mundial fue pasajera, ya que solo se resintió en el año 2009 y ha continuado creciendo todos los años, imponiendo nuevas marcas tanto en la llegada de turistas como en la derrama económica y todo parece indicar que se alcanzarán las predicciones para el año 2030.

En México la llegada de turistas internacionales, ha mostrado altibajos, donde la primera caída importante ocurre en el 2003, con una disminución cercana a los 2 millones de turistas, recuperándose en 2005, para volver a caer en el 2006 y 2007, 2009 y 2012, lo que muestra una gran inestabilidad.

Los ingresos de divisas del turismo, creció a partir del 2000 hasta alcanzar en el 2008 los 13,370 millones de dólares, descendiendo en el 2009 y en el 2012 logró captar 12,720 millones de dólares, por lo que no ha logrado sus mejores cifras, de ahí la caída en el ranking mundial.

En el estado de Jalisco, el turismo hospedado en establecimientos turísticos, ha mostrado una gran debilidad, observándose que el turismo extranjero solo creció 0.75% en el periodo 2000-2012, la estancia promedio no crece y el gasto es bajo, por consecuente la derrama económica no ha sido la esperada.

En Puerto Vallarta, el turismo extranjero hospedado en establecimientos turísticos ha disminuido en más de 250 mil turistas a partir del año 2009, con una estancia promedio baja, así como el gasto y la derrama económica, por lo que puede constatar que tanto para México, el estado de Jalisco y Puerto Vallarta, en mayor o menor medida la crisis no ha pasado.

La pregunta es, ¿qué es lo que se debe hacer?, podría decirse es la falta de conectividad, la falta de nuevos atractivos, de una oferta de servicios que es necesario renovar, la creación de productos turísticos, la estacionalidad de la demanda, la búsqueda de nuevos segmentos de mercado, la inseguridad, el mejoramiento de las condiciones de la ciudad, entre otros muchos factores, que todo esto le ha restado competitividad al destino.

Aunado a lo anterior, Puerto Vallarta se encuentra en una etapa de madurez, de acuerdo con su ciclo de vida, donde la caída de los principales indicadores es una consecuencia natural, debiendo tomar decisiones importantes los prestadores de servicios turísticos y los organismos relacionados con el turismo y los tres órdenes de gobierno, planteando ¿cuál es la visión de futuro para Puerto Vallarta?, ¿cuáles son las estrategias que se seguirán?, ¿cuáles son las políticas en materia de turismo?, porque se pueden seguir tres caminos, 1. Dejar que las cosas sigan igual, hasta donde lleguen, con el pensamiento que el fin es inexorable,

tarde o temprano el destino morirá, 2. Hacer como que se hace y no se hace nada, incrementando los coeficientes de ocupación, con rebajas de las tarifas, o sea, con un turismo de baja calidad, que lo único que se hace es pauperizar el destino, y 3. Dar un golpe de timón, hacer una reingeniería, reinventar el destino, crear nuevos productos, nuevos segmentos, nuevas estrategias.

Algunos de los aspectos que deberán tomarse en cuenta, al establecer las estrategias de los destinos de acuerdo con las megatendencias del turismo son:

Aspectos de la sociedad y medio ambiente:

- Mayor expectativa de vida de las personas y jubilación más temprana, creciente en países desarrollados. La población de adultos mayores, es una de las fuerzas más significativas.
- Matrimonios y familias tardíos con menos hijos, crecimiento de familias uniparentales.
- Incremento de la participación de la mujer en actividades económicamente productivas y mayor influencia en ámbitos políticos y sociales.
- Aumento en el ingreso personal disponible en países desarrollados y segmentos elitistas. El ingreso extra y el tiempo libre se incrementan.
- Mayor flexibilidad del tiempo laboral y aumento de vacaciones pagadas.
- Crecimiento del movimiento social y político favorable a la protección del medio ambiente natural y cultural.
- Mayor demanda de seguridad de los consumidores y viajeros (personal, de sus bienes, de salud e higiene, jurídica, de calidad ambiental, etc.).
- Mayor importancia a la identidad y diferenciación local.
- Crecimiento de la influencia de la sociedad organizada ONG.
- Tendencia a la normalización. A partir de ahora, el crecimiento de la demanda turística ya no será constante, estará tremendamente vinculado a la evolución de la economía.
- Tendencia hacia los entornos naturales y no contaminados. El entorno se convierte en clave de calidad.

Aspectos de la tecnología:

- Sobresaliente desarrollo de sistemas de comunicación, manejo de información, reservaciones, comercialización y distribución de productos (Internet).
- El creciente uso del internet está creando un segmento de mercado de viajeros bien educados y sofisticados, un alto porcentaje de los viajeros de placer están usando el internet en algún aspecto de su planeación de viaje.

- Prestadores de servicios turísticos están perdiendo el control de sus inventarios.
- Los canales de distribución están dependiendo crecientemente del internet.
- Decisiones de viaje pueden hacerse instantáneamente en línea y a conveniencia del consumidor.
- Técnicas perfeccionadas de planificación y mercadotecnia que permitirán desarrollar segmentos y nichos específicos.
- Desarrollo de tecnología para el uso de energía alternativa, reciclaje de residuos, medición de impactos ambientales.
- Menor crecimiento en la tecnología aeronáutica, ferroviaria, náutica y carretera. Difícilmente disminuirán más los tiempos de recorridos, pero aumentarán la calidad y seguridad en los desplazamientos, así como disminuirá la contaminación ambiental.

Aspectos comerciales:

- Megafusiones y fragmentación de unidades de negocios.
- Mayor competencia en la industria del entretenimiento.
- Mayor segmentación psicográfica.
- Incorporación de mercadotecnia directa con bases de datos personalizadas y orientadas a partir de un profundo conocimiento del cliente.
- Saturación de información y mayor conocimiento sobre productos diversos.
- Crecimiento de demanda para viajes especializados que satisfacen intereses.
- Viajes de «escape» como: Aventura al aire libre, cultura, educación y bienestar.
- El costo influye en las decisiones de viaje con consumidores buscando el mejor valor para su dinero. El turista exige permanentemente más calidad por menos esfuerzo.
- Tendencia a la autenticidad. El consumidor busca ofertas bien enraizadas, auténticas y tradicionales.
- Tendencia a la diversión. Los nuevos consumidores buscan diversión por encima de todo y no importa en qué país.
- Tendencia a la multiopción. El nuevo consumidor busca flexibilidad, no repite destino y es extremadamente infiel. En cada viaje busca una experiencia diferente.
- Tendencia hacia los viajes «profesionalizados». El consumidor prefiere cada vez más los paquetes, la intervención de profesionales y los modernos sistemas de información y distribución. Salir a la aventura baja.
- Tendencia a la globalización y estandarización. Las exigencias de estándares de calidad se vuelven planetarias.

- Luego del escenario complicado que se vivió en el 2009, para el 2010 se proyectaba un crecimiento entre el 5 y el 10% para la industria de viajes online.
- Las formas alternativas de la oferta de hospedaje están compitiendo por la demanda con los hoteles típicos, esto aplica no solo a los tiempos compartidos y condominios. El concepto de «todo incluido», que es cada vez más popular y no solo por la demanda de tarifa menor, sino porque a los consumidores les gusta la simplicidad en la adquisición de servicios turísticos.
- Los cruceros son otra forma de oferta de hospedaje que está ganando popularidad cada año.
- Destinos y prestadores de servicios que son sensibles y estén atentos a este ambiente de viaje diferente serán exitosos.
- Los competidores en todo el mundo están aumentando sus esfuerzos para capturar ingresos por turismo, haciendo inversiones en transportación, infraestructura y mercadotecnia.
- Países en desarrollo están emergiendo como competidores serios en el mercado turístico global.
- Naciones como África y América del Sur están convirtiéndose en atracciones fuertes para viajeros internacionales, que buscan un turismo educativo, ecológico y de aventura.

Bibliografía

- Banco de México (2012). *Banco de México*. Recuperado de www.banxico.org.mx/
- OMT Organización Mundial del Turismo (2012). *Panorama OMT del turismo internacional*. Recuperado de http://www.abeoc.org.br/wpcontent/uploads/2013/05/panorama_OMT_turismo_internacional_2012.pdf
- (2013). *Barómetro turístico*.
- (29 de enero de 2013). *Comunicado de prensa*. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/press-release/2013-01-29/el-turismo-internacional-mantendra-un-crecimiento-fuerte-en-2013>
- (15 de mayo de 2013). *Comunicado de prensa 13033*. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/press-release/2013-05-15/los-ingresos-por-turismo-internacional-crecieron-un-4-en-2012>
- RAE Real Academia Española (2001). *Diccionario de la lengua española*.
- SECTUR Secretaría de Turismo (2013). *Datatur*. Obtenido de http://datatur.sectur.gob.mx/work/docs/estadistica_nuevo/semana_pdf/14.pdf
- SETUJAL Secretaría de Turismo de Jalisco (1992-2012). *Anuarios Estadísticos*.

Turismo y economía: Una relación incomprendida

César Gilabert

Es aparentemente fácil comprender las relaciones entre el turismo y la economía si se parte de que el turismo es una actividad económica, por lo cual sigue un curso imbricado y dependiente de los vaivenes de la economía de un país. El tema se torna más complicado en la era de la globalización al considerar que cada Estado, por diferentes mecanismos de inserción, desde voluntarios hasta cuasi forzados, forma parte de la dinámica económica del planeta.

La interdependencia de las economías nacionales resulta ventajosa para los países del llamado Primer Mundo, y tal vez por eso mismo funge como una variante de subordinación neta para los países con menor desarrollo. Semejante articulación impacta en todas las actividades económicas, y desde esos planos de desigualdad (aunque eufemísticamente se le denomine «competencia»), se delinea el mercado mundial en general y el del turismo en particular. Ambas arenas son cada vez más complicadas y rípidas porque los países desarrollados, para decirlo coloquialmente, de antemano se repartieron el pastel mediante la posición monopólica de las multinacionales más poderosas, y la disputa entre los países emergentes por lo que resta no puede ser sino constante y poco menos que despiadada.

Con todo y con eso, la trayectoria evolutiva de un país no se define como un designio inexorable marcado únicamente por determinantes económicas. Ni el pasado —como quiera que se entienda la historia—, la geografía o incluso la herencia genética de una raza delinear un destino nacional en el que las decisiones humanas nada pueden hacer para alterarlo. Por adversas que le sean las circunstancias políticas y económicas a un Estado, incluso si aquellas se prolongan durante un largo tramo de su historia, existe la posibilidad de que las políticas públicas de un gobierno eficiente contribuyan a superar problemas ancestrales en plazos relativamente cortos (y también cabe la posibilidad más temida y frecuente de empeorarlos).

Tenemos la evidencia de varios países que alguna vez y por amplios periodos fueron cautivos de imperios o subyugados por potencias vecinas, siendo por ello arrastrados al atraso y la pobreza; pero en la actualidad no solo han dejado atrás su condición vulnerable, sino que se han convertido en poderosos agentes de crecimiento e industrialización con ingresos *per cápita* iguales o superiores a los de los países más avanzados, como sucedió en el transcurso de apenas tres o cuatro décadas con los llamados «Tigres Asiáticos» (Singapur, Hong Kong, Taiwan y Corea del Sur).

Concretamente, en Singapur el ingreso per cápita asciende a 52,000 dólares anuales, que lo coloca en el noveno lugar mundial, por encima de Estados Unidos, que con sus 47,000 dólares se ubica en el décimo puesto. (Oppenheimer, 2010: 92); y por el lado europeo, destacan Finlandia y Liechtenstein, entre otros ejemplos de vertiginoso y espectacular desarrollo económico y social, pese a la diversidad de obstáculos que han tenido que enfrentar.

Así pues, para entender el avance o retroceso de las actividades turísticas de un país es necesario contemplar un entramado sociopolítico y cultural más amplio y denso que el mero espectro económico, por cierto, hoy en día caracterizado por la susodicha interdependencia en tanto que fenómeno de expansión mundial del capitalismo y que, desde el punto de vista ideológico oculta procesos de inequidad y en ocasiones explotación vil bajo el neutro y cosmético concepto de globalización.

Para bien o para mal, la articulación del mercado mundial es tal que una crisis económica nacional afecta el sistema global, y viceversa: una economía local es más propensa a entrar en crisis si los mercados internacionales en los que compete directamente se contraen o mandan señales de recesión que alimentan o sofocan a los competidores, mismos que no cejan su empeño por adueñarse de la porción de la demanda internacional que les confiere, al menos, crecimiento económico.

Consiguientemente, en todos los países se ha afianzado la necesidad inexorable de mejorar posiciones en el ranking mundial que clasifica el crecimiento económico y, en segunda instancia, el desarrollo social. Además hay un ranking propio para las actividades turísticas que avala la Organización Mundial del Turismo (OMT), de modo que todas las naciones están obligadas a volcar sus esfuerzos hacia el mercado mundial con el propósito de innovar prácticas y productos que incrementen sus ventajas competitivas para mantenerse en lo que metafórica e irónicamente también podrían denominarse los «juegos del hambre», donde los grandes ganadores son apenas unos cuantos grupos privilegiados, mientras que la mayoría de la población mundial pierde.

Es así que los agentes relevantes (los equipos gobernantes y las cabezas de la iniciativa privada) trazan estrategias competitivas para el crecimiento económico: por eso promueven alianzas internacionales y forman bloques regionales *ad hoc*; firman acuerdos de libre comercio y se enfrascan en una imparable labor de «lobby» que trasciende la labor diplomática oficial. Aunado o incluso aparte de los acuerdos entre cancillerías, los agentes del desarrollo deseado tienen la posibilidad de pactar directamente intercambios comerciales entre empresas de diferentes países mediante sus despachos jurídicos, consorcios de exportación y de negocios, etcétera. Eventualmente se logran así acuerdos entre ciudades sin la necesidad de que intervenga el cuerpo diplomático que representa la soberanía de las naciones.

Asimismo, debido a la articulación de procesos globales, regionales y locales, una crisis financiera o de algún sector estratégico (p.e., energéticos, salud o seguridad) afectará al sistema general; por lo tanto, un impacto negativo a nivel de una economía nacional afectará las actividades de servicios en más de un país, entre ellas el turismo.

Las cada vez más recurrentes crisis del petróleo, por citar un caso, invariablemente han tenido un efecto significativo sobre los precios de los transportes, de modo que con barriles que sobrepasan los 100 dólares parece inevitable el alza de los precios de los pasajes aéreos. Dicho de otro modo, la presión inflacionaria desatada por el alza de los precios de los hidrocarburos altera en gran manera el flujo de viajeros que emplean medios de transporte a base de gasolina; sin embargo, dadas las características inequitativas del mercado global, los países más ricos no tienen empacho para echar mano de prácticas proteccionistas o abiertamente desleales a través de subsidios, manejo arbitrario de tasas de impuestos y de *dumping*, en virtud de ello los destinos consolidados apenas se ven afectados; en cambio, los circuitos turísticos de segundo o tercer orden reducen notablemente sus ingresos por la caída del número de visitantes y consiguientemente la reducción del volumen de ingreso de divisas, a menos que sean capaces de innovar en gran escala a fin de ofrecer productos sofisticados de mayor valor agregado que, en fin de cuentas, son los que mejor responden a los gustos de los viajeros cuyo poder adquisitivo les permite redefinir las prioridades del ideario de los consumidores.

Con un alto desarrollo tecnológico, en la primera década del siglo XXI, los diseños de las aeronaves están aumentando su alcance o autonomía de vuelo a unos 15 mil kilómetros (p.e. Londres-Sidney sin escalas) a una velocidad de crucero que ronda los 900 km/h, como el Airbus A380, que en algunos aspectos es el doble de grande del Jumbo Boeing 747, pues su capacidad de pasajeros en clase

turista sobrepasa los 850, aunque para mantener los estándares de la división de clases —con los First class y Busines class— se pierden alrededor de 300 lugares, aunque no necesariamente los ingresos. Todo eso depende de las reglas del mercado, de las temporadas altas y bajas, etcétera.

En rigor, el equilibrio de los mercados a nivel mundial es precario; basta un elemento disruptivo (un conflicto bélico, una catástrofe natural, una burbuja especulativa en el sistema financiero, una epidemia o incluso un acto terrorista) para que en vastas regiones se produzcan reacomodos en los flujos de capitales, bienes y personas. Desde luego eso afecta al turismo, aunque al fin y al cabo, las transnacionales más poderosas salen ganando en prácticamente todas las ramas de la economía debido a sus posiciones monopólicas y otras ventajas estructurales que les brindan sus ingentes reservas de capital, el control de las patentes y licencias, el desarrollo tecnológico de punta, etcétera.

Por ejemplo, a fines de abril de 2009, se avizó una pandemia del virus A (H1N1) que en principio afectaba a unos pocos países, pero que podía extenderse rápidamente al resto del mundo. La sola posibilidad de que eso llegara a suceder menguaría y hasta paralizaría ciertos destinos turísticos en México durante algunos meses, independientemente de los efectos que la enfermedad provocó en realidad.

Tal modalidad de influenza, según los datos duros, produjo alrededor de 19 mil víctimas en el mundo, en un lapso de 18 meses. No se necesitan muchos decesos para percibir el peligro y desde una perspectiva moral, una sola muerte que hubiera podido evitarse es ya excesiva; sin embargo, el problema de un mal manejo de las crisis referidas a la salud es que, dada la escala del planeta, la evaluación de las amenazas hace que una cifra inferior a los 20 mil sea raquílica comparada con el número de muertos por accidentes viales, que en un año ronda el 1,27 millones de víctimas, por lo cual los accidentes de tránsito son en verdad un problema mundial de salud pública; pese a ello ni siquiera esa espectacular cantidad de pérdidas humanas resta incentivos para usar vehículos automotrices (www.who.int/violence consultado 9-02-2013).

En lo que se refiere al turismo, México resintió los efectos de la pandemia de influenza porcina principalmente en aquellos destinos de sol y playa que compiten por turistas norteamericanos, en obediencia a que fueron cercados de manera virtual por la propaganda de instancias gubernamentales de varios países, ya fuera por razones fundamentadas o por un miedo nerval provocado artificialmente a través de un incisivo trabajo de lobby por parte de algunas agencias interesadas en proteger e impulsar determinados destinos turísticos en detrimento de otros,

todo bajo la coartada de la prevención ante la posibilidad de un supuesto contagio masivo. Lo anterior fue inmediatamente notorio en México, pues los datos preliminares de los primeros días posteriores al anuncio de la alarma sanitaria para contener la influenza arrojaron que:

La aviación ha tenido una caída de 20-25% en el número de pasajeros [...] En Cancún se tiene una cancelación del 70% en las reservaciones para la semana que finaliza el 10 de mayo, por lo que la ocupación será de 44.8%, así como la suspensión del arribo de cruceros (www.cnnexpansión.com/economia/2009/05/08 consultado en 17-03-2013).

Ahora bien, el impacto de una crisis económica no es simultáneo en la totalidad del sistema ni es el mismo en cada una de las partes; de hecho el perjuicio de unos competidores es la ganancia de otros. Considérese el Tsunami de 2004, que devastó poblaciones enteras y destruyó gran parte de la infraestructura turística de las costas asiáticas: produjo una caída de 90 por ciento de la actividad turística en aquella región durante un semestre; pero tuvo de manera indirecta efectos económicos positivos para destinos de playa mexicanos palpables en un incremento extraordinario de un 10 por ciento más de visitantes en la temporada alta de aquel año aciago, en obediencia a que México tuvo una inusual acogida del turismo internacional que habría viajado a Indonesia, Malasia, Tailandia, Sri Lanka y la India, es decir los principales países afectados por el devastador fenómeno sísmico. De hecho, los turistas europeos que tomaron la opción de venir a nuestro país en tales circunstancias gozaron de un beneficio adicional derivado de su poderoso euro frente al peso mexicano, por lo cual incluso las compras al menu-deo les resultaron sumamente atractivas.

En suma, el modelo económico de cada país, la situación política particular y otros factores más, pueden atemperar los daños de una recesión mundial en una localidad; o bien, magnificarlos y llevar al colapso económico a una región entera. Por el contrario, un buen control de los daños es capaz de refuncionalizar los elementos de una crisis económica general e incluso revertir su tendencia negativa a través de oportunidades como las que genera el turismo en una localidad, aunque no siempre ni necesariamente.

El caso de España es revelador: un país que ha sido vanguardia en turismo durante la última década (en 2006 llegó a ser la 2ª potencia del mundo tanto en número de visitantes como en el nivel de ingresos); de hecho se ha mantenido dentro de los primeros cinco lugares, a pesar de que su desempeño económico general ha sido deficiente, debido a ello, desde el 2012, los españoles están pade-

ciendo una tremenda crisis que repercute en su competitividad. Uno de los datos más alarmantes en 2013 fue que alrededor de 5 millones de personas quedaron desempleadas, de una población total de 47 millones aproximadamente; al mismo tiempo, esos problemas internos socavaron el desenvolvimiento de la Unión Europea, y por ende mellaron el sistema global con reverberaciones imparables que lo mismo golpearon en Grecia que en Italia.

Lo anterior no es nuevo, es parte de la interdependencia de las economías, lo que está pasando en Europa es un fenómeno similar a lo que, en su momento, se conoció como el «efecto Samba», cuyas consecuencias para Brasil fueron: la fuga de millones de dólares; el incremento de su deuda interna y una ruinoso elevación de las tasas de interés. El punto es que tal colapso económico brasileño no fue detonado solo por factores endógenos, sino que provino de una turbulencia financiera foránea que había azotado antes al mercado europeo, y que, a su vez, había sido identificada como el «efecto Vodka», debido a que su epicentro se ubicó en la economía de Rusia. De este modo, una crisis nacional impacta en otros países como un efecto de reacción en cadena que cimbra el sistema mundial. Igualmente, la crisis de 1994 en México, detonada por el llamado «error de diciembre», se propagó al resto de América Latina bajo una denominación de origen inconfundible: «efecto Tequila».

En la actualidad, todos los países están impelidos a competir en mercados internacionales, pese a las desigualdades manifiestas en los niveles de desarrollo y las capacidades de las infraestructuras productivas de las naciones. Pero como apuntamos antes, nunca falta un modo para sobreponerse a las desventajas de origen. Tomemos el caso de Finlandia, un país pequeño, con limitados recursos territoriales, ubicado en una fría lontananza de Europa, y para colmo pegado al otrora poderoso régimen soviético: Ese pequeño país era visto apenas un gozne que separaba a Suecia del «Telón de Acero». En la actualidad, la población de Finlandia asciende a unos 5 millones de personas, de modo que con un mercado interno tan estrecho, el grueso de su producción se vuelca hacia el exterior, ello implica, en la era de la globalización, que los finlandeses, hagan lo que hagan, tienen que producirlo mejor que en otros países para ganarse las preferencias en mercados internacionales. El arquetipo de su manera de competir es la compañía Nokia, la cual tiene que enfrentar titanes como LG y Samsung.

Ni modo: la confrontación entre las economías nacionales por porciones del mercado mundial suele ser dispareja y no hay lugar para los competidores derrotados. Los inversionistas y productores faltos de competitividad son desplazados en doble sentido: deben migrar a otros mercados en busca de nichos que los man-

tengan vivos; o resignarse a desaparecer. Pese a los obstáculos de su localización geográfica, de su desventaja por ser un país pequeño y por el constante asedio de los rusos, la compañía Nokia encontró un nicho de mercado que sus rivales no habían cubierto, y terminó posicionándose exitosamente con un producto sofisticado de alto valor agregado que domina el 40 por ciento del mercado mundial de teléfonos celulares, y representa un 3 por ciento del PIB de Finlandia.

En parte, la asimetría de las economías en competencia se traduce en el hecho de que las naciones con menos desarrollo suelen obtener menos ingresos de sus actividades, pese a que en números absolutos podrían mostrarse competitivos. Tal es el caso de México respecto del turismo, en cuyo ranking mundial llegó a ocupar, en el 2000, el séptimo lugar, hasta ahora su mejor ubicación; no obstante, en cuanto al ingreso obtenido por tal rubro nunca ha alcanzado una posición por debajo del vigésimo puesto. Para entender dicho déficit distributivo es necesario revisar factores sociales más allá de las cifras económicas.

Aunado a lo anterior, llama la atención que en los países subdesarrollados prevalezca una mala gestión del turismo en relación con la presión ecológica, lo cual, a su vez, apunta al desequilibrio social; en México es una constante que se manifiesta en el paisaje cultural de los destinos turísticos, en los cuales prima un agudo contraste de riqueza y precariedad que se refleja espacialmente en el esplendor de las zonas turísticas, invariablemente rodeadas por cinturones de pobreza con su impronta de marginalidad tan propia de las colonias populares periféricas, cuyo arquetipo y estereotipo es Acapulco. No es por casualidad que a este fenómeno repetitivo de inequidad y saturación ecológica se le haya denominado: «acapulquización», término empleado coloquialmente en nuestro país para designar ese contradictorio proceso de crecer y depredar al mismo tiempo, fenómeno que registran los destinos turísticos de playa mexicanos como un patrón. Por un lado, una infraestructura selecta y lujosa apunta sus baterías para competir por turistas extranjeros adinerados del Primer Mundo; por otro, alimenta una tendencia hacia la masificación de los servicios después de una etapa de éxito, empieza a recibir turistas de menor poder adquisitivo que comprometen la imagen del destino, entonces, como en un círculo vicioso infernal, se reducen los incentivos para invertir en más lugares de lujo, y también para reinvertir a nivel de cinco estrellas y gran turismo que se instalaron en la época de auge. Así las cosas, más temprano que tarde empieza la decadencia.

Paralelamente, en las etapas de despegue económico hubo un impulso para la creación de fuentes de empleo en cantidad suficiente para atraer inmigrantes en busca de oportunidades, pero con salarios bajos y hechuras políticas que abonan

a lo que en últimas fechas se conoce como la precarización del trabajo. En consecuencia, la estructura salarial de las poblaciones residentes en destinos turísticos se caracteriza por su inequidad, y poco a poco conduce a que la tasa de marginación vaya incrementándose con el paso del tiempo, pese a que en las etapas previas las tendencias habían ido a la baja.

Por lo tanto, para entender la relación del turismo con la economía es necesario analizar no tanto los fenómenos turísticos en sí, sino objetos teóricos más complejos que impliquen la interrelación y concurrencia de factores sociales, políticos, económicos, culturales e históricos, ello requiere cierto refinamiento teórico para generar una visión sistémica e integradora de las actividades turísticas, a fin de comprender su articulación en la dinámica productiva de una sociedad concreta. Mostrar esto es uno de los principales objetivos de este trabajo.

II

En México, el modelo dominante de turismo enfatizó desde su primera implantación, en el régimen de Miguel Alemán, una visión «industrialista», la cual recalcó el papel de las actividades turísticas como generadoras de crecimiento económico. La burocracia del ramo, invariablemente, ha sostenido que el turismo es una palanca de desarrollo regional; una fuente de empleo para localidades con poca o nula infraestructura industrial; y, por si fuera poco, en esta versión oficial se afirma que las actividades turísticas son un eficiente mecanismo de captación de divisas.

Cualquiera de los tres aspectos mencionados ofrece la razón (o el pretexto) para promover y producir bienes turísticos con participación del Estado. El turismo ha sido de tal modo estratégico en los planes de desarrollo, que en México aparece justificado el control monopólico estatal. Desde la presidencia de Miguel Alemán (1946-1953) hasta Miguel de La Madrid (1982-1988), el actor principal para el desarrollo de la industria turística recayó en el voluntarismo de la presidencia, cuya maduración tomó cuerpo en la creación de algunas instituciones que formalizaron semejante intervencionismo durante el sexenio de Luis Echeverría (1970-1976): Secretaría de Turismo, FONATUR, Nacional Hotelera, numerosos fideicomisos e instancias de gestión turística en pos de los que ulteriormente serían conocidos como los centros integralmente planeados (CIP).

Con este tipo de monopolio estatal, el factor de la ineficiencia y sobre todo la corrupción fueron una amenaza constante, pero en la época clásica del presiden-

cialismo modernizador, cada presidente contaba incondicionalmente con el PRI como un disciplinado brazo ejecutor, cuya lealtad estaba garantizada por ser la única arena de competencia para acceder a un puesto de elección o un encargo burocrático por designación, además en arca abierta por prácticas discrecionales cuando no corruptas que se permitían sin sanción. La impunidad se consideró como un peculiar «aditivo» que si bien comprometía la certeza jurídica de ciertas acciones, al final todo terminaba «arreglándose» para producir riqueza. Había entonces mucha eficiencia en ese sentido, aunque las soluciones no siempre o casi nunca se distinguían por su transparencia: expropiaciones de ejidos, deuda pública, autorización de usos de suelo, concesiones de obras públicas sin licitación, etc. Al final tales hechuras «aceitaron» el sistema para dar vida a grandes proyectos como Cancún —hoy en día el principal destino turístico del país—. Por esta vía que contemplaba la práctica del «arreglo» se mantenía abierto un canal de participación del sector privado, mismo que desde entonces ha sido aprovechado por los grupos transnacionales más poderosos respecto de países atrasados.

En otras palabras, aquí la negociación con la ley ha sido uno de los recursos informales idóneos para favorecer la acumulación de capital bajo modalidades salvajes. Es la razón por la que, en México, franjas de propiedad federal correspondiente a lindes de playas (constitucionalmente protegidos) han pasado a manos de extranjeros; o se han expedido permisos de construcción en zonas que desde el punto de vista ecológico son a todas luces inapropiadas; más la evidencia de numerosas formas de connivencia que prohíjan actos injustos, lesivos y predadores para la población residente, pero que aparecen blindados por las autoridades como acciones «legales», con la excusa de que a cambio se atrajo o se atrae inversión y por consiguiente se crean fuentes de empleo indispensables para el desarrollo regional.

Claro está que hay diversas maneras de enfrentar la complejidad de la globalización y su efecto de codependencia por la articulación de las economías y el mercado internacional. La cuestión es que los interesados en la comprensión de los fenómenos económicos y culturales relacionados con el turismo necesitan un conocimiento cuando menos básico, pero muy sólido, de teoría social. De otra manera, a los «turistólogos» les resulta prácticamente imposible comprender no ya la complejidad del sistema social, sino abordar de manera pertinente temas sociales inéditos que afectan los flujos turísticos.

Por ejemplo, la emergencia de la inseguridad que no sólo ahuyenta turistas, sino inversiones, dentro de un esquema de competencia mundial atravesada por *clusters*, *holdings*, enclaves, cárteles y toda clase de entes transnacionales que

redefinen la interdependencia de las economías nacionales en la globalización, por cierto, de una manera que enrarece la lógica de la libre competencia y en ocasiones vulnera restricciones de índole ecológica; o hace caso omiso de valores culturales, provocando que el turismo (o al menos cierta clase de turistas) adopte una peculiar forma de colonialismo, sólo que ahora semejante intervencionismo no es a base de soldados blandiendo sus armas, sino con turistas que en lugar de portar fusiles llevan dólares como herramientas bélicas para destruir las identidades locales a favor de los gustos de moda, trátese de diseño urbano, arquitectura, arte o cualquier otra manifestación cultural local que debe subsumirse al estándar cosmopolita del momento.

III

A partir de una lectura cuidadosa del comportamiento económico general de nuestro país, podemos explicar por qué México cayó tres lugares en el ranking mundial del turismo. Durante los dos sexenios panistas, descendió dos lugares y perderá otro más en este 2013. Por consiguiente, para empezar el 2014 México ocupará el lugar 12 del ranking mundial de la OMT. Las razones concretas tienen que ver con la falta de competitividad, más que por eventos circunstanciales, como se ha querido explicar a partir de la combinación de los huracanes «Ingrid» y «Manuel» que produjeron la precipitación de agua más notable en los últimos 100 años, afectando a dos terceras partes del país. Por supuesto que tal afectación ahuyentó a miles de turistas, siendo el estado de Guerrero uno de los más perjudicados, y con ello Acapulco. Pero el estancamiento en que está metido el país viene de antes.

El retroceso en el ranking mundial del turismo se debe a la visión anquilosada del modelo turístico, la cual produce una gestión igualmente desfasada. Los males del turístico son más estructurales. En otras condiciones, el problema estratégico que nos detenía en el séptimo puesto en el ranking mundial del turismo hubiera apuntado a cómo disputar el lugar 6 que tuvimos más cerca al principio del siglo XXI, mientras que hoy es más fuerte la posibilidad de descender que repuntar. El escenario más factible para el 2014 es caer, si bien nos va, al lugar 15.

Con base en lo arriba señalado, necesitamos una nueva perspectiva del turismo, no sólo es una cuestión de reingeniería de los destinos turísticos que en general dan muestras de agotamiento y con ello se pierden incentivos para invertir o reinvertir, sino un ejercicio de crítica y replanteamiento del modelo turístico en general, empezando por el rediseño de las carreras universitarias relacionadas

con el turismo y el tipo de profesional que pretenden formar. El estudiante de turismo está obligado a dominar una perspectiva amplia y sistémica de la sociedad, y por supuesto de la economía mundial. La especialización en turismo requiere conocimientos diferentes a la especialización misma. No es que el estudiante esté obligado a ser una suerte de economista, sociólogo, administrador y demás, sino que tenga la base académica, cultural y humanista, para manejar conceptos complejos que engargen cuestiones económicas referidas crecimiento, temas sociales y culturales que atañen al desarrollo humano, así como problemas ecológicos que aluden a los riesgos del desequilibrio ambiental. La comprensión de la cuestión turística precisa de encuadres generales para caracterizar la configuración social contemporánea y contextualizar de manera pertinente los fenómenos estructurales que dan lugar a caracterizaciones, tales como: «la sociedad de riesgo global», «la sociedad líquida», «la sociedad del espectáculo»; o «la sociedad de la información», donde el conocimiento alcanza un nivel de mercado insólito.

Es urgente, pues, promover una formación que aporte las herramientas indispensables para reflexionar sobre los efectos generales y específicos de la globalización, la economía del conocimiento y el mercado mundial, y de allí derivar a los fenómenos concernientes a la rama turística.

Aquí subyace el problema del perfil geminado o escindido del egresado en turismo. Por un lado, debe adquirir las competencias, conocimientos y destrezas para desempeñarse profesionalmente en los diferentes ámbitos y rubros de las actividades turísticas: transportación, hospedaje, alimentación, servicios alternativos, aunado a una formación cualificada (idiomas, computación, mercadotecnia, administración, negocios) para trabajar en nichos especializados: turismo de congresos, turismo ecológico, etcétera. Y por otro, la comprensión del fenómeno del turismo implica contar con una visión amplia y pertinente del contexto social y cultural en que opera esta actividad económica en su propio país, y a nivel local, así como a escala mundial. En este sentido, la carrera de turismo del Centro Universitario de la Costa ofrece tres orientaciones curriculares para responder a las diferentes aptitudes y preferencias vocacionales de los estudiantes: Planificación y desarrollo; Marketing turístico; y Gestión de servicios turísticos.

Además, el especialista en turismo requiere de una masa crítica de conocimientos para generar las teorías sociales que encuadren la función social del turismo como palanca de desarrollo, en los casos en que efectivamente cumpla con este encargo; para lo cual, entre otros factores más, hay que tomar en cuenta el impacto ecológico de los destinos turísticos, dado que un crecimiento económico

sin estrategias ecológicas adecuadas puede llevar rápidamente a la eclosión del destino, sobrepasar su capacidad de carga y su periodo de recuperación.

No es nada fácil comprender la complejidad en que están inmersas las actividades turísticas, como la transformación urbana y el reacomodo económico y social que presentan las comunidades residentes, más un nutrido etcétera, que en los países en desarrollo pasa también por un examen de la pobreza y la inequidad, aunado a otros mecanismos del mercado internacional que impiden una buena distribución de recursos y beneficios entre los prestadores de servicios locales y sobre todo en el interior de las comunidades residentes.

La competencia comercial en el marco de la globalización de corte neoliberal es durísima, China ha desplazado a México del mercado de Estados Unidos en cada producto o servicio que ha introducido, haciendo de humo la supuesta ventaja nuestra de la vecindad. La respuesta de los empresarios mexicanos en general ha sido la de bajar los precios para resistir a los primeros embates de productos chinos, pero al cabo de un tiempo los competidores mexicanos pierden capacidad para reinvertir y la mayoría termina desapareciendo.

Es inminente la llegada a la cima de China como primera potencia comercial y también turística. En breve rebasará a España y Estados Unidos, así como al actual primer lugar del ranking mundial de turismo: Francia. La pregunta general es: ¿qué han hecho los países para no sucumbir ante los productos chinos tan profusos, variados y baratos? La respuesta es simple, pero concretarla es realmente difícil: innovar.

IV

En México, tenemos un nivel bajo e irregular de competitividad. Quiere decir que estamos atorados en varios frentes. El primero es la baja calidad de la educación. Nos falta desarrollo y padecemos un montón de desequilibrios sociales y ambientales. Incluso la dinámica población avanza erráticamente: en algunos lugares hay alta densidad colindando con regiones donde lo que prima es la dispersión. El efecto combinado del desequilibrio territorial a nivel nacional ha fracturado el país en varios «Méxicos», un norte y un sur muy marcados por la polaridad: atraso (sur); y la prosperidad relativa del norte debido a su articulación comercial con Estados Unidos. Pero a su vez eso tiene efecto sobre el desaprovechamiento de los más de 10 mil kilómetros de litorales, la desconexión este-oeste a nivel ferroviario y carretero, ese enorme déficit de vías de comunicación es un condicionante de la

alta concentración urbana e industrial en unas pocas ciudades, lo cual provoca que allí los servicios sean caros e ineficaces, situación que reproduce déficit y alienta la desigualdad territorial y social.

Sobre este encuadre general urge repensar el modelo turístico, empezando por la necesidad de plantear una amplia estrategia de conectividad y accesibilidad para aprovechar coherentemente el territorio nacional, considerando planes urbanos para impulsar ciudades medias en proyecciones por etapas a largo plazo que tengan un impacto en la distribución de la población, es conveniente fomentar acciones sectoriales (entre ellas el desarrollo turístico) aprovechando ventajas comparativas derivadas de la localización, en su caso, creando polos de atracción, retención y regulación dinámica de la migración interna en función de recursos territoriales que no han sido debidamente manejados. Fomentando centros urbanos en escalas manejables para promover bienestar social en una perspectiva sustentable (que se pierde si no se planea adecuadamente el crecimiento urbano).

Pero nada de esto se hace a partir de un borrón y cuenta nueva. El contexto internacional en la era de la globalización no puede hacerse a un lado. ¿Cómo ignorar la crisis financiera global que afecta al sistema mundial desde 2007, empezando por Estados Unidos a partir del estallido de la burbuja inmobiliaria resultante de un *boom* crediticio por el cual miles de personas insolventes se hicieron de casas mediante créditos hipotecarios también llamados *subprime*: un sofisticado y oscuro producto de alto riesgo cuyos títulos fueron comercializados a discreción por el sistema financiero a nivel mundial. (Dicho sea de paso, este proceso fue posible porque se cometieron abusos y actos de corrupción o cuando menos de negligencia por parte de las autoridades hacendarias de varios países). La avaricia de los gestores financieros actuó sin contrapeso, por lo que se produjo un grado de especulación inaudito y al final sobrevino una insolvencia generalizada, misma que mandó a la bancarrota a bancos de inversión de la talla y prestigio de Lehman Brothers, entre otros más.

El problema financiero de Estados Unidos se extendió a Europa, y puso en jaque a los países cuyo mal desempeño económico y político los hacía más vulnerables: España y Grecia, como llamativos focos de alarma, pero el hecho más contundente es que se contrajeron los cálculos de crecimiento de casi todos los países en desarrollo, incluyendo, desde luego, a México.

Aún ahora las consecuencias de dicha crisis sigue marcando en México el derrotero del crecimiento económico (o más bien falta de crecimiento), como se sigue de las previsiones que nuestro país ha ido ajustando a la baja. Para 2013, el cálculo del PIB empezó en 3.5 por ciento de crecimiento, y luego la previsión des-

cendió al 1.7 por ciento; y para el segundo semestre se augura que las posturas más optimistas oscilaron apenas entre 1.2 y 1 por ciento. Ahora nadie se escandalizaría si resulta por debajo del 1 por ciento.

V

A manera de conclusión:

En la globalización se compite para ganar todo lo que se puede, pero no se puede ganar todo el tiempo, por lo que una segunda meta es mantenerse competitivo, lo cual se logra en primera instancia con crecimiento económico sostenido. Crecer sin producir desarrollo deja dividendos en el corto plazo, pero al final produce estancamiento y eclosión. Por lo tanto, el quid es pasar del porcentaje del PIB a indicadores de desarrollo humano; esto conlleva un enorme esfuerzo de transformación, puesto que los éxitos de mero crecimiento no conducen por sí solos a la reducción de la pobreza ni elevan el nivel de vida de la población automáticamente. Sin duda, el quid es el desarrollo y su índice más encumbrado mide el desarrollo social y humano. No obstante, también es ineludible el hecho de que no hay desarrollo sin crecimiento, por eso todo eso conduce a ganar posiciones en la economía mundial, donde las economías se clasifican por su crecimiento, pero a su vez se reconoce que son unas determinadas condiciones sociales las que permiten ese crecimiento.

Hay consenso respecto de que la competitividad se alcanza con base en una educación de calidad; el punto es que la educación necesita de condiciones sociales básicas para que los individuos estén en condiciones de concluir los ciclos escolares, como alimentación y salud, entre otros factores más. Carezco de espacio para detenerme en cada elemento básico que concurre en los procesos educativos, por lo que enfatizaré sobre lo que se necesita en términos de instrucción para que la gente esté en condiciones mínimas para competir, cuya calificación más elevada en la era del conocimiento se obtiene por la internacionalización, que es una manera indiscutible de tener presencia en el mercado mundial.

Por algún tiempo se creyó que los países que contaban con más recursos naturales, con materias primas estratégicas —como el petróleo, bosques, territorios agrícolas (relacionado con la autosuficiencia alimentaria), extensos litorales, etcétera —estaban abocados al desarrollo. Es posible, pero no necesario. Es más: un recurso mal gestionado, como el petróleo, se puede convertir en una carga onerosa e incluso puede destruir una economía no bien se cae en una clase de depen-

dencia llamada «petrolización» que resta todo incentivo para competir en otras áreas de la economía si al final el déficit comercial de un país se paga con la venta de barriles de crudo, como sucede en Venezuela y en México.

En todo caso, hoy en día la tendencia no la marcan las materias primas, sino productos con mayor valor agregado, lo cual exige desarrollo tecnológico, por lo tanto investigación científica y alta especialización. Por eso la tendencia en la sociedad del conocimiento es que los productos tiendan a la sofisticación. El desarrollo de los productos implica no solo los objetos en sí, por útiles que sean o que parezcan serlo, se trata de innovación, diseño, «buen gusto», estilo, marketing, aunado a otros factores para dominar los mercados a través del conocimiento de los consumidores, sobre todo, de los países más ricos, pues son estos los que marcan la pauta al resto del mundo.

Los productos de mayor valor agregado en general son resultado de un alto desarrollo tecnológico. Eso no excluye que puedan ser ideas o conceptos simples, pero cuya concreción requiere una buena base tecnológica, como por ejemplo, la creación de ciertos sitios de internet. La consolidación de una red social puede significar mucho dinero a partir de una idea relativamente sencilla, pero a la par requiere de una buena base de cibernética e ingeniería. Asimismo, la ciencia aplicada en la farmacéutica no empieza forzosamente por los grandes laboratorios, sino en la creación de conceptos y en todo aquello que se ha dado en llamar economía del conocimiento, donde no solo se vende el producto, sino precisamente el concepto.

Esta tendencia general a la que apunta el mercado a través de productos con mayor valor agregado también opera en el turismo, los destinos se ven obligados a diversificar su oferta de bienes y servicios turísticos. Sin trabajar creativamente la oferta de playa y sol, no se podrá competir contra aquellos destinos que ofertan emociones más que comodidades. Los lugares más sofisticados no se promueven enfatizando temas como la calidad, porque la dan por sentada; más bien se proponen seducir con la idea de realizar sueños; prometen la reinención del Paraíso, y lo que es más: suelen cumplirlo.

El problema es que el éxito de lugares así no se limita a la prosperidad de un establecimiento, así sea un hotel de clase mundial, sino a una estrategia territorial más amplia para generar desarrollo local y regional, alentando inversiones en infraestructura urbana, condiciones para diversificar las cadenas productivas y cadenas de valor, las cuales en el caso de México, requieren, en primer lugar, una reforma hacendaria para mejorar de manera sustancial la recaudación de impuestos y con la mayor equidad, aunado a una nueva cultura de trabajo que pasa por

prácticas como la igualdad de género, y se articulan con base en valores democráticos que repercuten en gobernación y en la gobernanza, porque alientan la rendición de cuentas, la transparencia y la responsabilización de los políticos en funciones; y por el lado laboral, se traduce en programas de capacitación constante y mejora salarial, que a su vez se expresa en un índice significativo: el ingreso per cápita.

Por supuesto, son tareas que no se realizan de un día para otro; pero otros países lo han logrado en pocas décadas, en algunos lugares son suficientes 20 años; en todo caso, los objetivos del desarrollo son irrealizables sin una base de modelos educativos eficientes y accesibles para todos, y que, a la postre, contribuyen a nivelar la pobreza y la desigualdad, cuya cúspide, en la educación superior, genera egresados con una formación sólida, competitiva, con capacidad para inventar nuevos productos y servicio. La competitividad es imposible sin una oferta educativa de alta calidad y accesibilidad para todo aquel que quiera estudiar.

Todos estos elementos hay que considerarlos para sentar las bases de un nuevo modelo de turismo. Empezando con estudiantes de turismo que estén aprendiendo, desde su etapa formativa, a pensar el turismo y sus problemas de manera diferente al modelo industrial, para ello necesitan una formación más compleja e integral para pensar lo económico, lo social, lo cultural, lo ecológico y lo turístico, con enfoques holísticos y humanistas, que sepan de la importancia del crecimiento económico (que hagan buena gestión de servicios turísticos) sin desmarcarse de la responsabilidad del desarrollo humano sin menoscabo del equilibrio ecológico. En fin, se necesita una buena base de teoría social para proponer modelos turísticos apropiados para un país que está en desarrollo.

Bibliografía

- César Dachary, Alfredo (2006). *De la sociedad del espectáculo a la globalización*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-Centro Universitario de la Costa.
- Gilabert, César (2013). *Los enigmas de la condición humana. Psicología política: elementos básicos de la conducta social*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-La casa del Mago.
- (2012). *Del paraíso a las puertas del infierno. Evolución biopolítica y sociocultural de Puerto Vallarta*. Zapopan: El Colegio de Jalisco.

- Levitt, Steven y Stephen Dubner (2006). *Freakonomics*. Barcelona: Ediciones B.
- (2010). *Superfreakonomics*. Barcelona: Mondadori.
- Olson, Mancur (2001). *Prosperidad y poder. La superación de las dictaduras comunistas y capitalistas*. Madrid: Siglo XXI de España.
- Oppenheimer, Andrés (2013). *¡Basta de historias! La obsesión latinoamericana con el pasado y las 12 claves del futuro*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-La casa del Mago.
- Vargas Llosa, Mario (2012). *La civilización del espectáculo*. México: Alfaguara.

Territorio, urbanismo y crisis en el espacio del turismo. Apuntes sobre la gestión metropolitana en la Bahía de Banderas

José Alfonso Baños Francia
Rodrigo Tovar Ramírez
Manuel Muñoz Viveros

La zona metropolitana de la Bahía de Banderas (ZMBB) está conformada por Puerto Vallarta (Jalisco) y el municipio del mismo nombre en Nayarit; alberga complejas interacciones espaciales y funcionales vinculadas a la actividad turística. La rapidez de la expansión aunada a la ineficaz gestión del territorio metropolitano configura un escenario de crisis con implicaciones ambientales, sociales y económicas.

En la participación se considera la gestión formulada en la ZMBB y se describe en tres partes. En la primera, se abordan las características territoriales de la región; en la segunda, se discurre sobre los antecedentes de la planeación metropolitana; en la tercera, se exponen recientes acciones de ordenamiento territorial para asumir la compleja dinámica conurbada.

Dentro de los postulados subyace el supuesto de que múltiples intereses económicos y de poder se han entrelazado para obstaculizar una eficiente gestión en el territorio metropolitano de la Bahía de Banderas y por el contrario, se sostuvo un modelo anárquico donde la codicia privada se impuso sobre los valores colectivos. La expansión territorial tuvo en la actividad turística el principal detonador y con ello, se fortaleció la lógica capitalista de máxima obtención económica del espacio, tendencia respaldada por las autoridades encargadas de la planeación y los políticos en turno quienes, en alianza con los poderes fácticos generaron una vivencia urbana caótica, segregada y disfuncional.

Como conclusión, se aventura que el mayor reto en la región será lograr una coordinación efectiva entre los tres niveles de gobierno para mejorar la gestión metropolitana, configurando nuevas políticas donde la innovación y el compromiso ciudadano incidan en un desarrollo metropolitano con criterios de sustentabilidad.

La zona metropolitana de la Bahía de Banderas

La región de la Bahía de Banderas se ubica en el litoral costero del Pacífico y se integra por Puerto Vallarta (Jalisco) y Bahía de Banderas (Nayarit). En ella se fortalece una zona metropolitana dinámica y en constante crecimiento impulsada por la actividad turística y la provisión de servicios especializados.

Figura 1. Localización de la zona metropolitana de la Bahía de Banderas



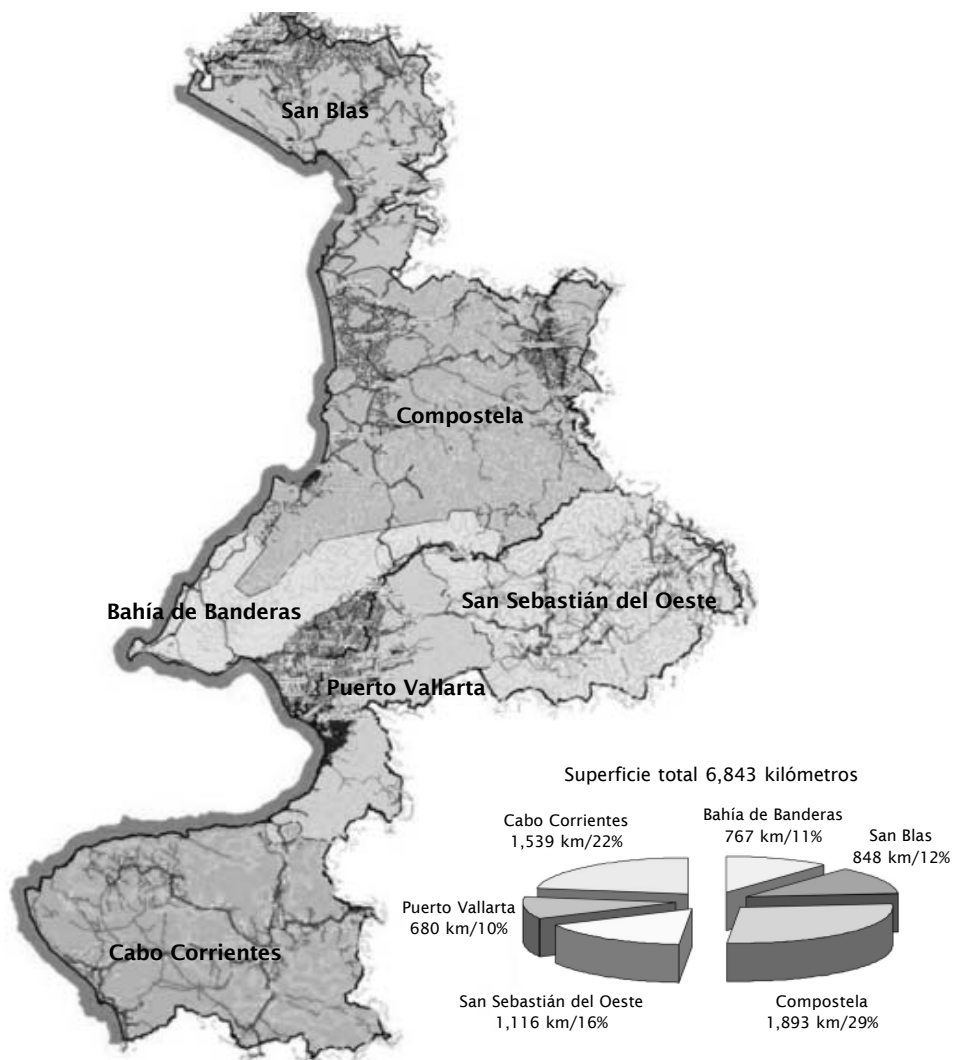
Fuente: Elaboración propia.

De las cincuenta y seis zonas metropolitanas del país (SEDESOL-INEGI-CONAPO, 2008), tres se localizan en territorios cuya principal vocación es el turismo: Acapulco, Cancún y Bahía de Banderas. En estos casos, son destinos recreativos cuya madurez está consolidada.

A nivel regional, se consideran tres esferas territoriales (Figura 2): a) la gran región metropolitana que considera seis municipios: San Blas, Compostela y Bahía de Banderas en Nayarit, así como Cabo Corrientes, San Sebastián del Oeste y

Puerto Vallarta en Jalisco; b) la zona metropolitana, integrada por los municipios de Puerto Vallarta, Jalisco y Bahía de Banderas, Nayarit; y c) la región de influencia inmediata de la zona metropolitana, con los municipios de Cabo Corrientes y San Sebastián del Oeste en Jalisco y Bahía de Banderas, Compostela y San Blas, en Nayarit (FIDERCO, 2009).

Figura 2. Gran región metropolitana de la Bahía de Banderas



Fuente: Fideicomiso de la Región Centro Occidente (FIDERCO), 2009.

La estructuración del territorio metropolitano se expresa de manera diferenciada en cada entidad federativa, con un esquema difuso en los centros de población en Nayarit y uno más compacto en Puerto Vallarta, Jalisco.

Condiciones geográficas en la Bahía de Banderas

La región de la Bahía de Banderas se ubica en la provincia fisiográfica de la Sierra Madre del Sur y en la boca del Mar de Cortés. La región se integra con dos unidades geográficas principales: marina y terrestre. En la primera, destaca la presencia de la Bahía de Banderas, la séptima bahía más grande del mundo y la más extensa de México, cuyos extremos son Punta Mita (al norte) y Cabo Corrientes (al sur); la profundidad máxima en la bahía es un cañón submarino o fosa tectónica denominada «el Cañón» que alcanza los 1,438 metros de profundidad. La porción terrestre destaca por el contraste entre serranía y planicie, al norte con la sierra de Vallejo, seguido por la planicie del Valle de Banderas, dividido por la cuenca del río Ameca (límite entre Nayarit y Jalisco) y delimitado por una porción accidentada, que forma parte de la Sierra Madre del Sur.

Las condiciones geográficas han influido en la configuración de la estructura urbana fortaleciendo un modelo 'dual' donde los poblados nayaritas se ubican en el Valle de Banderas, facilitando la dispersión difusa en más de diez localidades. Por su parte, la porción norte es relativamente plana en Puerto Vallarta, mientras que al sur, se consolida en porciones montañosas, resultando una zona más compacta, consolidándose primordialmente la actividad turística y en menor medida, de servicios y comercial.

El clima es otro elemento natural que incide en el desarrollo metropolitano. En cuanto a la precipitación anual promedio, es superior a los 1,400 mm, concentrada en los meses de junio a octubre donde septiembre es el más copioso con 335 mm, asociado a la presencia de huracanes. Ello se traduce en la presencia de cuencas y escurrimientos con inundaciones frecuentes, sobre todo, en las partes bajas y periféricas, donde cerca de 50 cauces intermitentes y con agua permanente como el río Ameca, Pitillal y Horcones desembocan en la Bahía de Banderas. Respecto a la temperatura, el fuerte calor y humedad de la zona incentiva el uso del aire acondicionado y con ello un alto consumo de energía eléctrica (COLEF, 2012).

Dinámica poblacional en la zona metropolitana de la Bahía de Banderas

Una particularidad de las ciudades turísticas de México es el rápido crecimiento de la población; inicialmente, el *boom* demográfico regional se presentó con mayor intensidad en Puerto Vallarta debido a las altas tasas de migración generadas

por la llegada de trabajadores que edificaron la infraestructura turística local. Con el tiempo, muchos inmigrantes se asentaron definitivamente alcanzándose una segunda etapa manifestada en la reproducción natural de la población regional. Así, el número de residentes aumentó más del doble en dos décadas, pasando de 151,288 en 1990 a 379,886 habitantes en el 2010 (Cuadro 1).

Cuadro 1. Crecimiento demográfico en la zona metropolitana de Bahía de Banderas

Municipio	Población				
	1990	1995	2000	2005	2010
Puerto Vallarta	111,457	149,876	184,728	220,368	255,681
Bahía de Banderas	39,831	47,077	59,808	83,739	124,205
Zona metropolitana de Puerto Vallarta / Bahía de Banderas	151,288	196,953	244,536	304,107	379,886

Fuente: SEDESOL-INEGI-CONAPO (2008) e INEGI, 2010.

El crecimiento demográfico encabezado por Puerto Vallarta impulsaba al de Bahía de Banderas (Nayarit), sin embargo, esta relación se ha venido modificando al asumir este último municipio un papel más protagónico. Esto se manifiesta con el aumento de 40,466 nuevos habitantes entre 2005 y 2010 superando, por primera vez a su contraparte jalisciense en el mismo periodo. Así, en veinte años, el crecimiento neto de residentes se ha quintuplicado y la tendencia sigue en aumento, mientras que en Puerto Vallarta los índices se mantienen estables sin superar los cuarenta mil nuevos vallartenses en un lustro.

El cambio en la dinámica demográfica se genera por dos factores principales. El primero es que, recientemente las mayores inversiones turísticas se han dado en la costa nayarita debido a la belleza de su contexto, puesta en valor de los atractivos y desarrollo de políticas turísticas de promoción, insertándose instala-

Cuadro 2. Crecimiento neto de población en la zona metropolitana de Bahía de Banderas, 1990-2010

Municipio	Población			
	1990-1995	1995-2000	2000-2005	2005-2010
Puerto Vallarta	38,419	34,852	35,640	35,313
Bahía de Banderas	7,246	12,731	23,931	40,466
Zona metropolitana de Puerto Vallarta / Bahía de Banderas	45,665	47,583	59,571	75,779

Fuente: SEDESOL-INEGI-CONAPO (2008) e INEGI, 2010.

ciones recreativas de gran lujo. Y el segundo, a la masiva edificación de viviendas de interés social en el Valle de Banderas, donde los desarrolladores privados imponen su agenda habitacional debido a la ausencia de políticas de mercado de suelos municipal, modificando los instrumentos de planeación y flexibilizando la regulación urbanística¹ (Cerezo, 2009). Con ello, la construcción de viviendas en Bahía de Banderas (Nayarit) presenta mayor dinamismo que en Puerto Vallarta, acentuándose la fragmentación y dispersión urbana, en una modalidad insular sin conexiones eficientes en el espacio metropolitano.

Al revisar los diez principales centros de población en el municipio de Bahía de Banderas se identifica que San José del Valle es el que congrega la mayor cantidad de población, seguido por San Vicente y Valle Dorado, demarcaciones que han tenido un crecimiento importante en los últimos años motivado por el cambio de uso de suelo agrícola por habitacional, albergando desarrollos producidos en masa donde los fraccionadores encuentran más rentable urbanizar parcelas de origen ejidal que en Puerto Vallarta, donde el costo del suelo urbano es más elevado.

Desde la perspectiva demográfica, Puerto Vallarta concentra los mayores contingentes de población en la zona metropolitana, superiores a los 200 mil habitantes (82.81 por ciento del total), fortaleciéndose la primacía urbana del modelo

Cuadro 3. Población en el municipio de Bahía de Banderas, Nayarit, 2010

Poblado	Población	Porcentaje
Cruz de Huanacastle	3,171	2.98
Bucerías	13,098	12.32
Mezcales	8,482	7.98
San Vicente	14,319	13.47
El Porvenir	2,776	2.61
San José del Valle	25,805	24.28
San Juan de Abajo	10,442	9.82
Las Jarretaderas	6,262	5.89
Valle de Banderas	7,666	7.21
Valle Dorado	14,278	13.43

Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, 2010.

- 1 El Gobierno de Nayarit ha facilitado la urbanización de grandes conjuntos habitacionales mediante reformas y adiciones a la Ley de Asentamientos Humanos y Desarrollo Urbano del Estado de Nayarit (LAYDUN), particularmente en los artículos 36 y 42, favoreciendo la incursión del capital privado en la gestión territorial, modificando los instrumentos municipales de planeación urbana y promoviendo la ocupación de grandes extensiones territoriales, Cerezo (2009).

compacto y su centralidad espacial, seguido de Ixtapa con 3.68 por ciento y marginalmente Las Juntas y Las Palmas de Arriba.

Cuadro 4. Población en el municipio de Puerto Vallarta, Jalisco, 2010

Poblado	Población	Porcentaje
Puerto Vallarta	203,342	82.81
Ixtapa	29,036	11.82
Las Juntas	9,035	3.68
Las Palmas de Arriba	4,145	1.69

Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, 2010.

De esta manera, en Puerto Vallarta se enfatiza la concentración de población en el centro de población, generando una continuidad urbana compacta y con otras tres localidades periféricas con menor peso demográfico en el sistema local. Al comparar con su contraparte nayarita, se muestra que Ixtapa, segunda concentración vallartense cuenta con mayor número de población total (29,036) que San José del Valle, el de mayor número de residentes en la porción nayarita. Con ello, se confirma la jerarquía urbana vallartense en el sistema metropolitano regional.

En cuanto a la distribución de la población por edades en el espacio metropolitano, se advierten indicios de transición demográfica donde la pirámide comienza a hacerse más angosta, dinámica más aguda en el caso de Puerto Vallarta.

Cuadro 5. Grupos de edad en la zona metropolitana de Bahía de Banderas, 2010

Grupos de edad	Total	Porcentaje
0-9	70,791	21.37
10-19	67,772	20.46
20-29	64,655	19.51
30-39	55,841	16.85
40-49	37,774	11.39
50-59	14,230	4.30
60-69	11,950	3.61
70-79	5,376	1.62
80 y más	2,954	0.89

Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, 2010.

Las dinámicas demográficas inciden en el proceso de estructuración urbana en la ZMBB, donde los diferentes grupos etarios tienen diferentes necesidades que se expresan en el espacio físico de la zona conurbada.

Ocupación urbana en la zona metropolitana de la Bahía de Banderas

Los primeros asentamientos en la Bahía de Banderas datan de la época prehispánica (Mountjoy, 1992); en 1525, durante la primera incursión española comandada por Francisco Cortés de San Buenaventura, sobrino de Hernán Cortés, ya se contaba con importantes poblaciones en la región (Tello, 1982), algunas de las cuales se conservaron durante varios siglos (*Cartografía histórica de la Nueva Galicia*, 1984).

Como se ha venido insistiendo, las dinámicas de ocupación territorial muestran un patrón diferenciado; en Bahía de Banderas (Nayarit) se distribuye en diez principales centros de población² mientras que en Puerto Vallarta (Jalisco), se impone el modelo de la ciudad «central», diluyéndose en otros poblados periféricos³ separados físicamente de la mancha urbana pero que paulatinamente se van integrando gracias a procesos de conurbación intermunicipales (Figura 3).

Figura 3. Principales localidades en la zona metropolitana de la Bahía de Banderas



Fuente: <http://gaia.inegi.org.mx/scince2/viewer.html> y propia.

- 2 Referidos a Valle de Banderas, Bucerías, Cruz de Huanacaxtle, Las Jarretaderas, Mezcales, El Porvenir, San José del Valle, San Juan de Abajo, San Vicente y Valle Dorado. Curiosamente no se considera Nuevo Vallarta, cuyos datos no son considerados en INEGI, como instancia oficial para el manejo de información demográfica y de vivienda.
- 3 Las Palmas de Arriba, Ixtapa, Las Juntas y Mismaloya, principalmente.

Se advierte un patrón diferenciado entre las localidades de la costa y el interior del Valle, en el caso de Bahía de Banderas (Nayarit). Así, la Cruz de Huanacastle y Bucerías ocupan el 33.04% del total urbanizado, en contraste con las ocho poblaciones restantes. De hecho, lugares como Mezcales y Valle Dorado, en donde reside un segmento importante de población local, no se distribuye ni en el 8% del total urbanizado. Con estos datos se refuerza el modelo difuso de expansión territorial en la experiencia nayarita.

Cuadro 6. Extensión urbana por localidad en Bahía de Banderas, 2011

Poblado	Extensión*	Porcentaje
Cruz de Huanacastle	230.38	14.00
Bucerías	313.37	19.04
Mezcales	19.16	1.16
San Vicente	202.54	12.31
El Porvenir	5.57	0.34
San José del Valle	276.60	16.81
San Juan de Abajo	232.69	14.14
Las Jarretaderas	83.98	5.10
Valle de Banderas	181.65	11.04
Valle Dorado	99.89	6.07

*Nota: Las cifras están redondeadas y se expresan en hectáreas.

Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, 2010.

En cuanto a Puerto Vallarta, los poblados de Las Palmas de Arriba, Ixtapa y Las Juntas representan en conjunto el 13.97% de toda la superficie urbanizada, en comparación con la porción central donde se concentra la mayoría. Así, en el modelo vallartense se robustece el esquema compacto y concentrado de ciudad.

De esta manera se advierte que en Puerto Vallarta, la estructuración urbana compacta se distribuye a lo largo del litoral costero y extendido al nororiental

Cuadro 7. Extensión urbana por localidad en Puerto Vallarta, 2011

Poblado	Extensión*	Porcentaje
Puerto Vallarta	4,258.15	86.03
Ixtapa	364.52	7.36
Las Juntas	124.59	2.52
Las Palmas de Arriba	202.35	4.09

*Nota: Las cifras están redondeadas y se expresan en hectáreas.

Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, 2010.

debido a las condiciones topográficas de planicie y que culmina en el sur, delimitado por la presencia de la Sierra Madre del Sur (Baños, 2010). Así, se asiste a un esquema de ocupación urbana linear y polinuclear.

Antecedentes de gestión metropolitana en la Bahía de Banderas

La importancia de la zona metropolitana de la Bahía de Banderas (ZMBB) ha motivado la formulación de políticas de gestión para promover la viabilidad del territorio como polo de desarrollo regional. En las siguientes líneas se detallan las principales iniciativas implementadas.

Desarrollo pionero de las costas de México y Jalisco

Dentro de los primeros esfuerzos institucionales para promover el desarrollo del litoral en México destaca el programa de modernización de Progreso Marítimo Nacional conocido como «La Marcha al Mar», iniciativa del presidente Adolfo Ruiz Cortines (1952-1958), formulada para abrir fuentes de trabajo en las zonas escasamente pobladas y absorber la población excedente de otras regiones, aprovechando los recursos naturales, creando flotas pesqueras, incrementando el comercio marítimo y promoviendo la ocupación ordenada de los puertos del país.

Durante el gobierno en Jalisco de Agustín Yáñez (1953-1959) se trabajó en sincronía con la administración federal formalizando la «Comisión de Planeación de la Costa de Jalisco» en 1953, presidida por José Rogelio Álvarez con el objetivo de concertar acciones públicas y privadas para reanimar la actividad económica en el litoral jalisciense, aprovechando la disponibilidad de materias primas, resolviendo la demanda creciente de servicios turísticos, aprovechando la diversidad de áreas naturales y reacomodando la población excedente. En el Consejo Técnico se avanzó en la formulación de cartografía, catastro, estudios económicos, comunicación y acciones urbanísticas, como la introducción de servicios públicos básicos en algunos centros de población.

Con la paulatina adopción del turismo como la principal actividad en la región, el gobierno federal se abocó a resolver la incertidumbre en la tenencia del suelo decretándose en 1970 la expropiación de 5,262 hectáreas de tierras ejidales en los municipios de Compostela (Nayarit) y Puerto Vallarta (Jalisco), conformándose el Fideicomiso Traslativo de Dominio Bahía de Banderas (Gómez, 2008). De la superficie expropiada, 1,026 hectáreas correspondían al ejido Puerto Vallar-

ta, instrumentándose el Fideicomiso del mismo nombre en 1973, la intención era asegurar la propiedad privada y promover el crecimiento económico y turístico en la región (Munguía, 1997).

La Comisión de Conurbación de la Desembocadura del río Ameca y el Plan Regional de Desarrollo Urbano

La zona conurbada de la desembocadura del río Ameca fue declarada como zona prioritaria de desarrollo por el Ejecutivo Federal en 1977.⁴ Con el ánimo de asegurar la territorialidad de la iniciativa se formuló el Plan Regional de Desarrollo Urbano⁵ en concordancia con los tres órdenes de gobierno para racionalizar la distribución de las actividades económicas, en medio de las políticas de descentralización nacional (SAHOP, 1979).

El Plan Regional se integraba con los preliminares —presentación, ubicación y área de estudio— y los niveles: 1) normativo, considerando diagnóstico, pronóstico,⁶ objetivos, ordenamiento territorial, desarrollo de los centros de población, elementos componentes y acciones, clasificación básica de aptitudes del suelo y políticas; 2) estratégico con programas operativos; 3) corresponsabilidad sectorial —compromisos, recursos, distribución espacial de las inversiones sectoriales y acciones prioritarias—; e 4) instrumental, a partir de un convenio intergubernamental.

El área de aplicación del Plan Regional incluía los municipios de Puerto Vallarta, San Sebastián del Oeste, Mascota, Talpa de Allende, Tomatlán y Cabo Corrientes en Jalisco y Compostela, San Pedro Lagunillas, Ahuacatlán y Amatlán de Cañas en Nayarit, distribuida en una superficie de 15,160 km² y con una población de 253 mil habitantes, destacando Puerto Vallarta (44,571 residentes), Com-

4 La autorización de la Zona Conurbada de la Desembocadura del río Ameca se formalizó mediante Decreto Presidencial del 2 de diciembre de 1977, de acuerdo con lo publicado en el Diario Oficial de la Federación de 9 de enero de 1978 e instalada oficialmente el 8 de febrero de 1978.

5 Las bases jurídicas del «Plan Regional de Desarrollo Urbano de la Zona Prioritaria Conurbada de la Desembocadura del Río Ameca» se derivaron de la Ley General de Asentamientos Humanos en los artículos 11 y 16-b así como en las leyes estatales de Desarrollo Urbano de Jalisco y Nayarit.

6 De acuerdo con lo estipulado en el pronóstico del Plan Regional, en caso de no realizar acciones, la población en la zona metropolitana alcanzaría 760 mil habitantes en 2000, Puerto Vallarta contaría con 130 mil habitantes y El Pitillal 15 mil habitantes (tabla «proyección de población año 2000», página 26 de la versión abreviada del Plan) y el turismo prosperaría en forma desmedida y desordenada (página 24).

postela (13,526) y Mascota (5,619). En cuanto a las principales actividades, se enfatizaba agricultura, ganadería y turismo, esta última en incipiente desarrollo.

Los objetivos del Plan Regional eran:

- I. Racionalizar la distribución de las actividades económicas y de la población localizándolas en las superficies geográficas de mayor potencial.
- II. Promover el desarrollo integral y equilibrado de los centros de población.
- III. Propiciar condiciones favorables para que la población pueda resolver sus necesidades de suelo urbano, vivienda, servicios públicos, infraestructura y equipamientos urbanos.
- IV. Mejorar y preservar el medio ambiente que conforma los asentamientos humanos.

En el nivel estratégico se consideraban 10 programas específicos para detonar la actividad económica, industrial, turística, accesibilidad regional, promoción agropecuaria, conservación de recursos naturales, inversión en infraestructura y servicios públicos básicos. De ellos, llama la atención el Programa de Integración Urbana en Zonas de Acción Concertada (PROURBE-ZAC) orientado a la atención a rezagos urbanos (PROZAC-R) y el de mejoramiento urbano (PROZAC-I).

Finalmente, se signaba un convenio de coordinación y con ello establecer las bases de participación conjunta de dependencias y entidades de la administración pública federal con los Gobiernos de Jalisco y Nayarit para asegurar la ejecución del Plan Regional de Desarrollo Urbano (SAHOP, 1979).

El Plan se aprobó y fue presentado ante la Comisión Nacional de Asentamientos Humanos en 1980. Si bien, las intenciones eran regular el explosivo crecimiento en la zona conurbada de la Bahía de Banderas y con ello evitar la urbanización descontrolada, desde la formulación se tuvo una visión sectorial y sus acciones se limitaron ante la realidad impuesta por el interés económico y político de la actividad turística. Sin embargo, constituye un antecedente para el ordenamiento territorial y desarrollo metropolitano.

Plan Maestro de Desarrollo Urbano y Turístico de la Bahía de Banderas, estados de Jalisco y Nayarit

En 2002, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) en coordinación con los respectivos gobiernos estatales y municipales e impulsado por iniciativas ciudadanas y académicas, procedió a elaborar el «Plan Maestro de Desarrollo Urbano y Turístico» incluyendo a los municipios de Puerto Vallarta y Cabo Corrientes en Jalisco, así como al de Bahía de Banderas (Nayarit).

Dicho plan tuvo como objetivo integrar una visión estratégica para impulsar un sistema de gestión que propiciara el desarrollo integral de la zona. El documento incluyó un completo diagnóstico del territorio, pero desafortunadamente, todo quedó en papel pues las principales propuestas no se implementaron (Baños, 2010: 229), ya que, como es frecuente en el país, los estudios suelen ser ignorados por las autoridades y tomadores de decisión. Las razones son varias: falta de presupuesto adecuado, reducidas capacidades de los gobiernos locales, carencia de participación ciudadana efectiva, la prevalencia de intereses particulares, entre otros.

La importancia de Puerto Vallarta y su región se comprueba con la inclusión dentro de las principales zonas metropolitanas de México⁷ realizada por la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), el Consejo Nacional de Población (CONAPO) y el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEGI) en 2005.

Programa de Ordenamiento de la Zona Metropolitana Inter-Estatal de Puerto Vallarta-Bahía de Banderas (ZMPV-BB)

El Fideicomiso de Desarrollo de la Región Centro Occidente (FIDERCO) elaboró el Programa de Ordenamiento de la Zona Metropolitana considerando su condición interestatal. En el trabajo se avanzó en la definición de la zona metropolitana⁸ y se elaboró un amplio diagnóstico considerando el medio socioeconómico, físico natural y transformado, así como la infraestructura regional.

De igual manera se formuló una matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) y se estableció el marco jurídico para suscribir el convenio

7 Los organismos mencionados clasificaron 56 zonas metropolitanas en el territorio nacional, de las cuales seis se encuentran entre límites interestatales, siendo: 1) la Laguna, entre Coahuila y Durango; 2) Ciudad de México, incluyendo el Distrito Federal y los estados de Hidalgo y México; 3) La Piedad y Pénjamo, entre Michoacán y Guanajuato; 4) Puebla y Tlaxcala; 5) Tampico y Veracruz, entre los estados de Tamaulipas y Veracruz; y 6) Puerto Vallarta, que considera el municipio del mismo nombre en Jalisco así como Bahía de Banderas (Nayarit).

8 FIDERCO clasificó el territorio en tres escalas. La primera es regional e incluye a varios municipios de Jalisco y Nayarit: Mascota, Cabo Corrientes, San Sebastián del Oeste, Tapalpa, Tomatlán y Puerto Vallarta en Jalisco; y por parte de Nayarit se encuentran San Blas, Compostela y Bahía de Banderas. La segunda corresponde únicamente a Puerto Vallarta y Bahía de Banderas. La tercera considera el territorio conurbado de la zona urbana de Puerto Vallarta, el cual incluye el aeropuerto, Las Juntas, Ixtapa, El Pitillal, Mismaloya, La desembocada y en Bahía de Banderas en territorio de Nayarit: la zona de Nuevo Vallarta, Mezcales, El Quelele, Bucerías y Cruz de Huacacastle, San Vicente, El Porvenir, San José del Valle, Santa Rosa, Valle de Banderas y San Juan de Abajo (FIDERCO, 2009: 178).

de coordinación metropolitana entre Jalisco y Nayarit. La importancia de este ejercicio es la actualidad de los datos y su obtención a partir de una metodología de trabajo interinstitucional entre los tres niveles de gobierno.

Instrumentos recientes de gestión metropolitana en la Bahía de Banderas

La caótica gestión del territorio metropolitano en la Bahía de Banderas ha desembocado un escenario de crisis en la esfera turística, económica, social, ambiental y territorial con implicaciones regionales. Para atender esta compleja problemática, se han formulado nuevos instrumentos para la dinámica metropolitana, destacando el acercamiento entre las autoridades de los dos estados (Jalisco y Nayarit) para concretar convenios de asociación, coordinación y elaboración del Plan de Ordenamiento de la ZMBB, los cuales se enumeran acto seguido.

El convenio de asociación intermunicipal

Para mejorar la gestión metropolitana local, los presidentes municipales de la región intentaron dar un paso adelante con la elaboración y aprobación de un convenio de asociación que tenía que contar con el aval de los congresos estatales.

El convenio prosperó, en parte, por el incentivo que los ayuntamientos tenían para acceder a recursos extraordinarios del gobierno federal (Aguilar, NoticiasPV, 19/11/2008) toda vez que los municipios están obligados a cubrir la demanda de servicios públicos, con muchas obligaciones pero con recursos económicos limitados, por lo cual las administraciones tienen que buscar fuentes de financiamiento diversas. En el caso de las zonas metropolitanas, una estrategia ha sido la asociación intermunicipal para acceder al Fondo Metropolitano que ofrece la Federación desde el 2006. Estos ingresos se destinan principalmente a la edificación de infraestructuras estratégicas y la prestación de servicios públicos básicos.⁹

Así, en enero de 2010 los municipios de la zona metropolitana de Puerto Vallarta sentaron las bases para iniciar una gestión compartida en temas de mutuo

9 Caber recordar que los servicios públicos de competencia municipal son: a) agua potable, drenaje, alcantarillado y tratamiento y disposición de sus aguas residuales; b) alumbrado público; c) limpia, recolección, traslado, tratamiento y disposición final de residuos; d) mercado y centrales de abastos; e) panteones; f) rastros; g) calles, parques, jardines y su equipamiento, y h) seguridad pública en los términos del artículo 21 de esta constitución, policía preventiva municipal y tránsito. Artículo 115 constitucional. Fracción III.

interés como movilidad, transporte, imagen visual, seguridad e infraestructura de alcance regional, signando para tal efecto un convenio de asociación intermunicipal (Lira, NoticiasPV, 16/01/2010).¹⁰

Posteriormente, los ayuntamientos turnaron la iniciativa de decreto a sus respectivos congresos para que se aprobara el convenio de asociación.¹¹ Con la firma del acuerdo se confirma que en el país hay interés en la agenda metropolitana y se generan nuevas posibilidades para que municipios colindantes, previo acuerdo entre los ayuntamientos, unifiquen estrategias y esfuerzos, coordinando recursos en la solución y/o prestación de uno o varios servicios públicos (Santín, 2012: 24).

El convenio de asociación signado por los ayuntamientos de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas contempla:¹²

- I. Un beneficio de las zonas conurbadas para formar una unidad económica y social para todos los habitantes de ambos municipios.
- II. Coordinarse y asociarse para la más eficaz prestación de los servicios públicos que les corresponda.
- III. Unir esfuerzos y recursos en forma coordinada para realizar obras de infraestructura vial, saneamiento, agua potable, alcantarillado pluvial, imagen urbana e instalaciones.

El convenio de asociación para la ZMBB tiene que sortear varias dificultades porque se trata de un acuerdo que compete a ayuntamientos que están supedita-

10 El entonces síndico municipal de Puerto Vallarta, Fernando Castro Rubio, fue el encargado de formular y elaborar dicho convenio.

11 El Congreso de Jalisco procedió a aprobar el 3 de agosto de 2010 que el municipio de Puerto Vallarta firmara el convenio, y el Congreso de Nayarit hizo lo propio el 31 de agosto de 2010. Una vez que se aprobó el convenio de asociación entre Puerto Vallarta y Banderas se continuó con la instalación del Comité Técnico del Fideicomiso de Administración de Inversión de la Zona Metropolitana. El entonces presidente de México, Felipe Calderón Hinojosa, firmó como testigo el convenio de coordinación de la zona metropolitana de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas.

12 El convenio de asociación se basó en el artículo 115, fracción VI de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como los artículos 28, fracción IV. En el caso de Puerto Vallarta, también se consideran la Constitución Política del Estado de Jalisco y la Ley del Gobierno y la Administración Pública Municipal del Estado de Jalisco. Además, en la Ley General de Asentamientos Humanos se señala que cuando dos o más centros urbanos situados en territorios municipales de dos o más entidades federativas formen o tiendan a formar una continuidad demográfica, la Federación, las entidades federativas y los municipios respectivos, en el ámbito de sus competencias, planearán y regularán de manera conjunta y coordinada el desarrollo de sus centros de población.

dos a las decisiones de los gobiernos estatales, además de que están en una fase de formulación (Cárdenas, 2013). A lo anterior se suma el fortalecimiento del municipio como institución, el cual se ha convertido en un agente de interlocución estratégico con los habitantes, pero donde también cohabitan diversos intereses políticos (Santín, 2012: 40). Así, en los municipios existen cotos de poder, cacicazgos y ausencia de cauces institucionales para la participación ciudadana (Zentella, 2007: 19) lo que dificulta una gestión metropolitana eficiente como acontece en el caso que nos ocupa.

De los logros del convenio de asociación para la ZMBB ha sido la inversión en obras de infraestructura vial, obtenidas del Fondo Metropolitano. De este modo, en el 2010 se asignaron más de 49.4 millones para la obra vial,¹³ inversión que estuvo a punto de perderse debido a la burocracia y diferencias partidistas entre los gobiernos de Jalisco y Nayarit.¹⁴ En el 2011 la Federación etiquetó 41'325,473 de pesos para continuar con los proyectos y obras complementarias para el puente Federación, y para el 2012 se aprobaron 41'300,000 de pesos (COLEF, 2012: 2) que no fueron ejercidos pero siguen etiquetados para su inversión en el 2013. Este monto debe completarse con recursos estatales y municipales.

A pesar de ello, destaca la desigual asignación de recursos del Fondo Metropolitano, ya que en 2013, la Federación destinará 8,616'058,106 pesos a nivel nacional, de los cuales el 39% se queda en la zona metropolitana del Valle de México (ZMVM) y un 10% en la de Guadalajara mientras que a Puerto Vallarta solamente se destinará el 0.48% del total (López, 2013).

Convenio de coordinación para la zona metropolitana de la Bahía de Banderas

Otro paso significativo en la gestión de la ZMBB ha sido la firma del convenio de coordinación para planear y regular conjuntamente el desarrollo urbano y regional en los municipios de Puerto Vallarta, Jalisco y Bahía de Banderas, Nayarit

13 En el 2010 el entonces presidente municipal de Puerto Vallarta, Salvador González Reséndiz, expuso al Consejo Metropolitano «que no contaba con el dinero suficiente para aportar, recursos extras al Fideicomiso de las obras complementarias para el Puente Interestatal de Avenida Federación». Se tenía que indemnizar a ejidatarios por la afectación de cinco hectáreas. Se requerían siete millones (Moguel y Aguilar, NoticiasPV, 28/07/2010).

14 El trámite se detuvo en la Secretaría de Desarrollo Urbano y Finanzas. El entonces presidente municipal de Puerto Vallarta expuso: «No quisiera pensar mal, quisiera pensar que solo es burocracia, la realidad es que no han podido los gobiernos de los estados ponerse de acuerdo con este tema y los afectados somos los municipios» (lajornadajalisco.com.mx/2010/10/19 consultada el 20 de diciembre de 2012).

constituyendo la Comisión de Conurbación de la Zona Metropolitana de Puerto Vallarta-Bahía de Banderas. Dicho acuerdo fue celebrado a finales de 2010 por los tres niveles de gobierno; por la parte federal estuvo el representante de la Secretaría de Desarrollo Social, la estatal fue encabezada por los ejecutivos de los gobiernos de Jalisco y Nayarit, finalmente, los municipios estuvieron presididos por los presidentes locales de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas (Diario Oficial de la Federación, 14/09/2012).

El objetivo de la Comisión de Conurbación es definir responsabilidades en la administración y gestión del ordenamiento a nivel metropolitano. De esta manera, se promovió la formulación y aprobación del Programa de Ordenación evaluando su debido cumplimiento.¹⁵

Los lineamientos estratégicos que establece el Convenio de Coordinación son los siguientes:

1. Zona primaria que corresponde a la clasificación de áreas y a la definición de la utilización general del suelo.
2. Definición de las reservas urbanas, estableciendo el uso y aprovechamiento de las reservas a lo estrictamente necesario sin excederse.
3. Conservación de las zonas agrícolas, así como las zonas protegidas y las de valor natural o paisajístico.
4. Infraestructura vial, promoviendo una sola estructura vial.
5. Movilidad y transporte, propiciando el traslado ágil y seguro de las personas recurriendo a un enfoque integral.
6. Infraestructura de agua y saneamiento. La certificación de playas y el saneamiento de al menos quince poblados rurales.
7. Servicios turísticos, homologando la normatividad del Desarrollo Urbano y promoviendo un instrumento ordenado que permita facilitar los procesos de gestión y administración de desarrollo urbano a las autoridades estatales y municipales precisándolo y adecuándolo para su mejor aplicación en reciprocidad (Diario Oficial de la Federación, 14/09/2012).

Otro de los puntos relevantes del convenio es lo referente al acopio y la administración de los recursos¹⁶ ya que en caso de seguir operando contempla la ac-

15 La comisión se integraría por: un presidente, un vicepresidente, un vocal ejecutivo, dos secretarios técnicos y dos vocales.

16 Los mecanismos fueron: 1. La constitución de un fideicomiso público, cuya integración y funcionamiento se sujetará a las disposiciones jurídicas aplicables. 2. La apertura de una cuenta

tualización con la firma de los representantes acreditados, incluyendo las adecuaciones pertinentes.

Plan de ordenamiento de la zona metropolitana de la Bahía de Banderas

Como resultado del convenio de coordinación, se formuló el «Programa de ordenamiento de la zona metropolitana interestatal de Puerto Vallarta-Bahía de Banderas» (POZMIPV-BB) promovido por la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) y elaborado por El Colegio de la Frontera Norte (COLEF).

El objetivo del programa fue impulsar un proceso de conurbación diferente al acontecido en el pasado, impulsando una red metropolitana que enlace los centros de población generando una articulación eficiente bajo un modelo de desarrollo que atienda el entorno natural y facilite el mejoramiento en las condiciones de vida de los residentes en un escenario de largo plazo. Desde la dimensión urbana se busca atender la diversidad usos de suelo, su re-densificación y mixtura, así como contar con un sistema de transporte colectivo regional eficiente (COLEF, 2012: 82).¹⁷

Ahora bien, en el POZMIPV-BB se señala que los instrumentos de gestión como están planteados son insuficientes para la instrumentación del programa por las siguientes razones:

- a) Falta de participación de la sociedad civil en los organismos de seguimiento de dicho programa;
- b) se requiere contemplar un lineamiento específico de formación de capacidades tanto en los organismos municipales a fin de empatar o coordinar las políticas y acciones emanadas del programa propuesto con las consideradas en los planes de desarrollo urbano de centro de población y en los planes parciales;

concentradora en el fideicomiso de inversión y fuente de pago número 2049 denominado «para el Desarrollo Regional Centro Occidente» (FIDERCO) en donde la Federación, los estados de Jalisco y de Nayarit, así como los municipios de ambas entidades federativas que integran esta zona conurbada, depositen los recursos para la operación de dicho programa de ordenación, acordando los mecanismos para la emisión de pagos y la custodia de la documentación justificativa y comprobatoria de las operaciones realizadas (Diario Oficial de la Federación, 14/09/2012).

17 Es importante señalar que un ejercicio similar de coordinación a este se llevó a cabo en el año 2004 en la zona metropolitana interestatal de Puebla-Tlaxcala. En donde los mecanismos que se establecieron fueron: convenio, comisión de conurbación y programa de ordenamiento. Sin embargo, los mecanismos han quedado sometidos a la voluntad de los políticos. Además, no se sabe si el plan de ordenamiento vaya a actualizarse con los proyectos que han elaborado, en los últimos años, por parte de algunas instituciones (Iracheta, 2012: 138).

- c) carencia de homologación de la legislación estatal en aspectos clave como son el establecimiento de límites de centros de población y la aprobación de planes parciales y el papel que tienen estados y municipios en el ordenamiento del territorio;
- d) es necesario ampliar las capacidades de gestión e instrumentación de los gobiernos municipales para el ordenamiento (COLEF, 2012: 72 y 73).

Estas problemáticas también son expresadas por Iracheta (2012: 75) quien señala que la administración metropolitana muestra: a) el voluntarismo como base de la coordinación intergubernamental y un enfoque claramente centralista; b) la ausencia de participación social en sus órganos, y c) la falta de estructuras que definan los caminos para una coordinación efectiva e institucionalizada.

Sin embargo, un paso significativo es reconocer e identificar los problemas que enfrenta la coordinación metropolitana para buscar las posibles soluciones. La principal dificultad que ha impedido acceder a una administración eficaz en el caso de la ZMBB y su zona conurbada es la debilidad institucional y la carencia de un marco normativo que articule y coordine eficazmente la compleja administración compartida de un territorio turístico de alcance metropolitano.

A la fecha se desconoce si el plan de ordenamiento para la zona metropolitana interestatal de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas fue aprobado y si este tiene validez jurídica o contribuirá a mejorar la gestión regional. Aunque en el acuerdo de coordinación se estableció que los estados de Jalisco y Nayarit y sus respectivos municipios realizarán los trámites necesarios para darle plena obligatoriedad al programa (Diario Oficial de la Federación, 14/09/2012).

En términos normativos se comienza a avanzar en disminuir los rezagos en la agenda metropolitana en México, pues la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión ha aprobado cuatro iniciativas en la materia, las cuales pretenden sentar una base constitucional y establecer un marco jurídico mínimo y general para todas las metrópolis del país (Arellano, 2013: 33-41). Aunque estas iniciativas aún no han sido ratificadas en la Cámara de Senadores ni en la mayoría de los congresos estatales, la ruta está trazada.

Sin embargo, llama la atención la última iniciativa, sobre todo, en el artículo 122 de la Constitución donde se pretende que el Congreso de la Unión tenga una participación más activa en las zonas metropolitanas interestatales (Arellano, 2013: 9); y es que en éstas donde la problemática de coordinación se incrementa. En este sentido, tiene validez la opinión de Zentella (2007: 20) quien señala que hoy

en día el gobierno federal debe asumir un papel promotor para lograr mejores resultados en la gestión metropolitana.

Respecto a la legislación estatal, se muestra un desfase entre los ordenamientos de Nayarit y Jalisco, toda vez que la legislación nayarita no considera el fenómeno metropolitano dentro de su marco normativo y reglamentos estatales (COLEF, 2012: 2). Mientras que en el caso de Jalisco el Congreso local aprobó, en 2011 la Ley de Coordinación Metropolitana, para regular el procedimiento para la constitución de áreas y regiones metropolitanas en el estado. Asimismo, sienta las bases generales para la organización y funcionamiento de instancias de coordinación metropolitana y los requisitos mínimos para establecer un convenio metropolitano. Así pues, estipula la creación de instancias de coordinación para las zonas metropolitanas de Jalisco: La Junta de Coordinación Metropolitana, el Instituto de Planeación y el Consejo Ciudadano Metropolitano (Arellano, 2013: 99-102).

Desafortunadamente esta ley no contempla la regulación de procesos de conurbación interestatal y de ahí que este ejercicio resulte interesante, pues la realidad supera de nueva cuenta lo que estipula este ordenamiento estatal.¹⁸ Así pues, para la operación de esta ley, con la creación de instancias políticas, técnicas y ciudadanas, es necesario que las partes (los gobiernos municipales y estatales) dialoguen y acuerden su cumplimiento y que no sea considerado como una intromisión a la soberanía del estado de Nayarit.

Apuntes finales: hacia una gestión metropolitana eficiente

Las bondades del territorio en la Bahía de Banderas favorecieron la adopción del turismo como la principal actividad económica. En un primer momento, Puerto Vallarta fue la punta de lanza del modelo y con su consolidación, se aceleró la inversión turística en el sur de Nayarit, particularmente en el municipio de Bahía de Banderas. Si bien, el turismo ha sido detonador para el desarrollo regional, también ha dejado su impronta territorial debido al explosivo crecimiento demo-

18 Como lo expone Iracheta el proceso de metropolización que vive el país no ha estado acompañado de un marco normativo apropiado que permita el diseño y aplicación de instrumentos de planeación metropolitana eficaces, lo cual muestra la necesidad de conceptualizar con mayor profundidad este fenómeno socio-espacial, reconocer su variedad y especificidad, definir los indicadores para su delimitación y, sobre todo, establecer las condiciones para su gobierno, administración, concretando con claridad las materias y atribuciones que corresponden a las metrópolis (Iracheta, 2012: 28).

gráfico y la rapidez de la expansión urbana, resultando en un déficit en las condiciones de vida de los pobladores locales mientras los turistas se benefician de los mejores escenarios y paisajes. En particular, se ha acelerado el proceso de conurbación entre los dos municipios y estados, dificultándose una gestión metropolitana eficiente e incluyente.

Como se describió, en la zona metropolitana de Bahía de Banderas hubo incipientes políticas federales que impulsaron ordenar las dinámicas de conurbación. Estas políticas junto con la convergencia de diversos procesos sociales y económicos así como diferentes instituciones y actores locales, regionales, nacionales e internacionales, incentivaron que el «fenómeno» metropolitano significara un *boom* en el crecimiento urbano así como cuantiosas inversiones para la industria turística, aumento poblacional, entre otros, generando otros «problemas» metropolitanos, como deterioro ambiental, marginación, problemas de movilidad, ausencia de una planeación y mecanismos efectivos de gestión metropolitana.

Inicialmente las políticas del Estado impulsaron y se centraron en estimular el «fenómeno» metropolitano para ofrecer el marco institucional que facilite acceder a una eficiente gestión metropolitana que atienda la complejidad y diversidad de problemas. Sin embargo, también se presenta una debilidad institucional en los gobiernos locales que rehenes de poderosos interés económicos que facilita la corrupción y que inhiben la vivencia de una dinámica metropolitana innovadora.

Además, el problema de la gestión metropolitana se complejiza aún más por su condición interestatal donde hay marcos legislativos diferentes que acentúan las asimetrías institucionales. En Nayarit no se tiene contemplado el problema más allá del asociacionismo, en tanto que en Jalisco hay un marco que impulsa la coordinación aunque en la práctica no quede claro el tipo de instituciones se deben diseñar. El reto no sólo radica en la asimetría en los instrumentos normativos y de espacios políticos diferentes sino de falta de voluntad política, con prácticas que incentivan más el conflicto que la cooperación, donde con frecuencia se cae en prácticas corruptas que atienden los intereses del capital así como a la desarticulación social en los procesos de toma de decisión. Esto coloca a la gestión metropolitana en el mismo plano de la planeación urbana, donde los instrumentos parecen un catálogo de buenos deseos y útiles sólo para gestionar el espacio desde una postura teórica y no para incidir en el ordenamiento y gestión sustentable del territorio.

Con ello se presenta la oportunidad histórica de asimilar las lecciones del pasado y promover una agenda metropolitana robusta y capaz de enfrentar los enormes retos del desarrollo compartido en este destino turístico de alcance mun-

dial. Habrá que replantear con arrojo y valentía nuevas modalidades de coordinación para que los escasos recursos presupuestales y las limitaciones del talento humano favorezcan la vivencia de una región con altos índices de bienestar para sus pobladores. Finalmente, se abre la puerta para implementar el paradigma de la sustentabilidad en esta región urbana y turística de México, en justo homenaje a las bondades naturales y humanas de su territorio.

Bibliografía

- Arellano Ríos, Alberto (2013). *La gestión metropolitana. Casos y experiencias de diseño institucional*. México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Jurídicas-El Colegio de Jalisco.
- Baños, José Alfonso (2010). *Arquitectura y urbanismo en Puerto Vallarta. Una mirada a la construcción de una ciudad turística de litoral*. Puerto Vallarta: Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta.
- Cárdenas Gómez, Erika Patricia (2013). La zona metropolitana de Puerto Vallarta y su convenio de asociación intermunicipal, en Roberto Arias de la Mora (coord.), *Coordinación metropolitana y gestión pública municipal*. Zapopan: El Colegio de Jalisco (en prensa).
- Cartografía histórica de la Nueva Galicia* (1984). Guadalajara: Universidad de Guadalajara/Escuela de Estudios Hispano-Americanos de Sevilla.
- César Dachary, Alfredo y Stella Maris Arnaiz Burne (coords.) (2006). *Bahía de Banderas a futuro, construyendo el porvenir 2000-2025*. México: Universidad de Guadalajara.
- Cerezo, Ricardo (2009). *Análisis socio-espacial de las áreas de cesión en los fraccionamientos populares en el municipio de Bahía de Banderas en el periodo 2005-2008*. Tesis de maestría. Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa.
- Gómez Encarnación, Manuel (2008). *Tres municipios en la Bahía de Banderas. Población y economía de un pasado en común*. Puerto Vallarta: Planet.
- Iracheta Cenecorta, Alfonso X. (2012). *Metrópolis en crisis. Una propuesta para la zona metropolitana de Puebla-Tlaxcala*. México: El Colegio Mexiquense-Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Mountjoy, Joseph (1992). El pasado prehispánico del municipio de Puerto Vallarta, en Jaime Olveda (ed.), *Una aproximación a Puerto Vallarta*. Guadalajara: El Colegio de Jalisco, pp. 23-40.

- Munguía Fregoso, Carlos (1997). *Panorama histórico de Puerto Vallarta y de la Bahía de Banderas*. México: Secretaría de Cultura de Gobierno de Jalisco/ Ayuntamiento de Puerto Vallarta.
- Santín del Río, Leticia (2012). La intermunicipalidad: metodología de gobierno político y administrativo para la asociación y cooperación entre municipios en México, en Francisco Javier Galván Meraz y Leticia Santín del Río (coords.), *Asociacionismo intermunicipal: estrategias para el desarrollo sustentable del territorio y de los servicios públicos en México*. Guadalajara: Arlequín.
- Tello, fray Antonio (1986). *Crónica Miscelánea de la Sancta Provincia de Xalisco*, libro segundo, vol. II. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-IJA.
- Zentella, Juan Carlos (2007). ¿Cómo gobernar las zonas metropolitanas de México? Propuestas para el corto, mediano y largo plazo, en Thomas Cieslik (comp.), *¿Cómo gobernar las zonas metropolitanas de México? Los desafíos y las soluciones para las zonas metropolitanas de México en 2020*. México: Fundación Este País, pp. 7-24.

Páginas Web

- Aguilar, Patricia (2008). Los 40 millones para Bahía y Vallarta se los echaron al plato pero se van a conseguir recursos extraordinarios, asegura Paniagua. *NoticiasPV*, 19 de noviembre. Recuperado de www.noticiaspv.com
- Lira, Mauricio (2010). Aprobaron sentar bases para conurbación Puerto Vallarta-Bahía de Banderas. *NoticiasPV*, 16 de enero, Recuperado de www.noticiaspv.com

Notas periodísticas impresas

- López, Rodrigo (2013). Recibirá Vallarta más de 200 mdp para obras. *Vallarta opina*. Puerto Vallarta, 3 de enero, p. 4.

Leyes y documentos oficiales

- Convenio de Coordinación* (2012). México. Diario Oficial de la Federación.
- FIDERCO Fideicomiso para el Desarrollo de la Región Centro Occidente (2009). *Diagnósticos del Programa de ordenamiento de la zona metropolitana inter-estatal de Puerto Vallarta-Bahía de Banderas*. Guadalajara: FIDERCO.
- INEGI Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2009). Zonas metropolitanas de los Estados Unidos Mexicanos. *Censos Económicos 2009*. Aguascalientes: INEGI.

- SAHOP Secretaría de Asentamientos Humanos y Obras Públicas (1979). *Plan regional de desarrollo urbano: zona prioritaria conurbada de la desembocadura del río Ameca*. Versión abreviada. México: SAHOP.
- SEDESOL Secretaría de Desarrollo Social - COLEF El Colegio de la Frontera Norte (2012). Bringas, Nora y Basilio Verduzco (coords.). *Plan de ordenamiento de la zona metropolitana interestatal de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas*. Tijuana: SEDESOL/COLEF.
- SEDESOL Secretaría de Desarrollo Social-CONAPO Consejo Nacional de Población-INEGI Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2008). *Delimitación de zonas metropolitanas de México 2005*. Aguascalientes: SEDESOL-CONAPO-INEGI.

Crisis económica y turismo, notas de reflexión

Alfonso Zepeda Arce
Lorena Trinidad Medina Esparza
Ana Guadalupe Nuño Rodríguez

Crisis

Desde los recuerdos más lejanos, se escuchan voces de adultos diciendo que hay crisis, que estamos en crisis, el tiempo paso, corrieron los años y la crisis estuvo siempre presente, no se ha ido, llego para quedarse, quizá el tipo de crisis de entre todas las que nos acosan todos los días (ambiental, social, de inseguridad, alimentaria, social... etc.), la que pareciera que nos preocupa más es la económica. La crisis económica se puede considerar que es la de mayor atención entre la sociedad, de acuerdo al *Vocabulario de la Economía - Nomenclatura y Principales Conceptos de Economía* (editado: 5-11-2007) la crisis se conceptualiza como «trastornos que afectan a la producción o al cambio, y, por lo tanto, al consumo de la riqueza».

De acuerdo con Miguel Alfonso Martínez de Echevarría (1983: 97), el concepto de crisis económica nace en el siglo XIX cuando se hacía patente el descrédito del viejo principio de la doctrina clásica de que en toda la actividad económica subyace una natural armonía.

Obviamente, Ureta (2006), estaba manifestando que esa armonía no era tal y por tanto, las crisis económicas se asumieron como un elemento endógeno e inevitable del sistema económico, la crisis económica es una manifestación cultural, que sin embargo, se ha alzado como paradigma, como enemigo a batir por políticos y economistas.

La creciente inestabilidad en la economía mundial y la aparición de crisis financieras constantes de acuerdo con Paredes (2006), desde el decenio de los ochenta han provocado que los teóricos de las crisis renueven sus esfuerzos para definir las características desencadenantes de las fluctuaciones económicas en el sistema capitalista. Tal inestabilidad implica que el desequilibrio de las fuerzas económicas en la economía mundial se ubica en un desarrollo histórico que refle-

ja profundas desigualdades y una grave polarización, de la mano del avance y gran dinamismo de los flujos financieros que con una creciente apertura y escasa regulación conforman escenarios de enorme fragilidad internacional.

La fluctuación económica mundial persistente muestra que la cada día mayor interdependencia de los mercados, si bien, trae oportunidades y beneficios, también implica riesgos que se observan en la inestabilidad del ciclo económico. Traducidos en fenómenos de crisis financiera, tales riesgos cobraron fuerza en el decenio de los noventa, sobre todo, en países en desarrollo.

Cuadro 1. Diferentes crisis económicas

Año	País	Nombre/Causa
Década de 1980	América Latina	<ul style="list-style-type: none"> • Crisis de la deuda externa de América Latina.
Década de 1990	Japón	<ul style="list-style-type: none"> • Colapso de la burbuja de activos japonesa.
1994	México	<ul style="list-style-type: none"> • El error de diciembre (también conocido como el efecto tequila), crisis de origen local causada por una moneda sobrevalorada, grandes déficits del sector público y la dependencia del Gobierno del financiamiento vinculado al dólar.
1997-1998	Crisis financiera asiática	<ul style="list-style-type: none"> • Estallo con la devaluación del BAHT Tailandés, también conocida como la crisis del Fondo Monetario Internacional, por efecto dominó, le sucedieron numerosas devaluaciones a toda la región.
1998	Rusia	<ul style="list-style-type: none"> • Efecto vodka, crisis financiera se produce en el contexto del comienzo de una desaceleración económica mundial, con bajas en los precios internacionales de los commodities, el petróleo, el gas natural, los metales y la madera conformaban más de 80% de las exportaciones rusas.
1999	Brasil	<ul style="list-style-type: none"> • Efecto Samba, la economía brasileña, se fue deteriorando rápidamente en la medida en que la turbulencia financiera se intensificaba en los mercados internacionales por los problemas en Rusia.
2001	Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none"> • La burbuja de las punto com, los ataques terroristas que han sido un parte aguas en la actividad turística.
2001	Argentina	<ul style="list-style-type: none"> • Efecto Tango, crisis financiera y política generada por la restricción a la extracción de dinero en efectivo de plazos fijos, cuentas corrientes y cajas de ahorro denominada Corralito.
2008	Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none"> • Lehman Brothers Holdings Inc; compañía global de servicios financieros de Estados Unidos, anunció la presentación de quiebra, el 15 de septiembre de 2008.
2008-2011	Portugal, Irlanda, Italia, Grecia y España	<ul style="list-style-type: none"> • Estos países forman los PIIGS europeos acrónimo en inglés de los países en mayor riesgo por la crisis de deuda en Europa.

Fuente: Elaboración propia a partir de diferentes publicaciones.

Bauman (2001) señala que en un mundo donde el capital no tiene domicilio establecido y los movimientos financieros en gran medida están fuera del control de los gobiernos nacionales, muchas palancas de la política económica ya no funcionan.

Por otra parte, la crisis, comenta Ureta (2006), se filtra por todo aquello sujeto a las emociones y las hace su patrimonio. Se pasa así de su concepción objetiva a la subjetiva. Y es sujeto porque actúa y nos pensamos a través de ella.

Turismo y crisis

Gómez (s. f.) señala que los atentados terroristas en Estados Unidos asestaron un golpe terrible al turismo. Después de los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001, el turismo internacional entró en crisis.

Entre 1950 y el 2000, el número de turistas pasó de 25 a 702 millones, con un crecimiento de 4% por año.

**Cuadro 2. Tasas de crecimiento:
llegadas de turistas internacionales por regiones (%)**

Año	África	América	Asia y Pacífico	Europa	Oriente Medio	Total
1950-1960	3.7	8.4	14.1	11.6	12.3	10.6
1960-1970	12.4	9.7	21.6	8.4	11.5	9.1
1970-1980	11.8	3.8	14.5	5.1	14.9	5.6
1980-1990	7.3	4.2	9.1	4.2	2.6	4.8
1990-2000	6.3	3.2	7.2	3.4	9.5	4.2
1950-2000	8.2	5.8	13.2	6.5	10.1	6.8

Fuente: Barroso (2006).

**Cuadro 3. Tasas medias anuales de crecimiento:
llegadas de turistas internacionales por décadas (%)**

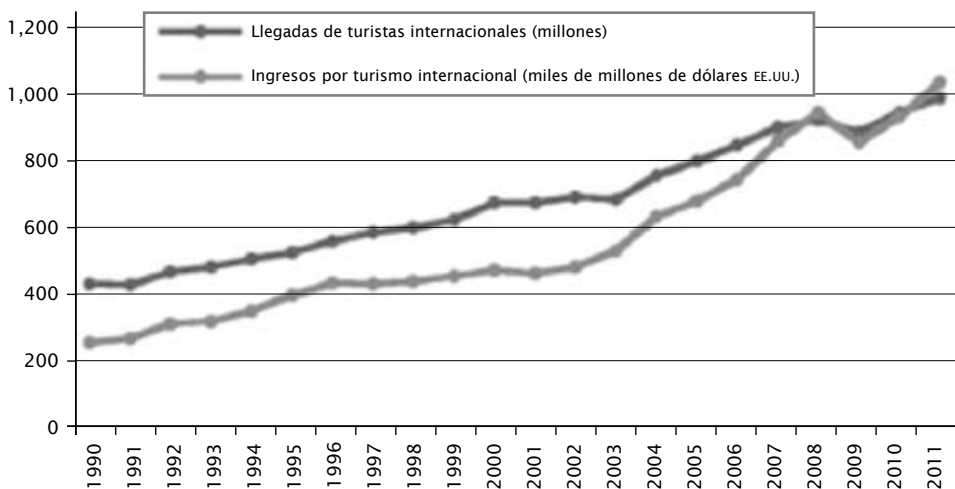
Décadas	1950-1960	1960-1970	1970-1980	1980-1990	1990-2000
Tasa media anual (%)	10.6	9.1	5.6	4.8	4.2

Fuente: Organización Mundial del Turismo, 2004.

Según la OMT (2012) destacó que el 2011, fue un año de consolidación del crecimiento, a pesar de las múltiples dificultades, el turismo mundial siguió recuperándose de los contratiempos de 2008-2009, aunque el año estuvo marcado por

las persistentes turbulencias económicas, como los grandes cambios políticos en Oriente Medio y el norte de África y el desastre natural de Japón. En todo el mundo, las llegadas de turistas internacionales (es decir, los visitantes que pernoctan) aumentaron en un 4.6% en 2011 hasta los 983 millones, partiendo de los 940 millones registrados en 2010, cuando las llegadas se incrementaron en un 6.4%. La mayoría de los destinos del mundo que no habían superado los niveles previos a la crisis en 2010, lo hicieron en 2011.

Figura 1. Turismo receptor, 1990-2011

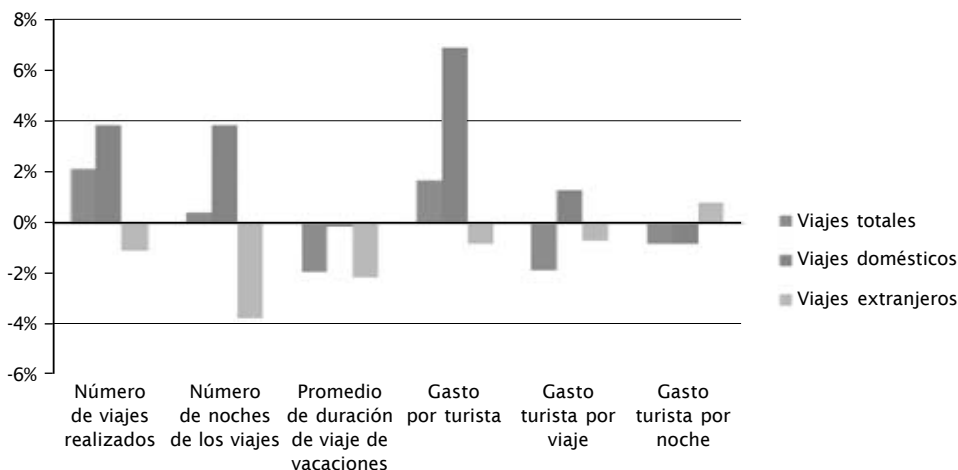


Fuente: OMT (2012).

La crisis y el turista

Todos tienen que ser, deben ser y necesitan ser
«consumidores de vocación» Bauman (2007).

Ruiz (2011) menciona que el turismo internacional ha sufrido más profundamente la crisis que el turismo doméstico. Esto responde a un modelo de comportamiento muy conocido ya que el turismo internacional es más volátil que el turismo interno ante las perturbaciones de carácter externo. Cuando la situación económica se torna difícil, las familias tienden a tomar sus vacaciones en sus países de origen en lugar de desplazarse al extranjero. Otro aspecto de esta volatilidad es la

Figura 2. Variación en las pautas del consumo turístico de los europeos, 2008-2009

Fuente: Ruiz, 2011.

tendencia a reducir los plazos de reserva utilizando las plataformas de reserva de último minuto con la finalidad de obtener importantes descuentos.

De acuerdo al estudio realizado por Price WaterHouse Coopers, en 2008, La transformación del sector turístico español. Retos y oportunidades. En él se define algunos cambios que ya se están percibiendo en la demanda:

↑ Turismo residencial y ↓ turismo individual.

↓ Gasto medio turista y ↓ duración estancia.

↑ Turistas de 40 a 60 años:

- Preocupación por la seguridad (terrorismo, salud).
- Desarrollo de un fuerte espíritu conservacionista bajo el concepto de sostenibilidad (naturaleza, historia y patrimonio de la humanidad).

Nuevas tecnologías:

- Irrupción de Internet y comercio electrónico;
- Progresiva desintermediación: nueva relación cliente-empresa.

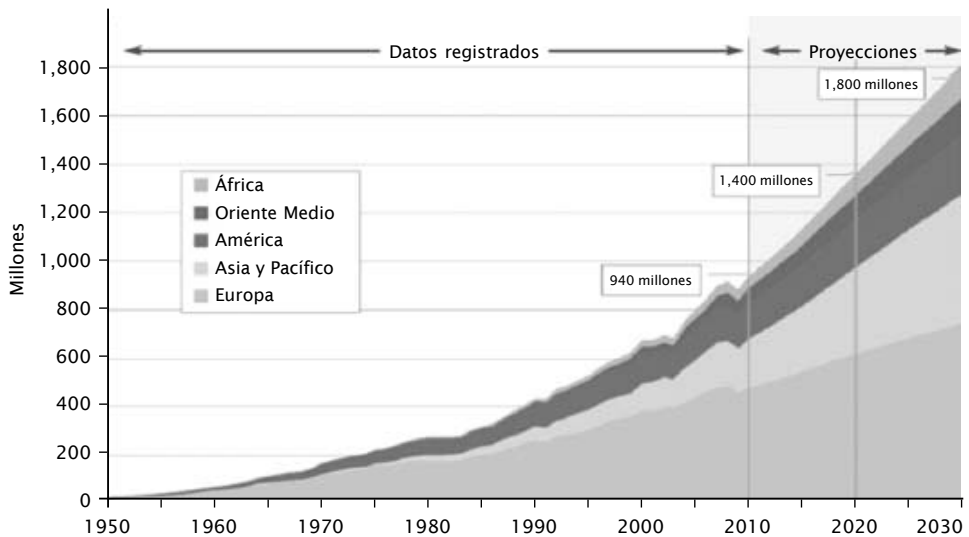
Por otra parte han florecido diferentes recomendaciones y posturas al respecto sobre los cambios que se perciben en el consumo y pensamiento de los turistas-consumidores, por ejemplo, Scalise (s. f.), que los turistas no residentes se movilizan en función del tipo de cambio, por las ventajas competitivas y últimamente, por cuestiones de seguridad en el país de destino. Pero también lo hacen en función del tipo de cambio y de la situación económica y de sus expectativas en el país de

origen, agrega que el gasto en viajes de los residentes se mueve exclusivamente en función del bienestar de la población, entendiendo por tal, un conjunto de variables como la ocupación, el salario real, el crecimiento de la economía, las expectativas económicas y los precios en los destinos.

Hay otros que vaticinan el fin de los turistas como, Sánchez (2009), señala que se "...puede reducir los rubros que no son indispensables. Priorice los gastos destinados a educación, alimentación, alquiler y pago de deudas. ...Reduzca el consumo en el tema de entretenimiento y comidas fuera del hogar,..." o Delgado (2009) "...un 92% dice que reducen gastos en los paseos con la familia. Incluso, casi el 60% más bien decidió suspender sus vacaciones del todo".

En contraste Nauton (2011) señala el nacimiento de un comprador X-tremo, el cual asume y manifiesta su poder. Además, cuenta con más tecnología, herramientas y recursos para acceder a la información sobre el producto. Con todo ello, podemos hablar de una nueva generación de compradores que buscan mantener el control y ganar en el juego de hallar el mejor precio, además el mismo Nauton, en su artículo que señala que hay consumidores que afirman que «gracias a la crisis, ha aprendido a comprar mejor». De hecho, un 45% de los consumidores señala que ahora destina más tiempo a informarse sobre los productos antes de adquirirlos.

Figura 3. El turismo hacia el 2030



Fuente: OMT (2012).

Estas afirmaciones en aparente contraste y algunos casos tan contradictorias nos llevan a pensar que hay alguien que miente y que hay una crisis en el turismo, sin embargo, los ingresos por turismo internacional de acuerdo con la OMT, alcanzaron la cifra récord de 1,03 billones de dólares de los Estados Unidos. (740,000 millones de euros), partiendo de los 927,000 millones de dólares (699,000 millones de euros) de 2010. Estas cifras representan un crecimiento del 3.9% en términos reales (ajustando las cifras a las fluctuaciones del tipo de cambio y la inflación), mientras que por otro lado, las llegadas de turistas internacionales se incrementaban en un 4.6% en 2011 hasta alcanzar los 983 millones. Los datos confirman la intensa correlación entre ambos indicadores, aunque el aumento de los ingresos tiende a ir ligeramente a la zaga del crecimiento de las llegadas en tiempos de restricciones económicas.

Las condiciones macro no necesariamente son un reflejo de las condiciones micro, los destinos como microrregiones turísticas, se enfrentan a diferente panorama.

Un vistazo a Puerto Vallarta

Puerto Vallarta dejó de ser un lugar de «oportunidades» es el titular de un diario *Milenio* en la sección Ciudad y Región del 27 de abril de 2013 - 6:31am, escrito por Cecilia Huerta.

«Antes Puerto Vallarta era un lugar de oportunidades para muchos inversionistas, inclusive México era un gran nicho de mercado», manifestó David Pullen, presidente de la Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios (AMPI) Capítulo Puerto Vallarta, quien aseguró que recientemente ocurre un fenómeno interesante: «Ahora la gente quiere vivir en el Centro de la Ciudad, pues ya no quieren estar tan retirados de esa zona».

Parece que el panorama turístico en Puerto Vallarta no es alentador, en un recorrido por el destino, con el fin de observar un indicador más, que es la cantidad de locales vacíos, en renta, abandonados o en construcción, encontramos datos interesantes que aportan sobre la situación actual del destino, para dicho levantamiento se tomó como referencia la avenida principal del puerto, por considerarla la ruta natural de llegada de los turistas y el espacio de mayor convergencia de los mismos dividiéndola para ello, en cuatro grandes secciones:

1. Av. Francisco Medina Ascencio (a partir del cruce Las Juntas; Latitud 20°41'35.71"N, Longitud 105°14'35.33"O).

**Imagen 1. CIP Riviera Nayarit de Fonatur en Litibú, Higuera Blanca, Bahía de Banderas.
Obra de Iberostar abandonada**



Fuente: *Diario Milenio*.

2. Paseo Díaz Ordaz (Latitud 20°37'17.25"N, Longitud 105°13'50.84"O).
3. Calle Morelos (Latitud 20°36'51.61"N, Longitud 105°13'58.01"O).
4. Nuevo Malecón (Latitud 20°36'31.50"N, Longitud 105°14'11.39"O).

Encontrando como resultado del recorrido, la siguiente información:

1. Av. Francisco Medina Ascencio: locales vacíos, en renta o abandonados, 54; y nuevos locales en construcción, 1 (hotel ejecutivo, oficinas, consultorios, locales, estacionamiento para 300 autos).
2. Paseo Díaz Ordaz: locales vacíos, en renta o abandonados, 6; y nuevos locales en construcción, 0.
3. Calle Morelos: locales vacíos, en renta o abandonados, 7; y nuevos locales en construcción, 0.
4. Nuevo Malecón: locales vacíos, en renta o abandonados, 1; y nuevos locales en construcción, 0.

Estos datos arrojan que el mayor dinamismo de espacios en renta, vacíos o en construcción están en la avenida Francisco Medina Ascencio y es precisamente el único lugar, en donde se registra la mega construcción, junto a plaza Marina don-

de se da la creación de nuevos espacios, la menor concentración de espacios vacíos se da casualmente en la zona de mayor concentración de turistas y la zona más antigua del puerto, que es el lugar donde convergen locales y turistas que circulan a pie, y que a su vez, es la zona comercial, presentándose así una dinámica interesante de espacios.

La presencia de tantos espacios vacíos en la zona se puede explicar abordando cuatro factores probables de afectación:

- La crisis económica
- El costo de la renta de los locales
- Problemática legal (con sindicatos)
- Afectaciones por fenómenos naturales

Lo cierto es, que esta gran cantidad de espacios por la avenida Francisco Medina Ascencio, punto principal de entrada de turistas, deteriora la imagen del destino y representa un área de oportunidad para autoridades y empresarios para la reutilización de estos espacios.

Reflexiones

La guerra que se acerca estallará
mañana lunes por la tarde
y tú en el cine sin saber
quién es el malo mientras la ciudad
se llena de árboles que arden
Joaquín Sabina, 1994.

El turismo no es un fenómeno trivial, la interacción de este con los procesos económicos, políticos y tecnológicos definen su futuro, «...los llamados procesos ‘globalizadores’ redundan en la redistribución de privilegios y despojos, riqueza y pobreza, recursos y desposesión, poder e impotencia, libertad y restricción. Observamos una *reestratificación* mundial, en cuyo transcurso se crea una nueva jerarquía sociocultural, una escala mundial», Bauman (2001). En donde solamente es posible idealizar la pobreza y la sencillez desde el ventajósísimo punto de vista que proporciona la riqueza, y la sofisticación Turner y Hash (1991).

Las afectaciones positivas y negativas que sufre la actividad turística ante las crisis económicas son variadas de entre ellas destacaremos (véase Cuadro 4).

Cuadro 4. Aspectos positivos y negativos de la crisis y el turismo

Positivos	Negativos
<ul style="list-style-type: none"> • Cambios cualitativos sociodemográficos en la demanda turística: en los países desarrollados que influyendo en el comportamiento de la demanda turística como aumento de la esperanza de vida y a una disminución en las tasas de natalidad que provocan, a su vez, un incremento de edad de la demanda turística. • Mejora en la accesibilidad a los destinos turísticos. • Reestructuración del marco institucional: el proceso de desregularización. • Globalización económica. • <i>Incremento de</i> consumidores en una sociedad de consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Muchos turistas están fraccionando sus vacaciones y se multiplican las estancias cortas, la tendencia es reducir la duración de las vacaciones. • Reducción del gasto medio. • Existe un <i>miedo</i> a viajar; sobre todo por vía aérea. El miedo es real, especialmente por el terrorismo y las guerras. • Cambio de viajes internacionales a favor de viajes en el interior de su propia región o continente. • La percepción que tiene la sociedad, en cuanto al desempleo, situación económica. • La crisis que estamos viviendo es de consumo. • El nivel de renta disponible.

Fuente: Elaboración propia.

Esto nos lleva a repensar si realmente el turismo es una estrategia de desarrollo exitosa, que pueda implementarse en cualquier territorio y en cualquier circunstancia, y aquellos lugares que ya convirtieron la actividad turística como su eje de desarrollo, es plantearse una reestructuración integral de la actividad.

Bibliografía

- Barroso González, María de la O y David Flores Ruiz (2006). La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico, *Cuadernos de Turismo*, núm. 17, pp. 7-24.
- Bauman, Zygmunt (2001). *La globalización consecuencias humanas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- (2007). *Vida de consumo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bustelo, Pablo (1994). El Banco Mundial y el desarrollo económico: un análisis crítico, en J. de la Iglesia (coord.), *El orden económico mundial*. FMI, Banco Mundial y GATT. Madrid: Editorial Síntesis, pp. 151-168.

- Delgado Montoya, Edgar (2009). Familias se escudan ante crisis. El Financierocr.com. Marzo. Sección Inteligencia.
- Flores Ruiz, David y María de la O Barroso González (s. f.). *Comportamiento del turismo internacional en tiempos de crisis económicas*. España: Universidad de Huelva, Facultad de C.C. Empresariales.
- López, Ramón (2010). Crisis económicas mundiales, escasez de recursos ambientales y concentración de la riqueza, *Revista de la CEPAL*, núm. 102, diciembre.
- Martínez-Echevarría, M.A. (1983). *Evolución del pensamiento económico*. Madrid: Espasa Calpe.
- OMT Organización Mundial del Turismo (2012). Panorama OMT del turismo internacional.
- Paredes Flores, Joaquín y Rogelio Aguilar Madrueño (2006). Ciclo económico, crisis financieras y choques externos. Perspectivas de México, *Comercio Exterior*, vol. 56, núm. 8, agosto.
- Price WaterHouse Coopers (2008). *La transformación del sector turístico español. Retos y oportunidades*.
- Ramos Ramos, Ignacio (2009). Una nueva era en los hábitos de consumo ¿Nos estamos quedando sin ocio o ganando en calidad de vida?, en *MK Marketing+Ventas*, núm. 248, julio-agosto.
- Ruiz Gómez, Luis Manuel y Elena Casado García-Hirschfeld (2011). La actividad turística en la Unión Europea en un entorno de crisis económica y financiera global, *Saberes*, Revista de Estudios Jurídicos, Económicos y Sociales, vol. 9, Separata.
- Sabina, Joaquín (1994). Canción: *Esta boca es mía*. Música: Joaquín Sabina, Pancho Varona. Disco: Esta boca es mía.
- Sánchez, Gerardo (2009). ¿Qué debo hacer en esta crisis?, revista semestral *Grupo Nación*, 24 de marzo, p. 19.
- Turner, Louis y John Ash (1991). *La Horda Dorada. El turismo internacional y la periferia del placer*. Madrid: Ediciones Endymión, Colección Turismo y Sociedad.
- Vocabulario de la Economía - Nomenclatura y principales conceptos de economía* (editado: 5-11-2007). Ediciones Torre de Babel.

Páginas Web

- Canalis, Xavier (2012). El turismo en 2012: tendencias que marcarán el consumo. Los consumidores serán más cautos, ahorradores y tecnológicos, en www.hosteltur.com/tag/tendencias

- Gómez Cerda, José (s. f.). Crisis del turismo mundial. Recuperado de <http://www.acmoti.com/CRISIS%20DEL%20TURISMO%20MUNDIAL.htm>
- Nauton, Gabrielle (2011). Cambio en los hábitos de consumo en periodo de crisis, informe GfK. Recuperado de <http://www.gfk.es/pdf/compradorxtremo.pdf>
- OMT Organización Mundial del Turismo (2006). www.world-tourism.org/facts/menu.html. Información estadística recogida de la página de la OMT.
- Ocampo, José Antonio (2009). La crisis económica global: impactos e implicaciones para América Latina, *Nueva Sociedad*, núm. 224, noviembre-diciembre, www.nuso.org
- Scalise, Jorge (s. f.). *La crisis mundial no se toma vacaciones. Efectos del fenómeno global en el turismo local*. Recuperado de <http://www.econlink.com.ar/crisis-turismo>
- (s. f.). *El plan anticrisis y el turismo*. Recuperado de <http://24con.infonews.com/conurbano/nota/13436-plan-anticrisis-y-turismo/>
- Ureta Vaquero, Iván (2006). *América Latina Hoy ¿Y hasta cuándo?* Edición electrónica. www.eumed.net/libros/2006c/205/

Análisis de la planeación estatal e intervención de la educación en la actividad turística como factor de la competitividad y desarrollo local

Verónica Reyna Galaviz Rivas
Bibiana Andrea Bohórquez González
Mario Enrique Arciniega Márquez

Crisis y planeación en México

Toda crisis es una oportunidad para ver hacia adelante y también para rescatar lo bueno de los tiempos pasados que permitan generar las mejores condiciones posibles para una nueva etapa de crecimiento. De alguna manera con esta visión, surge la propuesta para dar solución a los periodos de afectación principalmente económica en el país: *la planeación*.

La planeación, en México es relativamente nueva, surge a partir de la crisis económica notoriamente experimentada en el país en el año 1982 y que se agudizaría con la baja continua de los precios del petróleo y el lastre en la economía nacional que representaba el servicio de la deuda externa. Miguel De la Madrid a cargo del poder ejecutivo de la nación (1982-1988) presenta en 1983 el primer Plan Nacional de Desarrollo como un instrumento político para ordenar y coordinar el esfuerzo colectivo de la gestión pública para hacer un uso más eficiente de los recursos ante las grandes necesidades de la sociedad.

Para Francisco García Moctezuma, autor del artículo: La planeación del desarrollo regional en México (1900-2006), al concluir el sexenio de 1982-1988, de escaso avance para el desarrollo del país, los agobiantes problemas económicos obligaron a concentrar esfuerzos y recursos de todo tipo para tratar de enfrentarlos. El sistema político mexicano, fuertemente desgastado por la crisis económica de los ochenta, apenas pudo pasar su peor prueba de fuego en una transición sexenal llegando así al periodo de 1988 a 1994.

García Moctezuma manifiesta, que en medio de una crisis financiera que estalló inmediatamente después de entrar en funciones el gobierno de 1994 a 2000, y cuyas repercusiones en el exterior fueron denominadas como «el efecto tequila», por consiguiente, el panorama de depresión económica que había dominado en los años ochenta, parecía regresar, y para combatirlo se tendrían que aplicar drás-

ticos ajustes en aras de que la crisis durara el menor tiempo posible. En lo que se refiere a la planeación del desarrollo, más por inercia que por el ánimo de definir los elementos para detonar el dinamismo económico y disminuir, entre otros aspectos, los desequilibrios sociales y territoriales acentuados en la fase de la globalización, a partir de esta situación, en este contexto se elaboraron el Plan Nacional de Desarrollo 1994-2000 y los programas sectoriales correspondientes.

A partir de diciembre de 2000, la planeación, empezó a darse de una forma burocrática, la práctica de presentar planes y programas respectivos conforme lo marca la ley. El Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006, y sus programas sectoriales derivados, respondieron a un requerimiento legal en lugar de un compromiso de cambio en las alternativas para acceder al desarrollo económico y social (García Moctezuma, 2010).

De acuerdo con este autor, la práctica de la planeación en México, en la experiencia acumulada durante más de siete décadas, ha mostrado su vulnerabilidad como mecanismo viable para acceder a un desarrollo económico y social, equilibrado e incluyente.

En los años sucesivos (a partir del 2006), la planeación del desarrollo nacional, ha conservado rasgos estructurales de las propuestas previas con algunas modificaciones en programas y proyectos muy específicos, pero que no representan una *diferencia relevante* en cuanto a fortalecer los aspectos débiles del pasado sobre el desarrollo en general ni el aprovechamiento de los aspectos positivos.

Por otra parte, vale la pena destacar la inclusión de la actividad turística como uno de los rubros importantes considerados en la planeación del esperado desarrollo, de ahí que en cada administración federal desde los años 50, se ha fortalecido con la creación de la Dirección General de Turismo por considerársele por primera vez como una actividad generadora de ingresos importantes para la nación. Dos décadas después, en 1974, se crea el Fondo Nacional para el Turismo (FONATUR), para reforzar la planeación con el impulso de proyectos turísticos.

El turismo se ha convertido hasta nuestros días en un factor primordial para el crecimiento económico, considerándole en las épocas difíciles de crisis que han sacudido a nuestro país. En el presente sexenio, el presidente Enrique Peña Nieto, a principios de este año dio a conocer el objetivo en materia de turismo que es: *consolidar al país como un destino atractivo, seguro, confiable, sustentable y competitivo*, el cual buscará cumplir a través de 4 ejes principales:

Ordenamiento y transformación sectorial:

- Reestructuración del marco institucional para lograr una mejor toma de decisiones y una eficaz aplicación de los programas orientados a impulsar el turismo.

- La política nacional turística será transversal, sumará distintos órdenes de gobierno, así como las acciones y presupuestos de las dependencias federales que tengan una mayor incidencia en el sector turístico.
- Se creará un gabinete turístico que esté presidido por el Presidente de la República y que permita de mejor manera articular los esfuerzos para detonar el turismo del país.

Innovación y competitividad:

- Diversificar la oferta turística y consolidar los destinos turísticos con los que ya cuenta.
- Especializar la actividad turística en seis segmentos: sol y playa; turismo cultural; ecoturismo y aventura; turismo de salud; turismo deportivo; y turismo especializado o de lujo.
- Concretar el Sistema Nacional de Certificación Turística.
- Aprovechar y potenciar los destinos turísticos existentes, en donde hay atracciones, hoteles, infraestructura en materia de comunicaciones con capital humano calificado, es decir, destinos con marcas reconocidas internacionalmente.
- Articular la política a través de destinos sostenibles y sustentables.

Fomento y promoción:

- El Estado asumirá su responsabilidad en la planeación del fomento y la promoción de los destinos turísticos, por lo que será un agente conductor y facilitador de los esfuerzos privados.
- En cuanto al fomento de la inversión, se diseñarán nuevos mecanismos legales y financieros que estimulen el crédito y la inversión hacia el sector turístico.
- Proyectar internacionalmente a México. Una proyección focalizada de destinos específicos hacia mercados concretos.

Sustentabilidad y beneficio social:

- Crear instrumentos para que el turismo en México sea una industria limpia, que cuide y preserve el gran patrimonio cultural, histórico y natural, para que se convierta en bienestar social.
- Promocionar programas para hacer accesible el turismo a todos los mexicanos.

Estudio de la planeación estatal

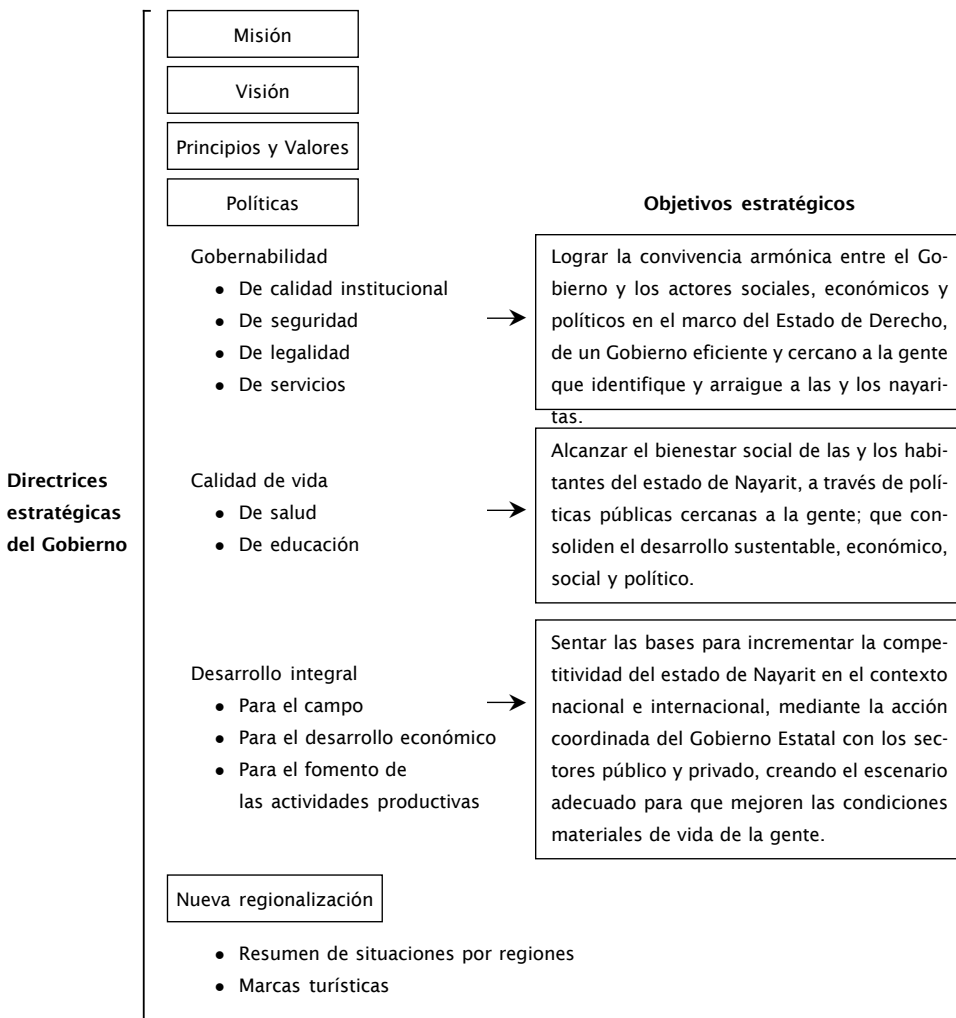
Estructura y panorama general del Plan Estatal de Desarrollo

El Plan Estatal de Desarrollo 2011-2017, fue elaborado con base en 954 asambleas comunitarias llevadas a cabo en los 20 municipios respaldados con 2,862 sollicitu-

des que la población presentó con base en sus necesidades. Cabe mencionar que se elaboró antes de darse a conocer el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.

El Plan Estatal de Desarrollo analizado, es el documento rector que describe perfectamente las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas con las que el Estado cuenta y las directrices estratégicas en las cuales está fundamentado (Ilustración 1).

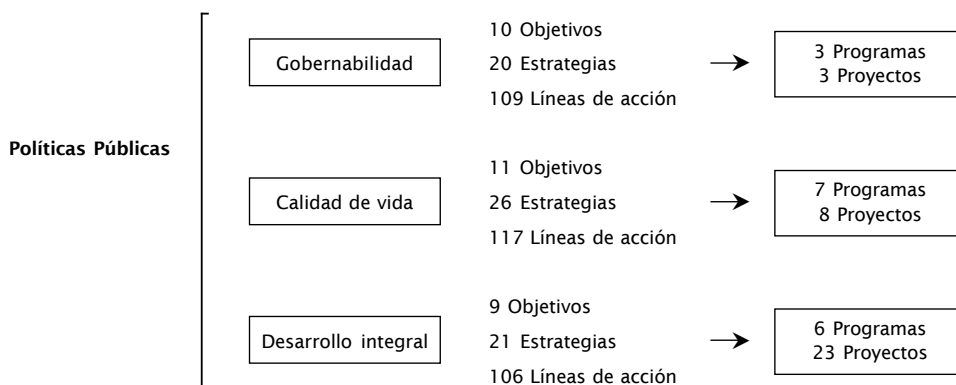
Ilustración 1. Directrices estratégicas del Plan Estatal de Desarrollo



Fuente: Elaboración propia con datos del Plan Estatal de Desarrollo.

La parte fundamental del Plan Estatal de Desarrollo se encuentra descrita en los objetivos, estrategias y líneas de acción, así como en los programas y proyectos (Ilustración 2) que marcan las directrices a seguir para cumplir con el objetivo general del Plan que es: *Administrar y gestionar los recursos económicos con eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez para lograr una mejor calidad de vida de la población nayarita.*

Ilustración 2. Plan Estatal de Desarrollo



Fuente: Elaboración propia con datos del Plan Estatal de Desarrollo.

Para realizar el Plan Estatal de Desarrollo, fue necesario que el Gobierno del Estado de Nayarit diagnosticara sobre las situaciones en las que se encuentran los diferentes municipios que conforman la entidad, por ejemplo, la problemática y las potencialidades integradas por los diferentes recursos y características con las que se cuentan y las oportunidades de desarrollo en las cuales se está enfocando el desarrollo de la economía, como lo son: el turismo y el desarrollo energético (3 presas hidroeléctricas de nivel nacional: Aguamilpa, El Cajón y La Yesca), además del aprovechamiento de las actividades primarias, secundarias y terciarias.

El diagnóstico general de la entidad, el Plan Estatal de Desarrollo lo divide y categoriza con base en sus tres políticas estratégicas en las cuales está basando el desarrollo y bienestar del estado, las cuales son: la Gobernabilidad, la Calidad de Vida y el Desarrollo Integral, siendo las últimas dos el objeto del presente estudio.

Los resultados de dicho diagnóstico bajo el enfoque de la «Calidad de Vida» queda desglosada en términos generales en la Cuadro 1.

Con base en esta información, fue posible detectar tensión en algunos de los criterios en los cuales se determina la calidad de vida de los nayaritas.

Cuadro 1. Situación detectada sobre la calidad de vida

Criterio	Características
Rezago social	<ul style="list-style-type: none"> En el 2005 se encontró en el lugar 13 de los menos rezagados y en el 2010 pasó al lugar 16. Incremento de pobres.
Salarios mínimos	<ul style="list-style-type: none"> El 50% de la población gana menos de 2 salarios mínimos. Canasta alimentaria insuficiente.
Obras y acciones	<ul style="list-style-type: none"> SHCP reporta que hay endeudamiento y las obras y acciones no contribuyen a combatir la pobreza.
Índice de desarrollo humano	<ul style="list-style-type: none"> PNUD contempla la salud, el ingreso y la educación en la población como variables a medir. Es de los 10 estados más bajos.
Movimientos migratorios	<ul style="list-style-type: none"> Implican incremento en la demanda de la infraestructura y servicios público. No aportan nada al problema principal.

Fuente: Elaboración propia con datos del Plan Estatal de Desarrollo.

Por otro lado, en la Cuadro 2, se presentan los resultados del diagnóstico, pero ahora, focalizados en el «desarrollo integral», en donde se identificó que el desarrollo hasta ahora existente en la entidad no es homogéneo en su extensión, ni equilibrado en los aspectos económico, social y ambiental.

Cuadro 2. Situación detectada sobre el desarrollo integral

Criterio	Características
Territorio estancado	<ul style="list-style-type: none"> Su tasa promedio anual de crecimiento se encuentra por debajo de la media nacional y su PIB per cápita presentada la misma condición.
Inversión en el sector energético y turístico	<ul style="list-style-type: none"> Las oportunidades estratégicas para el desarrollo en el estado de Nayarit están basadas en estos 2 sectores primordialmente. <ul style="list-style-type: none"> Tres presas y, sin embargo, solo el 55% de la población tiene energía eléctrica (zona sierra).
Desarrollo turístico en la Riviera Nayarit	<ul style="list-style-type: none"> A pesar del alto y polarizado desarrollo en la zona turística de la Riviera Nayarit no se han visto beneficiados plenamente por el mismo ya que existe: <ul style="list-style-type: none"> Poca afluencia de turistas internacionales en otras zonas del estado. Generación de empleos en su mayoría de baja calidad (bajos salarios). La recaudación de impuestos es insuficiente. El desarrollo de las actividades productivas oprime ecosistemas naturales. El desempeño económico de la Región Costa Sur supera con mucho al de las otras regiones (no están preparadas para la apertura y globalización).

Fuente: Elaboración propia con datos del Plan Estatal de Desarrollo.

La educación en el camino hacia el desarrollo de la entidad

El Plan Estatal de Desarrollo define a la educación y formación como uno de los pilares más fuertes para lograr su propósito. En este documento rector queda expuesta la confianza en su efectividad (Cuadro 3).

Cuadro 3. Educación, capacitación e investigación en el Plan Estatal de Desarrollo

Objetivos	Estrategias	Líneas de acción
Alcanzar el bienestar social de las y los habitantes del estado de Nayarit, a través de Políticas Públicas cercanas a la gente; que consoliden el desarrollo sustentable, económico, social y político.	Implementar programas que contemplen el mejoramiento integral de la educación superior.	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer en las instituciones de educación superior con programas de formación y capacitación, vinculando el perfil del docente con su desempeño curricular. • Promover la incorporación de competencias para la vida en la formación académica de los estudiantes. • Vincular la educación superior con el desarrollo del Estado.
Sentar las bases para incrementar la competitividad del estado de Nayarit en el contexto nacional e internacional, mediante la acción coordinada del Gobierno Estatal con los sectores público y privado, creando el escenario adecuado para que mejoren las condiciones materiales de vida de la gente.	<p>Investigar, preservar y divulgar el patrimonio cultural.</p> <p>Fortalecimiento de la identidad de los valores socio-culturales de las y los nayaritas.</p> <p>Seguridad y capacitación laboral para mejorar la productividad y elevar los ingresos de los trabajadores y las trabajadoras</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la investigación, catalogación, registro histórico, divulgación y proyección del quehacer cultural. • Preservar el patrimonio cultural para la práctica y apreciación de las artes y la cultura. • Fortalecer y consolidar la infraestructura a través de la creación y rehabilitación de centros y espacios culturales. • Fomentar el conocimiento del patrimonio cultural propio, promoviendo acciones para fortalecer el sentido de pertenencia e identidad cultural por nuestra riqueza y valores. • Estimular los procesos y productos culturales por medio de la creación, impulso y consolidación de empresas culturales que contribuyan al desarrollo económico en el Estado. • Ofrecer capacitación profesionalización y certificación de competencias laborales de los trabajadores y las trabajadoras aumentando su nivel de calificación conforme a lo que requiere el sector productivo. • Establecer programas o acciones que logren que la población joven sin experiencia laboral se incorpore al mercado de trabajo.

Fuente: Elaboración propia con datos del Plan Estatal de Desarrollo.

El Gobierno del Estado, privilegia las actividades académicas de capacitación y de investigación para este sexenio, proponiendo facilidades y apoyos directos en el fomento de las mismas, para generar oportunidades laborales a los nayaritas.

El turismo en la planeación del desarrollo estatal

Para el caso de Nayarit en el presente sexenio, se encuentran entre otros planteamientos los objetivos, estrategias y líneas de acción para impulsar el turismo como un factor atenuante de la crisis que se vive en los municipios del Estado, marcando como uno de los objetivos específicos del plan estatal para turismo y desarrollo regional: *Consolidar el turismo como un motor de la actividad económica con el fortalecimiento de programas de desarrollo y de una cultura de calidad.*

Este objetivo se encuentra dentro de la política de Desarrollo Integral y en función del mismo, el plan maneja, entre otras, las siguientes estrategias y sus respectivas líneas de acción que trazan la línea a seguir (Cuadro 4).

El turismo, de acuerdo con la información descrita en el plan estatal, se convierte en una de sus principales oportunidades de desarrollo estratégico, puesto que se le sigue apostando como un dinamizador importante del crecimiento económico en el Estado, para generar empleos y desarrollo de las regiones.

El Estado, en función del turismo, se compromete en términos generales a desarrollar infraestructura y los servicios que propicien y potencialicen el ejercicio de la actividad. Si bien es cierto, estas acciones se contemplan para las regiones de acuerdo con su potencial turístico. El Gobierno actual, en el documento rector registra su interés por impulsar de manera específica los trabajos en los complejos actuales de la zona de la costa sur (El Capomo y Litibú, CIP Nayarit), y la ampliación del corredor turístico costero hacia el norte de Nayarit.

Estas acciones se proponen para contrarrestar el impacto poco favorable que señala el Instituto Mexicano de Competitividad en el marco económico, declarando que Nayarit, entre otros indicadores, tuvo una desaceleración económica por la caída en la tasa de crecimiento del PIB (2º peor en el país y con mayor variabilidad), esto debido a una reducción de la inversión extranjera y caída del turismo del 15% por la crisis de violencia que se vivía en el Estado.

Por otro lado, la planeación estatal actual, considera algunos proyectos estratégicos para el periodo 2011-2017, cuyo impacto, se verá reflejado en el apoyo a la actividad turística, de los cuales destacan los siguientes: Analizar la factibilidad de construir un puerto de altura en Palmar de Cuautla; impulso turístico al Puerto de San Blas aprovechando aspectos naturales, culturales e históricos; el mismo proyecto Náutico de la costa de Nayarit alineado a la estrategia nacional de la

Cuadro 4. Estrategias y líneas de acción específicas del turismo

Estrategia	Líneas de acción
Desarrollo regional sustentable con acciones de fomento de la actividad turística acorde a potencialidades de las diferentes cadenas productivas.	<ul style="list-style-type: none"> • Alineación normativa y de gestión con preservación del ambiente, equidad y certeza jurídica. • Fortalecimiento de la ventaja competitiva en las empresas turísticas. • Impulsar nuevos productos turísticos, explotando diversidades regionales y potencialidades sectoriales. • Impulsar una serie de proyectos turísticos en la zona sierra y otras regiones con vocación histórica, cultural y propia para el desarrollo del turismo de aventura y deportes extremos.
Fortalecer bases legales así como la oferta laboral, productiva y competitiva con proyectos estratégicos que beneficien al sector y contribuyan a mejorar calidad de vida de la población.	<ul style="list-style-type: none"> • Reforzar cultura y capacitación turística en coordinación con las instituciones educativas. • Desarrollo de proyectos productivos de impacto, involucrando a todos los grupos sociales. • Integrar instrumentos de promoción y comercialización sobre la base de las fortalezas de Nayarit.
Impulsar políticas de promoción turística en concordancia con los destinos turísticos, segmentos de mercado, pertinencia y sustentabilidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Integración y desarrollo de productos y servicios turísticos competitivos en rutas, corredores y circuitos turísticos. • Acompañamiento en la educación y profesionalización de los servicios turísticos. • Incremento de la calidad y certificación de servicios turísticos. • Impulsar programas de infraestructura sustentable turística.

Fuente: Elaboración propia con datos del Plan Estatal de Desarrollo.

escalera náutica, la cual comprende las costas de los municipios de Bahía de Banderas, Compostela, San Blas, Santiago Ixcuintla y Tecuala.

Siendo lo anterior una de las directrices del desarrollo en Nayarit, lo cual empata con el objetivo del turismo que contempla los 4 ejes de la actual política turística nacional.

Estudio de los avances del desarrollo en materia de turismo

Ahora bien, en el cumplimiento a lo establecido en el Artículo 42 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Nayarit, el Gobernador, presenta su primer informe de actividades entre las cuales es importante resaltar el avance en el cumplimiento de los objetivos en materia turística.

En cuanto a infraestructura de turismo, el Gobierno a través de la Secretaría de Obras Públicas, realizó cinco Proyectos Ejecutivos, 22 Estudios de Análisis Costo Beneficio, 11 obras de Construcción y Renovación de Centros Turísticos.

Así también, en el informe se mencionan obras como: el Parador Turístico en la laguna de Santa María del Oro y la renovación de la imagen de Sayulita, municipio de Bahía de Banderas, así como en La Tovar, perteneciente al municipio de San Blas. Estos logros inciden directamente en el crecimiento económico, regional y sectorial encaminados a hacer del turismo un motor de la actividad económica.

De manera específica, en el primer año de gestión de la administración actual se logró la asignación de los recursos para el logro de las obras importantes que mejoren la imagen urbana y el turismo en el estado de Nayarit, llevándose a cabo proyectos relevantes como la Renovación de Imagen Urbana de San Blas Segunda Etapa; se logró obtener para Jala el título de Pueblo Mágico; finalmente se diseñó y arrancó el Programa de Circuitos de las rutas Sierra del Nayar, Lagunas Encantadas y Nayarit Colonial (señalética, torres de observación, miradores con equipamiento mínimo), también denominados «marcas turísticas».

Entre otros logros, se firmó el convenio en materia de seguridad, medio ambiente y protección civil entre Nayarit y Jalisco, este impacto mediático que resultó de la coordinación con Jalisco fue contundente; llegando a tener un alcance nacional sin precedente que mostró a una región turística altamente competitiva que va más allá de rivalidades entre las entidades, según lo destacado en el informe.

En el documento también se reportan otras acciones encaminadas a la capacitación especializada en el área turística, así como también las concernientes a la accesibilidad y seguridad en algunos destinos, además de acciones de promoción para consolidar a la Riviera Nayarit (costa sur), incluyendo a las nuevas marcas turísticas del estado: Nayarit Colonial, Sierra del Nayar y Lagunas Encantadas.

Cuadro 5. Municipios que integran las marcas turísticas

Lagunas Encantadas	Nayarit Colonial	Riviera Nayarit	Sierra del Nayar
<ul style="list-style-type: none"> • Santa María del Oro • San Pedro Lagunillas 	<ul style="list-style-type: none"> • Tepic • Jala • Compostela • Ixtlán del Río • Ahuacatlán 	<ul style="list-style-type: none"> • Bahía de Banderas • Compostela • San Blas 	<ul style="list-style-type: none"> • El Nayar

Fuente: Elaboración propia con datos del Plan Estatal de Desarrollo.

En el primer año de gestión, el material promocional se distribuyó principalmente de forma impresa tanto a nacionales como a extranjeros a través de agencias de viajes, integrando paquetes turísticos. El informe da cuenta además, de que se trabajó arduamente en campañas de publicidad para posicionar en el mer-

cado nacional a las marcas turísticas en; radio, televisión y prensa, y sostiene que de esta divulgación, se generó una derrama económica y beneficios a la industria hotelera, prestadores de servicios locales, industria restaurantera, entre otros empleos directos e indirectos.

Competitividad en el sector turístico

La competitividad

Partiendo del objetivo estratégico de desarrollo integral: *sentar las bases para incrementar la Competitividad del Estado de Nayarit en el contexto Nacional e Internacional, mediante la acción coordinada del Gobierno Estatal con los Sectores Público y Privado, creando el escenario adecuado para que mejoren las condiciones materiales de vida de la gente*, se hace necesario conceptualizar algunos términos:

Según la OEA, el *desarrollo integral* es el nombre dado a una serie de políticas que trabajan conjuntamente para fomentar el desarrollo sostenible en los países en desarrollo y subdesarrollo.

La competitividad, es un concepto que no tiene límites precisos y se define en relación con otros conceptos. La definición operativa de competitividad depende del punto de referencia del análisis (nación, sector o firma), del tipo de producto analizado (bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción) y del objetivo de la indagación (corto o largo plazos, explotación de mercados, reconversión, etcétera) (Pineiro, 1993).

Si lo estudiamos desde un sector: significa la capacidad de las empresas de un país dado para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países (Alic, 1997).

Ahora bien, en cuanto a la *competitividad turística*, se define 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 (Hassan, 2000).

Indicadores de competitividad

La competitividad en el turismo se mide, a través de un índice publicado dentro del Reporte de Competitividad en Viajes y Turismo del Mundo, elaborado y presentado por el Foro Económico Mundial (FEM o WEF, por sus siglas en inglés).

Este índice, mide los factores que hacen atractivo realizar inversiones o desarrollar negocios en el sector de viajes y turismo de un país específico, y no los atractivos del país como destino turístico. De acuerdo con este Índice, en el Foro 2013, México en materia turística es un país de contrastes; mientras que a nivel mundial destaca por la belleza de sus recursos naturales en un octavo lugar de 140 países, donde subraya la existencia de sitios considerados como Patrimonio de la Humanidad y una rica fauna, pero en competitividad turística descendió del lugar 43 al 44 y en preocupación por la seguridad para los turistas consiguió el puesto 121, a pesar de haber mejorado 7 sitios en comparación con el reporte de 2011, que lo situaba en el lugar 128.

Una referencia favorable que hizo el FEM es que, México ocupó el lugar 21 por sus recursos culturales, con 34 locaciones que se consideraron como Patrimonio de la Humanidad, además de sus ferias, exposiciones internacionales, festivales y una «fuerte industria creativa».

El reporte también insiste en que México necesita mejorar en el área de infraestructura de transporte terrestre, a pesar de haber mejorado 10 posiciones en relación con el reporte de 2011 al ubicarse en el sitio 69. Asimismo, considera que se necesitan *mayores compromisos y evidencias de que el sector turístico y de viajes se desarrolla de manera sostenible*. De igual manera, recomienda se requiere trabajar tres problemas claves: precios en general, seguridad pública e infraestructura turística.

Basándonos en este informe, podemos decir que cuando se habla de competitividad, no basta con tener atractivos naturales y culturales, sino que es necesario poseer una estructura institucional, gubernamental, empresarial y de capital humano administrado de manera eficiente que favorezca el desempeño de esta actividad.

Para cristalizar la competitividad del sector, se hace necesario hablar del modelo de la ventaja comparativa e identificar los factores que la constituyen.

Modelo de la ventaja comparativa

El modelo de la ventaja comparativa es uno de los conceptos básicos que fundamenta la teoría del comercio internacional y muestra que los países tienden a especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que fabrican con un costo relativo más bajo respecto al resto del mundo, en los que son comparativamente más eficientes que los demás y que tenderán a importar los bienes en los que son más ineficaces y que por tanto, producen con unos costos más altos que el resto del mundo. Esta teoría fue desarrollada por David Ricardo a principios del siglo XIX.

De esta manera, se sobreentiende que la ventaja comparativa es impulsada por las diferencias en los costos de los insumos; como la mano de obra o el capital, entre otros. La ventaja competitiva, por otra parte, es impulsada por las diferencias en la capacidad de transformar estos insumos en bienes y servicios para obtener la máxima utilidad (Kogut, 1985). Este concepto claramente incluye la noción de otros activos tangibles e intangibles en la forma de tecnología y habilidades administrativas que, en su conjunto, actúan para incrementar la eficiencia en el uso de los insumos, así como en la creación de productos y de procesos de producción más sofisticados, lo que explica la especialización en determinados sectores productivos, sin embargo, estas ventajas comparativas, localizadas en el territorio, no tienen la misma importancia para todas las actividades productivas.

Como hace referencia David Flores Ruiz en su tesis doctoral *Competitividad sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos: un análisis comparativo de los parques naturales Sierra de Aracena y Picos de Aroche y sierras de Cazorla, Segura y Las Villas*, a la hora de explicar la competitividad de las empresas más directamente relacionadas con la actividad turística, así como la de los destinos turísticos donde éstas se localizan, las ventajas comparativas van a jugar un papel muy importante, pues, mientras que para la mayor parte de las actividades productivas algunas de estas ventajas (recursos naturales como agua, paisaje, petróleo, y otros tipos de materias primas) son agotables y no pueden ser renovadas, para las empresas turísticas, estas dotaciones factoriales, si son gestionadas de una forma eficiente, no llegarán a agotarse, pues el turista disfruta del paisaje, las playas, la cultura, etc., pero no los consume (Ritchie y Crouch, 2004: 22). Todas estas características específicas de la actividad turística añaden valor a este tipo de factores (ventajas comparativas) y, más aún, a la forma en que estos se gestionen. Por tanto, las ventajas comparativas vienen dadas por los factores propios del destino turístico que han posibilitado su nacimiento y expansión (Sancho, 1998: 201).

Por otra parte y como dice Vera (1997), podemos agrupar a todos estos factores en las siguientes tres grandes categorías:

a) *Factores espaciales*: estos factores hacen referencia a la distancia física existente entre los principales núcleos emisores y los núcleos receptores «destinos turísticos». No obstante, esta distancia física deberá entenderse en términos distancia/tiempo y distancia/costo. Por consiguiente, uno de los aspectos importantes en la localización de las actividades turísticas es el grado de accesibilidad del destino. Esta ventaja comparativa ha ido perdiendo valor debido a los avances tecnológicos que acortan tiempos y distancias; lo cual inciden en la competitividad del destino.

b) *Factores ambientales*: estos factores hacen referencia a las condiciones o atributos que tanto, cuantitativa como cualitativamente conforman el espacio geográfico de los destinos turísticos. Estos atributos se clasifican en dos grandes conjuntos, los naturales: clima, flora, fauna, abundancia de agua, etc., y los culturales: patrimonio y costumbres heredadas de nuestros antepasados. Los mismos se convierten en factores de desarrollo de destinos turísticos en el momento en que se otorga un valor y se aprecian, llegando a ser idóneos para el aprovechamiento económico.

Sin embargo, tanto la modificación de los componentes naturales como la recreación artificial de los factores naturales y artificiales son fenómenos a valorar por cuanto suponen un desplazamiento, una deslocalización de la ubicación de los recursos naturales y una relativización de este hecho como factor de localización, tal como ocurre con los recursos culturales (Vera, 1997: 69). Por tanto, y partiendo de estas consideraciones, puede decirse que, los factores espaciales, deben atenderse de manera cuidadosa para evitar perder las ventajas comparativas y sobre todo, la competitividad que se pueda generar.

c) *Factores dinámicos*: en este grupo se encuentran aquellos factores que pueden cambiar con el tiempo más fácilmente que los anteriores, entre ellos destacan: la estructura receptiva, la infraestructura, la mano de obra, el papel institucional, la política monetaria, la influencia del valor de las monedas y la sucesión de situaciones económicas coyunturales (inflación, crisis cíclicas...), entre otras (Vera, 1997: 70).

Aún cuando se posean las ventajas comparativas van perdiendo importancia a la hora de explicar la competitividad de los destinos turísticos, sobre todo de aquellos destinos que se encuentran en su fase de madurez, tal es el caso de Acapulco, no es menos cierto que desempeñan un importante papel en el nacimiento y desarrollo de gran parte de estos destinos turísticos.

Algunos factores comparativos del estado de Nayarit

Es posible hacer mención de factores espaciales en Nayarit al localizar la entidad en el noroeste de la República Mexicana; el cual colinda al norte con los estados de Sinaloa y Durango, al sur con Jalisco, al este con Zacatecas y Jalisco y al oeste con el océano Pacífico. El estado cuenta con una superficie de 28,874 km², una altitud de 913 metros sobre el nivel del mar y 299 kilómetros de litoral con el océano Pacífico.

En cuanto a la accesibilidad, la capital del estado, Tepic, se encuentra ubicada a 691 km de la Ciudad de México, posee un aeropuerto con llegadas nacionales y

los aeropuertos internacionales más cercanos se encuentran a 184 km en Guadalajara y a 169 km en Puerto Vallarta. Por vía marítima se encuentran tres marinas ubicadas en: Nuevo Vallarta, Cruz de Huanacastle, y San Blas.

De forma terrestre se puede llegar por la Autopista del Pacífico, es la principal vía de acceso carretero al estado de Nayarit. Esta vialidad comunica a Tepic, la capital del estado, con importantes ciudades del país como Guadalajara y Mazatlán. De norte a sur el estado es atravesado por la carretera federal número 15, que se extiende desde Nogales hasta la Ciudad de México. Y en la costa sur, la carretera federal número 200 conecta a todos los destinos de los municipios de Bahía de Banderas y Compostela con Puerto Vallarta y Tepic.

Se destacan como ejemplo de factores ambientales: que en el estado convergen la Sierra Madre Occidental, la Llanura Costera del Pacífico, el Eje Neovolcánico Transversal y la Sierra del Sur. Esto hace que la entidad cuente con atractivos naturales como sierras, valles, bosques, tierras de cultivo, pastizales, volcanes, ríos, lagunas, marismas, esteros, playas certificadas, llanuras, zonas de manglares, litorales, islas, montañas y manantiales, y en el aspecto cultural, debemos destacar las diferentes etnias, las cuales tienen sus propias manifestaciones en artesanías, gastronomía, lenguaje y vestimentas entre otros.

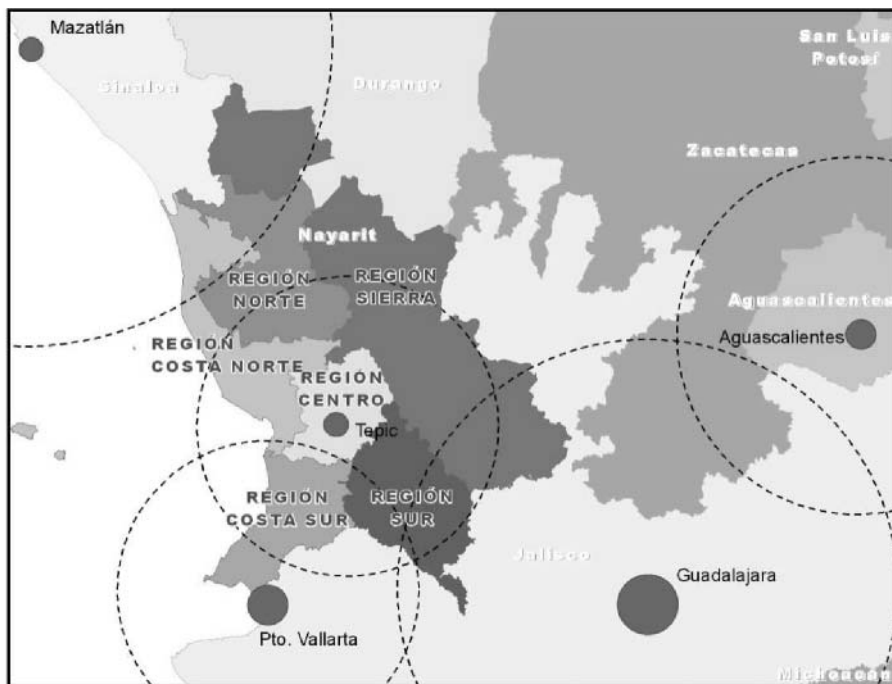
Por otro lado, es posible identificar factores dinámicos palpables, ejemplo claro de ello, constituye el esfuerzo del Gobierno, al considerar las regiones del estado y revalorarles, reagrupándolas en 6 regiones que responden, sobre todo, a la identificación de las vocaciones económicas.

De forma más detallada en el Cuadro 8 del plan estatal de Nayarit, se puede encontrar la regionalización fisiográfica del estado, sus características y sus beneficios. Se puede ejemplificar la gran cantidad de factores propios del territorio que inciden en el desarrollo y competitividad del mismo como destino turístico.

También es posible integrar a este tipo de factores de manera focalizada a una región los resultados del sistema de estadísticas DATATUR los cuales determinan un creciente desarrollo de la estructura turística especialmente en la costa sur del estado, de 2011 a la fecha el destino de playa de mayor crecimiento es Nuevo Vallarta, tomando como referencia el número de cuartos disponibles; el crecimiento fue de 26.9% del 2011 a mayo de 2013.

Al interior del estado, hay grandes disparidades que señalan que no todas las regiones están igualmente preparadas para enfrentar un proceso de apertura y globalización, mostrando la necesidad de establecer intervención en términos de políticas públicas para cada región en específico.

Figura 1. Localización de las regiones de Nayarit



Fuente: Elaboración propia con datos del Plan Estatal de Desarrollo.

Como se puede apreciar, los logros de los objetivos estratégicos planteados de manera inicial, el gobierno continúa trabajando en ellos de forma gradual y paulatina, esto se ha constatado al comparar la parte teórica con los hechos del gobierno. Oportunidad crucial en la cual se considera necesario propiciar de manera prioritaria el involucramiento de las instituciones educativas en apoyo al cumplimiento de los objetivos del plan estatal.

De lo anterior y derivado del compromiso de los profesores con la sociedad y de la misión de las instituciones educativas de nivel superior en la cual se propone realizar investigación mediante el acompañamiento de maestros para fortalecer la ventaja comparativa estatal que se concentra directamente en el factor dinámico que incide en la competitividad. Dada la relevancia de esta temática, se estima necesario dedicar un apartado con los detalles.

Participación de la educación en la competitividad

Las instituciones educativas y su compromiso

La relación de la educación superior con el desarrollo de los planes de Gobierno, es una acción manifestada en la planeación y que se busca consolidar en cada ejercicio sexenal. La incursión de Nayarit en este rubro, día a día va tomando forma, es por ello que las instituciones educativas del estado están sumando esfuerzos para contribuir en esta empresa estatal.

De ahí que, desde la División de Estudios y Servicios Turísticos de la Universidad Tecnológica de Nayarit, entre otras acciones, está trabajando en la generación de propuestas que fortalezcan los vínculos que se tienen ya, tanto en el sector privado como en el público para coadyuvar al logro del objetivo de desarrollo integral propuesto en el Plan Estatal de Desarrollo.

Apalancamiento de la competitividad

El trabajo de los docentes realizado en las aulas con el alumnado, debe trascender más allá de la elaboración de un proyecto específico para una instancia durante el periodo de estadía, por ello, se considera de gran relevancia propiciar las condiciones que permitan motivar a profesores y estudiantes a agruparse al interior de la institución para hacer indagación aplicada sobre las regiones y comunidades del estado, sobre líneas de investigación que estén acorde al objetivo para el desarrollo integral del plan estatal.

Para tal efecto, se plantea la posibilidad de integrar un espacio en el cual se pueda ejercer la creatividad y la innovación a través de la investigación aplicada en el sector turismo local, principalmente para generar en principio ideas y proyectos que respondan a las necesidades de las regiones en el estado de Nayarit.

Esta propuesta, se deriva de la constitución de los conocidos «semilleros de investigación» en el seno de las universidades establecidos desde ya varios años, en Sudamérica y de forma reciente en México.

Así, en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia con sede en Duitama, Boyacá, la cual conformó en el 2001 el semillero de investigación, siendo este un grupo interdisciplinario integrado por profesionales, profesores y estudiantes comprometidos en la recuperación, producción, y socialización de conocimientos fértiles para labrar con las comunidades sueños que contribuyan a un desarrollo sociocultural, así como lo marca su misión. El principal objetivo de este grupo es promover procesos de formación de investigadores comprometidos con el desarrollo social sostenible del país y de la región.

De acuerdo con los informes de gestión de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia y en particular el del año 2010, la Vicerrectoría Académica, mediante su Dirección de Investigaciones reporta los Proyectos en Convenio con Entidades Externas, como COLCIENCIAS, Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá, INGEOMINAS, Comunidad Económica Europea, Ministerio de Industria y Comercio, ECOPETROL, Cámara de Comercio de Tunja, y Gobernaciones.

La producción de este semillero es vasta, y cubre principalmente dos líneas de investigación las cuales han generado proyectos como:

- Implementación de un programa de sensibilización eco turística, con el ánimo de contribuir al desarrollo turístico y mejoramiento de la calidad de vida de los residentes.
- Entre «saberes y haberes», identidad cultural, como alternativa de desarrollo turístico.
- Diseño de un sendero interpretativo para la cascada Ocusá o Chontales en el municipio de Sotaquirá como estrategia de manejo sostenible de los recursos desde la práctica del ecoturismo.
- Promoción hacia el desarrollo turístico rural para las veredas el Tobal, Guaya canal, San Ignacio y el Hato del municipio de Susacón, una alternativa de desarrollo social.

En México, estos grupos de investigación han llegado también a otras universidades, como la Universidad Veracruzana (Programa Institucional de Semilleros de Investigación), la Universidad de Guadalajara, Tonalá (División de las Ciencias Sociales y Humanas), entre otras.

La propuesta de crear un grupo similar en la Universidad Tecnológica de Nayarit, en la División de Estudios y Servicios Turísticos, deberá contener características propias, en correspondencia al modelo del subsistema.

Recursos de la Universidad Tecnológica de Nayarit

Para la integración de este grupo de investigación interno, se contemplan diversos recursos con los que la División cuenta que permitirán estructurar y operar la fase inicial de su creación:

- Perfil académico de los docentes: La planta docente está constituida por profesores cuya formación versa en diversas áreas, especialidades y disciplinas, con lo cual el acompañamiento de las investigaciones se enriquece por la aportación de enfoques distintos al turismo (económico, desarrollo humano, mercadológico, administrativo, de calidad, estadístico, del desarrollo sustentable).

- Procedencia del alumnado: Los estudiantes de las carreras provienen desde todos los municipios de la entidad, esto constituye una fortaleza que es posible potencializar, al involucrar al estudiante con las necesidades de su lugar de origen, alentándole a generar investigaciones y propuestas desde la perspectiva turística que contribuya mejorar la calidad de vida de los habitantes de su localidad.
- Asignatura integradora: El mapa curricular de las carreras incluye la asignatura denominada Integradora I y II, en la cual, propicia la generación de proyectos en los cuales queda de manifiesto el conocimiento adquirido de las materias cursadas entre el 1er y el 3er cuatrimestre y de manera culminante en el 4to y 5to cuatrimestre.
- Cuerpo académico: La existencia de un cuerpo académico con la línea de investigación definida en Desarrollo Turístico Sustentable, direccionará el desarrollo de los ejercicios de investigación aplicada.
- Vinculación con el sector privado: Una ventaja es contar con estudios de pertinencia realizados directamente con el sector productivo, por lo que es posible conocer sus necesidades de primera fuente tanto para la formación de capital humano como para la detección de oportunidad de mercado.
- Licencia profesional en turismo de aventura: Cuya competencia es: Gestionar productos turísticos de naturaleza de acuerdo con criterios de sustentabilidad a través del uso de ecotecnias, técnicas y normatividad aplicable para diversificar la oferta turística y contribuir al desarrollo sustentable del estado.

El trabajo de la Universidad para el fortalecimiento del desarrollo

Este es el punto de partida para empatar la participación de la Institución con las tres estrategias del Plan Estatal de Desarrollo.

La primera estrategia es el «Desarrollo regional sustentable con acciones de fomento de la actividad turística acorde a potencialidades de las diferentes cadenas productivas».

Como es sabido, la actividad turística se ha venido posicionando como una perspectiva vital que promueve el desarrollo económico, social, cultural y ambiental de las comunidades que lo han asumido, en este sentido, la formación en turismo, constituye un pilar que permitirá sensibilizar y liderar procesos innovadores de manera que respondan a las exigencias tanto de los visitantes como de los residentes de los sitios donde se desarrolle.

En este aspecto, se propone desplegar un Plan de sensibilización para las comunidades sobre los beneficios del turismo, las actitudes y acciones recomendadas para anfitriones, sin perder de vista el respeto a la cultura y al medio ambiente, con la finalidad de fomentar una preparación en el área de servicios que les provean de las habilidades requeridas en la atención y operación de un destino turístico sustentable.

Se fomentará entre los estudiantes apoyándose en las asignaturas de integradoras, la elaboración de estudios técnicos acerca de las comunidades identificando los elementos potenciales de las cadenas productivas en estas zonas.

La segunda estrategia es «Fortalecer bases legales así como la oferta laboral, productiva y competitiva con proyectos estratégicos que beneficien al sector y contribuyan a mejorar la calidad de vida de la población», para la cual se propone lo siguiente:

Trabajar en el diseño de un programa estatal: «Escuelas amigas del turismo», para reforzar la cultura turística en el nivel de educación básica.

Diseño e implementación de un programa en donde los alumnos con conocimientos más avanzados o que se encuentren en los últimos niveles de estudio, participen brindando capacitación a las comunidades involucradas en las actividades turísticas, ya sea directa o indirectamente en temas que fortalezcan la cultura turística y a su vez despierten interés por generar oportunidades de negocio y/o crecimiento con temas como:

- Atención al visitante
- Inducción a la hospitalidad
- Revalorización del patrimonio cultural e histórico
- ¿Cómo obtener provecho de los recursos naturales siendo sustentables?
- Procedimientos a seguir para obtener apoyo de empresas públicas y/o privadas para buscar el beneficio sostenible, económico y social de la comunidad.

La tercera estrategia es «Impulsar políticas de promoción turística en concordancia con los destinos turísticos, segmentos de mercado, pertinencia y sustentabilidad».

La propuesta para apoyarla, es alentar a los alumnos de la carrera a seguir preparándose en la institución, ya sea en la continuidad de TSU a la licenciatura, o bien, a la licencia profesional (turismo de aventura), siendo ambas opciones un valor adicional a su formación profesional, haciendo énfasis en la especialización en Turismo de Aventura para mantenerse a la vanguardia en las tendencias del

turismo, pero además por el potencial que posee el estado, en el que se puede ejercer una visión emprendedora. Por otro lado, es una herramienta profesional de valor competitivo que puede desarrollar como asesor especializado a empresas de esta naturaleza establecidas o en la constitución de las mismas.

Fortalecer la relación con la Secretaría de Turismo Estatal para integrar a los estudiantes a la formación de capacitadores del Programa Moderniza (Distintivo «M»), para que sean ellos quienes asesoren a las empresas y den el seguimiento correspondiente.

Gestionar ante las instancias oficiales, facilitar la integración de la institución al proceso de certificación de los guías turísticos del estado mediante un convenio de colaboración donde la Universidad apoye con el diseño e impartición de la capacitación.

Conclusiones

Al término de este análisis, se identificó que el Plan Estatal de Desarrollo a través de sus directrices estratégicas referentes al turismo, busca de manera directa e indirecta la competitividad y el desarrollo local pretendiendo involucrar la educación en todos los niveles.

La ejecución de las acciones en materia de educación del plan estatal, están encaminadas para fortalecer la competitividad del estado, sin embargo, se tiene la conciencia de que cada una de las instituciones con base en sus diferentes características particulares y situaciones abordan este objetivo para su cumplimiento de manera diferente.

Lo que es una realidad, para cumplir las metas de este Gobierno se requiere del apoyo y la conciencia no sólo de las instituciones públicas y privadas sino también de la sociedad y comunidad estudiantil, es necesario que desde las posibilidades de cada uno de estos, se haga lo pertinente por generar las condiciones que coadyuven al desarrollo de un estado más competitivo que pueda obtener una mejor gobernabilidad, calidad de vida y desarrollo integral.

No se trata de encontrar una varita mágica que presente oportunidades ya servidas, si no que el Estado necesita personas con iniciativa, que no se dejen envolver con la inercia en la que se está inmerso con problemas y situaciones que atender, se necesitan hombres y mujeres que quieran seguir sembrando, ya que en el medio de la educación la mejor arma es el espíritu de lucha y crecimiento, involucrando a personas del entorno que tienen los mismos deseos de salir adelante.

La Universidad Tecnológica de Nayarit, menciona en su visión, el interés por contribuir al desarrollo del estado, la región y el país mediante «líneas de investigación acordes con las necesidades sociales y económicas», por tanto, la propuesta de grupos colegiados de investigación harían un gran aporte al logro de la visión de la institución y de igual manera beneficiarían la comunidad ya que estos coadyuvarían a la integración de los maestros y alumnos en la gestión de proyectos de investigación de diferente naturaleza, privilegiando la participación en el diagnóstico de su realidad social y ambiental, fortaleciendo sus capacidades investigativas para la toma de decisiones y desarrollo de proyectos.

Dos factores importantes fueron los que motivaron a realizar este análisis a través de esta ponencia; uno fue la necesidad imperante de aportar un granito de arena para que México se sobreponga a los resultados de un mundo con tantos cambios tan abruptos y vertiginosos, y el otro, es la dignidad y amor propio que como mexicanos jamás se debe perder porque es el motor que a muchos habrá de mover para seguir en la lucha por salir adelante, por avanzar, no solo con números o estadísticas, si no con hechos en donde todos tengan oportunidades que, si bien es cierto, deben de ir acordes a las posibilidades, cualidades y/o aptitudes de cada individuo. Solo falta que se tome la decisión de «ser y hacer» como el modelo educativo del Subsistema de Universidades Tecnológicas y se apueste al potencial humano y a la investigación para su aplicación.

De ahí, que el cuerpo académico se fortalece con este tipo de acciones, revisando casos de éxito en otros lugares, y si bien, sus modelos no encajan de manera perfecta, se puede tomar lo mejor de ellos y adaptarlos a las características y necesidades de la entidad.

Con la idea de crear una conciencia de la necesidad de la investigación, esta ponencia se fundamenta y se expone para su consideración y se generen las condiciones para su implementación en la Universidad Tecnológica de Nayarit.

*Si supiese qué es lo que estoy haciendo,
no le llamaría investigación, ¿verdad?*
Albert Einstein

Bibliografía

CONEVAL Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (2012). *Informe de pobreza y evaluación en el estado de Nayarit 2012*. Méxi-

- co, D.F. Consultado en <http://web.coneval.gob.mx/Evaluacion/IPE/Paginas/default.aspx>
- (2008). *Metodología para la medición multidimensional de la pobreza en México*. Consultado en <http://bit.ly/LEURiz>
- García Moctezuma, F. (abril de 2010). La planeación del desarrollo regional en México (1900-2000), pp. 102-121.
- Periódico Oficial de la Federación, Órgano de Gobierno del Estado de Nayarit. Plan Estatal de Desarrollo de Nayarit 2011-2017. Publicado en Tepic, Nayarit; 19 de marzo de 2010. Número: 037 y tiraje: 080.
- Rubio, Á. (2003). *Sociología del turismo*. Barcelona, España: Editorial Ariel.
- Secretaría de Turismo (17 de junio de 2009). Ley General de Turismo. México, D.F.: Diario Oficial de la Federación.
- Torres, L.C. (octubre 2005) Para qué los semilleros de investigación, [en línea]. Disponible en www.revistamemorias.com/edicionesAnteriores/8/semilleros.pdf [2013, 18 de mayo].
- Flores Ruiz, David (2008). *Competitividad sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos: Un análisis comparativo de los parques naturales Sierra de Aracena y Picos de Aroche y Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas*. Tesis doctoral facultad de Ciencias Empresariales, Departamento de Economía General y Estadística, Universidad de Huelva, Huelva.
- Boltvinik, J. (2012). *Pobreza, desarrollo y política social en México*. Málaga, España: Eumed.
- WEF World Economic Forum (2012): The travel & tourism competitiveness report 2012 [en línea]. Disponible en <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2012> [2013, 18 de mayo].

El fenómeno *low cost* y su impacto en las economías

Lorena Trinidad Medina Esparza
Alfonso Zepeda Arce
Martha Cristina Bañuelos Hernández

Hábitos del consumidor ante la crisis económica

Crisis y consumidores

En 1960, Rostow manifestó: es posible clasificar todas las sociedades teniendo en cuenta sus aspectos económicos, en cinco categorías: sociedad tradicional; precondiciones para el despegue; hacia su crecimiento autosostenido; camino hacia la madurez y etapa de alto consumo. Estas etapas son solo descriptivas; no son una mera forma de generalizar las observaciones de ciertos hechos sobre la secuencia del desarrollo en sociedades modernas, sino que tienen su propia lógica interna y continuidad. Estas etapas constituyen, finalmente, tanto una teoría sobre el crecimiento económico como una teoría más general (aunque todavía muy parcial) de toda la historia moderna.

Centro de Información y Documentación Turísticas CIDTUR (2011), durante la crisis económica se dieron varios cambios en el comportamiento del consumidor, muchos de los cuales persistirán aunque la economía se recupere. Entre estos se encuentran el cambio hacia establecimientos de descuento, la preferencia por productos de marca propia con descuentos, la eliminación de comidas en restaurantes para comer en casa, la disminución en la proporción del ingreso destinada a artículos discrecionales grandes para el hogar; así como una mayor consideración por el precio en general. Si estas tendencias perduran, aunque sea parcialmente, modificarán los requerimientos para el éxito de los minoristas y las marcas.

El *low cost* Pujol (2008) ha pasado a ser un imparable fenómeno social. La sociedad *low cost* está removiendo los cimientos no solo de la distribución comercial; está cambiando los hábitos de compra y venta en multitud de sectores como turismo, mobiliario, material deportivo, alta fidelidad, bricolaje o moda, e inclusive está trasladándose a áreas insospechadas, cosas como cerrajeros *low cost* (<http://www.cerrajeroslowcost.es/>), estacionamiento *low cost* (<http://www.lowcost.com>).

mx/) por citar solo algunos de los de consumo masivo, convirtiéndose en un modo de consumo básico, práctico y barato, que pretende no renunciar a la calidad del servicio.

Algunos de los rubros entre los que ha penetrado son:

Cuadro 1. Sectores de penetración del *low cost*

Sector	Compañía	Sector	Compañía
Empresas de turismo	Ryanair (Irlanda)	Muebles	IKEA
	Vueling (España)	Telefonía	Skype, Tele 2
	EasyJet, (Inglaterra)	Automóviles	TATA, Geely
	Wind Jet (Italia)	Informática	Linux
	Transavia (Francia)	Seguros	Internauto.com
	Meridiana Fly (Italia)	Banca	ING
	Rumbo.es, Hoteles Bonhocio	Prensa	Metro, 20 Minutos
Distribución	Lidl, Dia	Textil	Pilkman

Fuente: Elaboración propia a partir de Pujol (2008).

Si bien, es cierto que no todo el mundo busca lo más barato, los productos y servicios *low cost*, están a la alza, por otra parte la crisis económica se ha convertido en un aliado del *low cost*. Modelos como el de PRIMARK han dado fe de ello. Con su lema, «guapa, paga menos» se ha instalado en el mercado español. La polarización se hace presente, por un lado el grupo de consumidores que no está dispuesto a más de lo que pagan y en segundo, el de los que aprecian la calidad, la exclusividad y el prestigio de una buena marca.

El mismo Pujol (2008) señala algunos de los rasgos del comportamiento del comprador *low cost*:

- El consumidor no tiene un perfil homogéneo.
- Ha capturado el segmento bajo de edad y devora el resto de los segmentos.
- Se inicia con los servicios como viajes y vuelos baratos extendiéndose a todos los sectores de la economía.
- El consumidor prefiere la experiencia del producto que su mera contemplación.
- Se sitúa en el plano de informalidad estética y de trato donde prevalece una calidad aceptable a un precio bajo.
- Se establece una relación directa con la compra por la red.
- Favorece a las nuevas marcas con posicionamiento diferenciado y estrategia de precios bajos.

- En un inicio el consumidor provenía del segmento de baja renta y edad, se incorpora la clase bohemia burguesa (BOBOS).
- Concilia el éxito material con un consumidor rebelde de espíritu libre.
- Reconoce a los creadores de estas empresas como iconos sociales que concilian justicia social con enormes cantidades de dinero y poder.
- En los templos del consumo, las clases se difunden. Es el nuevo *establishment* del consumo.

Estas características consolidan un modelo basado (Fano, 2012), en la confianza de que si se consigue reducir el precio final para el cliente en una proporción considerable, el volumen de demanda, de clientes dispuestos a comprar la nueva oferta, será mucho mayor que el actual.

Un nuevo modelo de negocio o nueva filosofía de mercado

Históricamente las compañías comerciales han luchado unas con otras para ganar mercado, implementando en muchos casos costosas estrategias de innovación en sus productos y/o servicios, sin embargo, en esta búsqueda de captar más clientes, posiblemente el proyecto con mayor éxito ha sido el de «retar al precio», teniendo la certeza de que al reducir en un porcentaje considerable el precio final, aumenta impresionantemente el volumen de la demanda de clientes seducidos por comprar la mejor oferta y no perder la oportunidad de hacerse de ese bien en ese preciso momento, sea de su necesidad o no, pues no vaya a ocurrir la catástrofe de que después ese bien tenga un precio mucho mayor que el actual.

Pero, ¿qué ha provocado este nuevo modelo? Será la crisis, serán las nuevas tecnologías o tan solo un consumidor más sagaz y austero, que ha impulsado el fenómeno denominado *low cost* el cual es una expresión inglesa que literalmente se traduce en «bajo coste» y nació en Estados Unidos a mediados del siglo pasado, teniendo sus antecedentes en los supermercados-superdescuento y que se ha dispersado rápidamente hacia todos los sectores de la economía: viajes, seguros, moda, alimentación, belleza.

García (2010) define el *low cost* como conseguir ofrecer la mejor balanza entre calidad y precio, es conseguir optimizar al máximo los costes para ofrecer la máxima calidad al precio más competitivo, por su parte Egido (2008) señala que la característica fundamental de principio *low cost* es el cobro por el servicio

esencial, de manera que se prescinde de los servicios tradicionales, y que en apariencia es una estrategia de eliminación de servicios, más o menos superfluos, para favorecer una competitividad en costes, sin embargo, no de calidad.

Por último tomaremos el concepto versado en las XXXIV Jornadas Latinoamericanas de Derecho Aeronáutico y Espacial quienes señalan que el *low cost* se puede definir como empresas que elaboran estrategias comerciales de estricta reducción de gastos y de amplio aprovechamiento de recursos, compiten en el mercado ofreciendo prestaciones básicas a precios sensiblemente inferiores a los normales.

Siendo las principales características de las empresas *low cost*:

- Se concentra en la oferta de productos básicos, relegando los complementarios sin relevancia, de seguirlos ofertando se convierten en nuevas fuentes de ingreso.
- Se reducen costes en todos los ámbitos del negocio.
- Se adelgaza la estructura de la empresa hasta su mínima expresión.
- Se establecen alianzas estratégicas con canales y agentes del mercado.

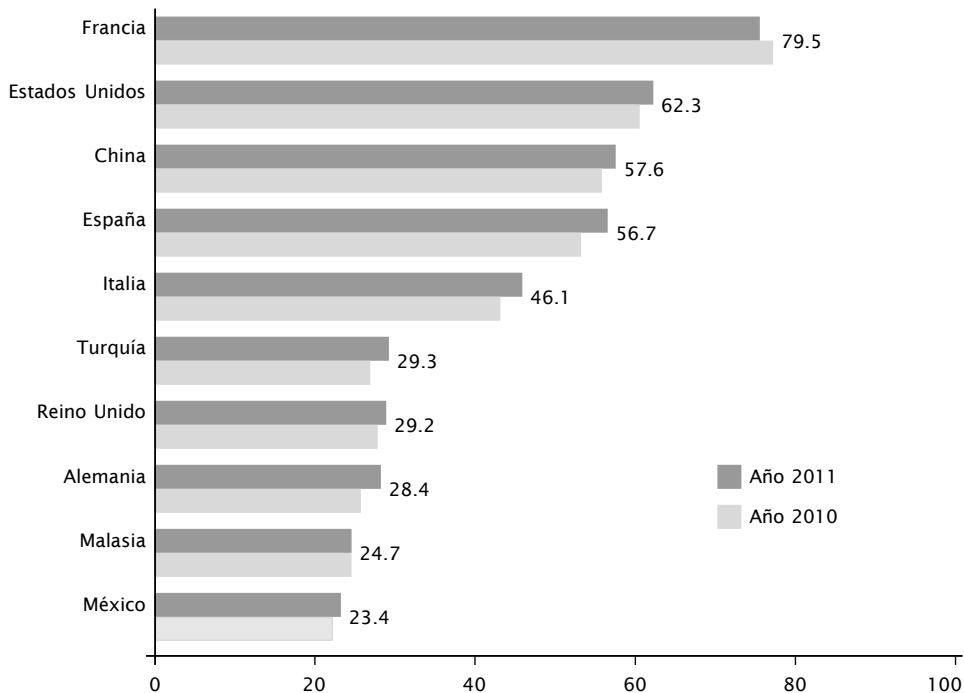
Como consecuencia de este y otros fenómenos las implicaciones que tendrán que enfrentar las empresas según Valls (2008) son: Aumento de la competencia; La necesidad de repensar estrategias; Encontrar alternativas a este nuevo escenario; En la sociedad libertad de elección; Aumento del poder adquisitivo de algunos sectores, Impactos no deseados, en el medio ambiente y en la calidad de algunos servicios.

Por lo tanto, el precio deja de ser un aspecto clave en el posicionamiento del producto o servicio y de informar acerca de su calidad, por sí mismo el precio es el motor en la toma de decisiones de gran parte de la población consumidora, la oportunidad que se le presenta al consumidor de hallar precios más bajos que los de referencia se erige como elemento decisivo.

Turismo y *low cost*

El sector turístico juega un papel clave en el desarrollo económico presente y futuro de varios países que han decidido tenerlo como motor de su desarrollo, según las estimaciones de la Organización Mundial de Turismo, OMT (2012), el turismo mundial crecerá un 3.3% de media anual hasta 2030, con incrementos de entre 40 y 42 millones de viajeros al año hasta dicha fecha.

Figura 1. Ranking mundial de destinos por llegada de turistas extranjeros (millones de llegadas)



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT, 2012).

De acuerdo con la OMT (2012), en 2011, el turismo mundial siguió recuperándose de los contratiempos de 2008-2009, aunque el año estuvo marcado por las persistentes turbulencias económicas, como los grandes cambios políticos en Oriente Medio y el norte de África y el desastre natural de Japón. En todo el mundo, las llegadas de turistas internacionales (es decir, los visitantes que pernoctan) aumentaron en un 4.6% en 2011 hasta los 983 millones, partiendo de los 940 millones registrados en 2010, cuando las llegadas se incrementaron en un 6.4 por ciento.

En el sector turístico, hace todavía pocos años, traspasar las fronteras de un continente para realizar una travesía fantástica, era una posibilidad que no todos tenían, no obstante, eso parece que ya no es un deseo inalcanzable, algunos catalogan que se ha favorecido a una democratización del consumo de viajes, en el momento en que compañías han creado políticas de bajo costo para brindar la posibilidad de viajar a costos accesibles, incluso algunas con la opción de «*viaje ahora y pague los próximos años*».

Con lo que respecta a la actividad turística, el concepto *low cost* se expandió a casi todas las áreas de esta actividad en donde Gabrielle Nauton, en el estudio de GFK (2011) expone que existe un nuevo consumidor X-tremo, el cual «busca opciones de ocio que se adapten a sus posibilidades económicas ayudándose para ello de los medios de información y tecnológicos». Asumiendo y manifestando su poder. Además, cuenta con más tecnología, herramientas y recursos para acceder a la información sobre el producto. Con todo ello, podemos hablar de una nueva generación de compradores que buscan mantener el control y ganar en el juego de hallar el mejor precio.

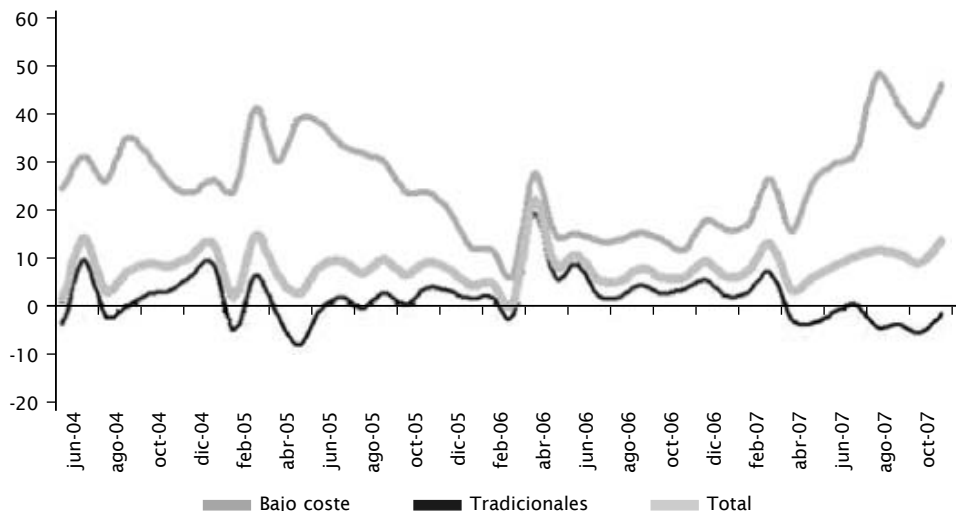
Empero, cabe recordar que en este sector de servicios, el fenómeno tuvo su gran expansión en el mundo y en particular en Europa hasta los años noventa, donde toma su estructura, con el desarrollo de compañías aéreas como EasyJet (empresa inglesa fundada en 1995) y Ryanair (empresa irlandesa fundada en 1985, actualmente la aerolínea más grande de Europa), permitiendo que gran público acceda con mucho mayor facilidad a todo tipo de vuelos de corta y mediana distancia dando paso a una democratización del consumo. Las políticas de estas aerolíneas precisamente deben ahorrarse los costos y eliminar algunos servicios tradicionales a los pasajeros, entre las medidas es que pueden prescindir de intermediarios, reservar por internet, viajar a aeropuertos secundarios, en ocasiones no asignar un asiento al pasajero y es común que se presenten una o varias horas de retraso.

En este contexto de democratización del consumo de viajes ha crecido de manera importante, por ejemplo en el 2007 las compañías de *low cost* fueron el motor del crecimiento de la actividad turística del segmento urbano en España (Figura 2).

IPK International on behalf of ITB Berlin (2012) subraya que los destinos más buscados y frecuentados por los turistas europeos se centran, según este informe, en los viajes de corta duración con un aumento interanual del 4% en 2011. El número de escapadas a ciudades —city breaks, de una a tres noches— se incrementó en un 10%. Para ahorrar, los turistas buscaron sobre todo vuelos *low cost* y tarifas económicas en los hoteles.

Es entonces que las empresas de *low cost* o de descuentos, lanzan diariamente espectaculares ofertas de servicios o productos con descuentos sobre los precios originales, ganando interesantes cuotas de mercado. Estas empresas entre las que se encuentran Let's Bonus, Offerum o Colectivia entre otras, ofrecen descuentos de todo tipo durante el año y en la época estival se especializan en los paquetes vacacionales, estancias en hoteles, gastronomía, etcétera.

Figura 2. Llegadas de pasajeros internacionales por tipo de compañías (tasa de variación interanual)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET.

En lo que respecta al turista consumidor, de acuerdo con PWC (2013) en su publicación *Temas candentes del turismo para 2013*, señalan que:

en los últimos años se vienen apreciando fuertes cambios en los hábitos de compra y consumo del turista, que han posicionado la importancia de la demanda muy por encima de la oferta, debio principalmente a la mayor sofisticación de la primera sobre la segunda. El origen de los cambios sectoriales del turismo, por lo tanto, ya no está en la oferta. Los consumidores son cada vez más ambiciosos y tienen cada vez más información y capacidad de descubrir nuevos intereses e inquietudes, por lo que podemos afirmar que, en el mundo actual, la demanda es la que manda.

El Centro de Información y Documentación Turísticas CIDT (2011), señala que a la hora de buscar ofertas, avisos y promociones, los nativos digitales recurren a Internet y, en especial, a sitios de comparaciones para encontrar las mejores ofertas y los precios más bajos, p. ej., www.yapta.com, www.mobissimo.com

La sociedad de consumo en su búsqueda de realizar verdaderas compras inteligentes, tiene la posibilidad de encontrar todo un mercado en internet con la filosofía de *low cost*, por citar otro ejemplo es la página web www.guialowcost.es

Otras prácticas importantes para encontrar servicios que ofrezcan más valor por el dinero incluyen reservar con mucha anticipación o de último minuto, viajar en temporada baja y comprar boletos de bajo costo.

Con el fin de visualizar el panorama completo del *low cost* es necesario revisar los siguientes datos:

- Easyjet.com. Posee el mayor centro de reservas *low cost* de España. Garantizan los precios más bajos en 15,000 hoteles, desde 5 estrellas hasta la categoría «budget». Si no lo cumplen, prometen reembolsar el doble de la diferencia. En Easyjet hoteles tienen miles de ofertas en temporada baja y a cualquier ciudad de Europa y del mundo. Además, han inaugurado su propia línea de hoteles *low cost*, www.easyjet.com
- Edreams.com. Otro gran portal especializado en precios mini con una interesante oferta hotelera perfecta para escapadas, www.edreams.com se consolida como comercializadora.
- Lastminute.com. Es la tercera compañía *low cost* más visitada en Internet. Interesante y cómoda porque tienen un buscador de buscadores de vuelos + hotel a precios reducidos y totales, www.lastminute.com
- Hotelescondescuento.es. Este portal es una de las mejores webs para encontrar hoteles a buen precio: hotels.com, hotelopia.es, hotelius.com y NH hoteles.

Con el fin de entender el impacto del *low cost* en la actividad turística se han seleccionado tres áreas de la actividad turística: líneas aéreas, los servicios de viaje, y la hotelería.

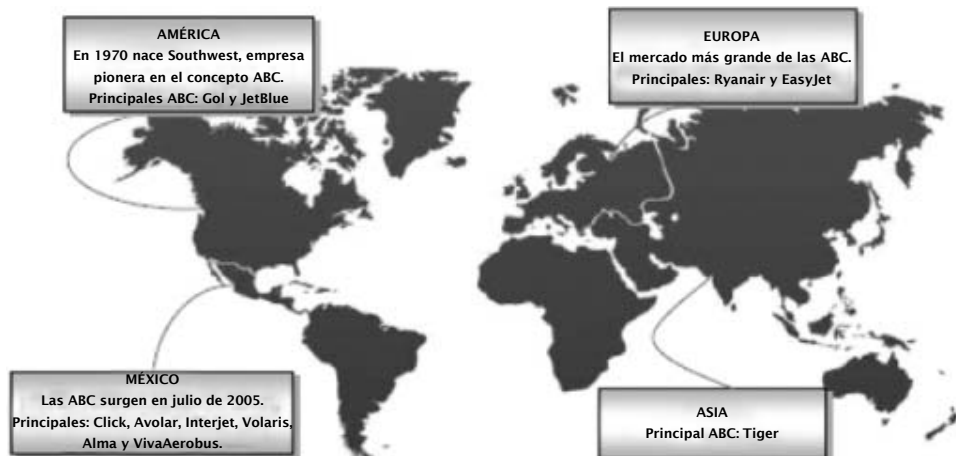
Líneas aéreas

Las líneas aéreas fueron las primeras en desarrollar e incorporar en sus esquemas de negocios la filosofía del bajo costo, de acuerdo al estudio de CESTUR «La incorporación de las Líneas Aéreas de Bajo Costo (ABC)», el concepto de ABC nace en Estados Unidos en 1970 con la empresa Southwest.

Los pasajeros que viajaban de manera tradicional, ahora tienen la oportunidad de viajar con mayor frecuencia y de manera más económica gracias a las ABC (Figura 3).

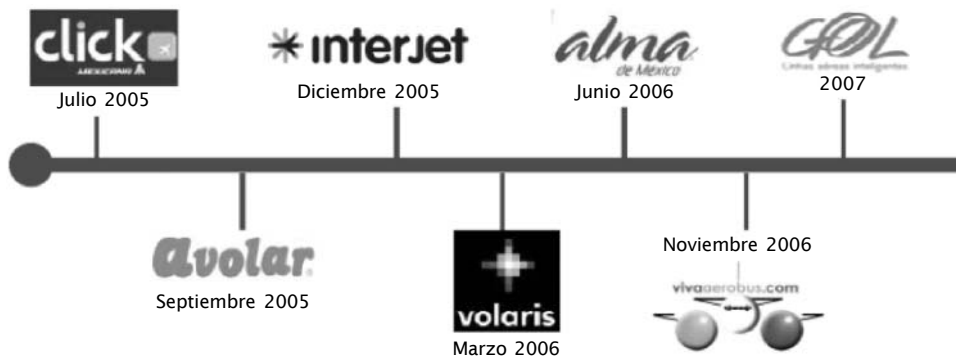
De acuerdo con las estadísticas del Instituto de Estudios Turísticos (IET), que depende del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (España), indican que las líneas aéreas de bajo coste transportaron 1.7 millones de pasajeros en enero de 2011, lo que supone un aumento del 14.4% respecto al mismo mes de 2010.

Figura 3. Mapa internacional de las ABC



Fuente: SECTUR.

En México la creación de las ABC fue a partir de 2005, siendo pionera Click en julio, seguida por Avolar en septiembre, Interjet en diciembre, Volaris en marzo de 2006, Alma en junio y VivaAerobus en noviembre (SECTUR, 2007).

Figura 4. Líneas del tiempo de las líneas aéreas *low cost* en México

Fuente: SECTUR, 2007.

De esta manera, encontramos que una aerolínea de bajo coste se caracteriza por:

- Aplicación de un yield management muy agresivo, con gran variación de precios entre unas tarifas y otras.

- Utilización de aeropuertos con menores tasas (destinos regionales/aeropuertos secundarios).
- Menor personal que desempeña un mayor número de tareas.
- Supresión de las atenciones de catering a bordo (servicio simple), sin embargo, se cuenta con una agresiva venta de productos a bordo permitiendo el no descanso de los pasajeros.
- Fomento de la contratación directa para suprimir comisiones (internet o central de reservas), sin la personalización del servicio.
- Asientos no numerados y por lo tanto manejo de una sola categoría (turista).
- Compra de grandes cantidades de combustible para tener más poder de negociación.
- No se puede llevar mucho equipaje, lo que implica que si se tiene el error de llevar sobre equipaje, lo barato, sale caro.
- Los boletos de las líneas de bajo costo no son reembolsables, pero si son revisables, es decir, que se pueden utilizar en otra ocasión.
- No ofrecen varias salidas a un destino, por lo que hay que adaptarse a su horario, sin importar los retrasos.

Servicios de viaje

Los posibles escenarios para agencias y proveedores de viajes son:

- Las agencias de viajes tradicionales necesitan ofrecer propuestas competitivas.
- Estandarizar la presentación de sus ofertas de modo que el cliente pueda compararlas de un vistazo.
- Solo para vuelos, ofrecer opciones adicionales por un cargo extra, siguiendo el modelo de las aerolíneas de bajo costo.
- Proporcionar alertas en tiempo real (por teléfono, SMS, correo electrónico, Twitter, etc.) sobre promociones, ofertas por compra anticipada o de último minuto a fin de fomentar la lealtad del cliente a la agencia.

Hotelería

Los hoteles han sido los que en años recientes, se incorporan a la filosofía de bajo costo, Blanca Egido (2008) señala que estos son: «Hoteles de servicio limitado aunque completamente funcionales que surgen como consecuencia del fenómeno low cost. Están situados en las inmediaciones de núcleos urbanos y están dirigidos a una clientela que busca servicios básicos sin renunciar a determinados niveles de calidad».

Entre las principales cadenas hoteleras de bajo costo tenemos a: Ibis del grupo Accor y Express by Holiday Inn, NH Hoteles, Cadena Intercontinental a través de la marca Express by Holiday Inn, y Domus. Con sus hoteles City Express, Gat Accommodation con sus dos hoteles, Gat Raval y Gat Sino, también hay proyectos creados en España como Sidorme Hotels.

- NH Hoteles. Cuenta con 21 hoteles exprés, normalmente situados en parques empresariales, donde puedes alojarte desde 48 euros (en oferta) la habitación doble. En la web de NH encontrarás varias ofertas y promociones, además de los descuentos que te ofrece la tarjeta NH World, www.nh-hotels.com
- www.europelowcost.com. Hoteles, vuelos, coches de alquiler, vacaciones y cruceros por toda Europa.
- www.hotelius.com. Para buscar hotel en cualquier ciudad de Europa.
- www.booking.com. El mayor portal de reservas hoteleras.
- www.fastbooking.es. Buscador que localiza hoteles con precio reducido en toda Europa.

Un hotel de bajo coste se caracteriza por:

- Reserva y pago con tarjeta por cajero fuera del hotel.
- Llave de papel con código de barras para el lector electrónico.
- Mínimo personal y al igual que en las líneas aéreas multifuncionalidad de los pocos empleados.
- Habitaciones pequeñas, con espacios reducidos al mínimo necesario.
- Espacio reducido en armarios.
- Ubicación en las afueras de las ciudades.
- Pérdida del trato humano con el huésped.
- En algunos con conexión a internet en habitaciones y otros con conexión en áreas comunes pequeñas.
- Supresión de todo aquello que no sea imprescindible, como los espacios comunes, los restaurantes, las piscinas, los gimnasios.
- Tienen una disponibilidad de alojamientos de 15 a 30 habitaciones máximo.

Reflexiones-conclusiones del *low cost*

El consumidor se puede decir que es el beneficiado por el florecimiento de las empresas de bajo coste, en teoría se paga menos por prescindir de muchos servicios que se pagan, pero que pocas veces se terminan usando. Y es que, en muchos

casos, cuando un huésped se encuentra en el hotel, solo lo utiliza para un baño y dormir. Lo que se quiere en muchos casos, es aprovechar para visitar la ciudad el mayor tiempo posible, no queremos actividades que nos obliguen a quedarnos dentro del hotel, ¿son los cambios del nuevo turista tantas veces mencionados? El turista como lo menciona Meissner (2008) «prefiere organizar viajes por su cuenta en lugar de comprar paquetes de vacaciones». La flexibilidad y la independencia son los factores que influyen en la decisión del turista. También la duración y la frecuencia de los viajes se han moderado gracias al desarrollo de las líneas aéreas de bajo coste. Las tendencias turísticas indican que el viajero realiza un mayor número de desplazamientos, aunque las estancias son más cortas. Esta realidad económica representa un estímulo a la demanda, a medida que se abren nuevas rutas y mercados regionales.

Dentro de las ventajas que tiene el consumidor queda claro y evidente, el precio, la oportunidad de salir de su rutina diaria con viajes que están dentro de sus posibilidades económicas, el *low cost* acerca cada destino mucho más a los clientes, ya sean nacionales o internacionales. A cambio, renuncian a algunos caprichos y servicios tradicionales.

Sin embargo, vale la pena reflexionar sobre las consecuencias del *low cost*, entre ellas destacan:

- La escasa inversión que este tipo de compañías realiza en investigación, desarrollo e innovación.
- El recorte de costes de cosas superfluas también considera el recorte de la mano de obra donde paso a una mayor precariedad laboral así como grandes diferencias salariales, entre los empleados de este tipo de empresas frente a los de las tradicionales. En este sentido, un informe de Comisiones Obreras apuntaba como las empresas que generan marcas propias (por lo general más caras) generan mejores condiciones sociales y económicas que las marcas de los distribuidores o blancas.
- Buena parte de los abusos y reclamaciones de consumidores registradas provienen de empresas dedicadas a *low cost*. Algunas compañías aéreas como Ryanair son buen ejemplo de ello.

En definitiva el concepto *low cost* no es un concepto cerrado ni mucho menos homogéneo. Varía según el cliente y varía según la administración que lo trate, pero que sin embargo esto nos lleva a una serie de interrogantes:

- ¿Cómo se puede establecer esa diferenciación entre qué es lo esencial del producto o servicio?

- ¿Dónde está el límite entre el mínimo deseable y el mínimo requerido?
- ¿Quién decide qué es imprescindible y qué no?
- ¿Cómo clasificar o categorizar a estos establecimientos hoteleros de *low cost*?

Posiblemente desde la perspectiva del turista, seguirá siendo un atractivo aquel que mantenga la fórmula que le permita disfrutar de su ocio a menor coste. Son interrogantes que quizás el tiempo dará la respuesta, pero que de momento afectan y dan un nuevo rostro a los múltiples que tiene la actividad turística.

Sin lugar a dudas es importante analizar con profundidad los pros y contras que trae consigo la nueva «filosofía de mercado» o un «nuevo concepto de negocio» que está en boga, ya que catedráticos de marketing como Josep-Fransesc Valls (2008) señala que detrás de muchos enunciados se esconden estrategias híbridas, encubiertas guerras de precios o simples promociones o descuentos.

Es quizá, innegable que a través del tiempo este fenómeno tome mayor peso en las decisiones de compra del consumidor, pues cabe recordar que todo comenzó como una estrategia comercial, que posteriormente adquirió la dimensión de concepto de negocio y que ha acabado por convertirse en un estilo de vida donde los consumidores asumen las desventajas que pudiera tener su compra con la finalidad de *ipagar siempre menos!*

Y ante este escenario, ¿qué decir del papel que juega la globalización?, la cual implica la ruptura de todos los límites posibles y el consumismo en exceso es ya una propia ideología, donde parece ser que las personas valen más por todo lo que compran, por como visten, por como viajan, que por la misma filosofía que se tuvo hace tiempo, es decir, lo que hacía a un hombre de bien eran sus buenos valores y creencias firmes.

Bibliografía

- Alderighi, M.; Cento, A.; Nijkamp, P. y Rietveld, P. (2004). The Entry of Low Cost Airlines. Tinbergen Institute Discussion Paper. TI 2004-074/3. Amsterdam: Tinbergen Institute.
- CIDTUR Centro de Información y Documentación Turísticas (2011). *Evolución y tendencias de la industria turística*, año 14, núm. 1, enero.
- Eurocontrol (2006). Eurocontrol Low Cost Carrier Market Update - May 2006, en *EUROCONTROL/STATFOR/Doc 195*, v1.0. Eurocontrol, European organization for the Safety of Air Navigation. 8 de junio.

- Egido Barbero, Blanca (2008). Bajo Coste ¿Sabemos lo qué es? ¿Por qué no des-
pega en hotelería?, en *Comunidad Hosteltur*, noviembre.
- García Castellón, Jordi (2010). Orden XXI, Jordy García Castellón.
- Mejía C., Carlos Alberto (s. f.). *La ventaja competitiva por costos*. Documentos
Planning.
- Meissner, Martina (2008). *Las líneas aéreas de bajo coste: Fundamentos teóri-
cos y estudio empírico sobre su impacto en el transporte aéreo y en la estruc-
tura del sector turístico en Europa*. Universidad de Málaga. Facultad de
Ciencias Económicas y Empresariales. Departamento de Economía y Admi-
nistración de Empresas Málaga.
- Olmos Juárez, Lourdes y Rafael García Cebrián (2011). *Estructura del mercado
turístico*. Madrid: Paraninfo.
- Organización Mundial del Turismo (2012). Panorama OMT del Turismo interna-
cional, Edición 2012.
- Ramos Ramos, Ignacio (2009). Una nueva era en los hábitos de consumo ¿Nos
estamos quedando sin ocio o ganando en calidad de vida?, en *MK
Marketing+Ventas*, núm. 248, julio/agosto.
- Rovira, Javier (2011). *Reset & Reload. Cambias o te cambian. Si los tiempos han
cambiado, ¿por qué sigue haciendo lo de siempre?* Madrid: Esic Editorial.
- Ryans, Adrian (2008). *Beating Low Cost Competition: How Premium Brands
can respond to Cut-Price Rivals*. Inglaterra: John Wilwey & Sons Ltd.
- SECTUR Secretaría de Turismo (2007). *Análisis estratégico de las líneas aéreas de
bajo costo en México (ABC)*.
- Università degli Studi di Sassari (2010). XXXIV Giornate latinoamericane di diritto
aeronautico e spaziale, Wolters Kluwer Italia, 2010 - 665 páginas, Il presente
volume racchiude le relazioni e gli interventi svolti durante le XXXIV Jorna-
das Latinoamericanas de Derecho Aeronáutico y Espacial, celebrate nell'Aula
Magna dell'Università degli Studi di Sassari dal 3 al 7 maggio 2010.
- Valls Giménez Francesc, Josep (2008). *Fenómeno low cost: El impacto en el fac-
tor precio*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- (2013). *Beyond the Low Cost Business: Rethinking the Business Model*.
Londres: Palgrave Macmillan.
- W. W., Rostow (1960). *The Stage of Economic Growth, A Non-Communist Mani-
fiesto*. Londres: Cambridge University Press.

Páginas web consultadas

- Canalis, Xavier (2012). El turismo en 2012: tendencias que marcarán el consu-

- mo, los consumidores serán más cautos, ahorradores y tecnológicos, en www.hosteltur.com/tag/tendencias
- Fano, Francisco Javier (2012). Director de desarrollo de negocio. Tendencias en turismo: negocios *low cost*, 13 de diciembre de 2012 por ideas mejora <http://www.mejoracompetitiva.es/2012/12/tendencias-en-turismo-negocios-lowcost/>
- GfK (2011). Cambio en los hábitos de consumo en periodo de crisis, en http://www.gfkemer.com/visor_pdf.php?pdf=cGRmL2NhbWJpb19lbl9sb3NfaGFiaXRvc19kZV9jb25zdW1vX2VuX3BlcmVZG9fZGVfY3Jpc2lzLnBkZg==
- IPK International on behalf of ITB Berlin (2012). ITB World Travel Trends Report 2011/2012 - The World's Leading Travel Trade Show, http://www.itb-kongress.de/media/itbk/itbk_media/itbk_pdf/WTTR_Report_komplett_web.pdf
- PWC PricewaterhouseCoopers (2008). La transformación del sector turístico, PricewaterhouseCoopers International Limited~ www.pwc.com.es
- Pujol Bengochea, Bruno (2008). Mucho más que una estrategia de precios. Bienvenidos a la sociedad *low cost*, *MK Marketing+Ventas*, núm. 241, diciembre, p. 20 http://portaldocomerciante.xunta.es/Archivos/ArchivosImpBiblioteca/bienvenidos_sociedad_low_cost.pdf
- Seguí Pons, Joana María y María Rosa Martínez Reynés (2010). Movilidad y sostenibilidad en el transporte aéreo: las compañías de bajo coste en los destinos turísticos de España y Baleares, en *Revista Transporte y Territorio*, núm. 2, Universidad de Buenos Aires, pp. 68-98. www.rtt.filo.uba.ar/RTT00205068.pdf

Desarrollo turístico en Puerto Vallarta y su impacto en el medio ambiente

Melchor Orozco Bravo
Angélica Beatriz Contreras Cueva
Nanzuyt Saray Valenzuela Avalos
Sergio Roberto Dávalos García

A manera de ilustración e información analítica iniciaremos con algunos párrafos citados en el Plan Municipal de Desarrollo de Puerto Vallarta, aprobado por el cabildo del H. Ayuntamiento 2004-2006, que a la letra dice: Uno de los propósitos de la política turística de la Administración Federal es el de «institucionalizar la elaboración de planes de desarrollo urbano-turístico y los de imagen arquitectónica que normen el crecimiento de los actuales centros turísticos y de los nuevos que se establezcan, precisando la compatibilidad de los usos del suelo y lograr proyectar una imagen arquitectónica distintiva».

Así como el plan comprendido 2010-2020 que marca en la misión lo siguiente: «Salvaguardar oportunidades de desarrollo una alta calidad de vida de los ciudadanos de Puerto Vallarta, quienes tienen un fuerte sentido de orgullo de comunidad, a través de un gobierno eficiente y eficaz, promoviendo la participación ciudadana un desarrollo municipal sustentable», y que en su visión expresa: «Puerto Vallarta es un municipio que abraza el cambio, mientras respeta la rica herencia del municipio; el cual se basa en un gobierno humano, fiscal y económicamente fuerte, con una economía diversificada y perdurable, que reconoce el derecho de todos los ciudadanos, respeta el medio ambiente y los encantos y atractivos que brinda, ofreciendo a los ciudadanos, seguridad, justicia, equidad y una forma de vida sana y activa, y a nuestros visitantes una experiencia única».

Por lo anterior, podemos manifestar que en Puerto Vallarta nos proponemos lograr un desarrollo turístico sustentado en el respeto de nuestras bellezas naturales y en el rescate del patrimonio cultural de esta región. En especial, porque en nuestro país se ha observado que los desarrollos turísticos costeros no planificados han generado perturbaciones significativas al medio ambiente; no solo en la franja del litoral sino también en sus zonas periféricas.

Es importante resaltar que la falta de control en el uso del suelo está provocando en muchos de nuestros destinos turísticos nacionales, incluido Puerto Va-

llarta, la excesiva urbanización de áreas de alto valor ecológico y paisajístico, afectando fuertemente el ecosistema y provocando la inevitable erosión del suelo. Un desarrollo turístico sustentable para Puerto Vallarta requiere, no solo la diversificación de nuestra oferta turística mediante el impulso del turismo ecológico, sino también el control del crecimiento de la mancha urbana, cuyos asentamientos irregulares se están expandiendo hacia las montañas, las cañadas y zonas de alto riesgo.

Hasta ahora las anteriores autoridades municipales han hecho muy poco por armonizar las actividades humanas con los ecosistemas para garantizar el aprovechamiento sostenido de nuestras riquezas ecológicas y paisajísticas de la región.

En este contexto uno de nuestros propósitos será recomendar la planificación del desarrollo urbano-turístico, con un enfoque integral que considere el desarrollo habitacional de baja densidad, la promoción de inversiones que fomenten o contribuyan a la preservación del entorno natural, así como la creación de una cultura ecológica que contemple el derecho a una mejor calidad de vida.

Como podremos ver a lo largo del tema, lo anterior, es pura utopía y demagogia de nuestros gobiernos municipales. Los cuales se han mantenido en la gran tarea de acabar con el medio ambiente, flora y fauna de nuestros bosques tropicales.

Desarrollo y crecimiento turístico desordenado del Puerto

Dentro del contexto de Puerto Vallarta nadie puede negar la importancia turística que tiene tanto a nivel nacional como internacional más, sin embargo, es innegable los desequilibrios económicos, ecológicos, sociodemográficos y físicos que suceden en la actualidad en la población vallartense, ya desde hace tres décadas aproximadamente se iniciaron cambios vertiginosos en el aspecto social y demográfico, en el cual el turismo ha venido jugando un papel importante, al tiempo que se han generado riquezas en todos los aspectos, así como grandes desarrollos turísticos y habitacionales claro esto último por medio de la especulación habitacional en la región.

Esto anterior se ve reflejado en las construcciones que hoy se vislumbran a lo largo y ancho de Puerto Vallarta y Nuevo Vallarta, en nuestro vecino estado de Nayarit, sin tomar en cuenta las observaciones que se han realizado al Plan de Desarrollo Urbano de Puerto Vallarta, localidad de nuestro interés.

Imagen 1. Panorámica de Puerto Vallarta, ejemplo del rompimiento de niveles de construcción en edificios



Aunado a estos cambios se empezó a modificar la estabilidad social y medio ambiental, trayendo consigo problemas de enfrentamientos sangrientos por esa guerra generada en contra del narcotráfico así como desequilibrios en el medio ambiente por la generación de grandes cantidades de basura, así como modificaciones en el entorno natural al llegar a la destrucción de las áreas verdes y destrucción de bosques hacía lo alto de la montaña.

A pesar de lo antes descrito el día 24 de mayo escuchando las noticias en la radio comentaban que actualmente el gobierno (desconozco el nivel) acaba de declarar que se está trabajando con las constructoras de vivienda para que se lleven a cabo desarrollos inmobiliarios para los municipios de Bahía de Banderas en Nayarit y Puerto Vallarta, en Jalisco [sic] *Noticiarios del País* (7:05, 24 de mayo de 2013).

Esto no quiere decir que estemos en contra de los avances y la modernidad de la ciudad y de la actividad turística, todo lo contrario se puede y se tiene que llevar a cabo por medio de una adecuada planeación a través de un buen Plan de Desarrollo Urbano, atendiendo las opiniones de investigadores, especialistas e instituciones.

Imagen 2. Invasión de construcción sobre la montaña, claro ejemplo de la destrucción del bosque



Imagen 3. Desaparición del parque Juárez, último parque de esparcimiento y recreación, para construir estacionamiento, «monumento al automóvil» con vista al mar



Ya que históricamente, el turismo en nuestro país siempre ha tenido una relevante importancia, porque ha jugado un papel fundamental en los cambios tales como: demográficos, organizacionales, económicos, ambientales. Cabe mencionar los cambios que se realizaron con la construcción de los estacionamientos públicos construidos en los parques Hidalgo, Lázaro Cárdenas, Benito Juárez (este parque era el único lugar que quedaba en el que la población lo utilizaba para el esparcimiento y recreación de sus hijos ya que contaba con juegos infantiles) y el parque El Pitillal. Así como la destrucción recientemente de casonas antiguas alrededor de la presidencia y del mismo hotel Molino de Agua, destruido para construir un espacioso y moderno edificio para uso habitacional y hotelero, como lo podemos observar ya concluido.

Cambios, crecimientos y desarrollos urbanísticos y ambientales en la zona

Como es sabido y reiterando que la principal actividad económica en Puerto Vallarta, es la turística, la cual precisamente nace por sus bellezas naturales que enmarcan el entorno de sus playas con la gran diversidad de arenas, de sus murallas verdes a lo largo de su bella y tradicional ciudad histórica rodeada de grandes desarrollos turísticos y el reciente gran *boom* de viviendas modernas.

Dentro del entorno turístico principalmente se centran el medio ambiente, su comunidad local, autoridades en sus tres niveles y las actividades de servicios turísticos; las cuales se definen así porque son las que se dedican a proveer servicios.

Hoy vemos cómo su gran desarrollo turístico y habitacional no se contienen en su espectacular crecimiento, desorganizado y sin planeación urbana, generalmente propiciado por las administraciones públicas, ávidas de querer vender el más hermoso rincón del puerto.

El Puerto Vallarta que conocimos hace aproximadamente treinta años; hoy al paso de los años se ha visto totalmente transformado, ya desde la época de Agustín Yáñez como gobernador, se tuvo el inicio de la destrucción y gran transformación de la región y el medio ambiente, con las proyecciones y planeaciones a futuro de la construcción de la Marina y el aeropuerto, aspectos naturales que con el paso del tiempo se vio destruido y casi desaparecido el manglar del estero El Salado, el cual hoy queda solo un pequeño reducto de espacio que alberga a las pocas especies animales y vegetales que quedan y tratan de sobrevivir al imperioso crecimiento desmedido y sin planeación de la localidad.

Consideraciones para el desarrollo ordenado de Puerto Vallarta

Todo lo anteriormente es salvable si atendemos las recomendaciones que actualmente existen, ya que en la Agenda 21 se establece que el turismo mexicano debe tener un marco de acción para el desarrollo sustentable y debe proponer estrategias y acciones en el corto, mediano y largo plazos para fortalecer la dinámica de los destinos turísticos, asegurar la sustentabilidad de dicha actividad, consolidar el bienestar humano, preservar el ambiente y la cultura, así como optimizar los beneficios económicos y sociales de las comunidades; sin embargo, nada de esto se cumple.

«Los diagnósticos de Agenda 21 para Puerto Vallarta indican que existen problemas como insuficiencia del equipo e instalaciones requeridas de acuerdo con la magnitud e incremento de los desechos que se manejan debido al crecimiento de la población local y flotante. Además señala que en este municipio no se cuenta con programas generalizados para la separación y el reciclaje de los desechos».

En los años recientes, Puerto Vallarta ha tenido un crecimiento acelerado, el sector que más contribuye a esta expansión de la mancha urbana es el de bienes raíces, ya que se construyen y ofertan diversos conjuntos, residencias y condominios. Las áreas urbanas en el municipio son limitadas, propiciando que el crecimiento se desarrolle hacia la zona montañosa y también hacia el vecino estado de Nayarit donde se dirigen las tendencias de crecimiento urbano.

Otros puntos a destacar, que se incluyen en los diagnósticos de la Agenda 21 son:

- Es alto el consumo de agua en hoteles, es decir, 601.5 litros/día/cuarto, lo que representa 10.8 millones de litros diarios.
- Los principales problemas del servicio de drenaje son: infiltración pluvial y carencia de redes en colonias irregulares de zonas altas.

Cabe resaltar que en época de lluvias es tan alto el volumen que rebasa la capacidad del drenaje pluvial, entonces el agua de lluvia se infiltra en el drenaje sanitario llegando a ser insuficiente. En cuanto a la conducción, es necesaria la reposición de la infraestructura en algunas colonias donde las fosas sépticas contaminan mantos freáticos. Además, la basura que la gente tira en calles, barrancas y drenajes causa azolvamiento:

- Los residentes califican el estado de conservación de los atractivos como regular, ya que se observa erosión en las playas en general, las públicas se en-

cuentran sucias, carecen de servicios y accesos adecuados; en el malecón y en la zona centro existe saturación vehicular, excesiva circulación de autobuses en mal estado, proliferan ambulantes y bares de baja calidad; hay problemas de grafiti en toda la ciudad, incluso en el Aeropuerto.

- Las playas presentan un grave problema por sus malas condiciones de limpieza de basura, principalmente en Boca de Tomatlán, Boca de Tomates y Boca Negra, aunque es sabido por todos que la bahía enfrente del Puerto está totalmente contaminada.

Es insuficiente el sistema de recolección de basura y por otra parte, la población tira basura en cuerpos de agua, ríos y barrancas, esa basura llega a las playas y al mar; algunos actores consideran que el proyecto de «playas limpias» no ha logrado los resultados esperados, a pesar de los esfuerzos de la población, grupos sociales y la misma Universidad, ya que organizan programas para realizar limpieza en las playas y lugares públicos:

- Se cuenta con Programa de Ordenamiento Ecológico a nivel estatal; sin embargo, es de difícil interpretación y aplicación a nivel de municipio.
- El inventario habitacional del municipio de Puerto Vallarta revela que 2.3% de la población tiene una vivienda en condiciones precarias; estas viviendas se ubican principalmente en asentamientos irregulares, y de alta peligrosidad ambiental.
- El consumo de energía eléctrica, reportado por la Comisión Federal de Electricidad, asciende a 841 millones de kW/h/año, resultando un índice per cápita de 1,641 kW/hab/año, lo que según los diagnósticos merece atención prioritaria.

Estos son algunos puntos que nos muestran lados positivos y negativos, del entorno, y que se tienen que tomar en cuenta para minimizar los problemas y mejorar la atención social y urbana.

Algunos escenarios de organización territorial y urbanización

Los rápidos cambios que se han observado en Puerto Vallarta en las últimas décadas han representado una drástica transformación de la organización territorial en la que se pueden distinguir los siguientes cambios:

- El proceso de urbanización desde el antiguo Centro de Puerto Vallarta avanza rápidamente integrando las comunidades que se encontraban en su área de influencia y tiene todos los signos de que continuará hasta abarcar todas las áreas habitables en la parte de la bahía que corresponden al municipio de Puerto Vallarta.
- La apertura de nuevas vías de acceso a la cabecera municipal está propiciando la consolidación de corredores urbanos a lo largo de dichas vías de acceso destacándose los corredores sur —en la salida a Manzanillo— y nororiental —en la salida hacia Las Palmas y Mascota—, sin tomar en cuenta el proyecto ya puesto a consideración en la Internet por la Semarnat del macrolibramiento, obra que ya está en construcción, obra que es buena en su práctica, pero que le falta regulación a la tierra para evitar el gran crecimiento y construcción de viviendas a lo largo del corredor.
- El centro tradicional de Puerto Vallarta sigue siendo el punto distintivo para la mercadotecnia territorial, pero enfrenta dificultades para seguir siendo el único pilar de la promoción turística en los mercados nacionales e internacionales a la vez que la consolidación de una zona urbana de mayor envergadura

Imagen 4. Modernización de la ciudad por crecimiento urbano y nuevas necesidades habitacionales



abre posibilidades de crear nichos territoriales con identidad comercializable en ciertos segmentos de mercado turístico.

Claramente el desarrollo urbano y el crecimiento de la población flotante y residente en el municipio requieren de una nueva forma de organización territorial. Puerto Vallarta tiene actualmente tres alternativas o modelos para la organización socioterritorial que son:

a) *El modelo sistema interno de ciudades*. Este es el modelo tradicional con el que se ha organizado la administración pública municipal y la distribución de la población, los servicios y las actividades en el municipio. Esto se opera mediante un sistema de gobierno que tiene la sede del Ayuntamiento en el centro tradicional y un sistema de delegaciones y agencias en las comunidades aledañas que tenían fronteras o áreas de influencia más o menos distinguibles a simple vista y habían servido para la formación de comunidades en el sentido social del término. Esta modalidad de organización ha sido rebasada por la dinámica urbana y económica del municipio pues la urbanización ha borrado las fronteras y límites entre comunidades dando lugar a una sola área urbana con corredores de baja densidad que se extiende desde Boca de Tomatlán hasta Ixtapa.

Imagen 5. Construcción de nuevas vialidades, con acceso a nuevas colonias de residentes flotantes y hijos



b) *El modelo de ciudad dual*. Debido a que el turismo es la principal actividad económica de Puerto Vallarta, el proceso de ocupación del territorio está forjando, en forma paulatina pero sostenida, una estructura urbana dual en la que se pueden distinguir claramente las diferencias entre el corredor turístico costero que va de Boca de Tomatlán al Aeropuerto Internacional y el resto de la ciudad y del municipio.

Este modelo que se configuró desde los inicios de Puerto Vallarta como sitio turístico de relevancia gira en torno a la explotación de mar, la playa y la identidad de «pueblo tradicional» del centro de la ciudad como los principales atractivos turísticos. Esa tendencia se ha reforzado recientemente asociada al dinamismo del sector inmobiliario provocado por la demanda de segundas residencias y propiedades en condominio la cual se ha atendido con la autorización de construcción de torres en lotes costeros y con vistas privilegiadas al mar pero que no responden a los planteamientos de ordenamiento territorial sustentable.

Este es un modelo de organización territorial que en el mediano y largo plazos puede tener consecuencias negativas para el bienestar social de la población y puede inclusive poner en crisis al destino turístico como tal. Sin una correcta intervención pública, el modelo de ciudad dual puede generar varios problemas

Imagen 6. Vista de playa totalmente saturada, ejemplo de un destino maduro, urgente de nueva planeación urbana



como son el agotamiento de los atractivos en los que se basa por problemas de sobreexplotación y congestión de la demanda, el encarecimiento de la infraestructura y el equipamiento, y la agudización de la desigualdad social.

c) *El modelo de microrregiones urbanas y rurales*. En este modelo las microrregiones son definidas como espacios socioambientales propicios para la formación de redes sociales y para la provisión de bienes y servicios. Con una apropiada combinación de acciones y decisiones públicas y privadas en estos espacios pueden dar lugar a la formación de identidades socioterritoriales que sirvan como referencia para los habitantes de Puerto Vallarta como ciudad en expansión.

Por otra parte, las microrregiones pueden llegar a funcionar como espacios alternativos para el turismo nacional e internacional basados en la formación de aglomeraciones de servicios y en el desarrollo de imágenes urbanas atractivas para ciertos nichos de mercado que buscan la diversidad cultural, las identidades locales y los espacios urbanos alternativos como espacio para la recreación y el entretenimiento.

En materia de urbanización es posible plantear dos grandes escenarios:

Escenario tendencial. El rápido crecimiento de la población, la falta de control del mercado del suelo, las deficiencias administrativas que se han acumulado en las oficinas de planeación, catastro y obras públicas, así como la acción especuladora de promotores inmobiliarios plantean un escenario tendencial muy probable de crecimiento urbano desorganizado, sin la infraestructura adecuada y con una gran cantidad de población expuesta a peligros naturales.

Este es también un escenario donde se pueden esperar cada vez más conflictos entre vecinos y entre grupos de interés, así como conflictos entre actores privados y el gobierno municipal en torno a la gobernabilidad de la ciudad y la creación de condiciones de vida favorables.

En este escenario es válido esperar que se gesticone un proceso de conurbación sin control y la ocupación de los predios rústicos que aún quedan a lo largo de los ríos Ameca y Mascota, lo que contribuirá a incrementar la cantidad de población viviendo en zonas inundables y el potencial de un desastre mayor. En este escenario, la zona urbana sigue creciendo y absorbiendo comunidades vecinas e incluso comunidades como Las Palmas empiezan a registrar tendencias de expansión desorganizada.

En la siguiente imagen realizada por el INEGI (2005) presentada en UNAM Semarnat (2007), podemos observar como los municipios han ido creciendo y transformándose de pequeñas zonas rurales a zonas metropolitanas, y como se

**Imagen 7. Crecimiento de parque vehicular,
lo que hace necesario la creación de nuevas vías para liberar tráfico vehicular**



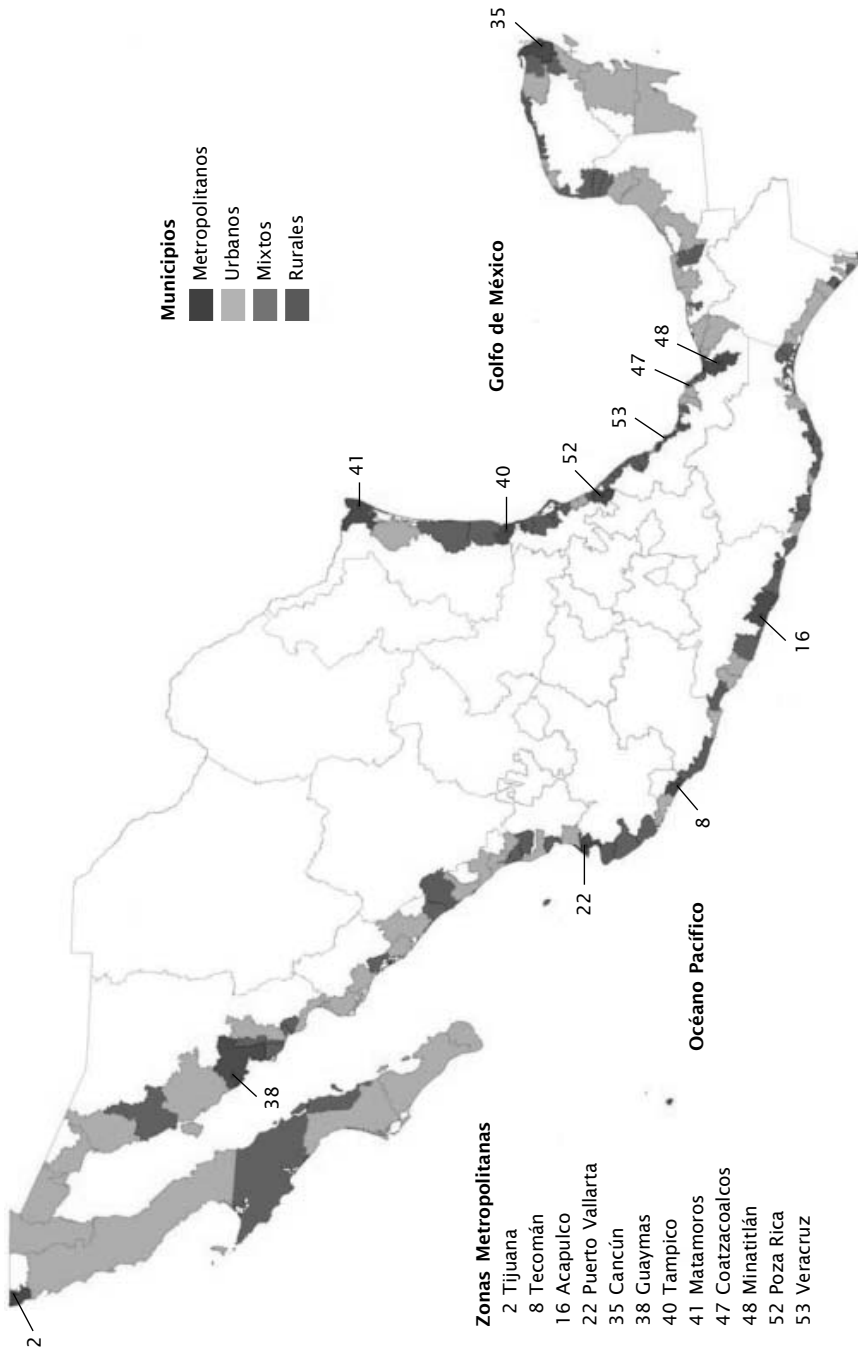
puede constatar ya desde el 2005, Puerto Vallarta ha pasado a formar parte de estas zonas. Lo que nos muestra la verdad sobre las afirmaciones del deterioro del medio ambiente por el crecimiento desmedido y no planeado (véase Mapa 1).

Escenario de desarrollo urbano planificado. Este es un escenario en el que el gobierno municipal asume su papel de director del desarrollo urbano y establece con el consenso de los involucrados planes de desarrollo urbano de centro de población capaces de controlar el crecimiento desordenado de la ciudad.

En este escenario, las direcciones del gobierno municipal trabajan en forma coordinada para tomar decisiones dirigidas a evitar que la población se siga asentando sin control en zonas inundables y que los particulares sigan con las prácticas actuales de transferir los problemas a los vecinos o a la población en general y sin querer cooperar en proyectos de desarrollo urbano integrales que hacen frente a los costos de transformación del paisaje y presentan propuestas de urbanización con un enfoque de sustentabilidad y respetuosas del entorno ambiental.

En este escenario, es posible el establecimiento de barreras verdes al proceso de conurbación y la creación de parques y espacios abiertos que funcionen como amortiguadores de los impactos del desarrollo urbano y de posibles inundaciones.

Figura 1. Clasificación de municipios costeros 2005



Fuente: Información actualizada con datos del II Censo de Conteo Nacional 2005. Base Cartográfica del Marco Geoestadístico Municipal 2005 (MGM2005), INEGI. Y con base en la elaboración de: Clemencia Santos C. / Lizbeth Guarneros A., Instituto de Geografía, UNAM.

Imagen 8. Debido a nuevas construcciones se generan conflictos de cambios de uso de suelo



En este escenario, también se presentan innumerables conflictos en torno al uso del suelo pero el gobierno insiste en el uso de criterios objetivos para dirimir diferencias entre particulares y entre estos y el gobierno.

Dadas las presiones existentes para cambiar el uso del suelo que emanan del crecimiento económico y demográfico del municipio y el interés que existe por conciliar dicho crecimiento con otros objetivos de protección ambiental, ordenamiento de los asentamientos y en general proteger el interés colectivo de mantener a Puerto Vallarta como un destino turístico competitivo y como un lugar en el que es posible vivir bien, el gobierno municipal se verá obligado a operar diversos instrumentos de política que se reflejen en un desarrollo urbano más acorde a los principios del desarrollo sustentable y den como resultado espacios urbanos con menor desigualdad social.

Algunos de los instrumentos que se pueden usar con ese fin son la combinación de una política de zonificación con instrumentos que permitan procesos de negociación transparentes y participativos para la aprobación de cambios de uso de suelo que sean consistentes con un modelo de desarrollo urbano sustentable; la identificación de sitios con potencial para la creación de núcleos urbanos con

capacidad de albergar actividades de base exportadora o con potencial de convertirse en espacios centrales para la interacción sociourbana.

Asimismo, será necesario identificar y proteger sitios valiosos por sus características naturales o de imagen urbana y mantener un sistema de información territorial que comprenda un inventario actualizado sobre irregularidad de la tenencia de la tierra, irregularidades en el uso del suelo y condiciones generales para la urbanización.

A nivel más amplio, Puerto Vallarta debe participar en los planes de conurbación y cabildear para obtener inversión en infraestructura ya que ambos elementos serán importantes en el mediano plazo.

La inversión según opinión de la SECTUR del gobierno federal (2009), es uno de los principales aspectos que marcarán las pautas de los diversos escenarios en los que se desarrollará el municipio de acuerdo con datos de la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC), de aquí al año 2025 se destinarán alrededor de 10,311'000,000.00 para dotar de infraestructura básica a diversos proyectos turísticos, entre los cuales se encuentra Puerto Vallarta.

En lo que respecta a Puerto Vallarta, estas inversiones beneficiarán al libramiento Compostela-Las Varas-Puerto Vallarta lo cual apoyará las tendencias de crecimiento turístico y accesos de la región, considerando que la red de carreteras y caminos del país está integrada por 356 mil kilómetros, en los que circulan cerca de tres mil millones de pasajeros al año; del total de la red, casi 45 mil kilómetros son libres y más de 71 mil kilómetros son carreteras alimentadoras.

Asimismo, se espera que el Plan de Conurbación Bahía de Banderas (Jalisco-Nayarit) atraiga 2,630 millones de dólares para los involucrados: el Corredor Turístico Puerto Vallarta-Bahía de Banderas-Compostela-San Blas.

Dicho plan está concebido para fomentar los segmentos de golf, naturaleza, cultura, náutica e inmobiliario, estará dotado con los mejores servicios y vías de comunicación de tal modo que se prevé su consolidación, en los años por venir, como un destino moderno y altamente competitivo en el Pacífico mexicano. Para el 2025 en la conurbación Puerto Vallarta-Bahía de Banderas, se prevé inversión en infraestructura; inversión turística privada; 53 mil cuartos de hoteles; cerca de un mil posiciones de atraque; atraerá a más de seis millones de turistas anuales, entre nacionales y extranjeros y captará más de 4,000 millones de dólares anuales.

El plan de conurbación Puerto Vallarta-Bahía de Banderas representa un gran desafío para Puerto Vallarta ya que enfrentará el reto de ofrecer al turismo iguales o mayores beneficios que Bahía de Banderas, considerando que este último contará con infraestructura de más reciente creación. En este plan de conurbación,

Bahía de Banderas aprovechará la infraestructura de Puerto Vallarta y la que le brinda en sí el estado de Nayarit: el Aeropuerto Internacional de Puerto Vallarta; el Aeropuerto Nacional de Tepic; el muelle de cruceros de Puerto Vallarta y la carretera federal número 200.

Recordando al alcalde Javier Bravo Carbajal decía que «el municipio de Puerto Vallarta no permitirá que el crecimiento urbano se haga de manera anárquica y afecte su riqueza natural, luego del derrumbe de tres departamentos en la ladera del cerro de la calle Hortensia, en la zona residencial de Conchas Chinas, a pesar de ello podemos observar que se siguen construyendo edificios habitaciones de gran tamaño y peligrosidad por lo sinuoso de la montaña».

Opinión que el Alcalde diera en conferencia de prensa, emitida para *La Jornada Jalisco* (2007), para dar a conocer su programa de gobierno 2007-2009, el primer edil señaló que este accidente, ocurrido, debe tomarse como un aviso de los riesgos que podrían suceder si no se respeta el ordenamiento urbano.

«Nos interesa que podamos proteger nuestra montaña, nuestros ríos, nuestras playas; vamos a arrancar un ambicioso proyecto, aspiramos a tener un destino certificado en materia ambiental, que podamos ser respetuosos de lo que es el medio ambiente», dijo, pero y los resultados después de su gobierno dónde están.

Imagen 9. Invasión de la montaña para edificar «sembrar casas», modernidad urbana, lo que genera cambio de mundo rural a mundo urbano



Imagen 10. Devastación de árboles y palmeras, contaminación y erosión de tierra

Precisó que en lo futuro «el municipio trabajará en forma conjunta con la comunidad científica y de investigadores en la planeación del uso territorial y la elaboración de un atlas de riesgo».

Pero a pesar de estas declaraciones tenemos información emitida por el Centro Universitario de la Costa a través de sus investigadores en la *Gaceta* (marzo 2007), lo siguiente: en la administración del Ayuntamiento de Puerto Vallarta, durante diciembre de 2006 fueron entregadas más de 3 mil 500 licencias de construcción. Además, indicó Jorge Ignacio Chavoya Gama, que existieron irregularidades en las licencias de construcción de algunos condominios, entre ellas indecisiones sobre el tipo de permisos. Ejemplo, señalar si serían hoteles, condominios o condohoteles. Al respecto, por lo menos 12 torres están implicadas en este tema. Los usos de suelo de los condominios fueron modificados de manera dudosa.

Esto implicó serios riesgos. Asimismo, desde el punto de vista urbanístico, en Puerto Vallarta cambió drásticamente la imagen que se tenía de una ciudad meramente horizontal. Ahora hay edificios de más de 25 pisos, afirmó Chavoya Gama. A la fecha existen cuatro construcciones verticales en el borde costero y cinco en la zona de montaña, algunos edificios ya concluidos.

Imagen 11. Construcciones de edificios de uso mixto en zonas de alto riesgo como el río Pitillal



Otros nueve están en proceso de construcción en la zona hotelera, específicamente en la franja litoral al borde de la costa. Todos con más de 25 pisos. Este panorama lo podemos comparar con los edificios ubicados en la avenida Patria y Acueducto, en Zapopan. Los desarrolladores buscan convertir estos condominios en condohoteles, construcciones que no generan los beneficios económicos de un hotel.

Además en opinión del Dr. Javier Orozco Alvarado en la misma nota menciona: que las violaciones a la legislación urbana ahora buscan ser legitimadas con un nuevo Proyecto de Plan de Desarrollo Urbano de Centro de Población que no

fue suficientemente discutido ni sometido al escrutinio de los diferentes sectores sociales para su aprobación. El proyecto propone legitimar los cambios de uso de suelo de turístico hotelero a turístico mixto. Esto daría oportunidad a abrir más posibilidades para que continúe la construcción de condominios.

Lo ideal es que Puerto Vallarta siga siendo un lugar bello por su naturaleza, por la amabilidad de su gente, por su clima, por su entorno natural. Los errores cometidos ya no se podrán remediar lo que sí se puede hacer es cuidar lo que nos resta, tener una mejor planeación, de otra manera el exitoso destino turístico se nos irá de las manos. De nosotros depende que estas acciones se conviertan en una realidad basada en la planeación ordenada.

Como lo marca en su trabajo Elina Hermane (2005) en opinión de Zamorano (2002), que «es indispensable reflexionar sobre el conocimiento que tiene el ser humano sobre la naturaleza y sobre su propia vida. En este momento es la única forma como se puede hacer algo para proteger y salvar lo que todavía se tiene del medio ambiente». Continúa diciendo que «es necesario que las personas conozcan y comprendan los efectos de sus acciones para después encontrar alternativas que les permitan frenar el deterioro y la contaminación y sus causas».

Imagen 12. Construcción avalando el cambio de uso de suelo de turístico hotelero a turístico mixto, bajo un plan de desarrollo urbano parcial sin aprobar por la parte social



Imagen 13. Ejemplo del incremento de peso vehicular sobre el puente Ameca, que se vino abajo por sus años y poca atención de mantenimiento



Conclusiones

Como podemos observar a lo largo de esta exposición nos damos cuenta del gran problema en el que estamos insertos tanto autoridades municipales, pobladores como empresarios, se tiene que pensar en buscar alternativas para disminuir el proceso de crecimiento y desarrollo de forma desordenada, se tiene que volver la atención a estudiosos del medio ambiente, a especialista en la actividad turística, a investigadores de las instituciones educativas que nos apoyen a analizar el plan de desarrollo urbano así como buscar soluciones a la gran devastación que actualmente se lleva a cabo por parte de los inversionistas, todo esto auspiciado por nuestras autoridades municipales.

Esto nos lleva a la conclusión de la gran dependencia que tenemos del poder capitalista de su desmedida ambición de desarrollo y construcción sin importarle otra cosa que no sea el «hambre» económico.

Bibliografía

Aceves Velázquez, Wendy (2007). Mar, Arena y Concreto, en *Gaceta*, marzo de 2007. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

- Ayuntamiento Municipal de Puerto Vallarta (2003). Documento Básico Plan de Desarrollo Urbano de Puerto Vallarta. Puerto Vallarta, Jalisco marzo de 2003.
- (2004). Plan Municipal de Desarrollo, trienio 2004-2006. Puerto Vallarta, Jalisco.
- (2010). Plan Municipal de Desarrollo 2030, Gaceta Municipal, año 1, núm. 5, junio. Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- (2011). Plan Parcial de Desarrollo Urbano del Río Ameca 2011, *Gaceta Municipal*, tomo I, año 2, núm. 11, sección 1, extraordinaria. Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- *et al.* (2011). Agenda para la Conservación Montaña de Puerto Vallarta, Plan de Acción 2011. Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- (2012). Plan Parcial de Desarrollo Urbano «Distrito Urbano 9», *Gaceta Municipal*, año 3, núm. 8, sección 4, extraordinaria, septiembre. Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- (2012). Plan de Desarrollo Municipal de Puerto Vallarta 2012-2015. Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Gómez Nieves, Salvador (2005). El desarrollo turístico imaginable. Ensayo sobre un destino mexicano de litoral. Universidad de Guadalajara.
- Hernane, Elina (2005). La conciencia ambiental en los espacios recreativos naturales. Estudio de caso: El Valle del Columpio I, La Marquesa, en Palafox Muñoz, Alejandro (coord.), *Turismo. Teoría y Praxis*. México: Plaza y Valdés Editores.
- La Jornada Jalisco* (2007, viernes 20 de abril). Sociedad, Guadalajara, Jalisco.
- Murillo Flores, Francisco Javier y Pablo Rafael Chávez Hernández (2009). *Ordenamiento ecológico e impacto ambiental*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, CUCEA.
- Pérez Villordo, Marina (2010, 4 de marzo). En Noticiaspv.com periodismo al instante, la verdad por internet, «Recuerdan aniversario del Parque Hidalgo convertido en estacionamiento», en <http://www.noticiaspv.com/archivo/73021>, recuperado en julio de 2010.
- SECTUR Secretaría de Turismo, SEMARNAT Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (2002). Agenda 21 para el turismo mexicano. Un marco de acción para el desarrollo sustentable de la actividad turística. Programa Nacional de Turismo 2001-2006, México.
- UNAM, Instituto de Geografía; SEMARNAT, Instituto Nacional de Ecología (2007). Informe Técnico del Proyecto «Análisis del crecimiento urbano e impacto en

el ambiente biofísico del área conurbada de la ciudad de Veracruz: El caso del municipio de Boca del Río». México.

Página Web

<http://www.lajornadajalisco.com.mx/2010/09/01/index.php?section=politica&article>, consultado el 1 de septiembre.

SECTUR Secretaría de Turismo. Recuperado en julio de 2010, disponible en www.sectur.gob.mx

Estrategia para impulsar el desarrollo rural sustentable en la región de los humedales de Las Haciendas, municipio de Santiago Ixcuintla, Nayarit

Eusebio Rodríguez Hernández
José Benito García Carmona

El contacto con las comunidades de la región de Humedales del municipio de Santiago Ixcuintla, denominada región de Las Haciendas, se inicia con la apertura de dar seguimiento a sus demandas con las diferentes dependencias e instituciones de gobierno en sus tres niveles de gestión, lo que llevo a la conformación de un grupo multidisciplinario de competencia civil para obtener una mejor percepción de la problemática comunitaria dada; así se realizaron los diagnósticos preliminares. Información básica que estructura el diagnóstico evaluador de la actuación sustentable regional, considerando los aspectos económicos, sociales y ambientales que impactan los indicadores en materia de salud, educación, producción agropecuaria, entre otros.

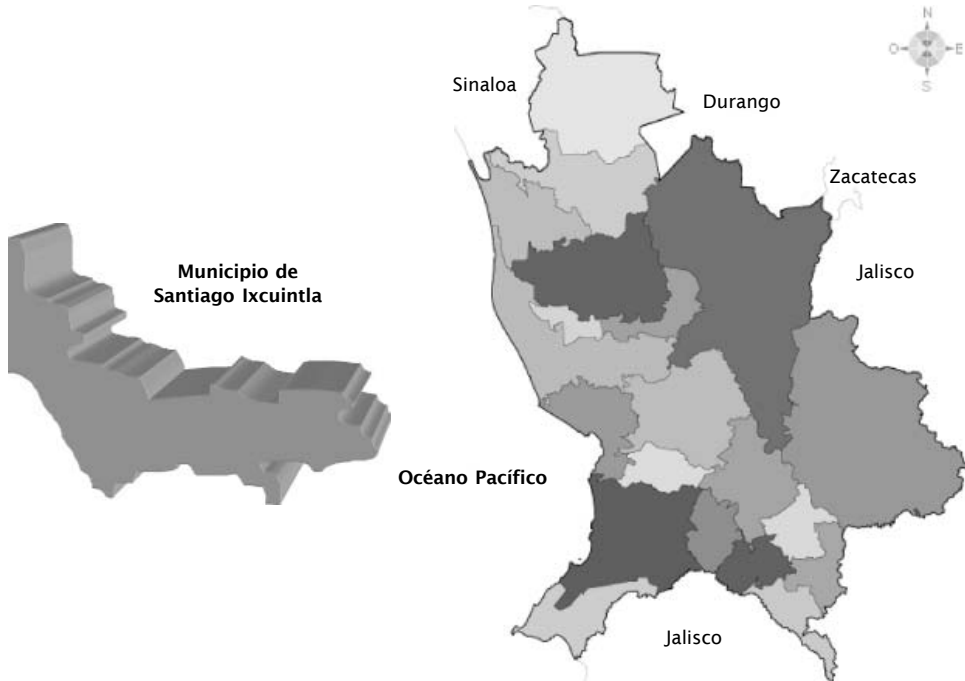
Antecedentes históricos y territoriales del municipio de Santiago Ixcuintla y la región de Las Haciendas

Las anotaciones siguientes sobre el antecedente histórico y territorial del municipio de Santiago Ixcuintla, en el estado de Nayarit, nos trasladan a entender inicialmente el concepto de «región», el cual se hace a partir de la experiencia histórica de la región de Centro Occidente de México, entre 1630 al año 2000. Varias de ellas son reflexiones a *posteriori*, cuando lo escrito es pensado con mayor distancia y las lecturas consultadas, evaluadas con mayor libertad. Por lo tanto, se enmarcan en el deseo de contribuir modestamente, desde la óptica de la «Historia de los Annales y la Sociología Política» de Fernand Braudel (1995) y las perspectivas teóricas de Marx y del marxismo, metodología «Materialismo Dialéctico», de la problematización sociohistórica de América Latina y la profundización de ciertos desarrollos actuales como la Globalización, comprendiendo el sentido y el significado presente de la larga duración, de la historia económica y del consumo,

de lo local y lo global. Así mismo se conjugan los aspectos teóricos de Bernard Lepetit de «Historia y Espacio» para investigar la historia regional y urbana, fundamentos de historia y las ciencias sociales. El plantear «el objeto» de la historia, la dialéctica de la duración, en exposición explicativa de lo social y colocar al mismo tiempo, uno en relación con la otra, el tiempo, la sociedad, en oposición de exterioridad, sincronía y diacronía.

Partiendo así del señalamiento del cuerpo teórico, que da sustento al paradigma de la historia social, que sustenta la teoría de la planeación de la acción pública, como la más clara manifestación del proceso de toma de decisiones, han asignado un alto grado de dificultad en su definición en términos no solo de la complejidad inherente a la vida humana en sociedad. El elegir una escala temporal de análisis es proceder no solamente a una selección de las cuestiones pertinentes (los comportamientos biológicos, los sistemas productivos, los dispositivos. Tal o cual escala analítica es contar cada vez de manera diferente, la misma historia. Pero adoptar disposiciones de creencia, responden de esta manera con las dificultades geográficas y los equipos pesados de los establecimientos humanos, a los estudios de larga duración), y de los elementos que tienen sentido, es también

Figura 1. Localización geográfica del municipio de Santiago Ixcuintla, Nayarit



re arreglar, en referencia a la dimensión cronológica privilegiada el conjunto de las temporalidades históricas. El análisis histórico de forma holista asigna validez a las políticas en términos de su orientación social, de esta forma se parte del estudio histórico del devenir de la gran llanura costera, marismas nacionales y el municipio de Santiago Ixcuintla con énfasis en la región denominada de Las Haciendas en el estado de Nayarit.

Es común observar que la noción de «región» en los estudios historiográficos ha estado reducida a las entidades administrativas o a los espacios geográficos, lo que no garantiza un estudio englobante de las complicadas relaciones entre actores, intereses y procesos en el espacio regional ni las de éstas con realidades mayores, como el Estado y la Nación en este caso la Nación mexicana.

Santiago Ixcuintla se localiza en la zona norte del estado de Nayarit dentro de las coordenadas extremas del paralelo 21° 37' al 22° 16' de latitud norte y en el meridiano 104° 53' al 105° 39' de longitud oeste. Limita al norte con los municipios de Tecuala, Rosamorada, Ruiz y Tuxpan; al sur con San Blas; al oriente con los municipios de Tepic y El Nayar; y, al poniente con el océano Pacífico.

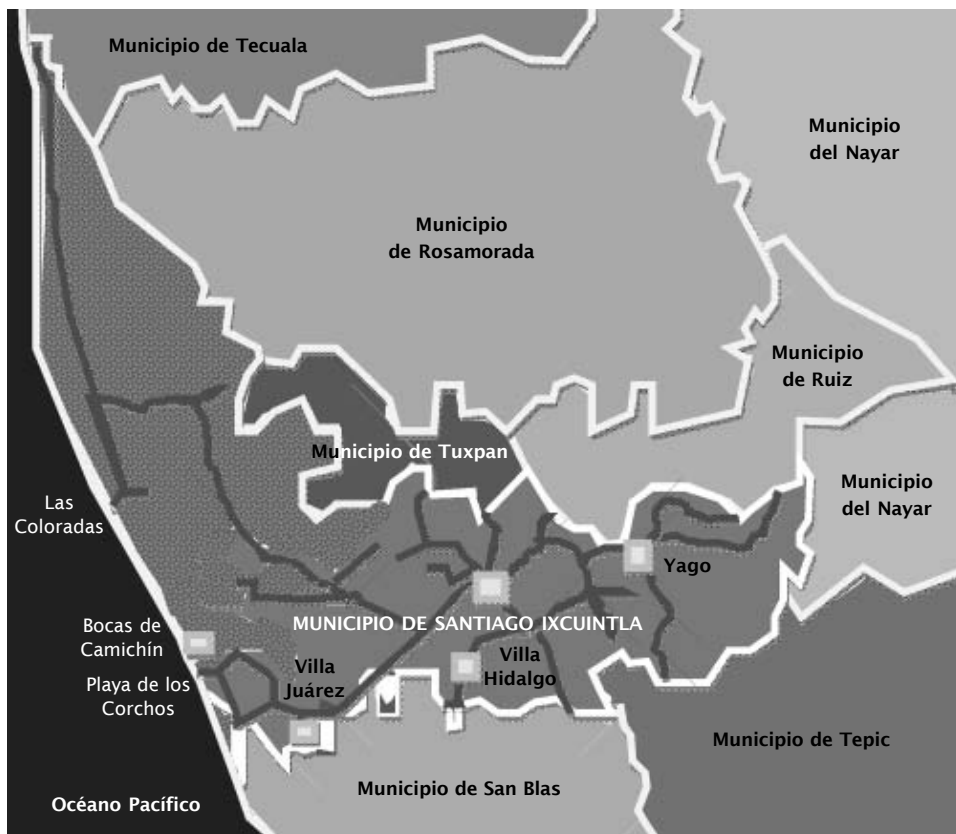
Objetivo general del estudio

Contar con un Diagnóstico Socioeconómico y Ambiental Participativo Comunitario de la región denominada de «Las Haciendas», en la región Pacífico norte del municipio de Santiago Ixcuintla, en el estado de Nayarit, que permita contar con la información pertinente y actualizada, que ayude a fundamentar las líneas o proyectos tanto de investigación científica como de inversión, que accedan al crecimiento y desarrollo social de las comunidades de Palmar de Cautla, El Famoso, Puerta de Palapares, Santa Cruz, San Andrés, Cañada Grande, Mayorquín, La Higuera y Rancho Nuevo, que permitan redimensionar el desarrollo regional de Las Haciendas, para abatir la pobreza extrema y la marginación socioeconómica de la población rural, mediante el impulso de la conservación y la restauración ambiental de los Humedales, del municipio de Santiago Ixcuintla, Nayarit.

Nayarit en el contexto de las macro-regiones

En el contexto de la macro-región del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Nayarit está ubicado en el corredor de transporte y comercial conocido

Figura 2. Región de Las Haciendas y sus colindancias



como CANAMEX, que comprende desde la Ciudad de México, hasta Anchorage, en Alaska, incluyendo al conjunto de las regiones del Oeste de Estados Unidos, Canadá y, desde luego México. Hasta ahora, hemos sido básicamente corredor de paso obligado, por la propia ausencia de desarrollo, a mayor escala, de la economía estatal, lo que se refleja en la ausencia de proyectos regionales de mayor impacto social y territorial.

La otra gran macro-región es la Cuenca del Pacífico (APEC, por sus siglas en inglés) que comprende los países de América del Sur, América del Norte y los países asiáticos, del otro lado del océano Pacífico.

En este caso, y no obstante la vocación histórica de Nayarit, del comercio ultramarino a través del Puerto de San Blas, que hasta el siglo XIX mantuvo una

importante relación comercial con Filipinas y China además del transporte marítimo de cabotaje que se realizó también por parte de Nayarit hasta las primeras décadas del siglo XX, la inhabilitación de este puerto por razones naturales, por el ascenso de otros puertos del Pacífico mexicano y la reestructuración regional de México, significó un retroceso teniendo en cuenta la ventaja de la ubicación geográfica de Nayarit, a través de su histórico y emblemático puerto, conocido a escala regional, nacional e internacional.

Ejes teóricos de la propuesta

En el presente apartado se describirán algunos conceptos claves que influyeron en el desarrollo del presente estudio. Estos ejes teóricos son: Desarrollo, Desarrollo Regional, Región y Sustentabilidad.

Desarrollo

Crecimiento o aumento en el orden físico, biológico, intelectual o moral de un individuo hasta alcanzar una plenitud aceptada. Crecimiento económico, social, cultural, estructural o político de una comunidad humana y dentro de una comunidad humana. Proceso multidimensional que envuelve cambios de estructuras sociales, actitudes de la población y de las instituciones nacionales, aceleración del crecimiento económico, reducción de la desigualdad y la erradicación de la pobreza.

Desarrollo regional

Proceso localizado de cambio social permanente que tiene como finalidad última el progreso de un territorio, de la comunidad regional y de cada persona que la integra.

Región

Las regiones deben ser pensadas como «sistemas abiertos en constante proceso de definición», en donde las estrategias, el interés y la identidad regional no deben ser ni la expresión de factores causales deterministas, ni la expresión de deseos, intereses y estrategias de aquellos observadores, sino que esta debe surgir y ser propiedad de los actores de la misma, en un marco en el cual la definición del «interés regional» debe ser entendida como un «proceso político complejo» (Keating, 1998).

Sustentabilidad

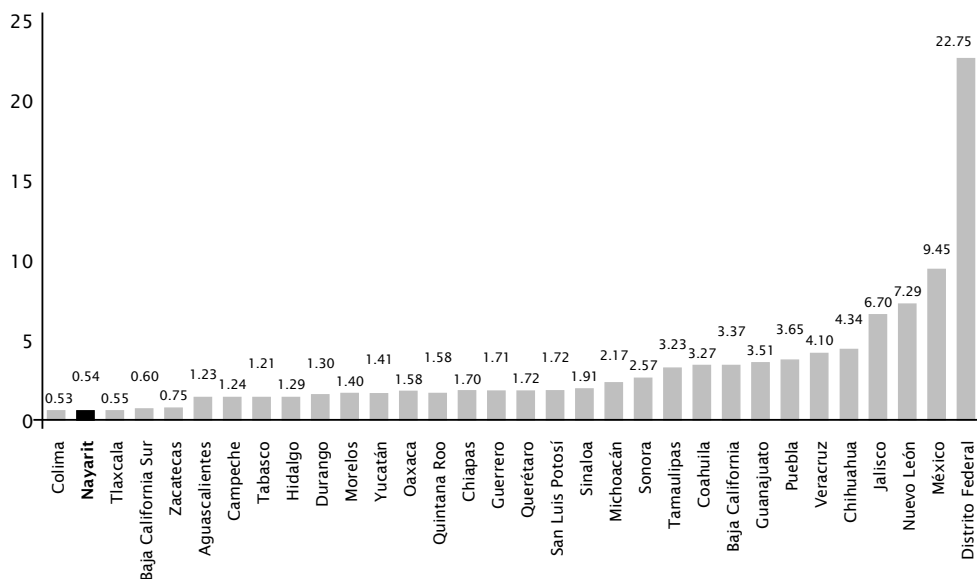
Implica que el valor de un sistema (de alguno de sus productos) es No Decreciente en el tiempo (al menos en el largo plazo). La función de valoración implícita es la calidad de vida de los seres humanos y la calidad del ambiente de la cual ésta depende.

Problemática del desarrollo, potencialidades y retos para Nayarit y sus regiones de acuerdo al Plan Estatal de Desarrollo 2005-2011

A partir del diagnóstico elaborado, para lo cual se utilizaron alrededor de 250 indicadores de tipos geográfico-ambientales, económicos y sociales, se obtuvieron diez problemas centrales, presentados resumidamente a continuación:

1. Estancamiento económico y escasas oportunidades de desarrollo.
2. Ausencia de sectores o ramas productivas articuladoras del desarrollo.

Figura 3. Participación estatal en el Producto Interno Bruto (PIB)



Fuente: INEGI, 2003. Sistema de Cuentas Nacionales de México, Producto Interno Bruto por Entidad Federativa.

Nota: En el año 2003, la aportación de Nayarit al PIB Nacional cayó al penúltimo lugar, con el 0.54%. Colima casi con el mismo porcentaje, tiene la mitad de la población que tiene Nayarit.

3. Crisis de las cadenas productivas y retroceso del proceso de industrialización.
4. Profundización de la crisis agropecuaria.
5. Excesiva polarización del desarrollo turístico en la región Costa Sur.
6. Saldo neto migratorio negativo.
7. Dependencia del gasto público para mantener la economía estatal.
8. Reducida inversión privada y social en la mayor parte del Estado.
9. Sobreexplotación de recursos naturales y subaprovechamiento de otros.
10. Insuficiencia de obras de infraestructura básica de calidad y eficiente carretera y de comunicación (drenaje y tratamiento de aguas residuales, nulo reciclado de aguas, mal manejo de residuos sólidos domésticos y de riesgo de estos los hospitalarios, nulo reciclado, como de su depósito final).

Impactos en el medio ambiente

En la región de Las Haciendas se detectaron algunos aspectos negativos al medio ambiente como la pérdida de suelo, aumento en la salinidad de las aguas y de las tierras lo que genera la muerte de manglares, aumenta el salitre, pérdida de biodiversidad, baja en la fertilidad del suelo, bajos rendimientos en los cultivos agrícolas, disminución en la captura de peces, reducción de variedades de crustáceos y moluscos, lo que lleva a una baja de ocupación, generando problemas económicos familiares, migración, abandono de tierras y de viviendas, envejecimiento y feminización de comunidades, sumando un deterioro cultural, de la cohesión social lo que deriva en la pérdida de identidad, conflictos existenciales y de valores humanos. Esto genera la desvalorización de la tenencia de la tierra y las propiedades familiares, lo que induce a las ventas clandestinas de predios y solares. Falta de infraestructura para el aprovechamiento de la producción acuícola, como de los productos agropecuarios.

Conductas y actitudes

El no contar con programas de manejo adecuados de desechos sólidos domésticos, se convive con fauna nociva, como: cucarachas, chinche ocicon, ratas y ratones (con lo que se puede contraer la hepatitis tipo C, chagas, tuberculosis, entre otras enfermedades más). La basura se depositaba a cielo abierto sin ningún control, en terrenos baldíos, o agrícolas, cercanos a arroyos y lagunas costeras, se realiza una ganadería trashumante y se sobrepastorea, las llanuras aluviales, extracción ilegal e inadecuada de fauna silvestre, interrupción provocada de los flu-

Imágenes 1, 2 y 3. Canal de Cuautla



Antes y después del crecimiento.



Actualmente el canal cuenta con 2,500 m de ancho, región de Las Haciendas.

jos de agua y cambios de los patrones hidrológicos, vertido de contaminantes y desechos en los cuerpos de agua, aguas arriba y pesca ilegal, contaminación de cuencas por plaguicidas e insecticidas.

Con la vigencia de la ley de «SAN GARABATO» se descapitaliza la familia campesina y pescadora de la región de Las Haciendas, lo que los lleva a no contar con casas confortables y dignas, generando problemas de salud aunada a una expansi-

va desnutrición y anemia, vinculada con parasitosis intestinales, en vías respiratorias y del cerebro como la Gnathostomosis, osteoporosis, artritis, reumatismo por estar largos periodos en lugares húmedos.

Se tiene un registro en acenso de problemas oncológicos en mujeres en el estado de Nayarit, sobretodo de cáncer mamario y de matriz, pudiendo ser derivados de una alta promiscuidad, o por el convivir muy estrechamente con herbecidas y otros agroquímicos.

Padecemos todo esto por:

Deficiencias organizacionales tanto en los ejidos como en las cooperativas pesqueras, por lo que hay que estimular su evolución y transformación: Como unidad productiva y de comercialización. Transformarlas en clúster agropecuarios. De no hacerlo se seguirá con los conflictos de intereses, conductas y actitudes ruinosas, contaminación ambiental y deterioro social detonando conflictos políticos. Todo esto se refleja en un impacto ecológico, económico, sociocultural terminando en una crisis de gobernabilidad.

Clasificación de la problemática

Problemas socioeconómicos generados por conductas y actitudes no favorables al crecimiento y desarrollo local y regional. Falta de inversión al campo, nulo extensionismo, eficiente y honesto aseguramientos y creación de fondos de ahorro.

Bajo nivel educativo y formativo, esto debido a que los programas educativos de la Secretaría de Educación Pública (SEP) solo cumple con alfabetizar a los pobladores, pero no se logra un verdadero desarrollo de habilidades del pensamiento, en una educación integral, que estimule la comprensión de lecturas, el manejo de lenguaje escrito, matemático y oral, ligado a una actitud innovadora, critica y prepositiva. Alta politización aunada a una actitud negativa al trabajo y alta proclividad a los vicios, como el alcoholismo, la cocaína, mariguana, entre otras.

Falta de oportunidades para satisfacer las necesidades básicas de la población (trabajo y empleo permanente, se promueve la pauperización y la indigencia en las comunidades ya que solo esperan «El oportunidades» para sobrevivir, se recrea la pobreza extrema en una mente mediocre y dependiente, se promueven comunidades proclive a la venta de votos, indirectos).

Falta de aplicación de los instrumentos legales que regulen el ordenamiento de las actividades humanas (no aplicación de esta, imparcialidad, injusticia, despojos y abuso de los derechos humanos).

Desconocimiento por parte de las poblaciones de los recursos naturales y los servicios ambientales que proveen en general, por lo tanto no se respetan y cuidan, existe una gran corrupción desarrollada tanto por la autoridad como por la ciudadanía, falta de recursos económicos e inversión en actividades productivas sustentables y equitativas.

Impartición de un modelo de Educación que limita el acceso de numerosos grupos a las oportunidades de desarrollo y crecimiento, existe incongruencia entre las leyes ambientales y las necesidades inmediatas de la población, un alto porcentaje de la población se encuentra en los niveles de pobreza y pobreza extrema, que los obliga a satisfacer sus necesidades primarias a través de la explotación de los recursos naturales de manera no sustentable, la mayor parte de la población no tiene acceso a la educación ambiental, lo que genera una falta de cultura ecológica.

Omisiones y falta de cumplimiento de obligaciones

Decremento poblacional acelerado, emigración por razones económicas por parte de pobladores en edades productivas, inmigración de familias en busca de tierras o viviendas, aumento del índice de madres solteras muy jóvenes, aumento de casos positivos al Sida, entre otras enfermedades de tipo sexual y resurgimiento de enfermedades de la pobreza como la tuberculosis, la disentería, desnutrición, parasitismo.

Eje educativo

En el eje educativo, se contemplan algunas definiciones de los diferentes tipos de educación, estos se describen a continuación:

Educación formal

Es la que se imparte en la escuela y está normada por el sector educativo.

Educación no formal

Estructurada: Es la educación no curricular que refuerza la transmisión de conocimientos, aptitudes y valores ambientales, dirigida a los alumnos de los centros educativos.

No estructurada: Es la que se apoya por medio de los medios masivos de comunicación y es dirigida a todo el público.

Educación informal

Es la ejercida por los sujetos sociales, pudiendo ser autodidáctica, la no institucionalizada por el estado en los grupos sociales, es emergente ante las necesidades de la misma sociedad, por medio de asociaciones, grupos de la comunidad, organizaciones religiosas, entre otras, y solo son supervisadas por el estado cuidando de no violar los preceptos constitucionales (educación autogestiva).

Educación ambiental

La creación de centros regionales comunitarios de educación alternativa rural científica, con jornada escolar ampliada, bilingüe y grupos multigrado.

Aprendizaje de actividades co-curriculares (manejo de huertos familiares; selección y reciclado de desechos sólidos domésticos, ecología de zonas costeras; carpintería, ebanistería y talla en madera; electricidad; construcción de viviendas bioclimáticas; alimentación y nutrición; transporte alternativo; eco tecnologías, entre otros temas).

Elementos de aprendizaje:

- Gestión y búsqueda de fuentes de información.
- Organizativa de la actividad del autoaprendizaje como de la información obtenida.
- Analítica, comparación y confrontación de contenidos, conceptos, preceptos que configuran el nuevo conocimiento con la realidad vivida.
- Comunicación estructuración, diseño y redacción de documentos escritos, sonoros, de video, mixtos.
- Cognitiva, el estructurar nuevos conocimientos, bajo una filosofía en constante construcción y resignificación de lo aprendido.

Para el logro de estos objetivos, se debe apoyar a los alumnos con alimentación y transporte.

NOTA: Con los cursos co-curriculares de agricultura biointensiva se logra al corto plazo el autoabastecimiento, al igual con las alternativas de transporte comunitario juvenil.

Educación ambiental transversal

Permite la promoción VALS (viabes, amigables, legales, sustentables) para el aprovechamiento y uso racional de los recursos naturales; inculca en el estudiante una actitud crítica, propositiva, innovadora a la aplicación de los conocimientos científicos; descubre, interpreta y construye en la práctica cotidiana los valores (pa-

trióticos, ambientales y civiles), con base en la exaltación de los derechos humanos universales.

Las comunidades de Las Haciendas y sus poblaciones debe mostrar una actitud y disposición proclive a estudiar, aprender y cómo realizar investigación.

Así, un aprendizaje basado en la búsqueda en la resolución de las problemáticas de la realidad tanto ambiental, social, política, como económica dada, en tiempo y espacio determinado, permitirá el crecimiento y desarrollo intelectual de los futuros y próximos ciudadanos de Nayarit en la región de Las Haciendas (Fundamentos del Plan de Desarrollo 2005-2011-Nayarit 20.20).

Líneas de acción:

- Realización de talleres comunitarios para el desarrollo sustentable.
- Seminarios sobre el buen aprovechamiento de los recursos naturales y su conservación.
- Establecer y estructurar campañas de monitoreo y restauración ambiental, etcétera.

Reduce, Recicla, Reutiliza. Dirigido a: colonos, padres de familia, niños y jóvenes en cursos de verano, cooperativistas pesqueras, ejidos, pequeños propietarios, entre otros.

A través de: la socialización de los resultados obtenidos por medio del establecimiento de «periódicos murales comunitarios», de la implementación de programas de radio rural regional; de la promoción de encuentros de productores exitosos de otros lugares del estado o del país; gestión de estancias de técnicos e investigadores agropecuarios rurales a la región de Las Haciendas, se puede apoyar con el programa DELFIN de la UAN (investigación participativa y aplicada, extensionismo rural, boletines, trípticos, vídeos, exposiciones, museos comunitarios, concursos, ferias, etcétera).

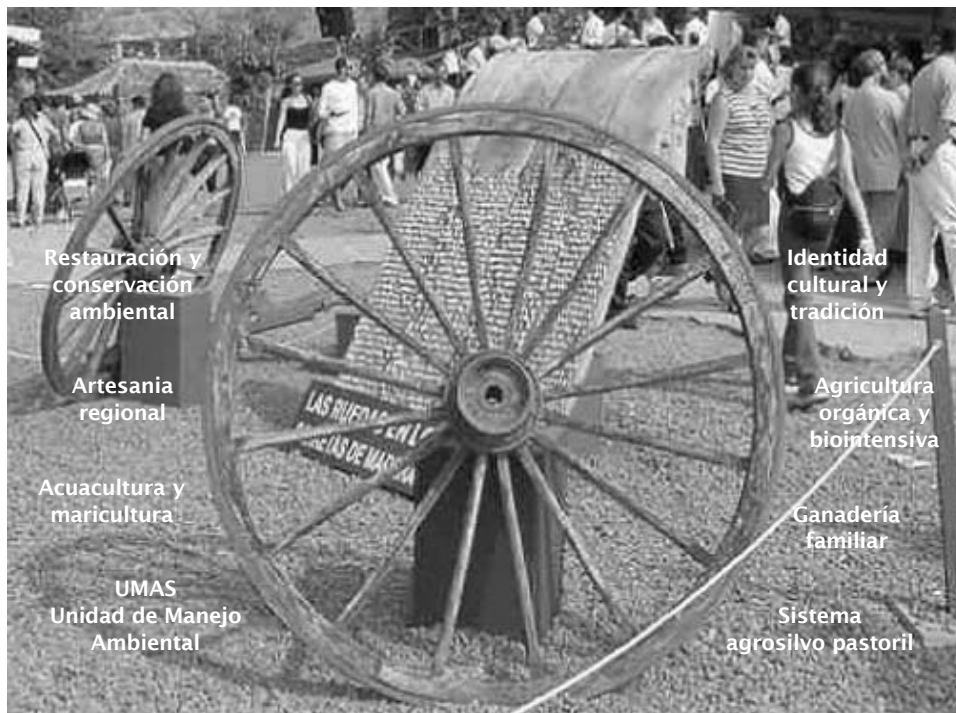
Eje productivo

Estrategia productiva para superar la problemática detectada en la región de Las Haciendas (Imagen 4).

El desarrollo del turismo hacia un turismo de desarrollo

Es necesario conocer las diferencias que tienen el desarrollo del turismo y el turismo de desarrollo. En esta apreciación, el desarrollo del turismo se vuelve estraté-

Imagen 4. Estrategia productiva para superar la problemática detectada en la región de Las Haciendas



gico, hacia la mercadotecnia y a su rentabilidad. En cambio el turismo de desarrollo es más encaminado hacia una visión humanitaria y social del turismo.

Cuadro 1. El desarrollo del turismo *hacia* un turismo de desarrollo

Desarrollo del turismo	VS	Turismo de desarrollo
<ul style="list-style-type: none"> • La comunidad hacia el servicio del turismo • Objetivos de desarrollo macroeconómico • El turista consume • Comparativos internacionales • Prioridad: divisas • Turismo de masas • Visión mercantil • Turismo ligado a la cantidad 		<ul style="list-style-type: none"> • El turismo al servicio de la comunidad • Objetivos de desarrollo integrales • El turista aprende • Micro y medianas empresas • Prioridad: bienestar • Turismo solidario, sustentable y socialmente responsable • Visión humanitaria y social del turismo • Turismo ligado a la cantidad y calidad
Hacia una visión humanitaria y social del mismo		

Alojamientos para propios y turistas

Casas económicas de madera, con recursos regionales, donde se emplea la técnica constructiva del bajareque lo que sustituye la lámina de cartón, y de asbesto, por tejas, de menor contaminación.

Imágenes 5, 6, 7, 8, 9 y 10. Turismo de bajo impacto



Unidad productiva de traspatio

Las unidades productivas de traspatio en la región de Las Haciendas se integran en un módulo de empresas familiares biointensiva, agropecuaria, pesquera y artesanal. Estas empresas desarrollan proyectos productivos como: la cría de gallinas, pavos, conejos, codornices, iguanas, lana, jaulas, bebederos, etc., que se concentran en micro unidades empresariales fraternas comunitarias. También se propuso una unidad almaciga para la producción de plántulas para el abastecimiento de hortalizas, plantas forrajeras y medicinales, una unidad de tratamiento de desechos orgánicos sólidos y abastecedora de compostas, abonos y lombricomposta, una unidad de acopio para la transformación e industrialización de alimentos, el procesado de carnes blancas y bajas en colesterol como (conejo, codorniz, iguana), la producción de salchichas y hamburguesas, el encurtido de huevos con

Imagen 11. Centro Recreativo Cocodrilario en Santiago Ixcuintla, proyecto turístico

verduras (gallina, codorniz, pato), una unidad industrial y artesanal, curtido de piel, trabajos con cascaron de huevo, abanicos de pluma y cuadros de plumas.

Ruta turística gastronómica de los crustáceos y moluscos

Como estrategia productiva para superar la problemática detectada en la región de Las Haciendas se propone la construcción de un Barco Tipo Vapor para paseo de turistas por la laguna de Agua Brava y costeano por las playas de El Novillero y Las Haciendas, conjuntamente con Mexcaltitán que es una Región Mágica que debe considerar la Secretaría de Turismo (SECTUR). Para esto se ofrece la ruta gastronómica del camarón que busca conquistar al turismo hotelero.

Se propone la creación de un fondo de reactivación económica para la estrategia y de los proyectos de Las Haciendas como un instrumento auxiliar financiero que impulse y apoye proyectos productivos de la región.

Competencias a desarrollar en la población de las comunidades de Las Haciendas

Para las competencias a desarrollar en la población de las comunidades de Las Haciendas se cuenta con la gestión y búsqueda de fuentes de información, la

organizativa de la actividad del autoaprendizaje como de la información obtenida, la analítica, comparación y confrontación de contenidos, conceptos, preceptos que configuran el nuevo conocimiento con la realidad vivida, la comunicación, estructuración, diseño y redacción de documentos escritos, sonoros, de video, mixtos y la cognitiva sobre el estructurar nuevos conocimientos, bajo una filosofía en constante construcción y resignificación de lo aprendido.

Plataforma educativa virtual

Objetivos:

- Financiamiento directo de capital de trabajo.
- Financiamiento de servicios de comercialización.
- Financiamiento para mezcla de recursos.
- Otorgamiento de créditos puente.
- Establecimiento del fondo de garantía líquida para organizaciones auxiliares de crédito e instituciones financieras, etcétera, como una estrategia de maximizar los recursos del fondo.

Plataforma de enlaces sociales comunitarios

- Guadalupe Medina Ceja, enlace Regional Santa Cruz
- Wilfrido Sánchez Sánchez, enlace Palmar de Cautla
- Lucio Martínez Pérez, enlace Puerta Palapares
- Manuel Pérez Soto, enlace Mayorquín
- Joel Carrillo Estrada, enlace La Higuera
- Victorio Virgen Pérez, enlace San Andrés
- Melquíades González González, enlace Las Labores
- Félix Cortés González, enlace Sinaloa
- Mauro Ponce González, enlace Cañada Grande
- Manuel Virgen Soto, enlace Rancho Nuevo

Materiales y métodos

En particular en el estado de Nayarit, donde se ha iniciado un proceso de regionalización reciente con el impulso del turismo como lo es la llamada «Riviera Nayarita» se hace oportuno idear modelos que permitan un desarrollo sustentable. En particular y para tal fin se intenta plantear un modelo teórico para el abordaje del conocimiento en un contexto regional, teniendo en consideración sus dimensio-

nes, presente y futuro. Para la determinación de las variables oferta y demanda futura de conocimiento son propuestos y problematizado estudios de prospectiva que son incluidos en este modelo. El modelo servirá para el estudio de desarrollo regional y también como elemento para el proyecto de mecanismos de desarrollo rural sustentable.

El diagnóstico como forma, utiliza resultados de una investigación aplicada de cara a la acción en la medida que el objetivo del diagnóstico es tener conocimientos para producir cambios planeados, para resolver problemas, satisfacer necesidades, desarrollar potencialidades o para desarrollar acciones en una comunidad.

Se empleara la técnica de planeación estratégica, así como los diagnósticos participativos comunitarios.

Se implementó la metodología de estudio de los factores sociales en los sistemas de producción agropecuaria con un enfoque regional y ecorregional.

El concepto metodológico y técnico se fundamenta en los conceptos de desarrollo sustentable a escala humana del PNUD.

Estudiar el desarrollo y las estrategias económicas de las unidades familiares, su calidad de vida y el medio ambiente local. La formulación de indicadores cualitativos y cuantitativos de sustentabilidad es una etapa fundamental del proceso de investigación sobre el desarrollo regional, principalmente de acuerdo con cuatro criterios: económicos, sociales, político-institucionales y ambientales.

Resultados y discusión

Los resultados obtenidos, indicaron la necesidad de formular una Estrategia de Desarrollo Rural Sustentable articulado en el impulso del turismo rural, para la región de Las Haciendas, que permita priorizar de forma pertinente las respuestas y soluciones a los tipos de satisfacción de las necesidades diagnosticadas. Por lo general, se puede pensar que esta región es rica económicamente por su toponimia «Las Haciendas», como por su producción natural de camarón. Aspectos que se demuestran en cierta forma equivocada, al consultar los datos de la SEDESOL sobre regiones marginadas del estado, ya que esta solo considera a las comunidades indígenas de la sierra.

Esto, tendrá que revisarse ya que como en las áreas de cultivo temporaleros de maíz, o en los humedales de la entidad nayarita se encuentran equivalentemente a las comunidades serranas, dependientes de la producción y productividad de un

Imagen 12. Camarón recién capturado

solo recurso, sean crustáceos o cereales. Así, Las Haciendas cuentan con tres meses de producción natural de camarón y nueve meses más tienen que migrar o buscar alternativas de sobrevivencia.

Omissiones y falta de cumplimiento de obligaciones: decremento poblacional acelerado, emigración por razones económicas por parte de pobladores en edades productivas, inmigración de familias en busca de tierras o viviendas, aumento del índice de madres solteras muy jóvenes, aumento de casos positivos al SIDA, entre otras enfermedades de tipo sexual, resurgimiento de enfermedades de la pobreza como la tuberculosis, la disentería, desnutrición, parasitismo.

Omissiones y falta de cumplimiento de obligaciones; carencias institucionales; deficiencias organizacionales: falta de organización entre instituciones gubernamentales de varios niveles, falta de organización entre instituciones no gubernamentales, falta de planeación a largo plazo con la participación de todos los sectores de la población, escaso aprovechamiento de la información técnica y científica, falta de propuestas y proyectos productivos alternos VALS.

Problemas socioeconómicos y de salud: lentitud en el diseño y la aplicación de propuestas alternativas, carencia de infraestructura urbana sanitaria, suficien-

te y eficiente, desvinculación de proyectos productivos entre sí, inadecuada zonificación del uso del suelo, aumento acelerado de la demanda de uso y explotación de los recursos naturales, escasa presencia y efectividad de instituciones gubernamentales, poca presencia y efectividad de las ONG y grupos de base, necesidad de recursos y financiamiento para la vigilancia y protección ambiental, falta de aplicación de leyes y regulaciones ambientales, menoscabo en la capacidad y asistencia técnica para el monitoreo ambiental, incorrecta interpretación de las leyes, explotación de las personas (injusta distribución de los ingresos y beneficios), control deficiente de enfermedades en la producción acuícola, tala inmoderada de manglares en la zona de marismas, tala inmoderada de bosques, palapares y selvas, prácticas agrícolas de roza, tumba y quema, agricultura convencional en llanuras aluviales, sin control de contaminación por agroquímicos, erosión y pérdida de suelo fértil, aprovechamiento insustentable de los recursos del medio en zonas de alta fragilidad ambiental como lo es la marítimo costera.

Conflictos de intereses: traslape de derechos de uso y aprovechamiento de recursos naturales, apropiación, uso y disfrute ilegal de terrenos en la zona federal marítimo-terrestre (ZFMT), conflictos sociales por permisos y concesiones para el uso del agua, problemas por indefinición de la tenencia de la tierra, intereses económicos encontrados, sobrepuestos o antagónicos de diferentes grupos.

Reflejo de la actividad socioeconómica incorrecta y su repercusión e impacto ambiental: pérdida de biodiversidad, deterioro de los servicios ambientales, menoscabo de la calidad de vida, aumento de la pobreza, crecida en las diferencias entre ingreso de diferentes sectores de la población.

**Imágenes 13 y 14. Medio ambiente alterado y transformado
(pérdida de la sustentabilidad)**



**Imágenes 15, 16, 17 y 18. Medio ambiente alterado y transformado
(pérdida de la sustentabilidad)**



Misión

Dar solución a las demandas de carácter socioeconómico y ambiental que fueron presentadas al ejecutivo estatal durante su periodo de campaña, que permita abatir la marginación y pobreza extrema, de la región de Las Haciendas, mediante el desarrollo de un plan estratégico de desarrollo rural sustentable, con el fundamento de establecer la autosuficiencia alimentaria, la salud pública y el saneamiento del entorno natural, mejorar el nivel de educación que permita un mejor ingreso económico para su población, así mismo acrecentar las capacidades productivas de los habitantes, acordes a un nuevo pensamiento procesal en el ámbito del desarrollo sustentable, el aprovechamiento responsable y la preservación de los recursos de la región vinculados con el desarrollo del turismo rural regional que eleve la calidad y nivel de vida de la población de Las Haciendas.

Imágenes 19 y 20. Preservación de los recursos naturales en la región de Las Haciendas



Visión

La región de Las Haciendas en el municipio de Santiago Ixcuintla, la vemos próspera, pudo sortear su problemática socioeconómica, manteniendo y desarrollando amplios recursos naturales, con paisajes, que atraen a propios y extraños, con un pueblo sano, trabajador, que sabe atender al turismo nacional e internacional.

Todo esto fue posible, gracias a la respuesta de apoyo y comprensión del Lic. Ney Manuel González Sánchez a la Estrategia de Desarrollo Rural Sustentable y

Imagen 21. Las Haciendas a 20 años de implementar su estrategia de desarrollo rural sustentable



su serie de programas y proyectos implementados en materia educativa con pensamiento crítico, autogestivo y ambiental, que logró formar los nuevos ciudadanos de la región de Las Haciendas a 20 años de su implementación, que viven y disfrutan un nivel y calidad de vida.

Conclusiones

- Se enfrenta a grandes desequilibrios regionales en México y en el estado de Nayarit (Sinaloa y Jalisco). Para el estado, el sur de Nayarit, Bahía de Bandejas, con la región centro y norte del estado.
- Se requiere construir nuevas relaciones de colaboración para el desarrollo regional entre los distintos niveles de gobierno, así como con la sociedad.
- Avanzar hacia políticas públicas diferenciadas según las características de las distintas regiones del estado de Nayarit.
- Para aumentar la competitividad, mediante la mejor asignación de recursos según las potencialidades locales y regionales.
- Para favorecer la equidad en el desarrollo social y económico.
- Para fortalecer la gobernabilidad a partir de un sector público más eficaz.
- Por otro lado, se debe dar el consenso y voluntad entre los gobiernos federales, estatales y municipales para avanzar en el desarrollo regional y local.

Bibliografía

- Anguiano, Marina (1992). *Nayarit, costa y altiplanicie en el momento del contacto*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Aguirre Chávez, Juan (1992). *Nayarit, análisis y consideraciones para su desarrollo*. Nayarit: Universidad Autónoma de Nayarit.
- Aguirre Rojas, A. *et al.* (1995). Segundas Jornadas Braudelianas: Historia y Ciencias Sociales. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Así fue la Revolución mexicana*, Enciclopedia de la Secretaría de Educación Pública, núm. 4, «La Lucha Constitucionalista». México: Consejo Nacional de Fomento Educativo: Limusa. 1985.
- Aguinaga Cortés, Salvador Enrique (1985). *Nuestras raíces*. Coordinación de Investigación Científica, Universidad Autónoma Nayarit.

- Anónimo (1926). *Sonora, Sinaloa, Nayarit*. México: Departamento de la Estadística Nacional.
- (1912). *The mexican year book*. Londres.
- Bell, Betty (1971). Archeology of Nayarit, Jalisco and Colima, en *Handbook of Middle American Indians*, II, 2. Universidad de Texas.
- Benítez, Fernando (1976). *Los indios de México*, tomo II: *Los huicholes*, tomo III: *Los coras*. México: Era.
- Braudel, Fernand ([1985] 1986). *La dinámica del capitalismo*. Traducción del francés por Rafael Tusón Calatayud. México: Breviarios del Fondo de Cultura Económica.
- Secretaría de Agricultura y Ganadería del Gobierno del Estado de Nayarit. Plan Nayarit de Desarrollo, Agropecuario, Forestal e Industrial. 1970-1971.
- Calvo, Thomas (1990). *Los albores de un nuevo mundo, siglos XVI-XVII*. México: Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos/Centro de Investigaciones y Estudios Superiores de Antropología Social.
- *et al.* (1993). *Xalisco, la voz de un pueblo en el siglo XVI*. México: Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos/Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Cárdenas de la Peña, Enrique (1968). *San Blas de Nayarit*; 2 volúmenes. México.
- Cartografía histórica de la Nueva Galicia* (1984). Guadalajara: Universidad de Guadalajara/Escuela de Estudios Hispano-Americanos de Sevilla.
- Diguet, León (1992). *Fotografías del Nayar y de California*. México: Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos/Instituto Nacional Indigenista.
- (1992). *Por tierras occidentales* (recopilación de sus textos de 1897 a 1913). México: Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos/Instituto Nacional Indigenista.
- Espinosa Ramírez, Álvaro (1931). *Historia política del estado de Nayarit 1917-1931*. Acaponeta.
- (1934). *La revolución política y militar en Nayarit 1910-1934*. Tepic.
- García Rodríguez, Miguel (1986). *Bellavista. Un pueblo obrero en pie de lucha*. Tepic.
- Guía metodológica para la formulación e implementación de planes locales para el desarrollo de la acuicultura (PLANDAC) en áreas lagunares costeras de México. Recuperado el 20 de mayo de 2013 en: C:\Users\Posgrado\Desktop\Las haciendas\26-01-2008CLIMA LAS HACIENDAS\GUIA METODOLOGICA PARA LA FORMULACION E IMPLEMENTACION DE PLANES LOCALES PARA EL DESARROLLO DE LA ACUICULTURA (PLANDAC) E~5.mht

- Gutiérrez Camarena, Marcial (1956). *San Blas y las Californias. Estudio histórico del puerto*. México.
- Gutiérrez Contreras, Salvador (1974). *Los coras y el Rey Nayarit*. Compostela.
- (1979). *El territorio del estado de Tepic a través de la historia*. Compostela.
- Hernández Zavalza, Enrique (1985). *Historia política de Nayarit 1918-1945*. Tepic.
- (1975). *San Blas en la perspectiva de su historia*. Tepic: Gobierno de Nayarit.
- Hinton, Thomas B. et al. (1972). *Coras, huicholes y tepehuanes*. México.
- Iturriaga Loza, José Luis (1939). *Toponomástica huichola. Nombres geográficos de Nayarit y sus toponimia*. Secretaría de la Economía Nacional.
- Jáuregui, Jesús et al. (1992). *Bibliografía del Gran Nayar: Coras y huicholes*. México: Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos/Instituto Nacional Indigenista.
- Keating, Michael (1998). *The New Regionalism in Western Europe. Territorial Restructuring and Political Change*. Aldershot: Edward Elgar.
- León, Bernardo M. de (1961). Breve historia del latifundismo en Nayarit y la lucha agraria, en *El Nayar*, XII. Tepic.
- (1983). La lucha por el exterminio del latifundio en Nayarit, en Heriberto Moreno (comp.), *Después del latifundio*. Colegio de Michoacán.
- López González, Pedro (1979). *Mosaico histórico de la ciudad de Tepic*. Tepic.
- (1980). *Las cofradías en Nayarit*. Tepic.
- López Jiménez, José Eucario (comp.) (1978). *Algunos documentos de Nayarit*. Guadalajara.
- Lumholz, Carl (1981). *El México desconocido*, dos volúmenes. México: 1906, reedición del Instituto Nacional Indigenista.
- Meighan, Clement (1976). *The Archeology of Amapa*. Los Ángeles: University of California.
- Meyer, Jean (comp.) (1989-1990). *Colección de documentos para la Historia de Nayarit*, cinco volúmenes, I: *Los albores de un nuevo mundo* (Thomas Calvo); II: *Nuevas mutaciones* (siglo XVIII); III: *El Gran Nayar*; IV: La tierra de Manuel Lozada. México: Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos/Universidad de Guadalajara.
- y Alicia Hernández (1990). *De cantón de Tepic a estado de Nayarit 1810-1940*, tomo V. Colección de Documentos. México: Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos/Universidad de Guadalajara.
- Miranda Navarrete, Gregorio y Emilio M. González Parra (s. f.). *El Amigo del Pueblo*, testimonios sobre su vida y obra. Tepic, Nayarit.

- Mora, Luis (1995). Segundas Jornadas Braudelianas. Historia y Ciencias Sociales. Instituto de Investigaciones.
- Pacheco Ladrón de Guevara, Lourdes (1990). *Nayarit: Sociedad, Economía, Política y Cultura*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- y Yolanda Delgado Lecourtois (1985). Las mujeres de los barrios marginados de Tepic. Nayarit: Universidad Autónoma de Nayarit.
- y Felipe Alvarez L. (1984). El desarrollo económico de Nayarit y el surgimiento de las ciudades perdidas en Tepic, en Revista *Convergencia*, año 1, núm. 1, enero-junio. Nayarit: Universidad Autónoma de Nayarit.
- Pantoja Reyes, Romualdo José (1988). *La guerra indígena de Álica, o de la conquista de la gentil provincia del Nayar*. Tesis de licenciatura en Historia, Escuela Nacional de Antropología e Historia/Secretaría de Educación Pública.
- Plan de Desarrollo 2005-2011*. Fundamentos-Nayarit 20.20.
- Plan Estatal de Desarrollo 2005-2011*. Gobierno del Estado de Nayarit.
- Ponce de León, Pedro (1984). La reforma al Artículo 115 Constitución Política Mexicana, en Revista *Convergencia*, año 1, núm. 1, enero-junio. Universidad Autónoma de Nayarit.
- (coord.) (1989). *Nayarit en los ochenta*. Tepic.
- Peña Navarro, Everardo ([1946] 1956). *Estudio histórico del estado de Nayarit*, dos volúmenes. Tepic.
- Pérez Cisneros, Antonio (1980). Discurso acerca de la historia agraria de Nayarit, *El Nayar*, 29 de abril.
- . *Apuntes para la historia de la Revolución en Nayarit* (inédito).
- Preuss, Konrad (1912). *Die Nayarit Expedition*, cuatro volúmenes, 1: *La religión de los cora*; 2: *De los huicholes*; 3: *Diccionario de mexicano*; 4: *Cora, huichol, mexicano*. Leipzig.
- Rojas, Beatriz (1992). *Los huicholes: documentos históricos*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores de Antropología Social/Instituto Nacional Indigenista.
- (1993). *Los huicholes en la historia*. México: Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos/Instituto Nacional Indigenista.
- Santoscoy, Alberto (1899). *Nayarit*. Colección de documentos inéditos. 19ª reimp. Guadalajara.
- Sauer, Carl y Donald Brand (1932). *Aztatlan: prehistoric frontier on the pacific Coast*. Berkeley.
- Secretaría de Agricultura y Ganadería de Gobierno del Estado de Nayarit. *Plan Nayarit de Desarrollo, Agropecuario, Forestal e Industrial*. 1970-1971.

- Schöndube, Otto (1980). *Historia de Jalisco*, tomo I. Editada por José María Muriá. Guadalajara.
- Tello, fray Antonio (1942, 1945, 1965). *Crónica Miscelánea de la Sancta Provincia de Xalisco*, tres volúmenes. Guadalajara.
- Weigand, Phil C. (1993). *Evolución de una civilización prehispánica*. El Colegio de Michoacán.
- Williarns, Eduardo y Robert Novella (1994). *Arqueología del Occidente de México*. El Colegio de Michoacán.
- Zepeda, Gabriela y Francisco Samaniega (1995). 100 años de arqueología en Nayarit (manuscrito), *Revista de Investigación*, núm. 1. Tepic: Universidad Autónoma de Nayarit.

Fortuna de Vallejo, Nayarit: En el programa de Pueblos Mágicos

María del Carmen Enciso Peña
María de los Ángeles Huízar Sánchez

Crisis económica en México y política turística

La Organización Mundial del Turismo (OMT) está convencida de que el turismo puede servir para generar un desarrollo económico a escala local que beneficie a los grupos desfavorecidos y cree que los criterios de lucha contra la pobreza deberían tener un papel más relevante en las decisiones sobre desarrollo turístico. Los efectos de reducción de pobreza deberían figurar en cualquier evaluación de sustentabilidad, ya que es la piedra angular del bienestar de las comunidades pobres y de su entorno. Es importante que los pobres no sean aún más vulnerables como consecuencia de un turismo que dañe sus bienes culturales y ambientales. El turismo no es la panacea de los pobres: cualquier forma de monocultivo incrementa la vulnerabilidad. No obstante, puede ser parte integral de un desarrollo sostenible equilibrado y brindarle beneficios.

Los ingresos por turismo internacional crecieron un 4% en 2012

Los ingresos derivados del turismo internacional en destinos de todo el mundo crecieron un 4% en 2012 hasta alcanzar la cifra de 1,075 billones de dólares de los EE.UU. Este crecimiento es igual al incremento de las llegadas de turistas internacionales, que alcanzaron la cifra de 1,035 millones en 2012. Otros 219,000 millones de dólares en ingresos derivados del transporte internacional de pasajeros elevaron el valor total de las exportaciones generadas por el turismo internacional en 2012 a 1,3 billones de dólares.

Según el último *Barómetro OMT del Turismo Mundial*, los ingresos por turismo internacional batieron un nuevo récord en 2012, llegando a aproximadamente

1,075 billones de dólares (837,000 millones de euros) en todo el mundo, un 4% más en términos reales, partiendo de 1,042 billones de dólares (749,000 millones de euros) en 2012.

«Resulta alentador comprobar que el crecimiento de las llegadas de turistas internacionales fue igualado por un crecimiento comparable del gasto, a pesar de los continuos retos económicos», manifestó el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai. «Teniendo en cuenta que el turismo es una exportación clave para muchas economías del mundo, este resultado es una buena noticia, ya que proporciona reservas de divisas a los destinos y contribuye a la creación de empleo tanto en el turismo como en sectores económicos afines», agregó.

Por regiones, las Américas (+7%) registró el mayor incremento de los ingresos, seguida de Asia y el Pacífico (+6%), África (+5%) y Europa (2%). Los ingresos en Oriente Medio mantuvieron el signo negativo (-2%), si bien se observó una mejoría gradual en comparación con el declive registrado en 2011.

En valores absolutos, Europa obtuvo 457,000 millones de dólares en ingresos turísticos (356,000 millones de euros), equivalentes al 43% de los ingresos totales por turismo del mundo, siendo esta la mayor cuota por región. Los destinos de Asia y el Pacífico (323,000 millones de dólares o 251,000 millones de euros) se llevan al 30% de los ingresos por turismo internacional, y las Américas (215,000 millones de dólares o 167,000 millones de euros) el 20%. En Oriente Medio (con una cuota del 4%), los ingresos turísticos totales alcanzaron los 47,000 millones de dólares (36,000 millones de euros) y en África (con una cuota del 3%) se registraron 34,000 millones de dólares (26,000 millones de euros).

A excepción de los ingresos por turismo internacional (la partida «viajes» de la balanza de pagos), el turismo genera también ingresos por exportaciones a través del transporte internacional de pasajeros. Este último concepto ascendió según los cálculos a 219,000 millones de dólares en 2012, con lo cual el total de ingresos generados por el turismo internacional alcanzaría los 1,3 billones de dólares, un promedio de 3,500 millones de dólares al día.

El turismo internacional (viajes y transporte de pasajeros) representa el 30% de las exportaciones mundiales de servicios y el 6% de las exportaciones globales de bienes y servicios. Como categoría de exportación, a escala mundial, el turismo ocupa el quinto puesto, después de los combustibles, los productos químicos, los productos alimentarios y la automoción, aunque son muchos los países en desarrollo en los que se sitúa a la cabeza.

Crecimiento saludable en destinos de economías avanzadas y emergentes

La clasificación de los diez principales destinos en términos de ingresos prácticamente no registró cambios en 2012, siendo los primeros los Estados Unidos, España, Francia, China e Italia, seguidos de Macao (China), Alemania, el Reino Unido, Hong Kong (China) y Australia. Algunos de los destinos turísticos más maduros del mundo que figuran entre los diez primeros en términos de ingresos obtuvieron resultados notables: los Estados Unidos (+11%), Francia (+7%), Alemania (+6%), el Reino Unido (+5%) y Hong Kong (China) (+14%). Otros destinos de economías avanzadas con índices de crecimiento por encima del 10% fueron Suecia (+17%), Japón (+33%), la República de Corea (+14%) y Finlandia (+16%).

Entre los destinos de economías emergentes, los que registraron un mayor crecimiento fueron Tailandia (+25%), India (+22%), Polonia (+13%), Sudáfrica (+18%), Egipto (+14%), Vietnam (+18%) y Ucrania (+13%) (OMT, 2013).

Política Nacional Turística y Programas de Desarrollo

La actual Política Nacional Turística anunciada por el presidente de la República Enrique Peña Nieto se basa en 4 ejes rectores:

1. Ordenamiento y Transformación Sectorial

Reestructuración del marco institucional para lograr una mejor toma de decisiones y una eficaz aplicación de los programas orientados a impulsar el turismo.

Además, la política nacional turística será transversal, sumará distintos órdenes de gobierno, así como las acciones y presupuestos de las dependencias federales que tengan una mayor incidencia en el sector turístico.

Instruyó a la creación de un gabinete turístico que esté presidido por el Presidente de la República y que permita de mejor manera articular los esfuerzos para detonar el turismo del país.

En ese sentido, se busca alinear los esfuerzos con los gobernadores y el jefe del Gobierno del Distrito Federal con la administración federal en esa materia.

2. Innovación y Competitividad

Se busca diversificar la oferta turística y consolidar los destinos turísticos con los que ya cuenta. «México es mucho más que hermosas playas o lugares de sol y

playa, la diversificación de nuestros productos turísticos es clave para aprovechar nuestras múltiples riquezas y poder competir en la era global», subrayó.

Destacó la importancia del turismo segmentado o de nicho, por lo que adelantó que se habrá de especializar en seis segmentos: sol y playa; turismo cultural; ecoturismo y aventura; turismo de salud; turismo deportivo; y turismo especializado o de lujo.

Para asegurar la calidad del turismo, el mandatario anunció que se va a concretar el Sistema Nacional de Certificación Turística. «Para ser exitosos no sólo debemos competir en precio, hay que competir por la calidad de los servicios que ofrezca nuestro país».

Sobre la consolidación de la oferta turística, se tienen que aprovechar y potenciar los destinos turísticos existentes, en donde hay atracciones, hoteles, infraestructura en materia de comunicaciones con capital humano calificado, es decir, destinos con marcas reconocidas internacionalmente.

La política tiene que articularse a través de destinos sostenibles y sustentables. «No podemos cada sexenio estar cancelando la oportunidad de los destinos turísticos que se han venido desarrollando para impulsar nuevos destinos», subrayó.

Por ello, reafirmó que su gobierno quiere dedicar su mayor atención a consolidar los destinos turísticos ya existentes y ampliar su espacio de oferta, y potenciar su infraestructura para proyectarse como destino de clase mundial.

Instruyó a las secretarías de Turismo y Economía para desarrollar una agenda de competitividad para cada uno de los distintos destinos turísticos del país, a fin de identificar qué mercados atiende cada uno, sus requerimientos y cómo serán atendidos desde el gobierno de la República en coordinación con el sector privado y gobiernos locales.

Ordenó a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes que el Programa Nacional de Infraestructura considere un enfoque turístico, y adelantó que cumplirá su compromiso de campaña de concluir la carretera de Guadalajara hacia Riviera Nayarit.

3. Fomento y la Promoción

El Estado asumirá su responsabilidad en la planeación del fomento y la promoción de los destinos turísticos, por lo que será un agente conductor y facilitador de los esfuerzos privados.

En cuanto al fomento de la inversión, instruyó al gabinete económico a diseñar nuevos mecanismos legales y financieros que estimulen el crédito y la inversión hacia el sector turístico.

Además de potenciar la confianza de inversionistas en el país y buscar facilitar el crédito de este sector.

Sobre la promoción turística, explicó que se trabajará en dos frentes, por un lado proyectar internacionalmente a México, «queremos proyectar a México entero hacia el mundo, pero también proyectar de él los distintos destinos que tenemos». Una proyección focalizada de destinos específicos hacia mercados concretos.

4. Sustentabilidad y Beneficio Social

Se crearán instrumentos para que el turismo en México sea una industria limpia, que cuide y preserve el gran patrimonio cultural, histórico y natural, para que se convierta en bienestar social para los mexicanos.

Anunció también que se promoverán programas para hacer accesible el turismo a todos los mexicanos, porque el turismo no puede considerarse como una actividad sólo de unos cuantos o de privilegio para algunos sectores, sino que «la actividad de conocer a nuestro país sea para todos los mexicanos».

Por ello, instruyó a la Secretaría de Turismo a que se desarrollen mecanismos de distintos programas que hagan posible para que más mexicanos conozcan a todo el país.

Programas Regionales

La Dirección General de Programas Regionales conduce la administración territorial de la función federal a cargo de la Secretaría de Turismo, aportando los elementos de servicio y soporte que la SECTUR, en su conjunto, canaliza en favor de los Estados y que se operan en el marco de la Política General para favorecer la actividad económica y las relaciones con los Estados, así como para robustecer el Federalismo.

La administración territorial se concentra en tres Coordinaciones que generan 6 Programas Regionales, además del Programa Pueblos Mágicos que se opera en 32 poblaciones del país con características específicas. La administración se realiza y complementa al conjugar la vocación y potencial turístico en las entidades participantes por cada Coordinación división, impulsando un Programa de Mercadotecnia, que a la vez se traduzca en desarrollo regional.

Nuestra labor incluye la reasignación de los recursos federales hacia los Estados mediante Convenios de Coordinación y Reasignación de Recursos, además de

la orientación estratégica de los proyectos de desarrollo que detonen el valor de la inversión y aceleren el crecimiento de los mercados, así como también la transferencia de tecnología con base en los servicios de SECTUR, y actuando como enlaces entre las partes.

Durante la administración federal, se han canalizado recursos hacia los Estados; los cuales han tenido un efecto multiplicador de 2 a 1 y este 2009 1 a 1, al sumar recursos estatales, municipales y de las comunidades beneficiadas, incluyendo a empresarios y emprendedores.

Es de notar que la proposición del destino de esta inversión cambió de ser la promoción hacia proyectos de obras e infraestructura turística, como base del desarrollo en los Estados.

Esos recursos, destinados al desarrollo y la promoción regional, han permitido dar énfasis a los segmentos de mercado en los que cada Estado está posicionado con ventajas comparativas, y en otros casos, responde a las necesidades sociales de sus comunidades para acercar oportunidades de mejora y bienestar.

El diseño y conducción de programas regionales para el desarrollo turístico con los estados y municipios, integran regiones que generan valor agregado y sinergias de tematización con circuitos y corredores diferenciados y busca fortalecer los destinos, estados y regiones turísticas del país y posicionarlas como destinos integrados, conjuntamente con: gobierno federal, estados, municipios, iniciativa privada y sector social.

En términos regionales, estatales y municipales se impulsa de manera preferente aquellos proyectos turísticos que, por sus beneficios inmediatos de recuperación de inversión y fuerte crecimiento de su demanda, se han considerado como exitosos. Todo ello a través de los seis diferentes programas regionales:

1. Programa México Norte
2. Programa Mundo Maya
3. Programa Ruta de los Dioses
4. Programa Tesoros Coloniales
5. Programa en el Corazón de México
6. Centros de Playa

Adicionalmente a estos, las coordinaciones de esta Dirección General actúan como interlocutores entre las diversas instancias de los tres niveles de gobierno y los prestadores de servicios turísticos que participan en el Programa Pueblos Mágicos.

Hacia el futuro, dicha función se amplía para integrar a cada entidad federativa a los proyectos especiales que SECTUR tiene en proceso de consolidación, ya

que el objetivo es unificar la prestación de servicios públicos y privados al turista con base en estándares internacionales de calidad, como soporte de competitividad.

Programa Pueblos Mágicos

El Programa Pueblos Mágicos es una iniciativa del Gobierno mexicano que resalta el valor turístico de las localidades del país, reconociendo a las comunidades que han sabido guardar la riqueza cultural e histórica del espacio que habitan y que pueden constituirse en opciones de recreación, cultura, deporte, o simplemente, de descanso para visitantes nacionales y extranjeros.

El Programa Pueblos Mágicos, desarrollado por la Secretaría de Turismo en colaboración con diversas instancias gubernamentales y gobiernos estatales y municipales, contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros. Más que un rescate, es un reconocimiento a quienes habitan esos hermosos lugares de la geografía mexicana y han sabido guardar para todos, la riqueza cultural e histórica que encierran.

Los objetivos del Programa Pueblos Mágicos tienen alcances muy amplios, entre otros, resaltar el valor turístico de localidades en el interior del país, para estructurar una oferta turística innovadora y original, que atienda una demanda naciente de cultura, tradiciones, aventura y deporte extremo en escenarios naturales, o la simple, pero única cotidianidad de la vida rural.

Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin MAGIA que emana en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico.

Es claro que sus repercusiones rebasan con mucho la idea de mejorar la imagen urbana y se inscriben en la necesidad de conjuntar esfuerzos para convertirlos en detonadores de la economía local y regional. El turismo y el flujo de visitantes, produce resultados sorprendentes en comunidades de gran fuerza cultural y entornos urbanos y naturales de gran impacto. Por ello, se actualizaron recientemente los instrumentos metodológicos así como los cuatro requisitos a cumplir para la permanencia de las localidades que participan en el Programa Pueblos Mágicos.

Las comunidades inscritas en el Programa en la actualidad son: 55 nombrados antes del 15 de junio de 2012.

Los 28 restantes: 1 en agosto, 1 en septiembre, 8 en octubre, y 18 antes del 30 de noviembre.

Listado de Pueblos Mágicos:

1. Real de Asientos, Aguascalientes
2. Todos Santos, Baja California Sur
3. Palizada, Campeche
4. Parras de la Fuente, Coahuila
5. Comala, Colima
6. San Cristóbal de las Casas, Chiapas
7. Creel, Chihuahua
8. Dolores Hidalgo, Guanajuato
9. Taxco, Guerrero
10. Real del Monte, Hidalgo
11. Huasca de Ocampo, Hidalgo
12. Mazamitla, Jalisco
13. Tapalpa, Jalisco
14. Tequila, Jalisco
15. Malinalco, México
16. Tepoztlán, México
17. Valle de Bravo, México
18. Cuitzeo, Michoacán
19. Pátzcuaro, Michoacán
20. Santa Clara del Cobre, Michoacán
21. Tlalpujahua, Michoacán
22. Tepoztlán, Morelos
23. Santiago, Nuevo León
24. Capulámpam de Méndez, Oaxaca
25. Cuetzalan del Progreso, Puebla
26. Zacatlán, Puebla
27. Bernal, Querétaro
28. Jalpan de Serra, Querétaro
29. Bacalar, Quintana Roo
30. Real de Catorce, San Luis Potosí
31. Cosalá, Sinaloa
32. El Fuerte, Sinaloa

33. Álamos, Sonora
34. Tapijulapa, Tabasco
35. Mier, Tamaulipas
36. Huamantla, Tlaxcala
37. Coatepec, Veracruz
38. Izamal, Yucatán
39. Jeréz de García Salinas, Zacatecas
40. Teúl de González Ortega, Zacatecas
41. Mineral del Chico, Hidalgo
42. Tlayacapan, Morelos
43. Cadereyta de Montes, Querétaro
44. Tula, Tamaulipas
45. El Oro, Estado de México
46. Xico, Veracruz
47. San Sebastián del Oeste, Jalisco
48. Xilitla, San Luis Potosí
49. Mineral de Pozos, Guanajuato
50. Sombrerete, Zacatecas
51. Mineral de Angangueo, Michoacán
52. Cuatro Ciénegas, Coahuila
53. Magdalena de Kino, Sonora
54. Pahuatlán, Puebla
55. Loreto, Baja California Sur
56. Valladolid, Yucatán
57. Metepec, Estado de México
58. Comitán, Chiapas
59. Chiapa de Corzo, Chiapas
60. Huichapan, Hidalgo
61. Tequisquiapan, Querétaro
62. Batopilas, Chihuahua
63. Chignahuapan, Puebla
64. Cholula, Puebla
65. Pino, Zacatecas
66. Lagos de Moreno, Jalisco
67. Tacámbaro, Michoacán
68. Calvillo, Aguascalientes
69. Nochistlán, Zacatecas

70. Jiquilpan, Michoacán
71. Tlatlauquitepec, Puebla
72. Tzintzuntzan, Michoacán
73. Mapimí, Durango
74. Papantla, Veracruz
75. Tecate, Baja California
76. Arteaga, Coahuila
77. Viesca, Coahuila
78. Jalpa, Guanajuato
79. Salvatierra, Guanajuato
80. Yuriria, Guanajuato
81. Xicotepec, Puebla
82. Jala, Nayarit
83. El Rosario, Sinaloa

Criterios de incorporación al Programa Pueblos Mágicos

Para que una localidad pueda ser incorporada al Programa, tendrá que realizar una serie de trámites, siendo el primero de estos la solicitud de incorporación por parte de las Autoridades Municipales y Estatales a esta Dependencia.

Posterior a ello, se realizará una visita de valoración inicial por parte de funcionarios de la Dirección General de Programas Regionales y/o de la Dirección General de Desarrollo de Producto Turístico, en donde se evaluará la potencialidad para que la localidad pueda llegar a ser Pueblo Mágico.

Si el dictamen es favorable, la localidad solicitante deberá de iniciar el proceso de integración del Expediente, de acuerdo con lo que se indica en los siguientes puntos.

Puntos a considerar en el expediente:

1. Involucramiento de la sociedad y de las autoridades locales
2. Instrumentos de planeación y regulación
3. Impulso al desarrollo municipal
4. Oferta de atractivos y servicios
5. Valor singular «La Magia de la Localidad»
6. Condiciones y espacios territoriales
7. Impacto del turismo en la localidad y área de influencia
8. Desarrollo de capacidades locales

A continuación se desglosa cada uno de ellos:

1. Involucramiento de la sociedad y de las autoridades locales.

1.1 *Compromiso con la sociedad local.* Que la sociedad local en su conjunto o a través de una representación civil haya solicitado su incorporación al programa ante las autoridades estatales y/o federales.

Indispensable el Compromiso de constituir un Comité Turístico Pueblo Mágico y/o algún organismo, Asociación Civil o Grupo Pro Pueblo Mágico, que lo represente como la voz de la comunidad ante autoridades e instancias gubernamentales. Muy importante que este Comité Turístico nombre un representante gestor-enlace que sea conductor y voz de ideas, proyectos y prioridades en ambas vías de y ante la comunidad y ante autoridades de los tres niveles de Gobierno.

El Programa Pueblos Mágicos basa su estrategia en la participación comunitaria, su inclusión y permanencia, sus avances y logros serán resultado del nivel de trabajo que la propia comunidad realice.

Cabe destacar que este Comité deberá estar integrado y contar con un programa de trabajo, de acuerdo con las reglas de operación establecidas por la SECTUR, previo a la presentación del expediente ante esta Dependencia, para su evaluación y en su caso presentarlo ante el Comité Interinstitucional de Evaluación y Selección.

1.2 *Compromiso de las autoridades estatales y municipales.* Que las autoridades estatales y municipales hayan solicitado formalmente la incorporación de la localidad correspondiente al programa y comprometido una aportación económica de cuando menos 3 años, así como la oportunidad de poner a disposición de la localidad sus estructuras organizacionales para la realización de las acciones, proyectos y programas de trabajo que deriven del binomio comunidad-autoridad municipal.

Cabe destacar que este punto deberá estar solventado en su totalidad para estar en condiciones de recibir su expediente para su evaluación y en su caso presentarlo ante el Comité.

2. Instrumento de planeación y regulación.

Contar con un documento rector (Instrumento de Planeación) que haya considerado el desarrollo turístico local como una actividad prioritaria o estratégica para el desarrollo integral del municipio. Todos los Planes y Programas que se mencionan a continuación deberán de estar vigentes.

2.1 *Planes de Desarrollo Estatal y Municipal.* Podrán ser considerados en la evaluación, planes y programas estatales y municipales, tales como: Plan Estatal

de Desarrollo Sexenal; Plan Municipal de Desarrollo Triannual; de desarrollo urbano, de ordenamiento territorial, de conservación ambiental; planes maestros de desarrollo urbano y turístico, o bien, aquellos que explícitamente estén orientados a la preservación del entorno cultural y natural (desarrollo sustentable).

Un Pueblo Mágico obligadamente deberá contar con un Plan de Desarrollo Urbano Turístico.

2.2 Programa de desarrollo turístico municipal. Contar con un plan o programa de desarrollo turístico municipal, en donde la localidad solicitante haya sido considerada como estrategia o relevante para el desarrollo turístico, mismo que deberá estar aprobado por el Cabildo.

2.3 Reglamento de imagen urbana y plan de manejo en función del Programa Pueblos Mágicos. La localidad candidata deberá contar con un Reglamento de Imagen Urbana y un plan de manejo que articule las estrategias para los servicios públicos y atención al turismo.

2.4 Programa de reordenamiento del comercio semifijo y/o ambulante. La localidad deberá contar y aplicar un programa de reordenamiento del comercio semifijo o ambulante en las zonas de alta concentración de visitantes o en sitios de interés turístico y en el área de influencia de los mismos. Esta zona deberá de ser debidamente delimitada por las autoridades locales.

Cabe destacar que este punto deberá estar solventado en su totalidad para estar en condiciones de recibir su expediente para su evaluación y en su caso presentarlo ante el Comité Interinstitucional de Evaluación y Selección (CIES). Para la comprobación de este punto se llevará a cabo una visita al destino por parte de representantes del CIES, sin previo aviso a las autoridades locales.

3. Impulso al desarrollo municipal.

3.1 Programas diversos de apoyo al desarrollo municipal. La localidad candidata deberá mostrar que ha recibido apoyos directos de programas institucionales, estatales y/o federales que contribuyen y benefician directa o indirectamente su actividad turística.

3.2 Continuación y consolidación de programas y/o acciones de desarrollo turístico. El Gobierno del Estado deberá sustentar testimonialmente que la localidad candidata ha venido siendo apoyada, al menos en el tiempo de la gestión correspondiente o en un pasado reciente, mediante inversión pública para el turismo, programas turísticos en línea con los que ofrece la SECTUR federal y otros que justifiquen una continuidad y relevancia en las prioridades estatales.

En este caso podrán registrarse programas de capacitación, talleres de desarrollo de productos, campañas turísticas dirigidas a la localidad; concientización, limpieza, etcétera.

Se deberá presentar la documentación haciendo mención de la inversión realizada, número de personas capacitadas, horas/hombre, etcétera.

4. Oferta de atractivos y servicios.

4.1 *Contar con un atractivo turístico simbólico.* La localidad candidata deberá contar al menos con un atractivo turístico simbólico que la diferencie de otras localidades del estado, la región e inclusive dentro del país.

4.2 *Contar con atractivos turísticos diferenciados.* La localidad candidata deberá contar con una gama y diversidad de atractivos turísticos que en su conjunto signifiquen un nivel determinado de atractividad turística para los mercados consumidores, a fin de consolidarlos y/o apoyar su despegue.

En los dos puntos anteriores será necesario describir de manera detallada los siguientes apartados:

- *Arquitectura:* Considerar la armonía y conservación general de los elementos arquitectónicos, civiles o públicos, que dan carácter e identidad al poblado. No necesariamente deberán ser poblados con monumentos históricos, sino también pueblos con arquitectura vernácula o del siglo XX.
- *Edificios emblemáticos:* Destacar edificios que, por su estilo, historia o majestuosidad sean, por sí mismos, un elemento atractivo para el visitante.
- *Fiestas y tradiciones:* Como parte del patrimonio cultural inmaterial, cabe resaltar la importancia de las festividades locales, como elementos culturales que sustentan la vida de la comunidad.
- *Producción artesanal:* Una muestra de la creación e imaginación de los pueblos se presenta en su población artesanal como parte de la magia que los envuelve.
- *Cocina tradicional:* Elemento de fundamental importancia para resaltar el carácter de identidad y su vínculo con el turismo cultural es la cocina tradicional que se puede disfrutar en su contexto original.

4.3 *Servicios turísticos que garanticen su potencial comercialización.* La localidad candidata deberá contar dentro de su propio territorio y/o en un radio de influencia no mayor a una hora distancia tiempo de un destino turístico de soporte que cuente con los servicios turísticos de alojamiento y restaurantería al menos con un nivel intermedio.

4.4 *Servicios de asistencia y seguridad*. La localidad candidata deberá contar dentro de su propio territorio y/o en un radio de influencia no mayor a una hora distancia/tiempo de una población soporte que cuente con los servicios de salud y seguridad pública para la atención del turismo en caso de ser necesario en una situación de emergencia.

5. Valor singular «La Magia de la Localidad».

Este punto tendrá una valoración por parte de la Dirección General de Desarrollo de Producto Turístico de la SECTUR.

5.1 *Sustentar una tesis sobre la magia de la localidad*. Las localidades candidatas, a través del Gobierno estatal, deberán presentar un ensayo sobre los atributos mágicos que justifiquen su candidatura y potencial incorporación al programa. Por lo que será indispensable que se resalten los atributos y valores histórico culturales de la localidad, la gente y del espacio físico urbano cuando se trate de una localidad con vocación definida para el turismo.

Cultural. En el caso de que la localidad resulte potencial para otros tipos y formas de turismo, por ejemplo, naturaleza, salud, o rural entre otros, será indispensable que el destaque se realice precisamente para orientar esa vocación como complemento del turismo cultural. Este punto no deberá de exceder de tres cuartillas.

5.2 *Declaratoria de «Zona de Monumentos Históricos»*. La localidad candidata deberá contar con un documento que avale que su patrimonio está en proceso o ha sido declarado zona de monumentos históricos por alguna institución gubernamental del nivel estatal o federal. O bien, debe contar con un Catálogo del Patrimonio inmobiliario avalado por un organismo oficial.

En caso de que la localidad solicitante se encuentre en un área natural protegida, y/o su principal línea de producto sea el turismo de naturaleza, ese punto no aplicará siempre y cuando se sustente lo anterior.

5.3 *Acciones de conservación del patrimonio tangible e intangible*. La localidad candidata debe basar su argumentación en el rescate o preservación de su patrimonio cultural tangible e intangible. Destacando aquellas expresiones que significan de manera especial como atractivo o motivo de visita a la localidad.

6. Condiciones y espacios territoriales.

6.1 *Accesibilidad terrestre*. La localidad candidata deberá ubicarse en una distancia no superior a los 200 km, o el equivalente a 2 horas distancia vía terrestre, a partir de un destino turístico consolidado, o bien, de una población conside-

rada como mercado emisor. Las condiciones de las carreteras, caminos rurales, brechas y/o accesos deberán presentar al momento de la candidatura condiciones que garanticen seguridad para: tiempos de itinerarios, uso de automóviles, camionetas y/o autobuses turísticos, entre otros.

Es importante mencionar que este punto será evaluado durante la valoración inicial.

6.2 Factibilidad para la comercialización turística. La localidad candidata deberá estar integrada o ser susceptible de integrarse, o bien, fortalecer en el corto plazo a: un circuito, un corredor o una ruta turística comercializable.

6.3 Producto turístico. Este punto tendrá una valoración por parte de la Dirección General de Desarrollo de Producto Turístico de la SECTUR.

La localidad candidata deberá presentar algunos testimoniales de cómo está integrado su producto turístico, o bien, algunas propuestas de cómo se integrará a nivel del destino: También deberá destacarse la existencia de algún producto turístico especializado potencial o por consolidar dentro de la localidad.

7. Impacto del turismo en la localidad y área de influencia.

7.1 Sistema de información turística estatal. Que la localidad candidata de la entidad correspondiente, esté incorporada por un lado al sistema de información turística para la toma de decisiones (mínimos indicadores básicos de la actividad).

Y por el otro, que este participando de acciones para orientar e informar al turista mediante señalización y mapeo en principales accesos a sitios de interés turístico. Así como con la producción y distribución de materiales informativos impresos y digitales (páginas de Internet, ligas a SECTUR, CPTM y Secretaría de Turismo Estatal).

7.2 Valoración del impacto turístico a nivel regional y/o municipal. La localidad candidata deberá mostrar que en una determinada área de influencia se ha venido generando trabajo de desarrollo turístico reflejado en: inversión privada y social en desarrollos turísticos culturales, rurales, de naturaleza y otros tipos de turismo; trabajadores de empresas turísticas y/o socios de empresas comunales y/o ejidales, que se hayan incorporado al empleo turístico recientemente; participado en programas de capacitación; nacimiento de nuevas empresas turísticas y relacionadas, etcétera.

Nota: se refiere al impacto directo de la actividad turística en la localidad —indicadores relevantes del comportamiento turístico.

8. Desarrollo de capacidades locales.

8.1 *Taller de inducción Programa Pueblos Mágicos*. Es indispensable que aquella localidad candidata reciba previo a la integración de su expediente, una capacitación inducción de lo que es el Programa Pueblos Mágicos y su alcance, con la finalidad de no distorsionar los objetivos del mismo.

8.2 *Taller de planeación y gestión del turismo cultural*. Una vez conformado el Comité Turístico Pueblo Mágico y sus grupos de trabajo será obligatoria la participación de los mismos en los talleres de integración de su Programa Pueblos Mágicos y al de Planeación y Gestión del Turismo Cultural.

Criterios para Certificación de Nombramiento

Las localidades incorporadas al Programa para mantener su nombramiento como Pueblo Mágico, deberán de obtener la renovación del mismo cada año, esta contará con la revisión de cumplimiento de los Indicadores de Evaluación de Desempeño y de los Criterios Certificación del Programa, por lo que deberán de cumplir con los requisitos que a continuación se detallan. Los Indicadores de Evaluación de Desempeño, se agrupan de acuerdo con la siguiente tabla:

Institucional y Gobierno	Patrimonio y Sustentabilidad	Económico y Social	Turismo
<ul style="list-style-type: none"> • Involucramiento con la sociedad • Seguridad en el destino • Fomento de nuevas empresas • Desarrollo cultural e histórico • Planificación del desarrollo turístico 	<ul style="list-style-type: none"> • Integridad y autenticidad del patrimonio • Sustentabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia en la coordinación institucional • Inversión pública generada a partir del programa • Impacto económico del desarrollo turístico 	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta de atractivos turísticos • Promoción turística

Algunos de los apoyos que ofrece el programa son:

Infraestructura, servicios e imagen urbana

- Cambio de pisos y banquetas
- Regeneración de fachadas
- Renovación de plazas cívicas
- Mejoramiento de accesos a la localidad
- Reconversión de cableados eléctrico aéreo por subterráneo

Equipamiento turístico

- Senderos en áreas naturales
- Paseos de río
- Señalamientos
- Módulos de información
- Módulos de servicio
- Módulos de observación
- Miradores
- Unidades de alojamiento en diversas formas
- Módulos comerciales

Creación, mejoramiento y rehabilitación de sitios de interés turístico

- Obras de mejoramiento y rehabilitación en atrios de iglesias, ex conventos, museos de sitio, galerías, centro de exposiciones, mercados de artesanías y estaciones de observación.

Excelencia y calidad de los servicios. Ya sea en los procesos administrativos o en la prestación de los servicios personalizados.

Económicos:

- Reconversión de la actividad económica de la comunidad y áreas de influencia
- Mantenimiento y generación de empleo
- Plusvalía de fincas/terrenos
- Incremento de turistas; gasto per cápita y % de ocupación

Sociales:

- Comunidad unida = Sentimiento de pertenencia y orgullo
- Revaloración del Patrimonio Cultural
- Distinción de la localidad

Físicos:

- Creación o mejoramiento de imagen urbana, infraestructura, servicios y equipamiento turístico.
- Mayor valor de sitios de interés turísticos

El turismo, por tanto, en los Pueblos Mágicos y en sus alrededores, se constituye como la opción real para mejorar los niveles de vida, creando nuevas formas de organización, administración e inversión para generar empleos e ingresos.

Es ahí donde la SECTUR y otras 13 dependencias del Ejecutivo Federal, junto con los gobiernos estatales y municipales, han desempeñado un papel muy importante para constatar que el Programa Pueblos Mágicos es un caso de éxito del turismo en México.

A pesar de que algunas otras comunidades están ya promoviéndose o han hecho solicitud; en el estado de Nayarit, al 2012 se cuenta con un Pueblo Mágico Jala, Nayarit, siendo éste el segundo en el estado, ya que anteriormente como proceso de aprendizaje el pueblo de Mexcaltitán contaba con el nombramiento, mismo que fue revocado por no haber respetado las condiciones arquitectónicas.

Bahía de Banderas considerado punta de lanza como destino de sol y playa, es el polo de desarrollo turístico del Estado, que concentra arriba del 75% de la infraestructura turística instalada, se extiende en una longitud de más de 96 km frente a las costas del océano Pacífico, cuenta con más de 175 establecimientos de hospedaje, que en conjunto ofertan más de 15 mil habitaciones (SECTUR, 2007), donde el interés es convertir a este lugar en un destino turístico de primer nivel, bajo la consolidación de la marca Riviera Nayarit, en el turismo nacional como internacional. Pero fuera de la zona de costa Bahía de Banderas, tiene riqueza natural, inmerso en esta zona se encuentra el poblado de Fortuna de Vallejo.

Fortuna de Vallejo y su inserción en el Programa Pueblos Mágicos

Situación geográfica

Fortuna de Vallejo (La Gloria) está situada en el municipio de Bahía de Banderas, Nayarit. Tiene 175 habitantes, está a 140 metros de altitud y a sólo 60 minutos de Nuevo Vallarta, Nayarit y a 40 minutos de Rincón de Guayabitos.



Reseña histórica

Hace aproximadamente 50 años la localidad de Fortuna de Vallejo era conocida como «el rancho los pozos», enseguida era identificada como «La Gloria», según testimonios dicho nombre lo recibió por los avecindados que provenían del estado de Michoacán, quienes en un principio buscaron establecerse en las comunidades de San Juan de Abajo y El Colomo, cuando sus líderes políticos les plantearon el reparto de tierras en la Sierra de Vallejo, fue por lo que se desplazaron hacia esta parte serrana encontrando una zona rica en árboles de maderas preciosas como caoba, amapa, cedro, mismos que aprovecharon para la comercialización, así como la diversa fauna existente en el lugar, pero por el contrario tales tierras de cultivo fueron inexistente, ya que como consecuencia de la tala desmesurada provocaron la erosión por lo que solo algunos se quedaron en el lugar y el resto emigró hacia nuevos horizontes. En la actualidad fungen como un Ejido bien organizado, que tiene bajo su responsabilidad la Conservación de la Zona Natural Protegida.

Actividades principales

Agricultura, ganadería, gastronomía.



Atractivos naturales

Monumento natural. «La piedra del rey», que en la actualidad es considerado ícono de la comunidad.



Cuerpos de agua: Manantial frío, usado como abastecimiento de agua para consumo de la población de la localidad.



Corrientes superficiales de tipo arroyo de temporal de lluvias.



Recursos fitogeográficos: Selva Subcaducifolia, árboles que siempre tienen hojas y maderas preciosas. Es Área Natural Protegida.



Atractivos culturales

Manifestaciones culturales: Casco histórico: Plaza pública, bienes religiosos.



Folklore: Fiesta patronal se celebra el 21 de marzo en honor a la fundación del Ejido de Fortuna de Vallejo.

Gastronomía típica: Cocos con camarón o «cocos locos».



Pan de horno.



Arquitectura popular y espontánea.



Cosecha de diversos frutos de temporada como: mango, ciruela, plátano, guayaba pomarroja, nanchy, coco de aceite (de raspa).



Conclusiones

El Programa Pueblos Mágicos establece ciertos criterios que se deben considerar para la inscripción de las localidades, en Bahía de Banderas hay una ruta trazada hacia el desarrollo como destino turístico por excelencia, pero no se debe perder de vista la autenticidad de las comunidades que originaron el interés de los turistas por visitar el lugar, a pesar de que Fortuna de Vallejo no cumple con el 100% de los criterios, es receptora de turismo masivo por sus bellos paisajes y típica gastronomía, es parte de la ruta de comunicación entre los municipios de Compostela y Bahía de Banderas, por lo que su cercanía con ambos destinos turísticos posicionados le proporciona cierta ventaja para lograr su inserción al programa, se sugiere establecer un plan encaminado a lograr este objetivo y vigilar muy de cerca el desarrollo de la localidad con el principal propósito de la conservación de su autenticidad, ya que es esta la esencia que mantiene el interés en la misma, evitando la influencia de usos y costumbres que no pertenecen a la zona incluso a nuestra identidad como mexicanos.

La crisis de identidad en Puerto Vallarta y su influencia en la promoción del destino

Sandra Luz Zepeda Hernández
María de los Ángeles Huízar Sánchez
María del Carmen Enciso Peña

Metodología

El presente estudio forma parte de una investigación más extensa aún en desarrollo. La primera fase de la investigación es de corte cualitativo, utilizando como técnica la entrevista a profundidad y una guía de tópicos como instrumento. Los entrevistados fueron adultos de la tercera edad, nacidos en Puerto Vallarta, con el fin de conocer su testimonio de la evolución histórica del municipio objeto de estudio. En una segunda fase, se utiliza un método cuantitativo a través del diseño y aplicación de un cuestionario, cabe mencionar que como se ha anticipado, los resultados aquí presentados se encuentran aún en fase preliminar por lo que se toma como base 90 casos, de una muestra total de 367.¹ La aplicación del instrumento es electrónica, siendo de la misma forma su captura y procesamiento de datos. Debido a la naturaleza y complejidad del tema, las brechas generacionales son un aspecto importante a considerar; por ello, en primera instancia, se tomó como criterio de selección a estudiantes de nivel superior originarios de Puerto Vallarta, nacidos entre 1988 y 1995 con el objetivo de reconocer en este segmento elementos de identidad hacia su lugar de origen. Por lo tanto, los resultados dados son válidos sólo para este universo de estudio.

Antecedentes

Los temas sobre «identidad» pueden ser abordados desde distintos ángulos, algunos autores abordan el asunto desde una perspectiva amplia, de acuerdo con la

1 El tamaño de la muestra se estimó con base en una población estudiantil de nivel superior de 8,449 correspondiente al ciclo escolar 2009-2010. Datos oficiales de la Secretaría de Educación Jalisco a través del H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta 2010-2012.

dinámica social que ha desencadenado la globalización y los grandes desplazamientos humanos, que permiten la aculturación² o transculturación;³ o por su parte, la llamada *cultura híbrida* (García, 2012), cuya propuesta se centra en que la identidad cultural es el resultado de la mezcla de otras identidades, por lo tanto, la identidad de un pueblo puede ser la consecuencia de los hábitos y costumbres del lugar de origen de los pobladores. En este caso puede ser útil entender esa heterogeneidad original y la homogeneidad consecuente, ya que tal proposición es aplicable a la situación que guarda Puerto Vallarta, puesto que desde su origen establecimiento formal como Las Peñas de Santa María de Guadalupe en el año de 1951, sus primeros pobladores arribaron provenientes de distintas demarcaciones, tanto de la costa sur de Jalisco como de la sierra, fenómeno recurrente debido a su detonación como polo de crecimiento a consecuencia de la creciente industria turística, lo cual atrajo no solo a los pueblos vecinos o colindantes, sino de otros estados del país. Esta mezcla de hábitos y costumbres dieron origen a una cultura única con sus propias festividades y estilo de vida. Sin embargo, en la última década ha sufrido quizá la más notoria destrucción en su patrimonio natural y cultural. Su infraestructura vernácula se ha modificado para dar paso a la modernidad sin tomar en cuenta las posibles afectaciones sociales y culturales que ello pudiera traer consigo. En este sentido, se pudiera hablar de una «crisis», tomando como base la definición «situación de un asunto o proceso cuando está en duda la continuación, modificación o cese; escasez o carestía, o bien, situación dificultosa o complicada» (RAE, 2009).

Como se ha mencionado, la conceptualización de *identidad* puede ser compleja, sin embargo, en concordancia a la presente investigación, el término se define como «conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás» (RAE, 2013).

La cultura, su gente y la promoción turística

La promoción turística se refiere a la mezcla de herramientas utilizadas para comunicar una idea o un concepto en relación al producto para incentivar a la compra, o en este caso, la adquisición del servicio, donde la publicidad, las relaciones públicas y la promoción de ventas se vuelven los protagonistas (Kotler y Gary, 2001).

Las últimas campañas publicitarias desplegadas por la Secretaría de Turismo privilegian el concepto de «amabilidad» o del «pueblo típico mexicano» a través de

2 Recepción y asimilación de elementos culturales de un grupo humano por parte de otro (RAE, 2013).

3 Recepción por un pueblo o grupo social de formas de cultura procedentes de otro, que sustituyen de un modo más o menos completo a las propias (RAE, 2013).

sus fachadas y particularmente sus calles empedradas así como de la icónica iglesia de Guadalupe.⁴

La importancia de la identidad cultural en los destinos turísticos

Organismos nacionales e internacionales han señalado que la actividad turística sostenible ha de conservar sus recursos históricos y culturales, así como planificar la gestión del desarrollo y evitar que se generen problemas ambientales y socioculturales (OMT, 2012). En México, los destinos enfrentan problemas ambientales y sociales, como el deterioro del entorno y la pérdida de identidad cultural.⁵ La inclusión de la sociedad receptora es parte fundamental para un desarrollo sostenible del turismo como actividad económica, por lo que la población debe ser un ente protagonista, formando parte de la oferta a través del rescate y preservación del estilo de vida autóctono y cultural.

El turismo cultural ha crecido considerablemente en los últimos años (SECTUR, 2012) y representa una oportunidad muy importante para incrementar la derrama económica en diversos destinos del país, ya que el gasto de los turistas motivados especialmente por la cultura es mayor al promedio anual, tanto por su consumo diario como por ser su estadía mayor a la de otros segmentos (DATATUR, 2006). Más aún, Estados Unidos es el país de mayor emisión de turistas en este segmento por lo que representa para México una oportunidad de incrementar su participación en el mercado a nivel internacional,⁶ no solo para turistas «especialmente» motivados, como lo define el Centro de Estudios Superiores en Turismo, sino por los turistas «ocasionales», es decir, aquellos cuyo principal motivo de viaje es la recreación y descanso en destinos de sol y playa en su mayoría, pero a la vez buscan actividades de tipo cultural. En este sentido, la identidad cultural de los pueblos receptores es una pieza importante para el fomento del turismo cultural de un

4 Las campañas «The Place you Thought you Knew» y «Where Mexico Comes to Life» son parte de las últimas campañas publicitarias de la SECTUR donde se muestra una imagen de pueblito típico mexicano, envuelto en la modernidad con valores en su gente tales como la amabilidad y la honestidad. Sin embargo, a su vez se puede decir que muestran elementos de la mexicanidad, no propiamente originarios de Puerto Vallarta.

5 La Secretaría de Turismo durante el periodo 2000-2006 reconoció realidades del desarrollo del turismo en México durante su diagnóstico de la Agenda 21, a partir de lo cual surgió el actual Programa de Turismo Sustentable en México (2013). Disponible en http://www.sectur.gob.mx/PDF/planeacion_estrategica/PTSM.pdf

6 Turismo Emisor; Anuario Estadístico de la OMT, 2001. Porcentaje de turistas motivados por la cultura: OMT, estudios especiales. Disponible en <http://cestur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/segmentosyproductos/productos/Estudiodelturismocultural.pdf>

destino, ya que de acuerdo con estudios realizados la población local es la principal fuente de información y referencia para el consumo de productos culturales.⁷

Puerto Vallarta como producto turístico

La región de Bahía de Banderas se conforma por su municipio homónimo y el de Puerto Vallarta, encontrándose cada uno en Estados políticamente divididos, de manera que esto ha generado esfuerzos de promoción y posicionamiento individuales. En consecuencia, Puerto Vallarta ha logrado posicionarse como uno de los primeros destinos turísticos de sol y playa a nivel nacional (SECTUR, 2012) desde hace varias décadas, mientras tanto que Bahía de Banderas es actualmente un producto en crecimiento, en cierta medida gracias a la marca «Nuevo Vallarta». Sin embargo, la conurbación de ambos municipios se ha generado de forma natural a causa de su proximidad geográfica y a la interdependencia que existe de recursos humanos e infraestructura para satisfacer la demanda de la creciente industria turística que por un lado necesita trabajar conjuntamente para su diversificación, promoción y posicionamiento, pero a la vez reconocer su identidad individual como parte importante de su oferta.

Asimismo, Puerto Vallarta ha representado para la región de Bahía de Banderas y el estado de Jalisco un motor de crecimiento económico y social desde la década de los sesenta. Sin embargo, en los últimos años se ha visto afectado por una desaceleración de la actividad turística al punto de llegar a un posible estancamiento, como parte del ciclo de vida de un producto turístico maduro.

Puerto Vallarta ha mantenido un sostenido crecimiento demográfico desde su despliegue a la actividad turística a finales de los años cincuenta, incluso mantiene indicadores aceptables como polo emergente de desarrollo con un índice de desarrollo municipal muy alto⁸ y un IDH alto⁹ posicionándolo al frente de las cinco ciudades medias del estado de Jalisco por el Consejo Estatal de Población. Asimismo, cuenta con una densidad demográfica que alcanza los 255,681¹⁰ habi-

7 Un 46% del turista nacional utiliza a la población y el turista internacional un 61%, información que este segmento utiliza durante su viaje es del 46% de la población local (FACTUM Mercadotécnico, 2007).

8 SIEG Sistema de Información Estadística y Geográfica de Jalisco (2012). http://sieg.gob.mx/contenido/Municipios/Indexe_Desarrollo_Municipal.pdf

9 COEPO Consejo Estatal de Población (2012). Consultado el 04 de octubre de 2012. Disponible en http://coepo.app.jalisco.gob.mx/html/I_indicedesarrollohumano.html

10 SIEG Sistema de Información Estadística y Geográfica (2012). Disponible en <http://sieg.gob.mx/general.php?id=8&idg=378>

tantes de acuerdo al último censo de población y con una tasa de crecimiento media anual de 2.88%.

Cuadro 1. Población total por municipio en la región Costa Norte de Jalisco¹¹

Núm.	Clave	Municipio	Población total						
			1950	1960	1970	1980	1990	2000	2005
	09	Región Costa Norte	20,970	29,699	57,703	87,399	150,353	228,190	261,200
1	020	Cabo Corrientes	4,363	5,077	5,068	6,785	8,146	9,133	9,034
2	067	Puerto Vallarta	10,801	15,462	35,911	57,028	111,457	184,728	220,368
3	100	Tomatlán	5,806	9,160	16,724	23,586	30,750	34,329	31,798

Fuente: Elaborado por el Consejo Estatal de Población con base en CONAPO, la población en los municipios de México 1950-1990; INEGI, XII Censo General de Población y Vivienda 2000 y II Conteo de Población y Vivienda 2005. Censo de Población y Vivienda 2010.

El destino muestra una estacionalidad importante, de acuerdo con indicadores de ocupación y llegada de cruceros en los últimos años principalmente en relación con su vecino estado de Nayarit. La ocupación hotelera se puede considerar un indicador del posicionamiento que tiene un destino dentro del mercado turístico, se observa una desventaja importante durante los últimos periodos vacacionales del año 2011 y 2012 denotando una pérdida de cuota de mercado con respecto al resto de los principales destinos vacacionales del país (Cuadro 2).

Puerto Vallarta: Un patrimonio en crisis

Durante la década de 1950 y 1970, los años de la reconversión turística, así como los años consecutivos de crecimiento del destino, arribaron al puerto como pioneros un gran número de «chilangos», quienes en algún momento superaron en número a los «jaliscoquillos» (Gilbert, 2007). Es así como durante este crecimiento, alrededor del 85% de las actividades productivas formales están relacionadas con el turismo, por lo que se creó la convicción de que «todo lo que es bueno para impulsar el turismo es bueno para la población residente». Puerto Vallarta se posicionó entonces como un pueblo tradicional con su arquitectura vernácula

11 De acuerdo con regionalización administrativa definido por el Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, la región Costa Norte es conformada por los municipios de Cabo Corrientes, Puerto Vallarta y Tomatlán.

Cuadro 2. Comparativo de ocupación por destino¹²

Destino	Porcentaje de ocupación, 2011		Porcentaje de ocupación, 2012
	Semana 8	Semana 52	Semana 14
Riviera Maya	89.5	86.7	88.6
Nuevo Vallarta	80.0	91.0	93.6
Cabo San Lucas	75.0	31.0	84.8
Los Cabos	74.7	84.7	82.7
Cancún	72.0	80.4	81.6
Cozumel	70.5	69.4	70.6
Puerto Vallarta	69.6	88.5	83.9

Fuente: Elaboración propia con base en la SECTUR (2013).

hecha de materiales pertenecientes a la región, los techos de tejas rojas, las fachadas sencillas y blancas, alcanzaron una relevancia simbólica para marcar los sitios de importancia: las calles de lo que en la actualidad es el perímetro del centro histórico; el malecón, las plazas e incluso las iglesias de pobre arquitectura se convirtieron en un escaparate de consumo turístico, o sea, lugares de tránsito acogedores, pero indiferentes al origen multicultural de los viajeros que se cruzan anónimamente en estos espacios desterritorializados, pero que al mismo tiempo reterritorializan el municipio, colocándolo en el mapa mundial del mercado turístico (Núñez y Rodríguez, 2009). Por otra parte, estudios realizados por la Universidad de Carolina del Norte revelan una zona arqueológica olvidada en el municipio, ubicada principalmente en la localidad de Ixtapa.¹³ En dichos estudios se muestra una gran cantidad de objetos y vestigios de la cultura Aztatlán, la cual recorre parte del estado de Jalisco. Asimismo, se hace evidente la inapropiada e irracional forma de explotación, lo que ha traído como consecuencia un olvido colectivo de este importante pasaje de historia de la región.

Parte de las tradiciones que aún se pueden disfrutar en el municipio es la charrería, cuyas actividades formaron parte de la vida de la sociedad vallartense

12 Elaboración propia con base en datos estadísticos a partir de información proporcionada por la SECTUR a través de DATATUR, 2012. Consultado el 04 de octubre de 2012. Disponible en http://datatur.sectur.gob.mx/wb/datatur/reportes_datatur

13 Proyectos arqueológicos de campo que tuvieron lugar a través de nueve años (1986-1994), realizados por Joseph B. Mountjoy de la Universidad de Carolina del Norte, respaldan la afirmación de que los restos del montículo #1 en el sitio de Ixtapa había perdido más de la mitad de su volumen por haber sido utilizado como banco de material para varias obras de construcción, quedando al fin como un pastel rebanado hasta más de la mitad.

desde principio del siglo XIX, y se formalizó con la conformación de la Asociación de Charros de Vallarta. El antiguo lienzo charro tuvo que ser demolido a fines de 1980 para dar paso a nuevas construcciones, se encontraba este edificio a un lado del boulevard, dentro de la actual zona hotelera, donde se encuentra el hotel Sheraton. A pesar de ello, esta tradición aún sigue viva gracias a los esfuerzos de los charros de Vallarta, Las Juntas, Ixtapa, El Pitillal.

La gastronomía también forma parte fundamental de la cultura de los pueblos receptores, es por ello que de acuerdo con cronistas e historiadores de la localidad, se encuentran principalmente diversos postres como parte de la gastronomía típica del vallartense (Zepeda, 2012).

Cuadro 3. Gastronomía típica

Nombre	Descripción
Cuala	<ul style="list-style-type: none"> • Postre elaborado con masa de maíz con coco de aceite, canela y leche.
Colado	<ul style="list-style-type: none"> • Un tipo de cuala, envuelto en hoja de maíz seca, se deja secar hasta cuajar.
Zoporrondongo	<ul style="list-style-type: none"> • «Se usaba para tomar 'la leche' en lugar de pan, para la merienda o cena. Principalmente elaborado en la temporada de maíz» (Zepeda, A., 2013).
Posi	<ul style="list-style-type: none"> • «Una vez pasada la temporada de maíz, el grano duro se molía y se hacía pinole, con lo que combinado con jugo de tuna silvestre, se tomaba también para la merienda, se hacía tipo 'pastelito' y se partía como postre. La tuna silvestre se traía de los llanos y de las orillas de los ríos» (Zepeda, A., 2013).
Tuba	<ul style="list-style-type: none"> • Bebida fermentada proveniente de la palma de coco.
Gorditas de carne	<ul style="list-style-type: none"> • Distintas a las de otros lugares del país. Les llaman «garnacha» a nuestras gorditas en otras regiones de México. Éstas se vendían en «la plaza» o «el cuadro», los sábados y domingos. Se servían como cena y eran elaboradas por las llamadas «chimoleras» quienes llevaban sus mesas, sillas, brasero, comal, a modo de puesto ambulante, además vendían pozole y tostadas, así como las «aguas frescas» (Zepeda, A., 2013).
Pescado en vara	<ul style="list-style-type: none"> • Tradicional «pescado en vara asado». «Se hace un alubrado a lo largo de la playa, el pescado limpio se inserta en vara de madera, sobre la playa, cerca de la brasa o lumbre, hasta dorar parejo, una vez dorado se vende y se come al natural, desde antaño la gente lo compraba saliendo de la brasa, ya que se encontraba encajado en la arena» (Zepeda, A., 2013).
Pirulines	<ul style="list-style-type: none"> • Dulces caseros de azúcar.
Tepache	<ul style="list-style-type: none"> • Bebida preparada a partir de la cáscara de piña fermentada, lo servían en vaso y se le colocaba una pizca de carbonato.
Quesos, jocoques y panela	<ul style="list-style-type: none"> • Subproductos derivados de la leche que se producen como parte de las actividades primarias elaborados de manera artesanal.

Fuente: Elaboración propia (2013).

Las festividades de mayo tienen su propia historia, se tiene referencia que ya en los años de 1918, viajeros procedentes de Talpa, Mascota o el Mineral de San Sebastián, llegaban al Puerto a tomar baños de sol, sin embargo, estas visitas se realizaban durante parte del mes de abril y mayo, regresando a su lugar de origen en junio. Durante su visita en Vallarta se armaban verdaderos jolgorios y parecía una feria, lleno de vendimias, música, carpas con ruleta y juegos de lotería (Montes, 2001). Actualmente, estas fiestas se conocen como el «Festival Cultural de Mayo». En principio formaba parte de la cultura del pueblo, haciendo partícipe a los pobladores, no obstante, gradualmente se ha ido perdiendo la identidad de la gente local con este tipo de festividades, las cuales inclusive se desconoce por las nuevas generaciones.

Imagen 1. Charros de Vallarta (1947)



Fuente: *Puerto Vallarta en mis recuerdos* (2001).

Imagen 2. Pescado en vara

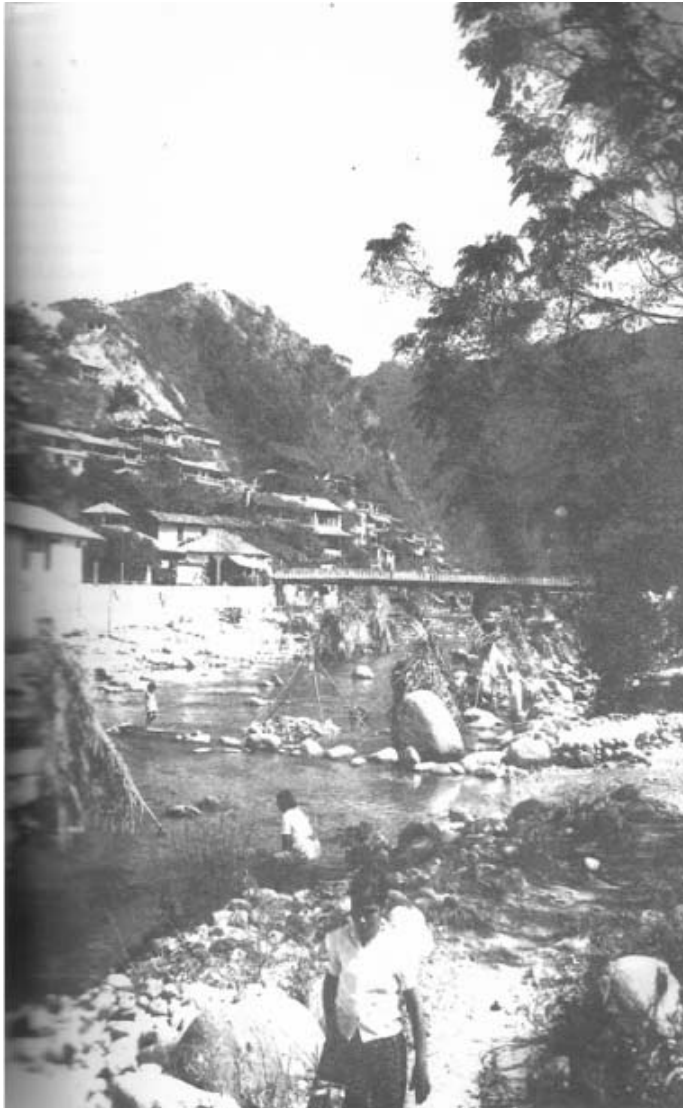
Fuente: *Puerto Vallarta en mis recuerdos* (2001).

Se tiene referencia que ya en los años de 1918, viajeros procedentes de Talpa, Mascota o el Mineral de San Sebastián, llegaban al Puerto a tomar baños de sol, por diferentes motivos, algunos venían de paso para visitar a la Virgen de Talpa, otros por comercio. Sin embargo, estas visitas se realizaban durante parte del mes de abril y mayo, regresando a su lugar de origen en junio. Durante su visita en Vallarta se armaban verdaderos jolgorios y parecía una feria, lleno de vendimias, música, carpas con ruleta y juegos de lotería. Actualmente, estas fiestas se conocen como el «Festival Cultural de Mayo». En principio formaba parte de la cultura del pueblo, haciendo partícipe a los pobladores.

Otras festividades que se fueron originando son el Festival Internacional de Música, la Fiesta del Rebozo, el Torneo Internacional del Pez Vela, la Fiesta del Abanico, así como las fiestas patronales en conmemoración a la Virgen de Guadalupe.

Las leyendas, cuentos y mitos forman parte del patrimonio intangible de cada pueblo, cuya preservación en gran medida ocurre gracias a quienes se encargan de plasmar en papel la recolección de estas, a través de la memoria popular que aún se conserva. En Puerto Vallarta ha sido impulsada a través de la iniciativa de cronistas e historiadores locales, como es el caso de los Gómez de Ixtapa, quienes

Imagen 3. Lavado en río (1930 aproximadamente).



Fuente: *Puerto Vallarta en mis recuerdos* (2001).

a través de sus obras, han logrado plasmar parte de la magia de un paraíso. Entre sus obras se encuentran *El paraíso en su tinta, narraciones del Vallarta mágico* (2000) y *Murmullos del paraíso: Leyendas de Vallarta y Bahía de Banderas* (2004).

La mutilación progresiva del patrimonio material del municipio

En la última década, Puerto Vallarta ha enfrentado una serie de transformaciones en su infraestructura, que incluye la demolición total o parcial de las plazas públicas y el malecón. El parque Hidalgo fue durante mucho tiempo un referente ineludible de la historia y evolución del Puerto, hasta que fue destruido y convertido en estacionamiento privado concesionado por el gobierno municipal. Este parque fue en sus primeras etapas de antaño un cementerio donde yacían restos de las primeras generaciones que arribaron al lugar. Desafortunadamente para quienes aún recuerdan a sus familiares fallecidos, no hay registro de reubicación de dichos restos óseos. Esta misma suerte tuvo la plaza del Pitillal y el parque Lázaro Cárdenas, los cuales fueron demolidos en su totalidad para abrir paso a la iniciativa privada.

Estas grandes transformaciones del municipio se han dado en menoscabo de la preservación de las costumbres, valores y creencias de la población cuyo conocimiento y arraigo contribuyen a la construcción de una identidad como pueblo. Por ello, se presenta una fase previa de la investigación de campo que se realiza actualmente como parte de los trabajos para identificar, de acuerdo al perfil y características de la población objeto de estudio, la existencia de rasgos propios de lo que es «ser vallartense» y, asimismo, coadyuven a inferir el arraigo que tiene la población originaria de Puerto Vallarta, así como a establecer nuevas hipótesis en relación con el tema.

En este sentido, de acuerdo con los resultados preliminares de la aplicación de la encuesta, se obtuvo lo siguiente:

Figura 1. Distribución de la muestra

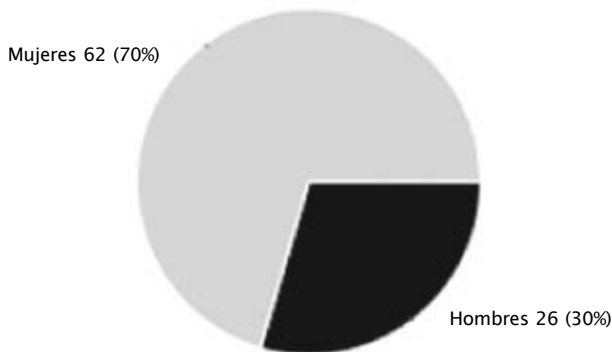
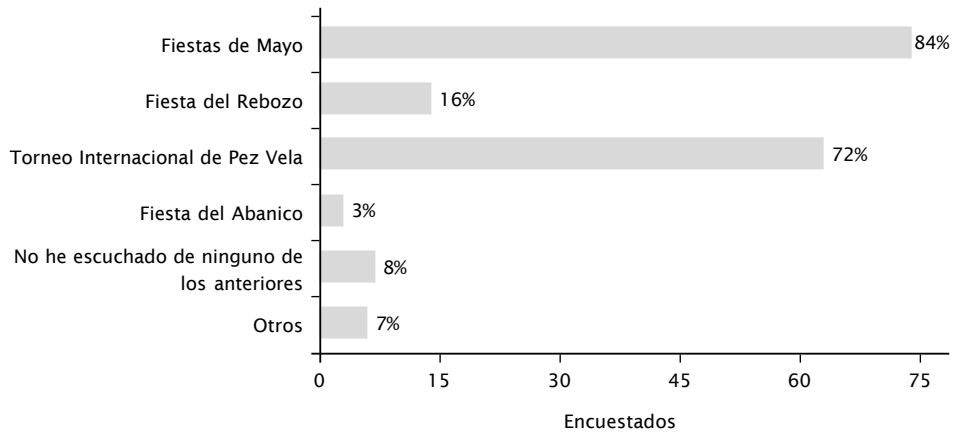
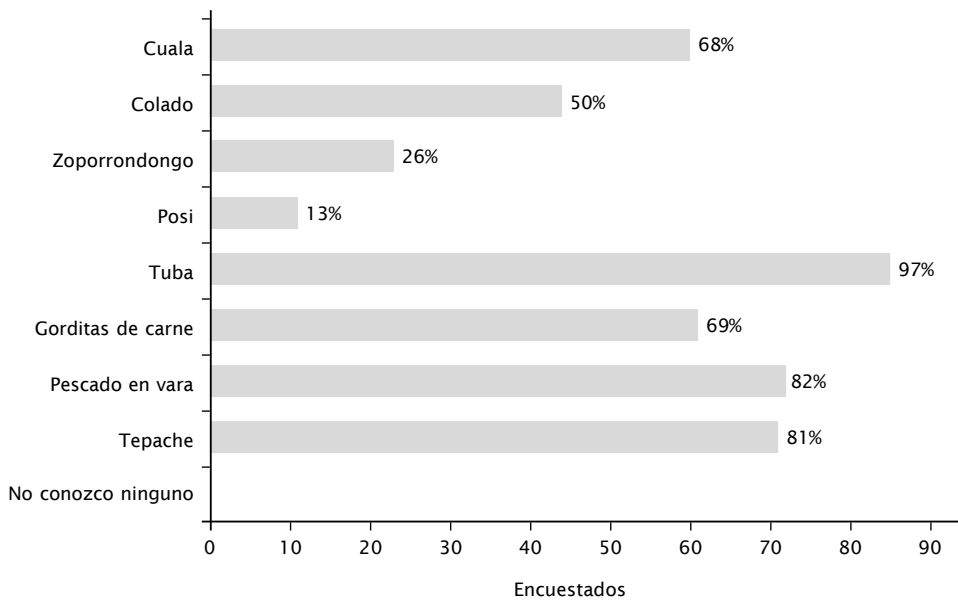


Figura 2. Eventos que han escuchado o tienen conocimiento de su existencia

Nota: Los usuarios pueden seleccionar más de una casilla de verificación, por lo que los porcentajes pueden superar el 100%.

Figura 3. De la siguiente lista, ¿cuáles alimentos conoces?

Nota: Los usuarios pueden seleccionar más de una casilla de verificación, por lo que los porcentajes pueden superar el 100%.

**Figura 4. ¿Qué opinión tienes de la remodelación del malecón y las plazas públicas?
(Plaza del Pitillal, Parque Hidalgo)**

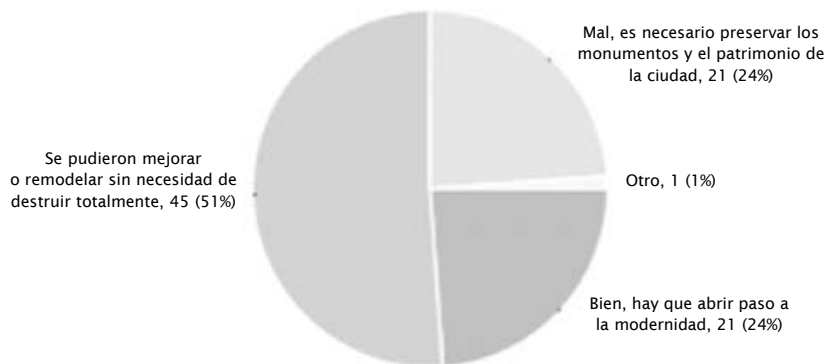
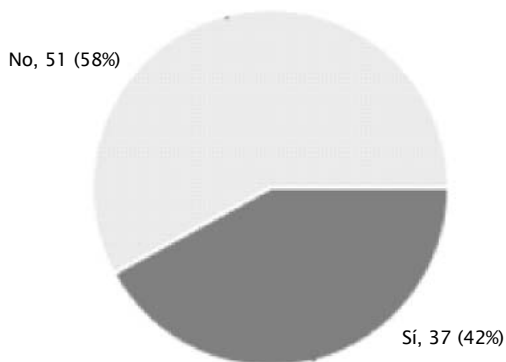


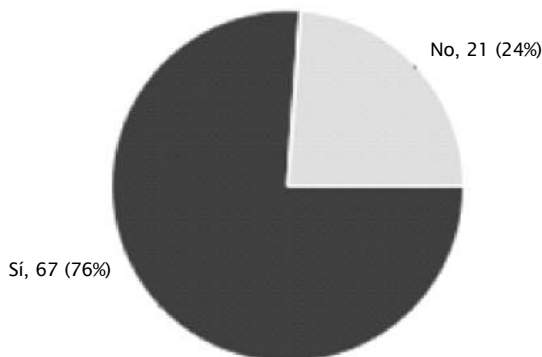
Figura 5. ¿Conoces algún cuento, mito o leyenda de Puerto Vallarta o sus alrededores?



Los mitos y leyendas con mayor frecuencia de respuesta son la de «El barco pirata en playa Los Muertos», así como la leyenda de «El diablo que se estampó en la piedra de Los Arcos». También se mencionaron las siguientes, por orden de frecuencia:

- El tren fantasma de la Hacienda de Ixtapa
- El túnel que une a los arcos del malecón con la iglesia de Guadalupe
- Historia de la fundación del Puerto
- El tesoro de la palma cuata
- La noche de la iguana

Figura 6. ¿Consideras qué hay algo que te identifique como «vallartense»?



En esta pregunta, las menciones fueron las siguientes, por orden de frecuencia mayor a menor:

- La amabilidad de su gente, sus valores
- La religión: las mañanitas a la Virgen de Guadalupe
- El orgullo de nacer en Puerto Vallarta o ser «pata salada»
- Los arcos del malecón
- El caballito

Conclusiones

La identidad cultural está ligada a las costumbres, hábitos, valores o símbolos que forman parte del patrimonio material o inmaterial de los pueblos. La conservación del patrimonio no solo es una obligación de los gobiernos locales a través de políticas públicas que coadyuven a la preservación de éste, sino que es una responsabilidad compartida con la sociedad el identificar y mantener sus propios rasgos distintivos.

De acuerdo con las tendencias de los mercados nacionales e internacionales, el turismo cultural está en crecimiento, por lo que se vuelve un segmento atractivo porque supera el gasto promedio de un turista motivado por productos solo de sol y playa. En este sentido, Puerto Vallarta necesita una diversificación de su oferta y se realizan esfuerzos para ello, atrayendo otros segmentos como el de negocios a esta zona de la costa jalisciense, sin embargo, las actividades culturales se pueden incorporar como productos complementarios, si las condiciones lo permitieran. Para ello, sería preciso evaluar los elementos necesarios para consi-

derar aspectos culturales y propios del «vallartense» como parte de una estrategia de promoción y comercialización que conjugue esfuerzos de la sociedad civil, gobiernos e iniciativa privada, considerando que la principal fuente de información de un turista con intereses culturales es la población nativa.

Así pues, a través de los resultados obtenidos del trabajo de campo se puede inferir que existe en las nuevas generaciones cierta «flexibilidad» para adaptar nuevas formas y estilos de vida, que no tienen que ver necesariamente con la conservación de sus recursos patrimoniales. Esto conlleva a considerar que la preservación de éste podría verse afectado por este tipo de ideología.

En contraste, Puerto Vallarta comparte una zona geográfica privilegiada con su vecino municipio del estado de Nayarit. De manera natural la conurbación se ha dado debido a su cercanía y a su interdependencia de servicios y recursos humanos. En este sentido, también es importante considerar que ambos municipios pueden conformar un mismo destino para su promoción conjunta, sin embargo, es importante señalar que, para efectos de identidad, es necesario reconocer los rasgos propios de cada lugar, ya que, si bien guardan similitudes, el crecimiento de ambos municipios se ha marcado de manera distinta.

Bibliografía

- COEPO Consejo Estatal de Población (2012). Gobierno del Estado de Jalisco. Recuperado el 04 de octubre de 2012, http://coepo.app.jalisco.gob.mx/html/I_indicedesarrollohumano.html
- Encarnación, J. M. *Murmullos del paraíso*. Edición patrocinada por el H. Ayuntamiento periodo 2004-2006. Puerto Vallarta: Aztatlán Ediciones.
- FACTUM Mercadotécnico (septiembre de 2007). *Sitio oficial de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación*. Recuperado el 06 de 02 de 2013, de Hábitos y Tendencias del Sector Turismo: http://www.amai.org/datos_files/JzoBgP.pdf
- García, N. (2012). *Culturas híbridas*. México: Debolsillo.
- Gilabert, C. (2007). El paraíso antes y después del turismo, en Patricia Núñez y Roberto Rodríguez (coords.), *Sociedad y Economía*, pp. 25-46. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, CUC.
- Gobierno Municipal de Puerto Vallarta 2010-2012 (2012). *Plan Municipal de Desarrollo*. Recuperado el 20 de mayo de 2013, de Educación: <http://>

- dotnet.puertovallarta.gob.mx/oldsite/TmpTransparencia/transparencia/PMD/pdf/PMD_10_12/educacion.pdf
- Gómez de Ixtapa (2000). *El paraíso en su tinta*. Puerto Vallarta: Caze, artes impresas.
- Gómez, J. (2004). *Murmullos del paraíso*. Puerto Vallarta: Aztatlán Ediciones.
- Gómez, P. (2000). Las desilusiones de la identidad. La etnia como pseudoconcepto, en P. Gómez (coord.), *Las ilusiones de la identidad*, pp. 29-36. Madrid: Ediciones Cátedra.
- INEGI Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2012).
- Kotler, P. y Gary, A. (2001). *Marketing: Edición para Latinoamérica*. México: Prentice Hall.
- López, R. (25 de 04 de 2013). Nueva estrategia de promoción venderá Vallarta desde adentro. *Vallarta Opina La Razón*, pp. 4-5.
- Montes de Oca, Catalina (2001). *Puerto Vallarta en mis recuerdos*. (2da ed.). Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.
- Mountjoy, J. (2003). *University of North Caroline in Greensboro*. Recuperado el 20 de mayo de 2013, de El desarrollo de cultura indígena en la costa de Jalisco, municipio de Puerto Vallarta, <http://www.uncg.edu/arc/Vallarta/HTML/vallarta-2000-03.html>
- Núñez, Patricia y Roberto Rodríguez (2009). *Sociedad y Economía*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, CUC.
- OMT Organización Mundial del Turismo (02 de 01 de 2013). Página Oficial OMT. Obtenido de Sustainable Development of Tourism, <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- RAE Real Academia Española (2009). Diccionario de la Lengua Española versión en línea. Recuperado el 20 de mayo de 2013, de Vigésima segunda edición, <http://www.rae.es/rae.html>
- SECTUR Secretaría de Turismo (2012). Página oficial de la Secretaría de Turismo. Recuperado el 14 de 01 de 2013, de www.sectur.gob.mx
- (13 de febrero de 2013). Sitio Oficial Secretaría de Turismo. Obtenido de Dirección General de Comunicación Social, http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_020_
- Zepeda, A. (12 de 10 de 2012). *Costumbres y gastronomía de la Hacienda de Ixtapa* (S. Zepeda, entrevistador).

La diversificación del producto turístico ante las crisis de un desarrollo regional en Nayarit

Rodolfo Rosales Herrera
Leonor Guadalupe González Cortés

La importancia del turismo como factor de desarrollo en las naciones

La Organización Mundial de Turismo (OMT, 2011) es un organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos; por lo que como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y la sostenibilidad ambiental.

Considerando el objetivo de la actividad turística para la OMT, se han conformado diversos tipos de turismo con fines determinados, pero solo alguno de ellos contribuye de forma directa con esta concepción como lo es el turismo solidario.

La Organización Internacional de Turismo Social (OITS, 2012), define el turismo solidario, como aquel que es activado especialmente por organismos no gubernamentales, los cuales organizan viajes y visitas a comunidades de pobreza extrema y ricos en recursos naturales y culturales; cuyo objetivo se refiere a los actos de solidaridad concretos, donde muchas de las veces el recurso económico generado por los viajes contribuyen directamente al bienestar de las comunidades y regiones, así como el mejoramiento de los accesos, construcción de alberges u otros beneficios identificados.

Con lo que se menciona con anterioridad, se han manifestado casos de éxito en el desarrollo económico de localidades considerando la actividad turística como eje rector; por mencionar algunos ejemplos la Comisión Económica para América Latina (CEPAL, 2003) trabajó directamente proyectos turísticos para el desarrollo de productos turísticos de algunas comunidades de Argentina como El Calafe, Ushuara y Puerto Madryn.

Por otro lado, la Asociación de Turismo Rural de Cataluña en unión con la Fundación Eurochile, realizaron un modelo de gestión sustentable de destinos,

esto con el fin de activar la economía en comunidades rurales y establecer clusters turísticos, mejorando las condiciones de vida regionalmente en Chile.

Por otra parte, el factor globalización se ha considerado como un fenómeno interesante que ha demostrado hasta la fecha, fortalecer en general a las naciones involucradas en diferentes aspectos: como el comercio, la educación, y por su puesto el turismo. Por lo que, es conveniente identificar las características definidas de estos cambios, así como las diferentes necesidades generadas por los nuevos acontecimientos; cabe mencionar que para Beck (1998) citado por César y Arnaiz (2002) la globalización significa los diferentes procesos en virtud de los cuales los estados se entremezclan e imbrican mediante los actores transnacionales con sus probabilidades de poder, orientación, identidad y entramados diversos.

Las nuevas reestructuras de gestión y cooperatividad han generado alianzas entre empresas y corporativos turísticos internacionales, por lo que han generado una mayor oferta y cobertura a lo largo del mundo para poder diversificar los servicios requeridos por los turistas.

Este tipo de movimientos han generado que la actividad turística se vaya posicionando como una de las actividades económicas primordiales de las naciones, especialmente en los países de América Latina y México.

México ha considerado la actividad turística como un factor principal en diferentes aspectos: Salvaguardar el patrimonio natural y cultural, difundir las tradiciones, etnias, usos y costumbres de los pueblos, así como la generación de divisas, empleo y la activación de la economía en algunas regiones.

En virtud de lo anterior, cabe mencionar que la importancia del turismo en mención, se ha requerido de la diversificación de los servicios turísticos, y que está generando en mercados emergentes, necesidades de viaje y actividades de ocio diferentes a las tradicionales, por lo que para las empresas turísticas ya no es suficiente tener servicios competitivos, sino que deben de trabajar en conjunto con otros sectores involucrados directa e indirectamente, como el gobierno federal, estatal, municipal, las oficinas de convenciones y las diversas agrupaciones para fortalecer estrategias de desarrollo en cada destino turístico, y en cada lugar donde se tenga planeado diseñar un producto turístico dentro de México.

El turismo se ha consolidado como una actividad económica importante en México, lo cual la Secretaría de Turismo Federal (SECTUR, CPTM, CESTUR y FONATUR) ha trabajado de forma exhaustiva, ya que ha diseñado planes estratégicos y programas pertinentes a las necesidades del desarrollo turístico de México.

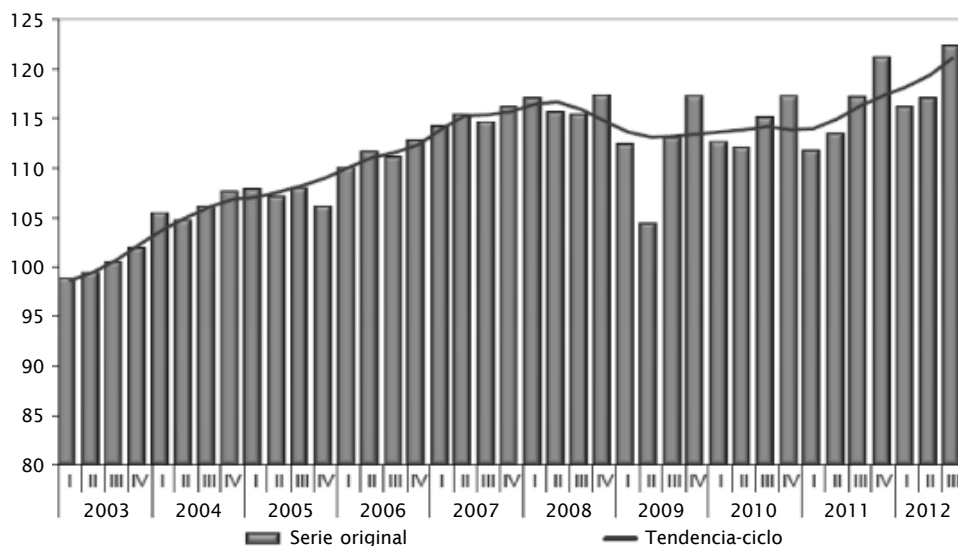
La importancia del desarrollo de la actividad turística en México, se ha visto reflejada favorablemente, por ejemplo el Servicio de Estudios Económicos del

Grupo BBVA en el 2011, publicó un análisis sobre la situación regional sectorial de México, donde refleja que en el 2008, el valor agregado de la actividad turística superó los 980 mil millones de pesos (2010), equivalente al 8.7% del total de la economía, con un crecimiento acumulado del 33% con respecto a 1993.

Se estima que el empleo generado por el sector turismo en 2008 fue de 2.5 millones de empleos remunerados, equivalente al 6.9% del empleo nacional estimado en las cuentas nacionales.

Por otro lado, el Indicador Trimestral del PIB Turístico (*Boletín de prensa 079/13*; INEGI, 2013); durante el trimestre julio-septiembre del 2012, se elevó 4.4% en términos reales respecto al mismo periodo de 2011, producto del aumento de la demanda de servicios turísticos (Gráfica 1).

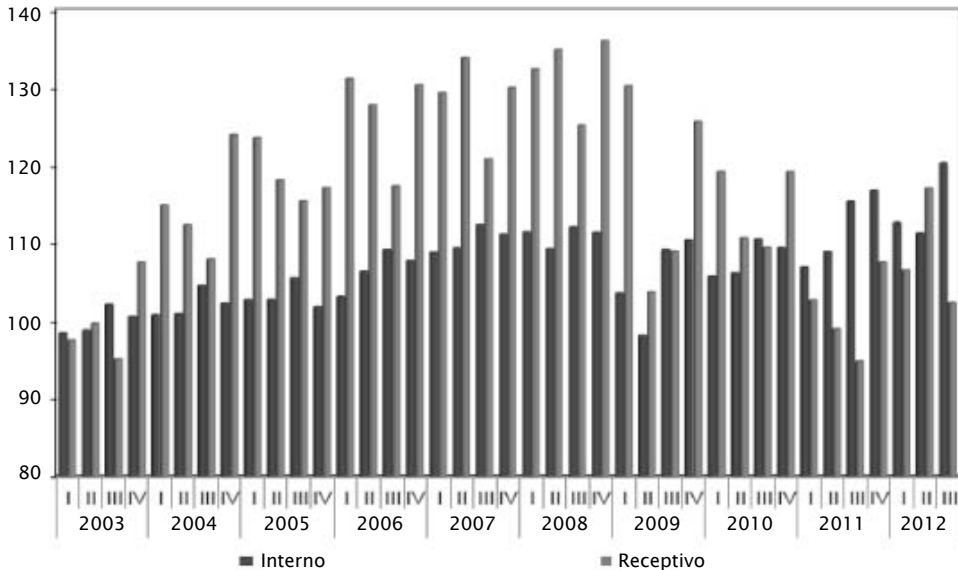
Figura 1. Indicador Trimestral del PIB Turístico al tercer trimestre de 2012
(Índice base 2003=100)



Fuente: INEGI.

En el periodo de referencia, el indicador trimestral del Consumo Turístico Interior creció 4.6% (*Boletín de prensa 079/13*; INEGI, 2013); comparado con el tercer trimestre de 2011. Por componentes, el consumo del turismo interno se incrementó 4.2% y el turismo receptivo 8% (Gráfica 2).

**Figura 2. Indicador Trimestral del Consumo Turístico Interior
al tercer trimestre de 2012**
(Índice base 2003=100)



Fuente: INEGI.

Nayarit y su potencial de desarrollo turístico

El estado de Nayarit está ubicado en el Occidente de la República, entre las siguientes coordenadas geográficas extremas:

- Al norte 23° 05' de latitud norte
- Al sur 20° 36' de latitud norte
- Al este 103° 43' de longitud oeste
- Al oeste 105° 46' de longitud oeste

Limita al norte con los estados de Durango y Sinaloa, al este con los estados de Jalisco, Durango y Zacatecas, al sur con Jalisco y el océano Pacífico y al oeste con el océano Pacífico.

Nayarit nace de la etnia Cora cuyo nombre era Naye, Nayar o Nayarit; este personaje fue el fundador del reino de Huacica o Xécora en las partes altas de la Sierra Madre Occidental. Este dominio resistió a los conquistadores españoles

por más de 200 años. Nayarit significa «hijo de Dios que está en el cielo y en el sol». El Rey Nayar inició su reinado, aproximadamente en el año 1500.

Nayarit está integrado por 28,073 kilómetros cuadrados, incluyendo las Islas Marías, y el total de la población en el 2010, es de 1,084 millones de habitantes, lo que representa el 0.97% de la población total del país.

El estado de Nayarit, es considerado como uno de los más abundantes en recursos con potencial turístico en la República Mexicana, que cuenta con playas, lagunas, montañas, bosques, ríos, ciudades coloniales, humedales, sitios arqueológicos, asentamientos indígenas como huicholes, coras, tepehuanos y mexicaneros; así como las técnicas y conocimientos ancestrales como los instrumentos musicales, las artesanías, los rituales, festividades y gastronomía.

Así como la gran diversidad de ecosistemas, debido a su ubicación geográfica tiene una característica de relieve única, ya que se encuentran tres dimensiones orográficas como la Sierra Madre Occidente, Sierra Madre del Sur y el Eje Neovolcánico Transversal.

Dadas las características descritas con anterioridad, se menciona que en el 2009 Nayarit tuvo una participación del 36.68% a nivel nacional, en relación con la inversión privada en el turismo (SECTUR, 2009).

Por otra parte en el 2012, la Secretaría de Turismo Federal (SECTUR, 2012) asignó 84 millones de pesos para la renovación de imagen de cuatro localidades turísticas, así como de paradores turísticos, también se asignaron 65 millones para conectividad con el mejoramiento de la imagen del Boulevard Riviera Nayarit y la construcción del Boulevard Federación, que conecta la vía alterna a la Riviera Nayarit con Puerto Vallarta, Jalisco.

También se invirtieron 2 millones de pesos en señalética turística y se pavimentaron más de 477 kilómetros de carreteras en cuatro rutas importantes, las cuales son parte de las acciones de la diversificación de producto dentro del estado como lo son: Lagunas Encantadas, Nayarit Colonial, Sierra del Nayar y la Riviera Nayarit.

Crisis en el estado de Nayarit, en relación con la actividad turística

Para César y Arnaiz (2002), el papel del turismo en la economía mundial puede verse de una manera general, sin embargo al analizar el impacto que produce esta actividad en diferentes economías, vemos que no muestra un comportamiento similar.

Por el motivo anterior, el turismo se ha categorizado como una de las actividades económicas con muchas bondades y de forma incluyente, ya que no sólo puede encargarse de establecer vínculos con los visitantes y turistas nacionales e internacionales, sino también incluyente con otras actividades económicas ya sean primarias, secundarias y terciarias; tanto directa o indirectamente, según los requerimientos básicos del desarrollo turístico.

En este tenor, se establece que el turismo puede coadyuvar a mejorar los índices de pobreza a través del turismo, ya que los mismos agricultores, ganaderos, pescadores, o granjas cercanas, pueden abastecer los insumos en los servicios de alimentos requeridos por los turistas.

Por otro lado, que los guías de la región sean los mismos nativos de la comunidad o de la región, a través de la profesionalización de la información y el desarrollo de las competencias establecidas para lograr el nivel esperado en este tipo de servicios.

El turismo y el desarrollo son hechos sociales caracterizados por su transversalidad, es decir, por integrar en su dinámica en diversas dimensiones y actores del entorno donde se presentan y despliegan. Por esta razón Capanegra *et al.* (2008) consideran que el abordaje del turismo y sus aportes al desarrollo del planeta es el reto de reflexionar sobre tal transversalidad, así como también acerca de las formas que las relaciones debieran asumir para dejar huellas reales en la sociedad a través de proyectos incluyentes.

Por lo que anteriormente se describe, es el sustento ideal en el que Nayarit está fomentando la actividad turística, ya que en la última década, el turismo se ha considerado como una de las actividades importantes para el desarrollo regional dentro del estado de Nayarit, ya que se han incluido diversos proyectos para el fortalecimiento de esta actividad.

Sin embargo, han existido diversas crisis que impiden concretar los proyectos a que sean trascendentales, sólidos, sustentables, incluyentes, accesibles, entre otras características, realmente es un reto complejo de superar debido a diversos factores.

Los factores críticos que afectan el fortalecimiento de proyectos turísticos son los siguientes:

1. Falta de un mecanismo de seguimiento en los proyectos establecidos.
2. Articulación entre las comunidades y las autoridades pertinentes.
3. Falta de vinculación con Universidades para medir el desempeño del proyecto, así como el involucramiento de especialistas.

4. La falta de una metodología adecuada para basar el diseño del producto turístico, ya sean la identificación de las barreras de desarrollo, la definición de un perfil comunitario y la realización de un estudio vocacional turístico de destino.

La actividad turística, que aunque sea una actividad bondadosa e incluyente, capaz de atender necesidades de la población y de turistas, así como de salvaguardar y promover las culturas y tradiciones, también es una actividad compleja de establecerse como tal, permitiendo que realmente se alcancen los objetivos determinados para lograr el desarrollo regional.

A continuación se detallarán los factores críticos que se enlistaron con anterioridad; en el punto uno, se determina la falta de un mecanismo de seguimiento de proyectos, el cual vaya permitiendo un acompañamiento durante el procedimiento y el desarrollo de cada proyecto.

Se puede considerar que los proyectos aplicados para el desarrollo sustentable en comunidades, ha sido iniciado por parte de autoridades gubernamentales, donde se establecen criterios de diseño de productos turísticos e inician a preparar a los habitantes de las regiones, generando con este tipo de acciones, cierto tipo de quebrantamiento entre las personas, ya que algunos no se convencen del desarrollo regional a través del turismo.

Es bien sabido, que para emprender este tipo de proyectos, las comunidades son las que deben de estar concientizadas e interesadas en participar en este tipo de proyectos, e incluso los casos de éxito han sido por que los proyectos en mención han sido iniciativa interna de las comunidades, tal y como les pasó al proyecto de Comunidades Hermanas, establecidas como una unión de comunidades con productos diversificados en la Región Norte del Estado de Nayarit desde el 2004.

Por otra parte, por ser proyectos originados y gestionados por organismos gubernamentales, al momento de tener el cambio de administración los proyectos se difuminan, debilitan y desaparecen, generándose conflictos internos, y por otra parte no formando habilidades y capacidades en las comunidades para poder direccionar y mantener los proyectos establecidos.

Continuando con lo anterior, Barbini (2008) considera que el carácter recursivo de las acciones de los sujetos, implica que los pobladores de las comunidades desarrollen destrezas, siendo de un peso decisivo el carácter reflexivo de su entendimiento, pudiendo reproducir necesidades o crear posibilidades, incluidas las turísticas.

El factor número dos, va en función a establecer mecanismos pertinentes para las necesidades de los pobladores, ya que como Barbini (2008) menciona que se

deben de desarrollar las competencias y las habilidades de las comunidades para de allí partir; sin embargo también se han manifestado de forma interna, pero dadas las características de las comunidades, no saben dirigirse con las autoridades pertinentes para integrar sus propuestas de manera formal.

Por otra parte, las comunidades que se han manifestado como caso de éxito, en este caso el ejido de La Palma a través de su producto turístico KiéKari, por cuestiones de perfil comunitario, no se han visto interesados integrarse con otras comunidades, en primera para poder diversificar su oferta y generar más permanencia del turista en la región, y por otro lado, generar condiciones óptimas de desarrollo en la región a través de proyectos integrales y provocar un mayor auge, derrama y coparticipación entre los pueblos.

El tercer factor de crisis es la vinculación de la Universidad ante el desarrollo regional a través del turismo; la educación superior representa un elemento preciso para el desarrollo social y económico de un país; así como para fortalecer su cultura, la paz social, el orden y combatir la pobreza.

Como es bien sabido en los decretos de creación de las universidades se encuentra entre sus atribuciones y funciones sustantivas el determinar sus programas de investigación y vinculación, por lo que es ineludible estrechar y actualizar los vínculos entre las instituciones de educación superior y los sectores sociales y productivos, encaminados a adaptarse a los retos que plantea la globalización ante un mercado cada vez más competitivo.

La vinculación en las universidades promueve, gestiona, fortalece y enlaza la participación de la institución con organizaciones públicas y privadas; articula acciones conjuntas para generar apoyos y asesorías dirigidas a la comunidad, donde generalmente se involucren docentes, investigadores, estudiantes, y practicantes en proyectos orientados a fomentar el desarrollo en las comunidades.

Aún cuando ya se han implementado diversas formas de vinculación están orientadas a funciones estrictamente académicas, esto es con programas de prácticas que como resultado tienen entregables con poca metodología y marcos referenciales, algunas de ellas careciendo de presencia y reputación en los sectores productivos ya que no han sido consideradas como fuentes de generación y transferencia de tecnología que se incorporen al sector productivo.

Por lo anterior, se debe migrar a un concepto renovado de vinculación como función sustantiva de las universidades, esto es que de acuerdo con las demandas explícitas e implícitas de las empresas y comunidades así como la participación de su población, tomen en cuenta su tradición organizativa y se promuevan servicios técnicos e investigaciones que detonen el desarrollo local y regional.

Es importante alcanzar de manera asertiva la participación del docente aplicando los conocimientos teóricos a los problemas o situaciones del turismo como fenómeno social, cultural y económico, lo cual permitirá al docente retroalimentar el proceso de enseñanza aprendizaje y al estudiante formarse como un ente de cambio que permita la valorización de los productos locales y la salvaguarda del patrimonio natural y cultural.

La vinculación se puede enfocar desde diversos puntos de vista, entre otros el de lograr una mejor formación de los estudiantes de Turismo del país, la identificación de los problemas del desarrollo del sector productivo, así como desarrollar una investigación docente y de vanguardia que lleve a la formulación de propuestas concretas especialmente para el fortalecimiento de zonas frágiles con potencial turístico.

El cuarto factor va en el sentido de que todo proyecto debe tener bases sólidas y bien estructuradas, ya que existen aspectos de efervescencia y emociones de poder conformar y activar un proyecto turístico en las comunidades, que no permiten muchas veces establecer estructuras que el diseño de productos puedan proponerse de manera sustentable.

Cabe mencionar que aunque se tenga la idea y la visión de establecer un proyecto sustentable, no se realizan las evaluaciones o estudios pertinentes para proponer y activar un producto turístico factible a largo plazo.

Debido a lo anterior, se puede determinar que para que un proyecto o producto pueda ser viable, es conveniente identificar los problemas a los que se van a enfrentar dentro del planteamiento del proyecto en mención dentro de la localidad; para César y Arnaiz (2005) es conveniente estudiar los siguientes criterios de valoración para el desarrollo turístico sustentable de una región o comunidad:

1. Asimetría económica y social/marginación
2. Migraciones internas y externas
3. Carreteras
4. Servicios municipales
5. Seguridad
6. Tenencia de la tierra
7. Imagen urbana
8. Imagen en las carreteras
9. Contaminación/basura
10. Señalización

Los criterios que se señalan, van en función a la determinación e identificación de fortalezas y debilidades de una localidad, para partir en el sentido de mejorar las condiciones básicas y después generar las ideas de los nuevos proyectos o productos turísticos contrastándolos con las necesidades vigentes del mercado potencial.

Por otra parte, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y los Alimentos (2006), definió una metodología para identificar perfiles comunitarios que son esenciales como insumos en este tipo de estudios, su objetivo es permitir a los miembros de la comisión de desarrollo una comprensión profunda de la comunidad, y que se utilice la información para los siguientes aspectos:

- a) Decidir que estrategias en materias de medios de vida de los hogares hay que investigar más a fondo;
- b) decidir que instituciones locales podrían ser importantes para la estrategia;
- c) entender el contexto en el que operan los hogares e instituciones locales y poder identificar sus vínculos; y
- d) por último, diseñar y ejecutar proyectos más eficientes y más sostenibles.

Los aspectos a considerar, dentro de la información para identificar el perfil comunitario son los siguientes puntos:

1. Historia de la comunidad y tendencias
2. Recursos
3. Contexto de la vulnerabilidad
4. Medios de vida
5. Estructura de la comunidad
6. Instituciones locales
7. Problemas, oportunidades y prioridades percibidos

Cabe mencionar que la determinación de un perfil comunitario, permite a los gestores, desarrolladores, ingenieros y diseñadores de productos turísticos, conocer e identificar las características principales de una comunidad, estableciendo aspectos importantes en la toma de decisiones en el momento de proponer un proyecto de desarrollo o producto turístico.

Aunado a lo anterior, permitirá que los proyectos se definan en aspectos bases como es el perfil comunitario y establecer los mecanismos pertinentes acorde a las capacidades e interés de la comunidad para que ellos mismos resguarden y administren y lleven a cabo el proyecto de forma integral, incluyente y accesible, generando una derrama directa.

Finalmente, uno de los aspectos a considerar como base antes de iniciar un proyecto o producto turístico en una comunidad es la identificación de las barreras de desarrollo de proyectos rurales, el ILPES (1999) estableció factores limitantes que impiden a los habitantes de una región rural optimizar el uso de los recursos humanos, naturales y financieros.

Cabe mencionar que el ILPES (1999) considera que una situación de subdesarrollo rural es normalmente compleja. Ya que sus causas se originan en numerosos factores, y sus consecuencias son también amplias. Más aún, los efectos totales superan la simple agregación de sus causas.

Las barreras que se identifican son las siguientes:

a) Barreras económicas: Es el conjunto de factores que impiden que se optimice el uso de los recursos y factores de la producción.

b) Barreras político/institucionales: Es el conjunto de prácticas políticas y la presencia y actividad de instituciones que impiden o desalientan el cambio económico y social.

c) Barreras socioculturales: Es el conjunto de valores, normas, objetivos, estructura de poder y prestigio y relaciones entre los individuos que rigen en determinada comunidad, las cuales desalientan o estigmatizan conductas y valores que llevarían a un cambio social.

d) Barreras demográficas: Son las prácticas de reproducción, las políticas explícitas e implícitas relacionadas con la familia y el género, que condicionan el tamaño, la evolución y la composición de la población rural.

e) Barreras geográficas y ecológicas: Son las condiciones de uso de suelo, agua, precipitaciones, fito y zoogeografía, que afectan la capacidad de realizar actividades turísticas.

f) Barreras históricas: Son los conflictos y las estructuras sociales y políticas, las instituciones y en general todo legado histórico que dificulta el cambio social y económico.

Como se podrá identificar, existen elementos fundamentales de importancia en el desarrollo de proyectos y productos turísticos en las comunidades rurales, en las que el perfil comunitario, las barreras de desarrollo de proyectos rurales y los estudios de vocación turísticas, solo la base fundamental antes de iniciar con una propuesta turística, que realmente se busque sea sustentable y que contribuya al desarrollo regional a través de la actividad turística.

La creación de un modelo de producto turístico, como diversificación de la oferta en Nayarit

Isla de Mexcaltitán: Ubicada en el municipio de Santiago Ixcuintla dentro de la Región Norte del Estado de Nayarit, conocida como pueblo pesquero que estando dentro del Programa Pueblos Mágicos de SECTUR federal, y aún después de haber obtenido recursos para mejorar el destino, y el interés de SECTUR estatal de capacitar a la población y establecer vínculos, con otras comunidades, en el 2009, este destino fue sacado del programa, uno de los factores fue que la comunidad no se involucró, ni se interesó en muchas de las actividades que se establecieron para fortalecer el proyecto.

Cabe mencionar que para este tipo de reconocimiento es necesario tomar en cuenta que nada tiene que ver con los funcionarios, ni el gobierno estatal, ni las autoridades locales, es quizá uno de los puntos medulares para la consolidación o fracaso futuro de los pueblos mágicos: la participación de la comunidad.

Gran parte del trabajo de este programa recae en los propios habitantes de las poblaciones, pues son ellos quienes forman los comités de trabajo; aquellos que adquieren el compromiso de mantener en correcto estado las fachadas, los que limpian las calles, atienden con cortesía a los turistas y mantienen alejado el ambulante. Mientras que a las autoridades federales y estatales les corresponde un papel más de coordinación y rectoría (Milenio, 2010).

En este programa más que en ningún otro, la participación de la comunidad resulta fundamental y mientras no exista un compromiso real, por parte de ellos, de nada valdrán los esfuerzos que los gobiernos puedan llevar a cabo.

Zapote de Picachos: Este proyecto tuvo el objetivo de plantear la importancia de recuperar y valorizar el patrimonio cultural, ecológico e histórico del pueblo huichol, a través de un modelo de turismo étnico que pueda aportar al fortalecimiento de la identidad y contribuir al desarrollo económico local.

La ubicación de este poblado, colinda regionalmente con el embalse de la presa hidroeléctrica de Aguamilpa, ya que igual que otras comunidades cercanas solo tienen acceso por embarcación.

El proyecto etnoturístico cultural de la localidad de Zapote de Picachos, plantea programas de capacitación para la comunidad anfitriona en aspectos culturales de música regional, danza tradicional, museografía, interpretación de la naturaleza, senderismo y proyectos de quienes directa o indirectamente se involucren con el fin de lograr recurso humano de calidad. Así como también, dar a conocer la

cosmovisión de la cultura Wixárika-Huichol Nayarita, que complementa la variedad artesanal producida en otras comunidades ubicadas en la rivera del embalse de la presa hidroeléctrica de Aguamilpa (Ramos, 2012).

Singayta: Es una localidad que pertenece al municipio de San Blas, Nayarit, su clima es cálido subhúmedo, con oscilación térmica extremosa, se ubica en la región hidrológica 13 a la que pertenecen principalmente los arroyos de la Tovar, Zoquipan y Platanares (Flores, 2004).

Dentro de esta comunidad en el 2002, el grupo ecológico Manglar, fue el de determinar la selección de un sitio en el cual enfocar sus esfuerzos y trabajos en el modelo comunitario eligiendo por sus características a la comunidad de Singayta.

Este lugar cuenta con un poco más de 40 familias, la mayoría de ellas de origen indígena quienes se establecieron en ese lugar, subsistiendo por décadas de la práctica de la cacería, la extracción de coco de aceite, corte de madera y palapa, y en general de la depredación (Rosales, 2011).

Después de haberse consolidado como organización comunitaria, se estableció bajo las siguientes características:

- Comunidad Ecológica Singayta SPR de RL; Singayta, municipio de San Blas.
- Recorridos de interpretación ambiental en canoa, observación de flora, fauna y manglares.
- Infraestructura: Comedor, sanitarios
- Servicios: Zona de acampar, recorridos guiados, alimentos
- Contacto: Juan Bananas al teléfono (323) 285 0462, ecomanglar@yahoo.com y Camilo Paz (323) 282 7019.

Iniciaron operaciones, con estos recorridos, consolidándose como una comunidad activa, en las que las mujeres eran cruciales dentro del servicio especialmente con los comensales y los hombres, como guías, recorridos e interpretación ambiental.

Cabe mencionar que en el 2006, la Secretaría de Turismo estatal, apoyó este proyecto con asesorías, capacitación, dirección y fortalecimiento a la promoción y divulgación de las actividades de manera regional y nacional.

Actualmente, el proyecto no está funcionando, ya que las condiciones de la tenencia de la tierra, las relaciones interpersonales inestables y las riñas familiares, empezaron a manifestarse de tal manera que el proyecto se fracturó, por lo que poco a poco desapareció como organización.

Bases para conformar productos turísticos exitosos en las nuevas marcas turísticas en el estado de Nayarit

La globalización y los medios de la información están revolucionando al ser humano, ya que sus necesidades, las tendencias, las formas de hacer las actividades de distinta manera y redefiniendo sus estilos de vida es con más frecuencia.

La industria del turismo y su actividad no es la excepción, por lo que los requerimientos, la información, el servicio, los intereses y motivos de viaje cada vez son más individuales, más especializados, más estructurados, y no solamente se deben de cubrir las necesidades de ocio y esparcimiento de uno o varios segmentos, sino de uno o varios nichos de mercado (CPTM, 2008).

Por lo que, los destinos turísticos deben de estar atentos a los cambios constantes en los intereses de los mercados emergentes, y los mercados que están en constante desequilibrio económico.

El enfoque actual debe especificarse a la conectividad en rutas de líneas aéreas, y otra a la diversificación del producto turístico en los destinos, provocando en el turista, una mejor experiencia, logrando un posicionamiento en la mente del turista, repercutiendo en el incremento de la estancia y generando una mayor derrama económica.

Los países de España, Francia, Alemania, Estados Unidos, Italia, entre otros; están trabajando en viajes a la medida, experiencias específicas y definidas debido a la reestructura social, a las nuevas familias, a las nuevas organizaciones entre otras.

Por lo que Nayarit, que en el ciclo de vida de un destino turístico se encuentra en crecimiento, este debe de estructurar su planteamiento de producto turístico, no solo de sol y playa sino en la oferta de los ecosistemas, cultura, gastronomía y arte étnico.

Generando con esto una derrama económica y optimización de recursos a nivel regional, pretendiendo un impacto a largo plazo a nivel estado; esto se puede lograr con la estrategia de apalancamiento de la marca, en la que Martín (2005) como tomar una de sus marcas mejor establecidas y ofrecer un producto con características similares al servicio.

Esto es, si Nayarit esta posicionando la marca Riviera Nayarit, como su marca mejor establecida en el mercado, puede apalancarse de ella y ayudar a posicionar las nuevas marcas que están impulsando de nuevo ingreso en el mercado.

Las nuevas marcas son: Lagunas Encantadas, Sierra del Nayar y Nayarit Colonial, por lo que la estrategia de apalancamiento de marca sería la conveniente

para partir a establecer mecanismos de operatividad, y lograr gradualmente la articulación de la actividad turística en otras regiones del estado de Nayarit, permitiendo una diversificación en el producto.

Pero, ¿los habitantes rurales, las comunidades y las localidades en el estado, estarán preparados para estos proyectos incluyentes?

Definitivamente se tiene que repensar el orden establecido al momento de iniciar con el diseño y la preparación de los proyectos turísticos, ya que como se mencionó en este documento han existido proyectos de productos turísticos y no se han consolidado; como Singayta en San Blas, Isla de Mexcaltitán en Santiago Ixcuintla y Zapote de Picachos en Tepic.

La hipótesis que se plantea en este documento es que a menor estudio de las características sociales y culturales de la comunidad, mayor es el riesgo de fracaso de los proyectos turísticos.

Es por eso que la recomendación va en función a realizar tres estudios diferentes, que den dirección a los nuevos proyectos turísticos, donde se involucren directa o indirectamente las comunidades.

Los estudios son los siguientes:

1. *Estudio sobre la identificación del perfil comunitario*: Establecido en la Guía rápida para misiones; de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

2. *Barreras de desarrollo para proyectos rurales*: Establecido en el Manual de identificación, formulación y evaluación de proyectos de desarrollo rural del ILPES.

3. *Estudio de vocacionalidad turística*: Metodología que se menciona en el libro *Desarrollo y turismo en la costa de Jalisco* por el Dr. Alfredo César Dachary y la Dra. Stella Maris Arnaiz Burne.

Conclusión

La ubicación geográfica del estado de Nayarit genera las características óptimas para en desarrollo turístico sustentable; solo que para que sea sustentable se tienen que considerar la inclusión de las comunidades, sin embargo los rasgos sociales y culturales son cada día más complejas, quizás por las reestructuras internas que van desde la migración, transculturización, valores familiares, pobreza entre otras.

Por tal motivo, se deben de identificar los rasgos principales de identidad cultural y comunitaria, para saber involucrarlos en los proyectos turísticos, y que sean ellos mismos quienes se apropien de estos proyectos y generen sus propios

mecanismos de gestión y operación de los servicios; direccionados y gestionados por las autoridades pertinentes.

Una de las responsabilidades principales de las universidades, es el aporte del conocimiento, la ciencia y la tecnología en el desarrollo regional en su lugar de establecimiento, y es esta una clave para sacar de la crisis de desarrollo regional a través del turismo en el estado de Nayarit.

Es en la crisis donde aflora lo mejor de cada uno, porque sin crisis todo viento es caricia. Hablar de crisis es promoverla, y callar en la crisis es exaltar el conformismo. En vez de esto, trabajemos duro. Acabemos de una vez con la única crisis amenazadora, que es la tragedia de no querer luchar por superarla (*Albert Einstein*).

Bibliografía

- Barbini, Bernarda (2008). Capacidades locales de desarrollo a través del turismo: reflexiones para su abordaje, en S.M. Arnaiz Burne y A. César Dachary (eds.), *Turismo y Desarrollo. Crecimiento y Pobreza*. México. Universidad de Guadalajara, Universidad de Buenos Aires y Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Bertoncello, Rodolfo (2008). Mercado de trabajo turístico: vínculos con el desarrollo y la pobreza, en S.M. Arnaiz Burne y A. César Dachary (eds.), *Turismo y Desarrollo. Crecimiento y Pobreza*. México. Universidad de Guadalajara, Universidad de Buenos Aires y Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Capanegra, César (2008). La invención del desarrollo turístico. Genealogía de una episteme de poder, en S.M. Arnaiz Burne y A. César Dachary (eds.), *Turismo y Desarrollo. Crecimiento y Pobreza*. México. Universidad de Guadalajara, Universidad de Buenos Aires y Universidad Nacional de Mar del Plata.
- César, Alfredo y Stella Maris Arnaiz (2002). *Globalización, turismo y sustentabilidad*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, CUC.
- (2004). *Desarrollo y turismo en la costa de Jalisco*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, CUC.
- (2005). *Turismo rural: modelos y propuestas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, CUC.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2003). Estudios y Perspectivas; Desarrollo Turístico de Ushuara. Recuperado por <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/5/14045/docSerie18.pdf>

- CPTM (2008). Reporte de Estudio de mercado, para mercado nacional; Nivel socioeconómico A/B. Segmento de Conocimiento.
- Flores, D. (2004). Desarrollo turístico sustentable en la localidad de Singayta, municipio de San Blas, Nayarit. México. DOI: oclc/63138840
- Grupo BBVA (2011). Análisis sobre la situación regional de México.
- INEGI Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (2013). *Boletín de prensa*, 079/13.
- Instituto Latinoamericano y el Caribe para la Planificación Económica y Social (1999). Manual de identificación, formulación y evaluación de proyectos de desarrollo rural. Santiago de Chile.
- Labendeira, X., C. León y M. Vázquez (2007). *Economía ambiental*. Madrid: Prentice Hall.
- Mantero, Juan Carlos (2008). Desarrollo y turismo: la opción necesario, en S.M. Arnaiz Burne y A. César Dachary (eds.), *Turismo y Desarrollo. Crecimiento y Pobreza*. México. Universidad de Guadalajara, Universidad de Buenos Aires y Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Martín, M. (2005). *Arquitectura de marcas: Modelo general de construcción de marcas y gestión de sus activos*. España: ESIC Editorial.
- Milenio (2010). Pueblos Mágicos, las etapas de las definiciones; por Edgar Rogelio Reyes. Recuperado en <http://www.milenio.com/cdb/doc/impreso/8755957>
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y los Alimentos (2006). *Guía rápida para misiones, analizar las instituciones locales y los medios de vida*. Roma; Recuperado en <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>
- Organización Internacional de Turismo Social (2011). Descripción y concepto del turismo solidario en el mundo. Recuperado en <http://www.bits-int.org/es/index.php?menu=2&submenu=7#docs>
- Organización Mundial del Turismo (2012). Boletín informativo acerca de la OMT.
- Ramos, J. (2012). *Propuesta de dinamización turística de la comunidad Zapote de Picachos, municipio de Tepic, Nayarit, a través de un proyecto etnoturístico*. Mexico: Universidad Autónoma de Nayarit.
- Rosales, R. (2011). La importancia de los clusters turísticos en la Región Norte del estado de Nayarit, en Stella Maris Arnaiz y Carlos Rogelio Virgen (coords.), *Sociedad, naturaleza y turismo*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, CUC.
- SECTUR Secretaría de Turismo (2009). Padrón Nacional de proyectos de Inversión; Inversión privada identificada en el sector turístico.

Identidad generacional y calidad de vida en la Meseta de Juanacatlán, Nayarit

Dagoberto Jacobo Garrafa
Bertha Alicia Villaseñor Palacios
Luis Gabriel Torres González

La cultura se ha convertido en el centro de problematización y actuación en la vida contemporánea. De esta manera la atención reflexiva se dirige a la existencia concreta de los hombres, la cual responde a sus necesidades materiales que enfrenta hoy y a las transformaciones identitarias, principalmente (Ramírez, 1995; Rodríguez y Sánchez, 2009).

La imposición de un estilo de vida sujeto a patrones o criterios que establecen los lineamientos globales mediante diversas vías, han transformado las formas de administrar y controlar la sociedad. La implantación de imaginarios transnacionales con una ideología neoliberal, ha impactado los procesos históricos y constructos sociales particulares como la identidad y la cultura, así como actividades tradicionales, observándose grandes cambios entre una generación y otra, que dan cuenta del debilitamiento de la endoculturación y la apropiación de los repertorios culturales forjadores de la identidad. En este sentido, los repertorios culturales como esencia de la identidad, son el hilo conductor que permite diferenciar los cambios generacionales en La Meseta de Juanacatlán, una región de origen indígena donde la identidad como tal no existe, pero sí, prevalece un conjunto de principios de solidaridad, cooperación y respeto entre sus habitantes y con su entorno. No obstante, esta región como parte del quinto municipio con mayor índice de marginación en Nayarit según datos en misma fuente, expresa niveles preocupantes, lo que permite inferir la pobreza como un factor común, y es precisamente la búsqueda de alternativas para atenuar esta situación lo que ha comenzado a transformar las peculiaridades de esta región.

Globalización y cultura

La globalización es un principio de interpretación necesario para realizar un análisis relevante de la situación de cualquier parte del mundo (Álvarez, 2005). Re-

sulta de vital importancia tener en cuenta este rol en los estudios culturales por la influencia que esta ejerce en los estilos de vida de las poblaciones humanas aun en los espacios más recónditos. La globalización se sustenta en la idea de que una sociedad por más cohesionada y aislada que se encuentre, así como las economías domésticas, ya no pueden sostenerse sin interactuar con el exterior, evidenciándose así, la creación de una economía y de una sociedad verdaderamente globales (Viteri, 2008).

Mucho de lo que actualmente es parte de la cotidianidad es esencialmente global, puesto que la globalización articula diversos procesos a través de flujos acelerados de capital, mercancías, tecnologías, personas, conocimientos e imágenes que cruzan fronteras nacionales (Long, 1996). En este sentido, la globalización puede entenderse como la intensificación a escala mundial de las relaciones sociales que enlazan localidades muy distantes, de modo tal que los acontecimientos ocurridos en un lugar tienen trascendencia en muchos otros (Giddens, 2000; Mejía, 2007).

Hopenhayn (1999), menciona que la globalización permite a través de los flujos de información ya sea por medios de comunicación o por el propio ser humano, recrear y pluralizar la identidad y la transformación de imaginarios. De esta forma, los vínculos y espacios sociales transnacionales que se crean dada esta perceptible pérdida de fronteras, revaloriza culturas locales y trae a un primer plano terceras culturas, lo que modifica el quehacer cotidiano en todos los ámbitos, y que fuerza a todos a adaptarse y a responder (Beck, 1998).

Bajo este tenor, la adopción de un estilo de vida deviene en la práctica de determinadas pautas culturales, en torno al consumo, a la difusión de imágenes, mensajes y símbolos en tiempo y espacio, lo que trasciende en las identidades (Long, 1996). Al respecto Hopenhayn (1999), señala que la subjetividad reconstruye nuevas formas de expresión del ser activo y pasivo, así como de nuevas percepciones del tiempo y la distancia, propiciando de acuerdo con Ianni (1996) la pérdida de memoria histórica, más plasticidad de espíritu y a la vez más inconsistencia valórica, de ahí, que se hayan roto los modos de ser, sentir, actuar, pensar y fabular. Bauman (1999), por su parte, señala dos visiones contrapuestas en torno a un sentimiento, considera que para algunos la globalización es indispensable para la felicidad, no obstante, para otros es la causa de la infelicidad.

Ahora bien, como resultado de la relación global-local en el plano de la cultura, se habla de culturas híbridas, lo que resta autenticidad, entrelaza y potencia lo tradicional con lo moderno según García (1997). Desde esta perspectiva, la cultura es apertura, en particular, apertura al sentido; es una actitud, en la que el espí-

ritu se mantiene alerta ante lo que es extraño o lo convencional, entre lo actual y lo arraigado en el medio social (Pineda, 1995).

No obstante, la cultura es ese todo complejo que señala Taylor (1920), que concierne conocimientos, creencias, arte, ley, moral, costumbres, entre otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad. De acuerdo con Giménez (2005) está compuesta por pautas de significados históricamente transmitidos y encarnados en formas simbólicas, en virtud de las cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias.

La cultura se compone por un conjunto de reglas de conducta que influyen en la gente para que se comporten similarmente, mismas que dan significado a todos los eventos y experiencias de la vida, algunas de las cuales se enseñan con palabras, mientras que otras son demostradas por acciones según Phillips (1995). Estas reglas culturales determinan la organización social y moldean la identidad tal como lo menciona Audrey (1997).

En este sentido, de acuerdo con Harris (1983), la cultura es el conjunto aprendido de tradiciones y estilos de vida, socialmente adquiridos, de los miembros de una sociedad, incluyendo sus modos pautados y repetitivos de pensar, sentir y actuar. Para que esto sea posible Bohannan (1996) menciona que instituciones como la familia, la escuela y la iglesia, son grandes pilares para la transmisión de conocimientos culturales a lo largo de la vida, proceso en el que el concepto de endoculturación ocupa una posición central al ser una experiencia de aprendizaje parcialmente consciente y parcialmente inconsciente a través de la cual la generación de más edad incita, induce y obliga a la generación más joven a adoptar los modos tradicionales de pensar y de comportarse (Harris, 1983).

Si bien, es cierto que la cultura no es lineal y que sufre cambios en el tiempo, es su esencia misma la que generación tras generación resplandece y mantiene un conjunto de ideas sobre la forma de vivir en armonía, así como la forma de afrontar su realidad, donde los simbolismos y significados asociados a representaciones colectivas y formas de percibir la vida, conservan la unidad cultural y denotan el particularismo histórico de cada población humana.

Repertorios culturales como esencia de la identidad

El paso de los años ha dejado ver que los procesos globales en relación tiempo-espacio determina contextos particulares en los cuales los asentamientos huma-

nos formulan y reformulan las reglas de comportamiento en torno a la forma de abordaje de circunstancias particulares, de su proceder como sociedad, mismas que son consideradas como las mejores opciones entre un cúmulo que pudieran dar otra orientación y por supuesto significados diferentes. Estas formas que se eligen, ese conjunto de ideas sobre su proceder, que conforman sus rasgos característicos como colectividad son denominados en el campo antropológico como repertorios culturales.

De acuerdo con Giménez (2005), los repertorios culturales refieren representaciones, valores, símbolos, a través de los cuales los actores sociales individuales o colectivos, demarcan simbólicamente sus fronteras y se distinguen de los demás actores en una situación determinada, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente determinados. No solo sirven para distinguir un nosotros de los otros (Bartolomé, 2006). Son patrones de conducta, normas, valores, símbolos, prácticas colectivas, se apropian al menos de una parte de estos y desde ahí construyen su sentido de pertenencia (Mercado y Hernández, 2010). Los repertorios culturales constituyen la suma del conjunto de opciones utilizadas tanto por un grupo de gente como por sus miembros individuales para la organización de la vida (Even-Zohar, 2008).

En esta misma dirección Bonfil (1988) señala, que el conocimiento y el manejo del repertorio cultural propio se adquiere normalmente a través de los procesos de socialización y endoculturación que se mantienen como canales de transmisión cultural interna bajo control del grupo y que permiten dar contenido a la identidad étnica original, y definirla. Independientemente del origen del repertorio, el factor crucial reside en la aceptación del mismo como herramienta organizadora de la vida por parte del grupo de destino (Even-Zohar, 2008).

Las identidades se construyen precisamente a partir de la apropiación, por parte de los actores sociales, de determinados repertorios culturales considerados simultáneamente como diferenciadores (hacia afuera) y definidores de la propia unidad y especificidad (hacia adentro) (Giménez, 2005).

Materiales y métodos

El estudio de los cambios en la identidad generacional y su relación con la calidad de vida, fue hecho a través del enfoque observacional, mediante las bondades de la etnografía, uno de los métodos más relevantes que se vienen utilizando según Murillo y Martínez (2010). Con ello se busca que a partir de descripciones deta-

lladas de situaciones, eventos y en general de la percepción de las personas sobre su estilo de vida, construir principios generales que ayuden a entender el origen de los cambios generacionales en la región y su relación con los principios de carácter global.

Las técnicas que se emplearon fueron la observación participante y la entrevista en profundidad. La observación participante fue imprescindible para comprender lo que la gente piensa y hace, frente a lo que dice y hace, fue también necesaria para descubrir los motivos por los que las personas actúan al tiempo que evidencía que cualquier forma o acto social ha de entenderse como una parte de la totalidad cultural en el que se incluye, como bien lo señala Téllez (2007). Mientras que la entrevista en profundidad, reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes como lo definen Taylor y Bogdan (1987), permitió una mejor comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas y de su historia.

El tamaño de la muestra fue determinado de forma no probabilística. Se empleó el muestreo teórico propuesto por Glaser y Strauss (1967). El cual hace referencia básicamente al método indiciario, hasta que la saturación de información ponga fin al tamaño de la muestra. Se tuvo los cuidados necesarios para tener una muestra representativa, en el sentido de que hubiera participación de todas las localidades que conforman la región de estudio y el número de personas por cada grupo de edad, así como el género en cada uno.

En un primer momento se contemplaron 55 entrevistas en profundidad, la saturación de información y la triangulación de perspectivas en las localidades, las redujeron a 32, distribuidas en las 6 localidades. Las entrevistas se realizaron a tres grupos de edad estos son: mayores de 70 años, entre 30 y 69 y menores a 30 años, con la intención de identificar los cambios generacionales. También se realizaron 4 entrevistas externas a la región a historiadores del estado, dos de ellos residentes en la cabecera municipal y dos en la capital de la entidad, los primeros con la finalidad de conocer la percepción en el valle del municipio sobre las localidades de La Meseta, mientras que las otras dos para conocer la región en el contexto estatal.

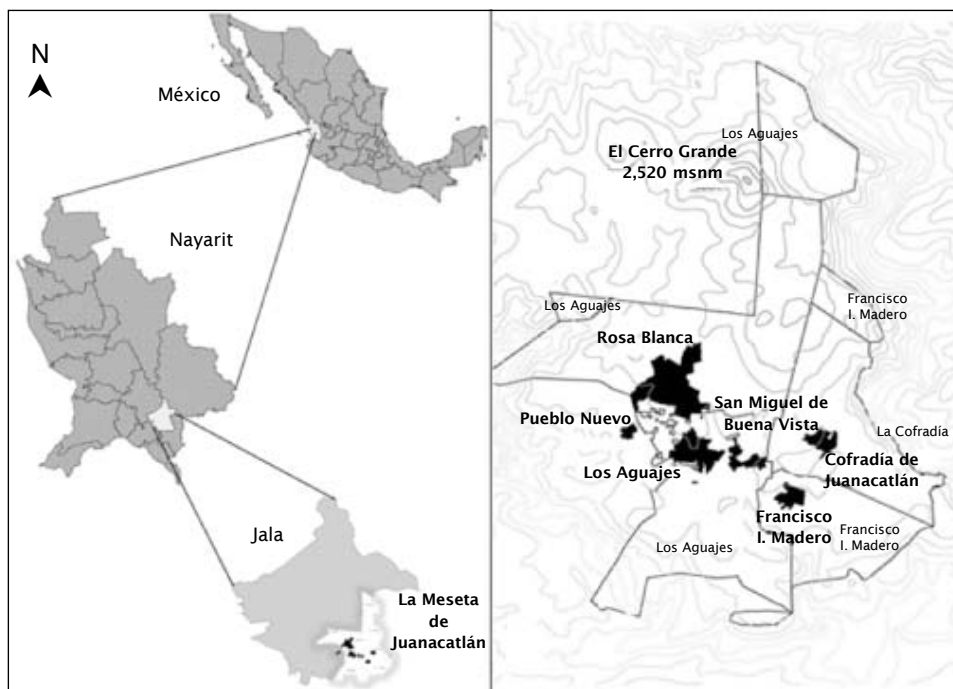
La Meseta de Juanacatlán, Nayarit

La Meseta de Juanacatlán es el nombre que emplean para identificarse como región de pueblos hermanos los habitantes de un conjunto de localidades vecinas

localizadas al sureste en el municipio de Jala Nayarit. La denominación de Meseta responde a las condiciones geográficas de su territorio, una semiplanicie cuya altitud promedio sobre el nivel del mar asciende a los 1,915 metros, con acantilados al este, oeste y sur, mientras que al norte montañas de abundante vegetación de pino-encino forman una barrera natural. En la cual, el Cerro de Juanacata como se encuentra registrado en INEGI es la mayor elevación con 2,525 metros, conocido localmente como «El Cerro Grande». Esta montaña debe su apellido al extinto nombre de «Monte de Juanacata o Monte de Juanacatlán», (Xonacatl «cerro de las cebollas») nombre con el cual se identificaba a esta región por sus densos bosques en el tiempo de la conquista cuando pertenecía a la jurisdicción de Ahuacatlán, de ahí que se haya adoptado Juanacatlán para La Meseta.

La unión de estas localidades bajo el nombre de La Meseta de Juanacatlán según habitantes de la misma no rebasa los 20 años. Actualmente se compone por los poblados de Rosa Blanca, Los Aguajes, Cofradía de Juanacatlán, Francisco I.

Figura 1. Localización geográfica de La Meseta de Juanacatlán y dotación ejidal de los poblados



Fuente: Elaboración propia.

Madero, San Miguel de Buena Vista y Pueblo Nuevo, separados por uno o dos kilómetros entre sí que conjuntan una población de 6,777 habitantes según datos del Censo de Población INEGI (2010), lo que representa el 38 por ciento de la población municipal.

El desconocimiento sobre su origen, los ha desligado con la pertenencia e identidad al calificativo de indígena. Aunque tradicionalmente de manera local, se ha manejado como versión oficial que de Tlaxcala han venido como en el elocuente *papaki*¹ se entona en las bodas, y que por ende se infiera que son descendientes nahuas tlaxcaltecas, Samaniega (2004) menciona que descienden de indígenas cohanos, un grupo cora. No obstante, cualquiera que sea su origen, el estilo de vida que caracteriza a estas poblaciones aún demarca solidaridad, cooperación, sentido de hermandad y participación social bajo objetivos comunes, pautas culturales masificadas, significados anclados en los astros y la naturaleza, lo que de alguna forma asemeja principios de etnia indígena, criterios que hacen de estos pueblos una región, empero, el paso de los años los ha debilitado pudiéndose observar cambios generacionales como se aprecia en los siguientes párrafos a través de las categorías de análisis citadas.

Percepción de la calidad de vida

Dados sus antecedentes étnicos, el estilo de vida que se observa actualmente en esta región, denota condicionantes que reflejan el legado histórico, pero que a la vez concierne elementos de la modernidad que obedecen a factores externos. Teniendo en cuenta que la calidad de vida es un concepto que no posee concepción universal, y que ha variado conforme pasan los años como lo señalan Gómez y Sabe (2000). Es hasta los años 70 cuando toma su carácter multidimensional haciendo referencia tanto a condiciones objetivas como a componentes subjetivos.

Hasta cierto punto, la calidad de vida puede concebirse como un estado utópico, en el sentido de considerarse como el estado ideal, donde las condicionantes de vida en términos ambientales, económicos, culturales y sociales sean suficientes para satisfacer el bienestar de las poblaciones humanas, donde todos tengan acceso a servicios de calidad y ejerzan sus derechos, responsabilidades y libertades en cordialidad con sus semejantes, instituciones y gobernantes.

Tener calidad de vida puede significar estar satisfecho con el estilo de vida cotidiano, «sentirse bien», traducido a veces como «ser feliz», cubriendo todas las

1 Canción en forma de himno-corrido que se canta en las bodas, relata el origen de los pobladores, así como algunas particularidades de las familias que se enlazan.

necesidades reales² y que se cree tener. Dado que la percepción de un individuo a otro puede variar, así como las condicionantes de vida en espacio y tiempo. Calidad de vida, es una percepción que desde la propia cosmovisión del individuo se genera a partir del medio en el que se desenvuelve, de la conciencia colectiva, a través de sus necesidades reales por lo tanto la cultura tiene mucho que ver, desde el comportamiento, las actitudes, aspiraciones, valorizaciones de lo material y espiritual, del ser mismo. Es precisamente, en el «ser mismo» donde los choques culturales, desvanecen identidades, construyen un mundo de superficialidades, en el que el individuo como sujeto es tratado como objeto, y éste pasa por desapercibido. En palabras de Fernández, Cabo y García (1999), calidad de vida es ese deseo de ejercer un control personal sobre las decisiones cotidianas que se limita por el marco legal generalizado y normas de carácter particular.

La indiferencia inmersa en el proceso de expansión global, en el que la búsqueda de la acumulación de riqueza y obtención de ganancia, ha permitido llegar a todos los rincones del planeta, ha denigrado la fortaleza de los valores humanos y de la dignidad misma. El estilo de vida, se vuelve acelerado, materializado, donde la riqueza espiritual, se ve relegada. En este nuevo escenario, la escenificación, la ficción y virtualización del mundo, a partir de medios masivos que sugieren formas de vivir mejor, como tratar nuestro cuerpo, como ser felices, son muestra del dominio en el que el individuo, no es más que un títere que le permite al sistema lograr objetivos, principalmente económicos (Guerrero, 2002).

En esta región, sus habitantes consideran que la pobreza es un factor común, aunque es una característica que históricamente ha acompañado el desenvolvimiento de estos pueblos, su percepción ha ido cambiando. Generaciones mayores a los 70 años, perciben la pobreza como parte de su normalidad y no le dan mayor importancia, mientras haya que comer y se tenga salud, es posible decir que se vive bien. Si a ello se le suma, el orden, la tranquilidad, el respeto, la amabilidad, la solidaridad, dormir bien, se tendrían mayores razones para afirmar lo anterior. Detrás del «que haya que comer» está la fertilidad del campo, así como su cuidado, trabajar; mientras que el «tener salud», implicaba cuidados personales rígidos que hasta la fecha personas en dicha edad siguen practicando. Así es como se percibía de cierto modo una buena calidad de vida de manera generalizada. En estas generaciones el trabajo es por dignidad, por gusto, se trabaja para comer, pero jamás con el afán de acumular riqueza.

2 Considérese aquellas comunes para todo ser humano (satisfacer el hambre, sed, vestido, vivienda, etc.)

Para estas personas, comparando las condiciones en su juventud con las que viven en la etapa actual, hoy se vive peor que en aquellos días «...en aquellos tiempos, a gusto que se la pasaba uno» (Ignacio Celedón, marzo 09: 2013). Mientras que la señora Práxedes menciona:

...anteriormente la gente pues toda pacífica, todo bien, todo iba por su orden, ahora ya no es lo mismo de antes. ...yo creo que antes vivía mejor la gente, antes todo en paz, todo muy en paz y ahorita no la gente ya está como los animales, ya todos brutitos, sabe cómo se me afigura (Práxedes Santana, marzo 09: 2013).

Aunado a lo anterior, de forma generalizada, las personas en este grupo de edad ponen énfasis en la devaluación del dinero, al señalar que antes con X cantidad de pesos compraban el doble o triple de lo que hoy pueden adquirir con la misma cantidad, lo que les ha impedido vivir como antes, consumir lo que acostumbraban y por ende se ha visto traducido en peores condiciones de vida.

Las generaciones entre 30 y 69 años, dieron un revés, en sentido del entendimiento y apropiación de tal ideología. Aunque se comparte lo anterior, se le suma que para vivir bien, son necesarios algunos bienes materiales, como vivienda apropiada, y la adquisición de otros conocimientos a través de la educación como vía al disfrute de tales bienes. La acumulación de riqueza se inserta como una meta, bajo la idea de que tener más permite tener mejores condiciones de vida, el trabajo sigue siendo el medio para alcanzarlo, pero además se suma el estudiar como una vía que se percibe es más apremiante. En estas generaciones, resalta el valor de la vida al no ser discapacitado, «no estar mocho» como ellos lo mencionan, puesto que al no tener alguna limitación física es posible vivir como se desee, siempre y cuando se le «eche ganas». Debe tenerse en cuenta que refieren a esquemas de sobrevivencia que se conciben en el ámbito rural, los cuales distan mucho de los lujos. Son personas, que si bien ellos no tuvieron el disfrute de algunos bienes materiales viven con el deseo de que a sus hijos no les falten las cosas que en sus generaciones se consideran como necesarias, de este modo, si están bien sus hijos están bien ellos, y de cierto modo se vive bien y se es feliz, ello lleva implícito un sacrificio en términos de necesidades de los padres.

En las generaciones menores a los 30 años, existe mayor inclinación hacia la percepción objetiva sobre de la calidad de vida, la tenencia o carencia de bienes materiales son fundamentales en la satisfacción personal, el sentirse diferente a partir de ello es muestra de la influencia externa. La salud, lo familiar, el orden, la calidad del ambiente, aunque son importantes, son considerados en segundo plano.

Aprovechamiento forestal y agricultura

En palabras de Nietzsche, la naturaleza es la fuente de la cultura, la fuente primaria del sentido (Vieyra, 1995). En esta lógica, millones de seres humanos derivan su sustento, conocimientos tradicionales, y significados de identificación individual y colectiva a los sistemas naturales (Velasco, 2003). En particular para esta región, una vez que inician el aprovechamiento de los pinos de ocote y se comercializa en pueblos aledaños a la región, comenzaron a sumarle nuevas expresiones a su estilo de vida, en su alimentación y formas de curarse principalmente. La generación de ingresos a través de este medio no fue lo relevante, sino la construcción de significados por medio de repertorios culturales.

El contar con los saberes sobre el qué árboles cortar, cómo, y cuándo, sumado a la fuerza para poder hacerlo, adentrarse en el denso bosque por extenuantes jornadas que rebasaba días completos, durmiendo bajo tierra, cobijado con paja y hojas secas en medio de peligros propios del bosque, representaba para el género masculino «ser un hombre hecho y derecho», digno de admiración y respeto. En estas circunstancias, el cómo hacer fuego sin cerillos, conocimientos básicos sobre cacería, eran parte de los saberes tradicionales y comunes en personas que hoy gozan con más de 70 años de vida.

Actualmente, la madera es aprovechada por las personas pertenecientes a las generaciones entre 30 y 69 años, en pequeños aserraderos en Rosa Blanca, Los Aguajes y Cofradía, mismos que abastecen a la región de muebles y madera en tablas cuando se requiere. Los saberes y conocimientos seguidos por los mayores, han perdido relevancia, ya no son tomados en cuenta de la misma manera. Los hombres mayores a 70 años, no conciben que se usen motosierras, porque eso hace floja a la gente, y los destrozos son más graves, «ya no se cuida el cerro», una expresión frecuente. Con ello se pierden conocimientos sobre la realización, manejo y significado del uso de herramientas tradicionales.

Por otra parte, en lo que respecta a la agricultura, a partir de 1928 con la dotación de tierras ejidales de manera provisional para el primer poblado de La Meseta de Juanacatlán, la agricultura se constituyó como una de las principales actividades para la sobrevivencia de los pobladores de esta región. La dotación de tierras fortaleció la cultura del maíz, estableció un modo de cultivo orgánico, la creación de herramientas rústicas, propició conocimientos sobre la luna, abonos naturales, la domesticación de bueyes para la yunta, adoptó del aprovechamiento forestal el trabajo como dignificación del hombre de respeto, sus largas jornadas como evidencia y sus buenas cosechas como producto.

Las gentes mayores tenían la ideología de sembrar para comer, «¡trabajando algo hay!» en palabras del señor Ignacio Celedón (09 marzo, 2013), porque sabían que así aseguraban tortillas y frijoles para su alimentación, y si más no, de hambre no se morían. Estas generaciones mayores a los 70 años, tristemente mencionan todo lo que les tocó vivir en sus tierras, y lo que significaba para ellos extender la jornada, hacer su arado, manejar la yunta, saber que con la «pura fuerza de la tierra» se daba el maíz como en general señalan.

Como en otras latitudes, antes de la década de los ochenta los roles en las familias estaban más marcados, había rigidez, y el hombre en esta región para ser hombre debía tener algunas cualidades a partir de un conjunto de conocimientos. Como responsable de «arrimar que comer», debía saber trabajar, y ello significaba saber trabajar la tierra, pues de ella dependía la alimentación básica para estas generaciones. Por lo tanto, el conocimiento de padre a hijo se enseñaba a temprana edad, llevándose desde las ocho de la mañana hasta que se mirara. El trabajar todo el día, y era trabajar, con intensidad, sin descanso, sólo para «medio comer», ello derivaba en respeto y admiración, en hombría. Saber manejar, la yunta y sobre todo hacer los arados con todas sus partes, puesto que los hacían de madera, representaba aún mayor respeto.

La llegada de tecnologías externas en los procesos productivos en La Meseta de Juanacatlán, sin duda repercutió en una desvalorización del trabajo. El uso de arados de metal, los llamados «chapulín», arrastró consigo el conocimiento y saberes en torno a la elaboración de los arados tradicionales hasta ese entonces, saberes como que madera usar, cuando cortarla teniendo como referencia el estado de la luna, como labrarla, entre otras cuestiones.

El contacto con el exterior de la región, derivó en cambios en el proceso de cultivo en La Meseta, puesto que comenzaron a introducirse fertilizantes, fungicidas y otra variedad de semillas. Sin embargo, las generaciones mayores a los 70 años no las aceptaron, por lo menos en un primer momento, pues consideraban que trabajar con azadón en lugar de «regar líquido» (fumigar), es más digno, además de las atribuciones que le asignaban, (lo mismo se observó con la introducción de sierras a motor, para sustituir el hacha), sin embargo, el uso de fertilizantes (Sulfato de amonio y nitratos), fue mejor recibido, no de manera generalizada, pero más tolerable.

El paso del tiempo dejó ver que tarde o temprano estas tecnologías se aceptarían, en algunos casos inclusive se asumió un costo de oportunidad, al fumigar con líquidos como Gramoxone, que es eficaz para la maleza más difícil, pero que a su paso impide el crecimiento de frijol y calabaza, dos cultivos de tradición. Lo

que en un momento irrumpió en el disfrute de semillas de calabaza doradas en el comal con tortillas de maíz hechas a mano, un alimento típico de su niñez para las generaciones que actualmente tienen más de 40 años.

En este sentido como lo señalan Wilson y Dissanayake (2000), las modernas tecnologías han transformado la imagen de lo local, insertándose como uno de los elementos para combatir el atraso y estancamiento de las zonas rurales frente a las grandes urbes. Han incidido no sólo en la organización política, sino también en la cultura del lugar, no obstante, el localismo tradicional, ha mostrado resistencia a esta tendencia.

Vivienda

La forma en que realizaban sus casas y los materiales que eligieron los primeros pobladores, pronto se convirtieron en conocimiento común y sabiduría tradicional, ello en tiempos incluso antes del auge del aprovechamiento forestal en la primera mitad del siglo XX.

Los «chinames», como los nativos lo nombran, eran moradas donde los soportes básicos eran de madera muy selectiva, para resistir el peso del resto de la vivienda, la humedad ante las lluvias, el sol para no encorvarse, únicamente las personas con más años vividos tenían el conocimiento, no sólo para saber que madera cortar, sino cuando, teniendo como referencia el estado de la luna.

Este tipo de viviendas fue el hogar hasta la juventud de personas que hoy gozan de más de 70 años, testimonios vivientes señalan:

...cuando era niño las casas eran más pobrecitas, las paredes eran de cañas de milpa o sino de palos, el techo de zacate, había muchos cabezones y de ahí se hacían, se ponía una base de carrizos, y se iban amarrando con hilos hechos de penca de mezcal desde abajo con un palo que le decían ratón, los pisos todos eran de tierra, sólo se ponía lodito (Encarnación Jacobo, octubre 14: 2012).

Los muros, además de palitos y cañas podían ser de tablas. Las mujeres por su parte, rellenaban los huecos con lodo, en parte para impedir que entrara aire, pero sobre todo concibiéndolo como mejor hogar, «...uno de mujer si no lo quería tener así lo rellenaba uno de lodo y ya decía que uno tenía mejor casita, más bonita, lo chinantiaba uno» (Guadalupe Aquino, julio 11: 2013).

El chiname tenía que ser remplazado, por lo menos una vez por año, para salvaguardar la integridad de sus habitantes ante los peligros por animales salvajes y fenómenos naturales. En la actualidad los chinames son los cuartos traseros

de las casas más humildes, donde por lo general el techo es de teja o lámina de asbesto o de cartón. Alberga algunas veces la cocina, en otros casos es una especie de bodega.

Posteriormente, se comenzaron hacer con adobes, material visto y aprendido fuera de la región, «quien tenía casa de adobe ya era persona grande» (Eleuteria Silva, agosto 22: 2013), se entendía por ello, a una persona de respeto, responsable, que se esforzaba mucho, digna de admiración. «Ya cuando tenían de abobepos ya mejor», menciona la señora Guadalupe Aquino (julio 11, 2013).

Estas viviendas, resistían mejor las inclemencias del tiempo puesto que antes llovía más, de acuerdo con las personas mayores a los 70 años, sin duda la mejoría en los muros fue evidente. Los techos seguían siendo de zacate hasta por lo menos 1960 cuando fue posible que vehículos automotores accedieran a estas localidades y se comenzaron a remplazar por teja de cemento.

Las casas de adobe con techo de teja, en su momento representaron símbolo de riqueza, para pobladores con edades de más de 70 años, no así para las personas entre 30 y 70 que para ellos ya fue una casa normal, en las que el hacinamiento se sufría aún. Eran casas de dos aguas también, casas frescas o calientes según el clima, las cuales no se podían comparar con las casas de techo de zacate que eran más acogedoras «no se tenía ni frío ni calor», señalan frecuentemente. Para las generaciones menores a los 30 años estas casas representan símbolo de pobreza, de humildad. Los jóvenes muchos de los cuales han incursionado en tierras fuera de la región por motivos de trabajo o estudio, buscan señalar a través de la vivienda como con la posesión de vehículo «que les ha ido bien», sus casas han comenzado a abandonar la estructura tradicional, imitando complejas construcciones que aluden a viviendas urbanas.

La magnitud de las casas, a pesar de contar con bastante materia prima, era reducida e insuficiente para el número de habitantes. Las generaciones mayores a los 70 años recuerdan de su infancia, casas en las que no había división de cuartos, la cocina estaba afuera, la mesa eran el pretil, dormían en el suelo, sólo se tendían costales o en los mejores casos petate, no obstante, había quienes se esforzaban por hacer cama de palitos, para no dormir en el puro suelo. Una peculiaridad adicional de las viviendas, era que adentro se construía un pretil para el metate y la hornilla, que después de tortear fungía como mesa, también se hacía otro para poner las tinajas de agua.

Generaciones entre 30 y 70 años, buscaron separar hombres en un cuarto y mujeres en otro, la introducción de nuevos materiales que encarecía la construcción o ampliación de las viviendas ante las condiciones de pobreza limitó la posi-

bilidad de que cada hijo pudiera contar con su propio cuarto. No así con las generaciones menores a los 30 años, en las que se muestra una tendencia más favorable hacer posible este objetivo, sobre todo a partir de una familia reducida.

Valores sociales

Las primeras generaciones tuvieron que cooperar para poder sobrevivir en la marginación extrema. La solidaridad, el respeto, la amabilidad y tranquilidad, caracterizaban las relaciones entre los pobladores, permeadas en su totalidad hasta las generaciones mayores a los 70 años; las carencias materiales eran incontables, pero «todos se conocían, la palabra valía mucho, no había nada igual porque no sabían leer, se ayudaban más» (Encarnación Jacobo, octubre 14: 2012). «...el temor mantenía unida la gente, ahorita la gente ya es otra, entre más tiene más quiere, ...y de más atrás uno no le sobra, pero teniendo voluntad y viendo que otro necesita uno le regalaba, que vestido, que guarachis, que maíz» (Lucía Aquino, septiembre 19: 2013). «Si yo tenía sí aquí está y si iba sí aquí hay» (Arcadia Durán, agosto 04: 2013) era una ideología generalizada.

Las múltiples carencias que afrontaron las generaciones mayores a los 70 años, era la razón principal para mantener la unidad, como se aprecia en voz de testigos de aquellos ayeres. Las necesidades que implican eventos como bodas y defunciones, así como la construcción de los techos de las viviendas principalmente, concentraban el esfuerzo en un primer momento incluso de todos los habitantes, posteriormente con el incremento de la población, en generaciones entre 30 y 70 años se aprecia la solidaridad de vecinos y parientes cercanos, lo que evita gastos que resultarían difíciles de solventar. «Son favores que se hacen sabiendo que un día se habrán de pedir», una voz frecuente.

El respeto a los mayores y el reconocimiento como personas sabias, era parte de su concepción de vida. Eran ellos quienes tomaban las decisiones o en su defecto eran consultados, «eso sólo los meramente» comúnmente refieren a ellos. Fue una costumbre que se venía practicando y que generaciones de la segunda mitad del siglo XX aún practicaban, nombrando a los nacimientos de agua con el nombre de la persona de mayor referencia a la redonda, mismas generaciones que en los enlaces matrimoniales recurrían al adulto de mayor longevidad entre su familia o colonia con el fin de llevar alguien de respeto, de palabra, que respaldara la seriedad del ir a pedir el hombre a su posible esposa. Hoy en día con lamento y decepción la gente de mayor longevidad señala, «...casi te puedo asegurar que entre familia se están perdiendo esos valores y bueno disculpa, se están perdiendo digo yo, y varios hemos platicado, por el mundo como está tan revuelto, ya no hay respeto» (Gaudencio Silva, agosto 05: 2013).

La cortesía al saludar cuando se encontraban en la calle o al llegar a casa del visitado, era extensiva, «como le va tío Pedro buenos días le de Dios». Expresión común en las generaciones mayores a los 70 años que actualmente habitan estos poblados. Sin embargo, generaciones menores a los 30 años, han desvirtuado esta costumbre.

...me digas la juventud, todavía de mi edad pa'trás porque yo conozco la mayoría de La Meseta porque nos juntamos en la tercera edad, no, yo voy saludando esa costumbre tengo, ¡tío Gau!, y yo saludando a toda la gente ya los vi, ahí nos vemos. Pero ya los jóvenes lo trillan a uno como que pasan animales, y cuando yo conozco a las personas les digo ¡qué van corajudos o qué! ¿Por qué? porque no saludan. A los maestros, les digo maestros no les dicen a sus alumnos que saluden, el saludo es ley de Dios. Saludar, ahora veo que sabe cómo se saludan hay moviendo las manos y son costumbres que ven en otra parte nadie las saca de aquí eso de chocarse las manos (Gaudencio Silva, agosto 05: 2013).

Actualmente, la magnitud de los pueblos no es muy grande lo que permite que todas las personas se conozcan al interior de cada uno, inclusive en Rosa Blanca que es la localidad más grande de La Meseta con poco más de 4,000 habitantes. Sin embargo, los lazos de fraternidad comienzan a debilitarse:

El saludo aún se conserva, pero no de forma extensiva ni con igual fraternidad, el saludo es evidencia de que las personas guardan estrecha relación, pero además es muestra de buena educación y una pauta cultural transmitida de padres a hijos a temprana edad. Se observa además, que el saludo entre personas de distintos pueblos de no conocerse está ausente, es decir, si una persona transita en una localidad que no es la suya y encuentra una persona que no conoce, no se saludan.

Vestido

La vestimenta es parte de la identidad de los pueblos, sobre todo de aquellos que se reconocen como indígenas en el que cada pieza del vestido desde pies a cabeza suele significar algo para el grupo de población que los usa. Para el caso de las localidades de La Meseta de Juanacatlán, la vestimenta típica usada por generaciones mayores a los 70 años, alude indumentaria indígena, no obstante, los significados vinculados están ausentes.

La manta era el material indispensable para la confección de las prendas que se usaban en el género masculino, mientras que en la ropa para las mujeres había

más variedad de telas. El calzón como se le nombraba fue sustituido en la posteridad por el pantalón. La confección de la ropa era una cualidad indispensable de las mujeres para ser aceptadas y respetadas al llegar al matrimonio. Testimonios señalan:

...mi suegra luego me dio un rollo de manta, dijo ira aquí está, sácale calzoncillo, hazle camisa de abajo, para que encima se ponga su camisa de manga larga, y eso decía, hazle unos loquitos, esos de abajo eran camisetitas, un loco, un loquito decía uno (Florencia Santana, septiembre 13: 2013).

...era tela florida, cabeza de indio, vestidos de colores chillantes rojo, azul, les gustaban andar coloradiando o verdiando, y los hombres de manta y ya cuando salió el pantalón pues ya con pantalón, ya nos sentíamos muy julanos (Andrés Garrafa, agosto, 01: 2013).

Los hombres además usaban sombrero, peculiar de la época, los «sollate», sombreros grandes, redondos y con un pico arriba, eran de palma resistentes al agua. Los cuales generaciones entre 30 y 70 sustituyeron por uno más chico y común hasta la actualidad, no sólo en la región en cuestión. Los jóvenes han dejado de usar dicho tipo de sombrero, optando por «gorras o cachuchas», a quienes no les tocó conocer, el significado del sombrero levantado que indicaba que se podía ver a los ojos, sin vergüenza alguna, orgulloso de ser hombre de bien.

Las mujeres para este entonces, eran las encargadas de hacer la ropa, mientras que los hombres hacían los huaraches. Se sabe que tanto hombres como mujeres usaban el mismo tipo de huaraches, que hubo un tiempo en el que sólo se los ponían en eventos realmente meritorios, por ejemplo en alguna fiesta o para andar en Ixtlán, puesto que durante el trayecto los huaraches se llevaban en la mano y ya llegando al río chiquito, el cual hacen frecuente mención, se los ponían para entrar al pueblo. Los motivos no eran otros más que conservarlos el mayor tiempo posible para no incurrir en los gastos que implicaba hacerse de otro par. Lucía Aquino habitante del pueblo de San Miguel menciona:

...de más atrás era un mundo, y ahorita es otro mundo de gente, ya cambió. Pero de más atrás se usaba que nosotras todas las muchachas andábamos al rais, iba uno cuando por ahí, se ponía uno sus guarachitos de vuelta y vuelta, correa y correa, hombres y mujeres usábamos los mismos guarachis, pero en la casa andaba uno al rais, iba uno al agua al rais, y todas las muchachas, nos vian y no decíamos nada (Lucía Aquino, septiembre 19: 2013).

Esta forma de vestir, fue cambiada a partir de influencia externa y de la propia relación que los habitantes de la región han mantenido con pueblos vecinos. No obstante, un hecho relevante que influyó en gran medida sucedió en 1929, año en el que los habitantes de estas localidades son obligados a bajar a poblados como Ixtlán del Río, Jala, Ahuacatlán, entre otros de menor tamaño, durante la guerra cristera, al regresar a sus pueblos llevaron consigo algunas expresiones que habían adquirido durante su estadía en los pueblos que los habían albergado. Muestra de ello fue el usar pantalones, que si bien fue un uso que no pudieron costear y no proliferó, para fines de la década de los cuarenta comenzó a masificarse su uso, «fue aproximadamente en 1947», señala Tomás Moncada de 82 años hijo del señor Benito Moncada Sánchez (marzo 03, 2013).

Poco a poco lo que para generaciones mayores a los 70 años era parte de su normalidad y no había admiración alguna, se fue convirtiendo en motivo de vergüenza, y el usar pantalón en vez de calzón se convirtió en símbolo de «que se te tenía el modo», es decir, en sentido de mejores posibilidades económicas.

Actualmente, la forma de vestir mucho tiene que ver con lo que se aprende en otras partes, con las tendencias en la moda, con el simbolismo de grupos urbanos, muy acorde con lo que percibe el profesor Francisco Garrafa (julio 23, 2013), «los jóvenes ahora se van con la moda para sentirse diferente».

Reflexiones finales

La cultura no es un proceso lineal, depende de la temporalidad, así como del espacio y sus condiciones geográficas. El dinamismo global entre otras tantas expresiones, ha derivado en el hibridismo de la cultura, una manera de luchar contra los conceptos de pureza cultural, de autenticidad e incluso de singularidad (García, 1997). La identidad es necesariamente producto de la construcción intercultural, ya que implica una interacción entre capas que se superponen, al menos toda identidad es dialéctica entre lo local y lo global como lo señala Samaniego (2005). De este modo, en La Meseta de Juanacatlán, un espacio cerrado hasta mediados del siglo pasado, con un estilo de vida humilde, de múltiples carencias en un ambiente impregnado de pobreza, los cambios en su cultura comenzaron a partir de los nexos carreteros y un mayor flujo de sus habitantes con su exterior, integrando nuevas expresiones identitarias. En este sentido, las identidades como lo señala Samp Pedro (2004), son fruto de la interacción, siempre en relación con «los otros», por supuesto sin dejar de lado lo tradicional, por lo menos del todo.

En esta región se observa que a raíz de la introducción de tecnologías modernas, se han trastocado los usos y costumbres, desplazando significados y restando valor a la naturaleza. La inmersión de lo global en los espacios más recónditos es una realidad, las identidades colectivizadas comienzan a fracasar inclusive en estos lugares, emergiendo el individualismo y el afán de acumulación de capital como distinción de los demás.

De forma general, la percepción sobre calidad de vida se ha modificado y se aproxima cada vez más hacia concepciones estandarizadas, en las cuales la satisfacción de necesidades materiales tiene prioridad, sean estas dependientes de la propia persona o de otras instancias como en el caso de los servicios públicos de calidad. La versión institucional sobre la calidad de vida que se está insertando en el mundo rural ha incidido en el estilo de vida propio de estos territorios, y aunque en su momento fue rechazado como se ha explicado, finalmente terminan siendo aceptados, desplazando usos y costumbres, repertorios culturales, que ayudaron a enfrentar momentos históricos pasados. En este sentido, las transformaciones culturales, han incidido en el proceso de desarrollo, han mejorado las condiciones de vida en términos occidentalista, no obstante, se alejan de valores humanos y de concepciones ancestrales.

Tan cierto es que la calidad de vida es una valoración o juicio, que aún en el interior de una región que culturalmente se consideran como pueblos hermanos por su estilo de vida compartido, en lo particular entre pueblos y de persona a persona se encuentran percepciones distintas. Se encuentra que, entre más humilde se vive o mayor son las carencias, se acepta que se vive bien. Hay quienes se encuentran en mejores condiciones pero no aceptan tener carencias, reflejan un rechazo al «ser pobre», diciendo «yo vivo bien, no me hace falta nada». El mundo de la apariencia, de la simulación, es un patrón que comienza a tener relevancia.

La forma de vida que se describe en La Meseta de Juanacatlán, efectivamente no es un caso de buen vivir,³ como pudiera pensarse, sin embargo, resulta un modelo de vida interesante dentro del contexto actual, teniendo como referencia los principios de sustentabilidad y el propio sistema capitalista. Un modelo en el

3 El buen vivir, se concibe como un modelo de vida en comunión con la Madre Tierra y con el Universo, representa la esperanza de crear y recrear una alternativa de desarrollo que tiene que ver con todos los aspectos de la vida, desde el buen vivir entre los seres humanos y estos con la naturaleza, hasta el buen alimentarse, el buen dormir, el buen danzar, el ser feliz (Villaseñor *et al.*, 2010). Implica una vida con agua limpia, aire puro y tranquilidad, aprovechamiento racional y conservación de los bosques, calidad de vida sin consumismo y despilfarro. Implica además, el derecho de pensar, seleccionar y decidir con autonomía.

que la vida solidaria y en comunidad prevalece y puede fortalecerse, adoptando temas como la agricultura orgánica, la creación de áreas naturales protegidas, y otras formas de articulación desde lo local a lo global, evidenciado que aún dentro de las atrocidades del capitalismo, existen modelos alternativos que pueden proliferar y atenuar los efectos negativos que adolecen por todo el mundo.

Los habitantes de La Meseta de Juanacatlán como descendientes de grupos indígenas, independientemente si fueron coras o tlaxcaltecas, atesoran conductas, reglas culturales, conocimientos y saberes, que los vinculan con sus ancestros milenarios, y aunque en la actualidad, sobre todo las generaciones jóvenes, no se identifican como indígenas, viven en el imaginario de ser pueblos hermanos bajo un ambiente de paz, tranquilidad, riqueza natural, donde las cualidades espirituales del ser humano, los valores sociales, la importancia del conocimiento de los astros, el valor de la palabra, siguen vigentes, empero, el riesgo latente de su debilitamiento, extinción y transformación de estas particularidades está presente.

Bibliografía

- Álvarez Munárriz, Luis (2005). *Historia antropológica de la región de Murcia*, Colección Monografías Regionales, núm. 5. 1ra ed. España: Editora Regional de Murcia.
- Audrey I., Richards (1997). El concepto de cultura en la obra de Malinowski, en Firth R. *et al.*, *Hombre y cultura de la obra de Bronislaw Malinowski*, 3ra ed. México: Siglo veintiuno editores.
- Bartolomé, Miguel (2006). Los laberintos de la identidad. Procesos identitarios en las poblaciones indígenas, *Avá*, núm. 9, pp. 28-48.
- Bauman, Zygmunt (1999). *La globalización, consecuencias humanas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Beck, Ulrich (1998). *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. 1ra ed. España: Ediciones Paidós Ibérica.
- Bohannon, Paul (1996). *Para raros nosotros. Introducción a la antropología cultural*. España: Editorial Akal.
- Bonfil Batalla, Guillermo (1988). *La teoría del control cultural en el estudio de procesos étnicos*, Anuario Antropológico/86. Editora Universidad de Brasilia/Tempo Brasileiro, pp. 13-53.
- Even-Zohar, Itamar (2008). *La fabricación del repertorio cultural y el papel de la transferencia*. Madrid, España: Amelia ed.

- García Canclini, Néstor (1997). *Culturas híbridas y estrategias comunicacionales, Estudios sobre Culturas Contemporáneas*. Vol. III. México: Universidad de Colima, pp. 109-128.
- Giddens, Anthony (2000). *Un mundo desbocado, los efectos de la globalización en nuestras vidas*. España: Editorial Taurus.
- Giménez, Gilberto (2005). La concepción simbólica de la cultura, en *Teoría y análisis de la cultura*. México: Conaculta, pp. 67-87.
- (2005). *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, México en http://vinculacion.conaculta.gob.mx/capacitacioncultural/b_virtual/tercer/1.pdf
- Glaser y Strauss (1967). *The Discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. Nueva York: Aldine Publishing Company.
- Gómez-Vela, M. y Sabeh, Eliana N. (2000). *Calidad de vida. Evolución del concepto y su influencia en la investigación y la práctica*. Universidad de Salamanca, INICO. Disponible en INICO <http://inico.usal.es/publicaciones.asp>
- Guzmán Mejía, R. y Anaya Corona, C. (2006). *Cultura de maíz-peyote-venado sustentabilidad del pueblo wixarika*. México: Universidad de Guadalajara.
- Harris, Marvin (1983). *Antropología cultural*. España: Alianza.
- Hopenhayn, Martín (1999). La aldea global entre la utopía transcultural y el ratio mercantil: paradojas de la globalización cultural, en Carlos Iván Degregori y Gonzalo Portocarrero (eds.), *Cultura y Globalización*. Red para el Desarrollo de las Ciencias en el Perú, Lima.
- Ianni, Octavio (1996). *Teorías de la globalización*. 1ra ed. UNAM. México: Siglo XXI editores.
- INEGI Instituto Nacional de Estadística y Geografía. XIII Censo de Población y Vivienda 2010. México: INEGI.
- Long, Norman (1996). Globalización y localización: nuevos retos para la investigación rural, en *La sociedad rural mexicana frente al nuevo milenio*, vol. 1. México, D.F.: Plaza y Valdés Editores, UAM, UNAM, INAH.
- Mejía, N. J. (2007). Globalización y cultura: Dimensiones peruanas, *Espacio Abierto*, vol. 16, núm. 002, pp. 365-376.
- Mercado Maldonado, Asael y Hernández Oliva, Alejandrina (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva, *Convergencia*, vol. 17, núm. 53, Universidad Autónoma del Estado de México.
- Murillo, Javier y Martínez, Chyntia (2010). Investigación etnográfica, *Métodos de Investigación Educativa*, 3ra ed. Especial, 30/11/10.

- Phillips, Carol Brunson (1995). Culture As Process (Cultura como un proceso), en *A Guide to Culturally Sensitive Care*. Una guía de cuidado cultural sensible. Departamento de Educación de California.
- Pineda, Víctor (1995). Cultura, sentido y multiplicidad, en Edmundo O’Gorman *et al.*, *Filosofía de la cultura*. México: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, pp. 39-57.
- Ramírez Cobián, Teo (1995). La cultura como autoformación del hombre, en Edmundo O’Gorman *et al.*, *Filosofía de la cultura*. México: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, pp. 39-57.
- Rodríguez B., Salvador y Sánchez, Clara (coords.) (2009). *El fin del campesinado, transformaciones culturales de la sociedad rural andaluza en la segunda mitad del siglo XX*. España: Editorial Junta de Andalucía.
- Samaniega, Francisco (2004). *Historia general de Jala*. México: Nayarit Editorial.
- Taylor, S.J. y Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados*. España: Paidós.
- Téllez Infantes, Anastasia (2007). *La investigación antropológica*. España: Editorial Club Universitario.
- Tylor Burnett, Edward (1920). *Primitive Culture*. Vol. I. Londres: Jhon Murray Press.
- Velasco Páez, Francisco (2003). Globalización, desarrollo sustentable e identidad cultural, Compendium: *Revista de investigación científica*, núm. 10, pp. 49-61.
- Vieyra García, Jaime (1995). El sentido griego de la cultura (desde Nietzsche), Edmundo O’Gorman Edmundo *et al.*, *Filosofía de la cultura*. México: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- Viteri Díaz, Galo (2008). *Notas sobre globalización*. Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2008b/389/
- Wilson, Rob y Dissanayake, Wimal (2000). *Global local, cultural production and the transnational imaginary*. 2da ed. Duke University Press.

Turismo de salud. Introspectiva de impactos y crisis en Bahía de Banderas

Rafael Villanueva Sánchez
Miguel Navarro Meza
Jorge Luis López Ramos

Desde tiempos ancestrales, la naturaleza misma del ser humano, le ha conducido a la búsqueda de espacios y alternativas que se centren en la salud y bienestar. Antecedentes en la Grecia clásica revelan ya el uso de elementos alternativos para contrarrestar dolencias físicas, como primera instancia el uso del agua fría y caliente. Es a partir del siglo XVI, cuando el uso del agua para el tratamiento de males, se populariza a través de establecimientos, cuyo registro se le atribuye en primer *spa* a Bélgica, el término es un acrónimo del latín, *Salutern Per Acqua* (salud por medio del agua), derivado de la existencia de una fuente de aguas termales, popularizándose de esta manera en el mundo por sus propiedades curativas, dando origen a toda una industria que hasta nuestros días prevalece y sigue creciendo de manera exponencial.

La globalización económica y la progresiva integración política, generan día con día un mayor desarrollo en las corrientes turísticas. Asimismo, la reducción de horas de trabajo, el aumento en la esperanza de vida y las modificaciones de los valores e intereses de la población juegan un papel importante en el comportamiento de esta actividad.

En la época actual debido al crecimiento social y a los avances por mejorar en la ciencia y tecnología, las necesidades por encontrar sitios de esparcimiento, relajación y cuidado de la salud, tienen cada día más demanda. Dentro del turismo de salud, se encuentra un segmento que en nuestro país cuenta con un gran potencial: los *spas*, los cuales han tenido una gran demanda en Estados Unidos y Canadá en donde se estima en cinco millones de clientes y se calculó que en los noventa la tasa de crecimiento promedio anual fuera del 18% (SECTUR, 2011).

Las nuevas tendencias del mercado han venido a desarrollar dentro de lo que se conoce como turismo de salud (viajes a lugares con aguas termales y aplicación de tratamientos naturales con propiedades curativas), cuyo mercado se constituye por personas que buscan mejorar su estilo personal de vida hacia una vida más

saludable: aprendiendo técnicas de relajamiento, recibiendo tratamientos especializados en la mejoría física; así como desarrollando mejores hábitos de alimentación, ejercicio físico, descanso, sueño, cuidado y belleza personales.

Partiendo de este modelo se pretende analizar los impactos ocasionados por el sector en Bahía de Banderas, tomando como referencia la demanda actual y el valor cuantitativo monetario, la influencia de la crisis económica global y sus secuelas en el sector.

El análisis incluye la corresponsabilidad académica en la formación de profesionistas como Técnico Superior Universitario en Terapia Física y Spa por la Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas, buscando de esta manera profesionalizar y diversificar la oferta, en una región cuyo sector se desarrolla en un ambiente favorable.

Tendencia global

La globalización económica y la progresiva integración política, generan día con día un mayor desarrollo en las corrientes turísticas. Asimismo, la reducción de horas de trabajo, el aumento en la esperanza de vida y las modificaciones de los valores e intereses de la población juegan un papel importante en el comportamiento de esta actividad (Association, 2007).

De acuerdo al estudio realizado por *Spa Industry Study*, en el año 2007 y publicado por la International Spa Association (2013, ISPA por sus siglas en inglés); existen en los Estados Unidos de Norteamérica aproximadamente 14,600 *spas*, en un territorio cuya población es de 313 millones de habitantes.

De los *spas* contabilizados en Estado Unidos el 72.4% son *spas* por el día, el 13.5% son *resort spas*, el 5.3% son *spas* de destino, el 4.1% son club *spas*, el 2.8% son *spas* de recuperación médica, el 1.4% son *spas* con manantiales de aguas minerales y el 0.3% son *spas* a bordo de cruceros, se estima una tasa de crecimiento del 21% para los próximos 5 años (SECTUR, 2004).

En Canadá se estiman 2,800 *spas* para una población de 34 millones de habitantes (International Spa Association, 2013).

En México solamente se contabilizan 1,600 *spas* para un territorio de 114 millones de habitantes (Association, 2007), aunque datos oficiales de la (SECTUR, 2004) emiten un resultado contrastante respecto a la cifra anterior, corresponde a 108 establecimientos que cumplen los criterios de la institución y oficialmente registrados en el Registro Nacional de Turismo (RNT).

Se estiman cada año 111 millones de visitas a *spas* en los Estados Unidos, 17 millones de visitas en Canadá, y en México únicamente 10 millones de visitas, una cifra muy baja que refleja la falta de promoción y por ende, el desconocimiento de la mayor parte de la población de los beneficios que pueden brindar para combatir el estrés y otros malestares físicos, por consiguiente se traduce en 21,438 habitantes por *spa* en los Estados Unidos, 12,142 habitantes por *spa* en Canadá, y 7,250 habitantes por *spa* en México (Association, 2007).

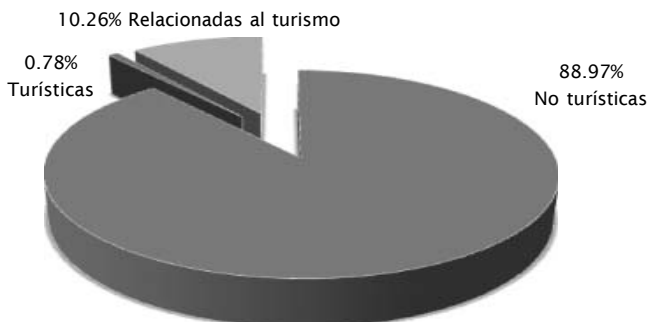
Contexto nacional

El turismo es uno de los sectores más importantes para México, al participar con el 7% del Producto Interno Bruto del país, cuyo crecimiento en los últimos años ha sido del 2%, derivado de la crisis económica y la influenza, en 2009 tuvo una caída del 14% respecto al 2008, tomando en cuenta este indicador se coloca a México en la 9ª posición respecto al PIB turístico a nivel global (CONOCER, 2009).

En el mismo contexto entre el 2005 y 2008 el empleo tuvo un crecimiento favorable del 5%, respecto al 2009, como consecuencia de la influenza y la crisis económica, aunado a cuestiones de seguridad, se pronunció como un año perdido en materia turística, presentó un retroceso del 1% respecto al 2008 (SECTUR, 2011).

La Gráfica 1 distribuye la Población Económicamente Activa (PEA) por sector; en actividades no turísticas con un total de 41'999,244 personas, en actividades turísticas 366,356 y relacionadas al turismo 4'843,091, en total suman 47'208,691 personas según Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE, 2009).

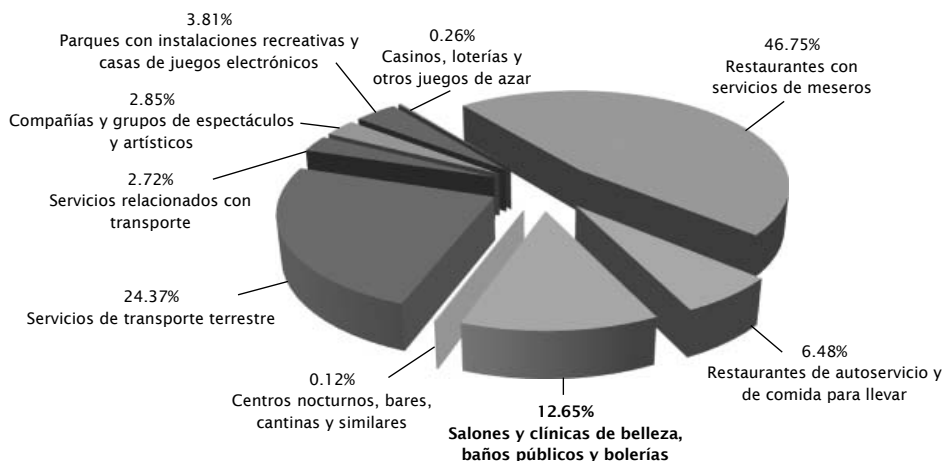
Figura 1. Distribución de la Población Económicamente Activa por actividad en México



Fuente: Elaboración propia con datos de ENOE (2009).

De esta manera se considera la inserción del turismo de salud en las actividades relacionadas con el turismo; que en total representa el 10.26%, de los cuales se desglosa la participación específica (Figura 2).

Figura 2. Población ocupada en salones y clínicas de belleza (*spas*)
Población ocupada en el sector relacionado con el turismo



Fuente: Elaboración propia con datos de ENOE (2009).

La PEA ocupada por sector relacionado con el turismo, contempla una población de 4'843,091 personas, en particular la ocupación en la modalidad de salones y clínicas de belleza, baños públicos y bolerías es de 612,436 personas y representa el 12.7% lo que repercute en un crecimiento tendencial (INEGI, 2010).

En el Cuadro 1 denota la clara afectación por la crisis económica en el año 2009, marcado por factores externos que impactaron directamente en el ingreso de los trabajadores, afectando principalmente aquellos directamente vinculados con las actividades turísticas y en menor proporción a las actividades relacionadas con el turismo.

Situación regional

El trabajo en conjunto de los municipios de Bahía de Banderas y Puerto Vallarta, prevalecen en la dinámica del sector, sin embargo el primero según (CONOCER, 2009) es un destino turístico en desarrollo dirigido a segmentos altos y de nicho

Cuadro 1. Ingreso por hora de la población de acuerdo al sexo y sector de ocupación en México

	Actividades no turísticas						Actividades turísticas						Actividades relacionadas al turismo												
	Hombres			Mujeres			Hombres			Mujeres			Hombres			Mujeres									
	Ingreso promedio	Desviación estándar	Ingreso promedio	Desviación estándar	Ingreso promedio	Desviación estándar	Ingreso promedio	Desviación estándar	Ingreso promedio	Desviación estándar	Ingreso promedio	Desviación estándar	Ingreso promedio	Desviación estándar	Ingreso promedio	Desviación estándar	Ingreso promedio	Desviación estándar							
2000	14.95	28.35	13.32	21.24	18.56	34.86	14.57	18.47	15.07	27.31	10.19	16.03	2001	16.74	27.56	15.02	25.87	18.52	27.16	17.31	22.75	16.92	34.53	11.63	19.57
2002	17.57	28.33	15.88	23.77	19.48	26.48	16.32	16.91	18.21	31.30	12.08	23.68	2003	19.12	33.27	17.46	28.07	20.09	28.84	19.19	21.14	19.36	35.43	13.34	23.13
2004	19.76	31.87	18.19	31.34	22.09	35.54	17.27	18.42	20.88	34.10	13.72	21.59	2005	19.01	28.98	18.56	26.74	24.29	31.63	21.06	33.97	21.29	41.17	15.74	31.44
2006	20.71	33.99	19.86	29.82	28.06	45.59	22.25	26.03	21.40	32.06	17.00	24.61	2007	22.18	40.57	20.84	32.56	26.98	34.10	20.73	33.04	23.34	50.47	18.73	32.97
2008	21.74	34.54	21.34	37.12	30.52	43.87	21.02	24.48	24.42	42.50	19.05	30.81	2009	21.99	41.21	20.86	33.59	25.85	37.42	21.80	23.85	22.50	42.78	17.93	35.83
2010	22.03	61.48	21.43	33.35	27.80	59.22	20.97	29.57	21.89	32.13	18.80	34.42													

Fuente: Secretaría de Turismo, 2011.

respecto su homólogo, particularmente se muestra en turismo náutico, de naturaleza, de vivienda vacacional, golf y salud, los principales consumidores son de origen extranjero en su mayoría, particularmente de Estados Unidos y Canadá.

En la actividad turística continúa dominante el turismo de sol y playa, con una marcada tendencia hacia el ecoturismo, turismo náutico, turismo de vivienda vacacional, en referencia a condominios y tiempos compartidos con una participación según fuentes oficiales del 40% (SECTUR, 2011).

(CONOCER, 2009) Refiere que la inversión privada durante el año 2008 la Riviera Nayarit captó 778 millones de dólares, 18% de la inversión privada total en turismo del país, de la cual se destinó el 13% a proyectos hoteleros.

México ya cuenta con una Norma Mexicana de *Spas*

La Secretaría de Turismo con el apoyo del Instituto Mexicano de Normalización y Certificación (IMNC) han unido sus esfuerzos para elaborar la Norma Mexicana de Spas, «Requisitos Básicos de Calidad en el Servicio e Instalaciones (NMX-TT-009)», misma que tiene el propósito de ofrecer a los establecimientos que proporcionan servicios de salud por agua (*spa*) de un instrumento que les oriente, aclare y simplifique el cumplimiento de los estándares internacionales de calidad en sus servicios e instalaciones, a fin de que puedan ser más competitivos.

La aplicación de esta Norma permitirá homologar la calidad en instalaciones y servicios dentro de los establecimientos *spa*, asimismo, permitirá a cada uno de ellos poner su sello de distinción, asegurando de esta forma el auténtico desarrollo del concepto (SECTUR, 2011).

Mediante el análisis de la Norma, los empresarios podrán visualizar de manera clara y objetiva las necesidades de modernización de sus establecimientos a fin de satisfacer las expectativas tanto del cliente nacional como del internacional, este último con un claro conocimiento de las áreas y servicios de las que puede disfrutar y exigir en una empresa *spa*.

Es importante hacer notar que la Norma Mexicana de Spas, «Requisitos Básicos de Calidad en el Servicio e Instalaciones», es la primera en su género a nivel internacional, ningún otro país en el mundo cuenta con una norma de esta naturaleza, lo que permite a México contar con una ventaja competitiva muy importante, considerando además la mentalidad y cultura que los consumidores extranjeros tienen sobre el cuidado de la salud.

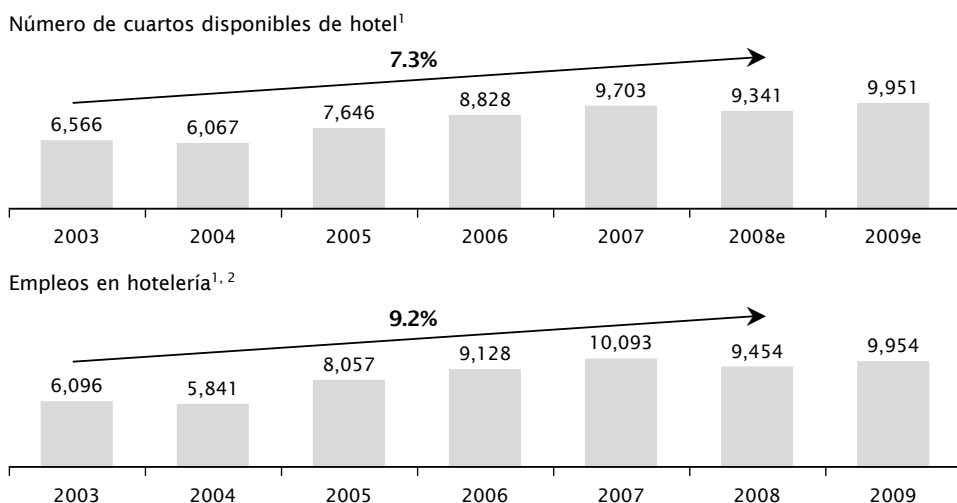
Terapia Física, SPA

Partiendo en el fundamento de la Norma Mexicana, la carrera en Terapia Física (SPA), que se ofrece en la Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas cuenta con un laboratorio de prácticas con todo el equipo necesario para que el alumno pueda obtener el conocimiento suficiente para poderse integrar al área laboral.

De esta forma el egresado será capaz tanto de realizar terapias *spa*, terapias de rehabilitación; así como, tener todas las bases administrativas (Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas, 2011).

Al egresar como TSU podrá enfocarse en mandos medios de una empresa relacionada. Con la profesionalización del personal en las áreas del Turismo de Salud la institución contribuye precisamente preparando al recurso humano que podrá ofrecer servicios de calidad, lo que permite proyectar a la zona como un destino de Turismo de Salud consolidado orientado a la satisfacción de los usuarios.

Figura 3. Habitaciones y empleos generados



¹Se consideran solamente los hoteles 5, 4 y 3 estrellas. ²Se consideró 1.17 empleos por cuarto para hoteles de 5 estrellas, 0.7 empleos por cuarto para los de 4 estrellas y 0.39 empleos por cuarto para los de 3 estrellas. Los datos fueron obtenidos de la Confederación Nacional Turística. Estos datos fueron reportados para 2008, pero diversas fuentes manejan número similares para datos tanto actuales como para proyecciones futuras.

Fuente: INEGI, Confederación Nacional Turística, Plan Maestro de Desarrollo Urbano y Turístico Bahía de Banderas, Plan Municipal de Desarrollo Bahía de Banderas 2005-2008/2008-2011, AMHM, SECTUR. Análisis A.T. Kearney en (CONOCER, 2009).

Una de las debilidades detectadas en la región es la ausencia de una cultura de calidad en el servicio, considerando que la vinculación es una cadena de valor de los prestadores de servicios desde el transportista, hasta el bajo nivel académico y recurso humano capacitado de los trabajadores locales, situación que se traduce en puestos menos remunerados. Cabe mencionar a su vez que el aporte de la Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas atiende dicha necesidad y que actualmente está por egresar la primera generación de estudiantes de la carrera de Terapia Física, misma que será la pionera en fortalecer el cuerpo laboral en las empresas tanto regionales, como nacionales. Actualmente la generación a egresar se encuentra en un periodo de estadías en el que por cuatro meses están en una empresa de *spa*, aplicando los conocimientos adquiridos a lo largo de su carrera, se habla de más de 40 alumnos próximos a egresar, de igual forma la segunda generación está por culminar su primer año de estudios y se cuentan con dos grupos que en total suman más de 50 alumnos.

A partir de ese aporte de la institución educativa al Turismo de Salud preparando profesionistas, se considera que la región estará preparada para hacer frente al crecimiento de este tipo de turismo, además de minimizar los impactos que la propia crisis ha dejado en la zona, tomando en cuenta que la calidad estará respaldada por años de preparación.

Praxiología

El presente trabajo de investigación nace de la inquietud de analizar el contexto del Turismo de Salud desde una perspectiva global y su impacto en la región de Bahía de Banderas, de esta forma identificar los factores que interfieren en su comportamiento tendencial, tomando como parámetro de referencia los estudios publicados por la Secretaría de Turismo y entes relacionados con el sector turístico.

El método y técnicas basados en un análisis descriptivo-cualitativo de estudios de caso, a partir de fuentes secundarias de información los siguientes referentes: FIDETUR, la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2009, aplicada por INEGI, informes y manuales de la SECTUR, Almanaque Mexicano, Asociación Mexicana de Spas, Organización Mundial del Turismo, Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas, entre otras.

Asociación Mexicana de SPA

La dinámica del sector ha gestionado la creación de la Asociación Mexicana de Spas (MEXSPA) en 1995 como mecanismo difusor de la industria de *spas* en México, reconocida a nivel nacional e internacional, cuya misión es la de crear conciencia en el público en general, así como en la industria turística y en los medios de comunicación, acerca de las tendencias de este mercado tan dinámico y con enormes beneficios para aquellos que disfrutan de sus servicios.

Clasificación y tipos de *spas* en México

En los Estados Unidos se cuenta con una clasificación para identificar los *spas* y que ha sido adoptada en México, bajo el siguiente esquema (SECTUR, 2004):

Cuadro 2. Clasificación de los SPA

<i>Spa</i> de Destino	<ul style="list-style-type: none"> • Quienes acuden a estos lugares, participan en programas de actividades físico recreativas; toman un menú bajo en calorías; se someten a tratamientos corporales, como masajes de hidroterapia, tratamientos faciales y de belleza en general.
<i>Spa</i> Resort	<ul style="list-style-type: none"> • Normalmente, es una instalación típica de hotel; puede encontrarse en un destino de playa o en área con características boscosas, o quizá como los oasis en los desiertos, y tienen una sección específica del hotel para la operación del <i>spa</i>.
<i>Spa</i> de Lujo	<ul style="list-style-type: none"> • Es normalmente un <i>spa</i> de destino pero con instalaciones de primera calidad, haciendo énfasis en consentir y atender al visitante; el precio es elevado.
<i>Spa</i> por día (Day Spa)	<ul style="list-style-type: none"> • Es uno de los segmentos con más crecimiento en los últimos años, se encuentra dentro de ciudades y aún cuando este cuenta con los servicios de un <i>spa</i> completo, no hay servicio de hospedaje, las personas lo visitan solo por algunas horas.
<i>Spa</i> de Club de Golf	<ul style="list-style-type: none"> • Algunos clubes de golf han acondicionado una sección dentro de sus instalaciones con servicios de <i>spa</i> para que sean utilizados por sus socios.
<i>Spa</i> abordó	<ul style="list-style-type: none"> • Los grandes cruceros, como el Queen Elizabeth II y la compañía Seaford, han acondicionado dentro de sus embarcaciones un área dedicada a <i>spa</i> para uso de sus pasajeros.
<i>Spa</i> holístico	<ul style="list-style-type: none"> • La intención de un <i>spa</i> holístico es crear un medio ambiente en el que se pueda tratar a las persona como una entidad, como un ser integral, incorporando «cuerpo, mente y espíritu», y logrando un equilibrio entre el interior y el exterior de ser, que se proyecte sobre su cuerpo de una forma visible así como en sus actividades.

Fuente: Secretaría de Turismo, 2004.

La adopción del modelo estadounidense, conlleva la tipificación de acuerdo con la Guía de la Secretaría de Turismo:

Cuadro 3. Tipificación según criterios de la SECTUR

Spa de Acondicionamiento Físico y Belleza (BWFS por sus siglas en inglés)	<ul style="list-style-type: none"> • Incluye todo sobre el cuidado y tratamiento de belleza y la piel, terapias, masajes, servicios de salón de belleza y gimnasio. Una opción para aquellos que buscan la experiencia de relajamiento y cuidado.
Spa de Aventura (AS)	<ul style="list-style-type: none"> • Permite al viajero disfrutar de unas vacaciones fuera de serie, donde podrá realizar algunas actividades como: caminatas, ciclismo, rafting, arqueología, observación de flora y fauna exótica entre otras cosas, adicionales a los servicios que recibirá en el <i>spa</i>.
Spa Holístico o Refugio de Nueva Era (NA-HS)	<ul style="list-style-type: none"> • Se ofrecen programas de salud y bienestar bajo el concepto de vida integral: cuerpo, mente y espíritu, básicamente enfocado en la meditación, alimentos y remedios o terapias naturales.

Fuente: Secretaría de Turismo, 2004.

Comportamiento y tendencias vinculadas al sector turismo

El informe de la (SECTUR, 2011) estipula la creciente actividad turística en seis segmentos, cuyas tendencias de crecimiento muestran dinamismo, siendo una de ellas el Turismo de Salud:

Cuadro 4. Sectores dinámicos del turismo

Turismo de negocios	Turismo de salud	Turismo deportivo	Turismo cultural	Turismo alternativo	Turismo social
<ul style="list-style-type: none"> • Congresos y convenciones • Ferias y exposiciones • Viajes de incentivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Spas • Termalismo • Talasoterapia • Condición física y mental 	<ul style="list-style-type: none"> • Golf • Cacería deportiva o cinegética • Pesca deportiva y recreativa • Actividades náuticas 	<ul style="list-style-type: none"> • Arqueológico • Histórico • Étnico • Religioso • Gastronómico 	<ul style="list-style-type: none"> • Ecoturismo • Turismo de aventura • Turismo rural 	<ul style="list-style-type: none"> • Grupos sociales de bajo perfil de gasto

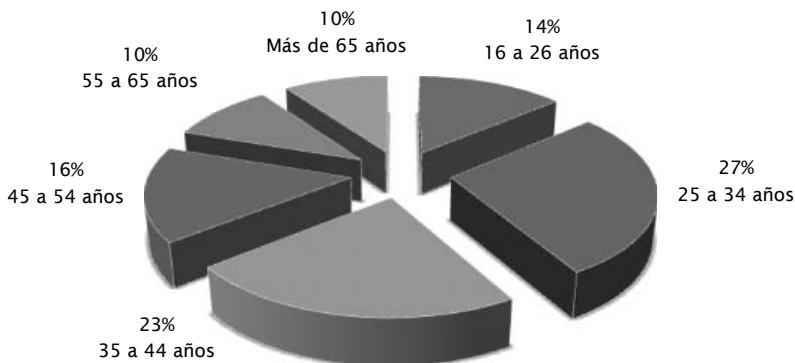
Fuente: Elaboración propia con datos de (SECTUR, 2011).

Resultados

La actividad basada en el Turismo de Salud presenta una dinámica constante a nivel global, según FIDETUR en (SECTUR, 2004) el estudio realizado por la institución en Estados Unidos existen 5,689 *spas* con una tasa anual de crecimiento de un 21%, del mismo análisis se deriva que el 72.4% de los *spas* son *spas* por el día, el 13.5% son resort *spas*, el 5.3% son *spas* de destino, el 4.1% son club *spas*, el 2.8% son *spas* de recuperación médica, el 1.4% son *spas* con manantiales de aguas minerales y el 0.3% son *spas* a bordo de cruceros.

El estudio revela las características demográficas del mercado estadounidense que acude a un *spa* con la intención de mejorar su salud del cual la mayor participación corresponde al sector femenino con 71% de participación, respecto al masculino que corresponde a 29%, la edad promedio oscila en los 40.7 años:

Figura 4. Características demográficas

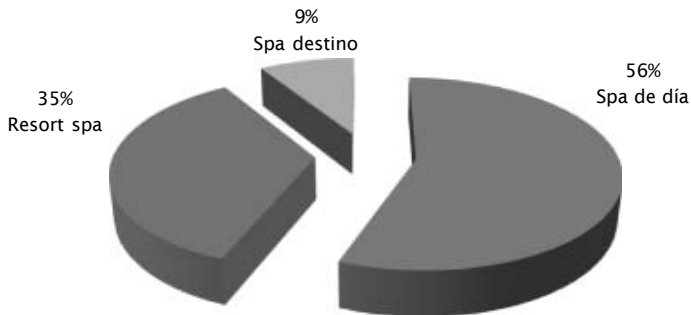


Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Turismo, 2004.

El nivel académico de los usuarios menor a licenciatura es de un 45% y nivel licenciatura o mayor corresponde al 55%, el ingreso promedio de los usuarios de *spas* es de 72 mil dólares anuales, cuyos resultados oscilan de acuerdo con los ingresos (Figura 5).

La participación segmentada de *spas*, centra su mayor aceptación en tres modalidades, *spa* de día o *day spa* recibió 25.6 millones de usuarios, resort *spa* 16.1 millones de usuarios y *spa* de destino 4.1 millones de usuarios, la aportación económica del sector generó más de 5 billones de dólares anuales, más que los deportes de invierno (Ski 3.1 billones) (SECTUR, 2004).

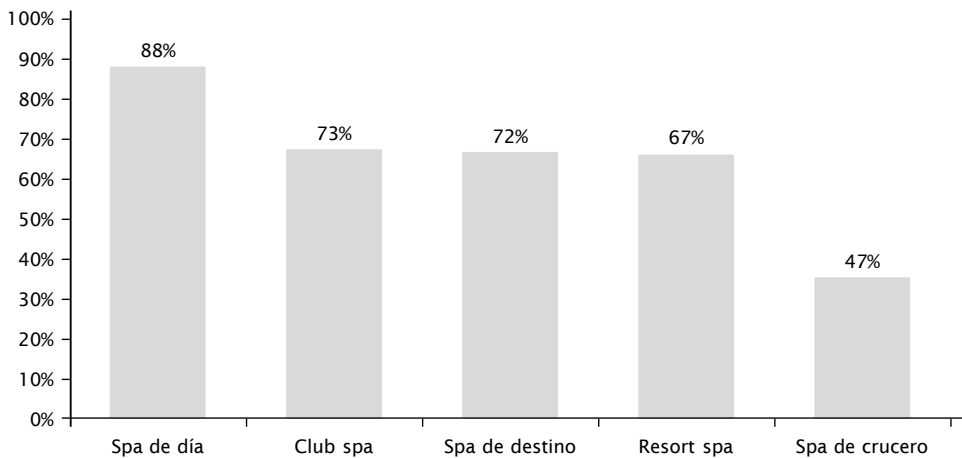
Figura 5. Usuarios por categoría



Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Turismo, 2004.

En este sentido, los estudios de la International Spa Association (2013) y FIDETUR proyectan un incremento por categoría de usuarios (Figura 6).

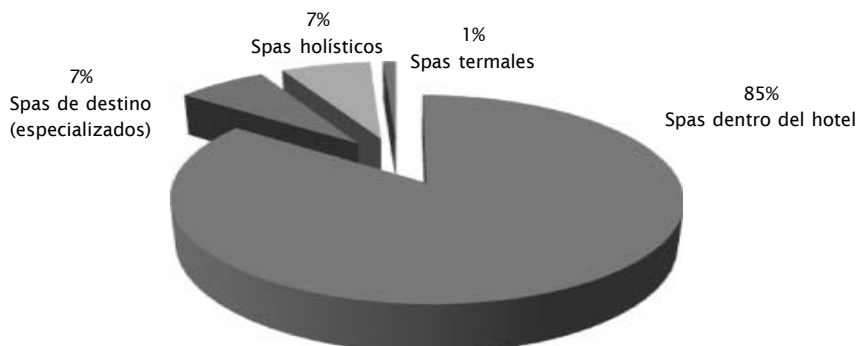
Figura 6. Demanda por categoría de spa



Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Turismo, 2004.

El orden descendente y liderado por el *day spa* marca la pauta en la dinámica, dejando el menor crecimiento para los *spas* de crucero (Figura 7).

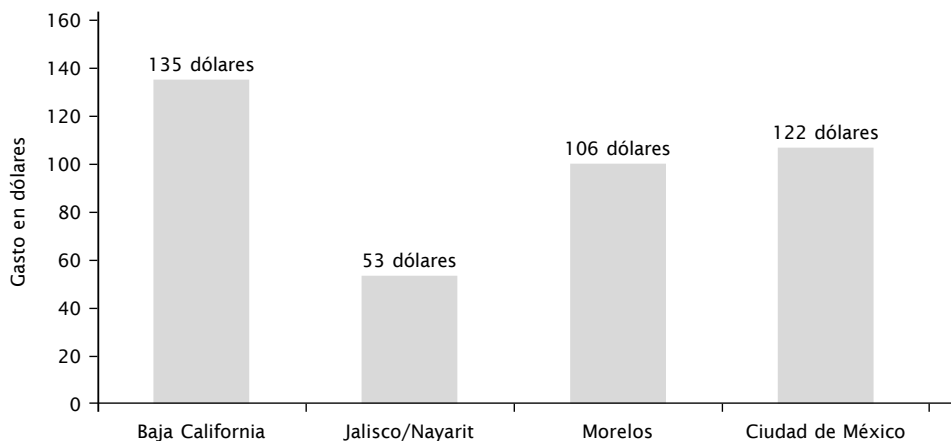
La Secretaría de Turismo (SECTUR, 2004) considera oficialmente registrados en México 108 instalaciones que cumplen con los criterios de inserción, de los cuales sobresale en cantidad la modalidad de spas dentro de hotel, que incluyen servicios de belleza y acondicionamiento físico, precedidos de *spas* especializados

Figura 7. Oferta de spas en México

Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Turismo, 2004.

y holísticos y solo 5 de ellos ofrecen un servicio relacionado con termalismo, lo que refleja una enorme oportunidad de inserción para esta categoría.

El gasto promedio diario por usuario, para cada uno de los destinos es el siguiente:

Figura 8. Gasto promedio diario por usuario

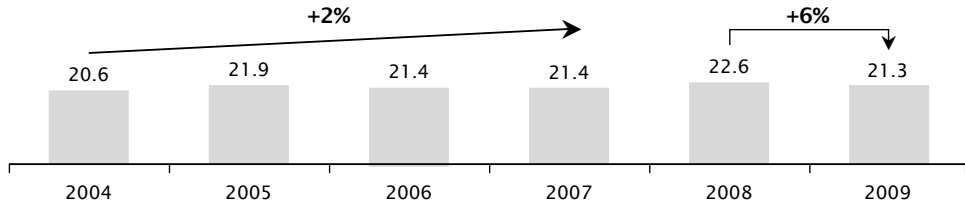
Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Turismo, 2004.

Lamentablemente el estudio realizado por la (SECTUR, 2004) refleja el gasto promedio por usuario más bajo a nivel nacional, en gran parte se deriva de abaratamiento de los servicios y la limitada oferta, considerando que se trata de un segmento nuevo que ha experimentado aceptación de manera paulatina.

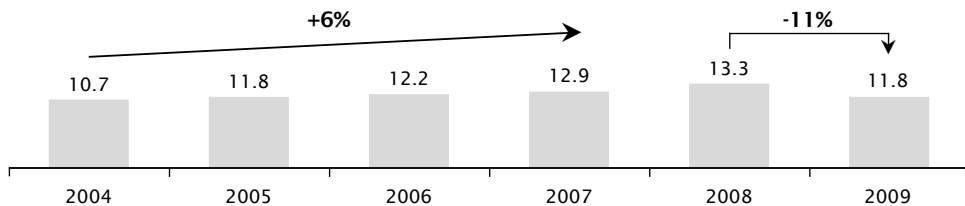
Los servicios más requeridos por las mujeres son los masajes reductivos y tratamientos faciales; por su parte, los hombres solicitan masajes relajantes y en el caso del usuario nacional, la demanda se orienta a *golf-spa*, *ecoturismo-spa* y a la filosofía holística (SECTUR, 2004).

Figura 9. Turistas internacionales y divisas

Turistas internacionales en México¹ (millones de personas).



Divisas internacionales por turismo² (millones de personas).



¹Personas que pernoctaron en México. ²Personas que cruzaron la frontera.

Fuente: SIIMIT, DATATUR, en (CONOCER, 2009).

Conclusiones

Del anterior estudio, se desprende que existe una viabilidad comercial para los *spas* en nuestro país, al encontrarse una necesidad importante en el mercado por combatir los niveles de estrés de la población económicamente activa del país y promover la salud y el bienestar físico a través de terapias preventivas y curativas.

Según datos de (SECTUR, 2011), el 88% de los *spas* consideran que sus clientes, básicamente extranjeros, son personas informadas y con gustos sofisticados, que saben bien lo que buscan y lo que ofrece un verdadero *spa*.

México está entre los primeros 15 destinos turísticos del mundo, y aunque los problemas de inseguridad pública de los últimos tiempos han reducido el flujo de turistas, este sector sigue siendo una fuente clave de crecimiento económico.

Se espera un gran impacto positivo a partir de la incorporación de alumnos egresados de la carrera de Terapia Física de la Universidad Tecnológica de Bahía

de Banderas, ya que aportará al campo laboral de la región personal profesional y altamente calificado con una educación que contempla entre otros estándares de calidad la Norma Mexicana de Spas, «Requisitos Básicos de Calidad en el Servicio e Instalaciones (NMX-TT-009)», lo cual se considera una ventaja competitiva que el propio usuario percibe en una calidad de los servicios ofrecidos, consolidando así el nivel profesional de los servicios de *spa* que se ofertan.

Bibliografía

Association, I. S. (2007).

Becerril, O. (10 de enero de 2011). *Alto Nivel*. Recuperado el 19 de febrero de 2013, de www.altonivel.com.mx: <http://www.altonivel.com.mx/31596-tips-para-evitar-el-estres-y-la-depresion-en-la-temporada-decembrina.html>

CONOCER (septiembre de 2009). *Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales*. Recuperado el 20 de mayo de 2013, de www.conocer.gob.mx: <http://www.conocer.gob.mx/pdfs/documentos/turismo.pdf>

INEGI Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (2010). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2009*. México: INEGI.

International Spa Association (2013). *ISA*. Recuperado el 21 de marzo de 2013, de www.experienceispa.com, <http://www.experienceispa.com/articles/index.cfm?action=view&articleID=33&menuID=75>

SECTUR Secretaría de Turismo (marzo de 2011). *Planeación Estratégica del Turismo*. Recuperado el 20 de mayo de 2013, de www.sectur.gob.mx: http://www.sectur.gob.mx/pdf/planeacion_estrategica/COLMEX_entregable%20final.pdf

— (2011). *Quinto Informe de Actividades*. México: Secretaría de Turismo.

— (enero de 2004). *Secretaría de Turismo*. Recuperado el 19 de mayo de 2013, de www.sectur.gob.mx: <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/14748/ManualTurismoSalud.pdf>

Sonal, Luberoi (12 de septiembre de 2011). *La historia de los spas: Un pequeño viaje en el tiempo*. Recuperado el 21 de marzo de 2013, de <http://sonaluberoi.com>: <http://sonaluberoi.com/2011/09/12/la-historia-de-los-spas-un-pequeno-viaje-en-el-tiempo/>

Turismo rural y desarrollo local, en El Colomo, municipio Bahía de Banderas, Nayarit

María Alicia Fonseca Morales
David Israel González Valadez

Cuando se trata de llegar a una conceptualización amplia del desarrollo desde lo territorial Sepúlveda (2001) se afirma que, al entender la categoría de espacio y conceptualizar el territorio, puede incorporarse el concepto de «región» como una construcción social dentro de los límites territoriales difusos, que incluye la noción de un territorio con características particulares de carácter económico, cultural, social, político o ambiental.

Algunos autores definen el territorio desde dos concepciones, una como concepto geográfico y la otra como concepto político. Visto desde una concepción política, César y Arnaiz (2004) definen el territorio a partir de un sentido jurídico, al referirse a un espacio de intervención; por ello el territorio es el espacio hecho propio por las identidades colectivas, como son los estados o las naciones; —en ese sentido estos autores también lo definen como— “...el proceso que afecta a determinadas partes de un país, las cuales reciben el nombre de regiones. Por lo que, el desarrollo regional forma parte del modelo de desarrollo general de la nación, que plantea no dejar de referenciar la región respecto del modelo país”.

Por otra parte, desde la ciencia económica se fue conformando la noción de territorio-actor para significar que en los procesos de desarrollo cuentan el Estado (lo macro), la empresa (lo micro) y también el territorio (lo meso) (Zárate y Artesi, 2007).

La comunidad rural El Colomo enclavada en la Región Costa Sur del estado de Nayarit, específicamente en el municipio Bahía de Banderas el cual geográficamente es privilegiado por sus atractivos naturales y también culturales e históricos, que hacen del mismo un gran potencial para el aprovechamiento turístico no solo de playa, sino también de turismo alternativo como puede ser el turismo rural.

En esta región se ha impulsado el turismo de sol y playa, que se caracteriza por las grandes inversiones preferentemente de capital extranjero, del que se argumenta ser generador de divisas y motor para el desarrollo regional. Sin embar-

go, se puede comentar sobre la importancia de promover las actividades de turismo rural como un producto alternativo al modelo predominante de sol y playa, que pueda realmente favorecer la diversificación de productos turísticos y al mismo tiempo impulsar la creación de la mediana y pequeña empresa en las comunidades locales que potencien la economía local.

El presente trabajo de investigación se considera de relevancia fundamental, para analizar y difundir el potencial del patrimonio natural y cultural que posee El Colomo para el desarrollo de actividades turísticas alternativas complementarias a sus actividades productivas tradicionales que puedan impulsar su desarrollo local y de la región. Se considera pertinente la metodología utilizada en dicho estudio para otras comunidades con características similares del entorno. El objetivo general es «Determinar las alternativas de desarrollo local vinculadas al turismo rural en El Colomo municipio Bahía de Banderas». Para ello se definieron como: Variable de Causa: Recursos naturales y culturales, y Variable de Efecto: Actividades turísticas para su implementación. El trabajo *in situ* contempla la participación activa de la comunidad especialmente de ejidatarios que tienen mucho interés de incorporarse a actividades de turismo rural.

Conceptualizaciones afines al turismo rural

Para lograr el desarrollo local mediante emprendimientos como el turismo rural, es necesaria la participación de los agentes de la comunidad, en un programa estratégico que involucre actores públicos, privados y sociales, en el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales con que se cuentan a efecto de potenciar su bienestar social local.

Uno de los máximos exponentes del pensamiento regionalista europeo, es Vázquez-Barquero (1988: 129), él define el desarrollo local como un proceso de crecimiento económico y de cambio estructural que conduce a una mejora en el nivel de vida de la población local, en el que se pueden identificar tres dimensiones: una económica, en la que los empresarios locales usan su capacidad para organizar los factores productivos locales con niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los mercados; otra, ociocultural, en que los valores y las instituciones sirven de base al proceso de desarrollo; y, finalmente, una dimensión político-administrativa en que las políticas territoriales permiten crear un entorno económico local favorable, protegerlo de interferencias externas e impulsar el desarrollo local.

El enfoque del desarrollo local habla del territorio como entidad significativa de cultura localizada en el tiempo y espacio; como lugar de identidad, como producto histórico, cultural, vivencial y social. El territorio a su vez es un factor de oportunidades, por tanto, dependerá de las capacidades de los actores locales, la construcción de un desarrollo endógeno (Gómez, 2005).

Para Boisier (1992), la descentralización territorial es uno de los requisitos y una condición necesaria en los tiempos en que vivimos para el logro de la transformación productiva, de la equidad y de la sostenibilidad del desarrollo. Esta descentralización favorece el desarrollo local, por la capacidad de decisión que permite a las autoridades y poderes subcentrales.

El desarrollo local se explica, como el conjunto resultante que se manifiesta en el mejoramiento del nivel y la calidad de vida de los habitantes de una localidad a raíz de generar crecimientos sustentables a diversos niveles, que se engranan, concatenan, implican y complementan entre sí de manera estratégica, capaces de crear sinergias locales de mejoramiento que implican el cambio de las condiciones sistémicas y estructurales de la localidad, profundizándose a largo plazo en la medida en que se forma y fortalece un núcleo endógeno básico (Solari y Pérez, 2005).

El desarrollo local entonces, se concibe como un proceso de cooperación y negociación entre actores en el cual se deben unir fuerzas y recursos que permitan formas de colaboración con el fin de estimular las iniciativas locales y concretarlas. Su importancia del desarrollo local es que se enmarca en los lineamientos del desarrollo sustentable el cual se explica como un proceso de transformación de largo alcance en el cual, las prácticas de una sociedad se van modificando hacia un uso racional de los recursos.

César y Arnaiz (2002) afirman que en las próximas décadas el turismo será el principal generador de empleo y promotor del crecimiento económico en las zonas de mayor pobreza a través de desarrollos turísticos.

En el caso del turismo, la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Consejo de la Tierra decidieron establecer una estrategia en conjunto para instrumentar la visión del desarrollo sustentable en la planificación del turismo. El resultado fue el reporte titulado Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo: Hacia un Desarrollo Sustentable Ambientalmente. Este documento puede considerarse como el primer plan de acción con elevado consenso internacional donde se incorpora la visión de la sustentabilidad al turismo, en este se establecen las siguientes directrices:

- El turismo debe ayudar a que la gente lleve una vida sana y productiva en armonía con la naturaleza;

- El turismo debe contribuir a la conservación, protección y restauración del ecosistema terrestre;
- El turismo debe basarse en modelos sustentables de producción y consumo;
- Las naciones deben cooperar para promover un sistema económico abierto en el cual pueda existir un comercio internacional de servicios turísticos con una base sustentable;
- Turismo, paz, desarrollo y protección ambiental son interdependientes;
- El proteccionismo en la comercialización de servicios turísticos debe detenerse o revertirse;
- La protección ambiental debe constituir una parte integral del proceso de desarrollo turístico;
- Los asuntos de desarrollo turístico deben manejarse con la participación de ciudadanos interesados, y las decisiones de planificación deben ser tomadas a nivel local;
- Las naciones deben prevenirse mutuamente sobre desastres naturales que puedan afectar a los turistas o a las áreas turísticas;
- El turismo debe usar su capacidad para crear empleos para mujeres y pueblos indígenas en su máxima expresión;
- El desarrollo turístico debe reconocer y apoyar la identidad, cultura e intereses de los pueblos indígenas;
- Las leyes internacionales que protegen el ambiente deben ser respetadas por la industria turística (CESTUR, 2007).

Con la declaración mundial sobre ecoturismo convocada por la OMT (2002), se reconoce que el turismo conlleva implicaciones económicas, sociales y medioambientales, en este sentido representa beneficios y problemáticas hacia el medio ambiente y sus comunidades locales. Sin embargo, el ecoturismo viene a ser una alternativa sustentable al turismo tradicional, ya que uno de sus principios es la conservación de los recursos naturales y la integración de las comunidades locales que interactúen en la misma dirección, desarrollo local y sustentabilidad.

Se afirma que las diferentes formas de turismo, especialmente el ecoturismo, si se gestionan de manera sostenible, pueden representar una valiosa oportunidad económica para las poblaciones locales e indígenas y sus culturas, así como para la conservación y la utilización sostenible de la naturaleza para las generaciones futuras.

El turismo alternativo nace como la alternancia al tan saturado turismo tradicional o mejor conocido turismo de sol y playa, que dieron paso a la necesidad de

crear nuevos espacios para la implementación del turismo, que de igual manera representaría impactos negativos sobre el ambiente, pero con el principio de conservación y respeto sobre el mismo, con una actitud responsable, sobre las diferentes manifestaciones naturales y socioculturales del lugar en donde se implementara el turismo alternativo.

En México, en la década de los ochenta surge una nueva propuesta para realizar turismo, conocida como turismo alternativo, la cual es definida por la Secretaría de Turismo (CESTUR-SECTUR, 2007) de la forma siguiente: "...como los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales".

Esa secretaría ha dividido al turismo alternativo en tres segmentos y los define de la siguiente manera:

1. Turismo de aventura: «Los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas, deportivas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza».

2. Ecoturismo: «Los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma».

3. Turismo rural: «Es aquel que se realiza atraído por los recursos naturales y culturales de una región, que puede ofrecer una o varias posibilidades de esparcimiento, con bajo impacto ambiental en espacios no degradados; lejos de las multitudes; tierra adentro o en los litorales no urbanizados; con frecuencia cercanos o en pequeños poblados; respetuoso de su entorno y en contacto directo con la población local (SECTUR, 2002).

Turismo rural una oportunidad para el desarrollo local

Particularmente el «turismo rural» se reconoce como una oportunidad para potenciar áreas rurales que poseen importantes recursos naturales, mismos que asociados con la cultura de las comunidades locales puede contribuir a enfrentar sus dificultades económicas cada vez más críticas en las últimas décadas dentro del contexto de la globalización.

La mayor parte los países latinoamericanos han alineado sus políticas públicas a las del contexto mundial tanto en lo económico como en materia cuidado ambiental, lo cual parece tener sentido positivo para su desarrollo, solo que en su implementación deja efectos colaterales de pobreza sobre las áreas rurales, sobre ese particular, David Barkin (1998) ya explicaba en los años noventa que los

problemas ambientales de Latinoamérica rural reflejaban la herencia de un patrón de desarrollo político polarizado:

...Como respuesta a la devastación, gran parte del sector empresarial está ahora obligado a «racionalizar» el uso de los recursos naturales. Después de haber transformado la naturaleza, ahora ellos deben reconsiderar como proteger su inversión. Frente a los controles impuestos sobre los productos importados por las naciones ricas, algunos utilizan químicos de manera más moderada o cambian a fórmulas menos dañinas. ...El interés en la sostenibilidad se ha globalizado, reflejando el miedo generalizado al deterioro de la calidad de la vida. Los sistemas productivos y los patrones de consumo existentes amenazan la continuidad de nuestras organizaciones sociales. ...El interés por la biodiversidad, en su sentido más amplio, abarca no solo la flora y la fauna amenazadas, sino también la supervivencia de estas comunidades humanas como administradoras del ambiente y como productoras (Barkin, 1998: 23-27).

Por su parte la práctica del turismo rural, si bien tiene antecedentes históricos lejanos, las reflexiones sobre la pobreza en el campo significaron una presión sobre los gobiernos para nuevas estrategias que paliaran tales condiciones.

La ausencia de desarrollo en el ámbito rural de los países de América Latina y las condiciones de pobreza y exclusión de gran parte de las comunidades rurales llevaron a replantearse la visión en torno al desarrollo rural que se aplicó durante más de dos décadas. A partir del año 2000, los gobiernos adecuaron sus políticas hacia una estrategia de desarrollo rural basado en el enfoque territorial. En este sentido, se comienzan a promocionar el desarrollo y la diversificación de actividades secundarias en el sector agropecuario (Román, 2009: 9).

El turismo rural se constituye así en una de las actividades que mejor apoya al desarrollo de las comunidades rurales, ya que trae consigo, no solo apoyo económico, sino que garantiza la conservación de su patrimonio ambiental y cultural, mismas que a causa del escaso apoyo institucional a sus actividades tradicionales buscan otras alternativas de subsistencia integrando el turismo para dinamizar su desarrollo local.

El Colomo, Nayarit y su potencial para el turismo rural

El Colomo, es una de las localidades que conforman el municipio Bahía de Bandejas del estado de Nayarit, por lo que de inicio se entrega una síntesis de aspectos

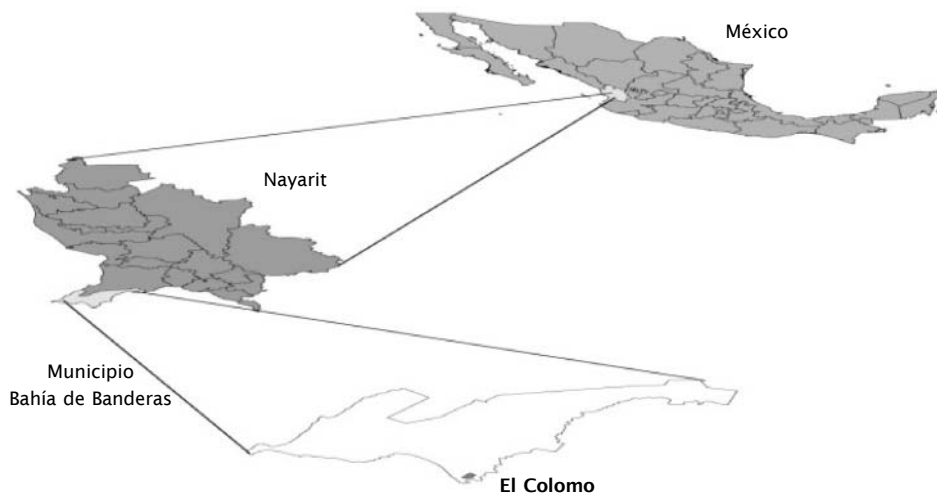
relevantes de este dinámico municipio, particularmente en actividades asociadas al turismo.

Bahía de Banderas municipio que gira en torno al turismo

El municipio de Bahía de Banderas se ubica en el extremo sur-oriental del golfo de California y forma parte de la porción septentrional de la provincia fisiográfica Sierra Madre del Sur. Se sitúa al sureste del estado de Nayarit; limita al norte, con el municipio de Compostela, al sur y al oeste con el océano Pacífico y al este con el estado de Jalisco. Sus límites extremos son: al noroeste el océano Pacífico y la localidad Lo de Marcos, al noreste el río Ameca y el sitio conocido como El Ahuejote, al sureste la desembocadura del río Ameca al océano Pacífico y al suroeste Punta Mita. Geográficamente se localiza entre los paralelos $20^{\circ} 40'$ y 21° de latitud norte y entre los meridianos $104^{\circ} 58'$ y $105^{\circ} 33'$ de longitud oeste. El municipio cuenta con 34 localidades, 13 ejidos y 30 fraccionamientos, lo que marca una rápida tendencia de crecimiento ya que en tan solo tres años pasamos de 15 fraccionamientos existentes a 30 en 2011 (PMD, 2011-2014).

El municipio Bahía de Banderas es el más joven de los municipios de Nayarit, se creó en 1989 por división del municipio de Compostela, ello motivado por el fomento a la actividad turística que se venía impulsando en la Costa Sur desde los años setenta como a continuación se cita: Desde mediados de la década de los

Figura 1. Macrorregión que contiene el área de estudio



Fuente: Diseño propio con base en Mapas de México, INEGI.

sesenta e inicios de los setenta diversos factores internos y externos incidieron en la selección de la Región Costa Sur de Nayarit para implantación del turismo como la fuerza motriz de su economía y del desarrollo turístico alcanzado a la fecha, dichos factores pueden agruparse en dos tipos: el primer grupo relativo a infraestructura en comunicación, especialmente terrestre y aérea, el segundo grupo relacionado con las políticas nacionales muy en boga en el mismo periodo, sobre la planificación de nuevos centros turísticos en distintos puntos del territorio nacional (Fonseca, 2010: 166).

Cabe destacar que desde la implantación del turismo en esta región costera y principalmente la correspondiente al municipio de Bahía de Banderas ha sido beneficiada sistemáticamente con los mayores apoyos públicos y financieros para fomentar el turismo, posicionándose así como uno de los destinos turísticos de sol y playa más importantes del país.

Un efecto directo de la dinámica de las actividades turísticas son los índices crecimiento demográfico superiores al resto de municipios y de la entidad en su conjunto. Según los resultados del Censo de Población y Vivienda de INEGI, 2010, el municipio contó con un total de 124,205 habitantes, que representaron el 8.73% de la correspondiente al estado de Nayarit.

Entre las muchas demandas sociales que se generan está, por ejemplo, la de servicios educativos, que afortunadamente en respuesta se ha ampliado su cobertura y actualmente está compuesta por 195 planteles que abarcan los niveles educativos desde preescolar hasta superior, una unidad de apoyo para la educación especial en escuelas regulares y 4 bibliotecas públicas. El índice de analfabetismo es de poco más del 8.3% entre la población de 15 años o más.

Por otra parte, es importante señalar que el alto crecimiento poblacional en el municipio se presenta por la migración de fuerza de trabajo a este destino turístico de sol y playa fenómeno similar al de otros centros turísticos, aquí se observa como la expansión de las manchas urbanas van hacia el interior del territorio, ocupando las tierras originalmente que son de cultivo agrícola y ganadera, pero que sin embargo estas actividades productivas aún con tal situación contribuyen activamente a la economía regional y estatal; seguramente por ello, en el mismo Plan Municipal de Desarrollo (PMD, 2011-2014) se declara, «una fortaleza que habrá que reconocer y explotar en el municipio Bahía de Banderas se refiere a la amplia estructura hidro-agrícola de la margen derecha del río Ameca, que beneficia de manera amplia la producción agropecuaria».

Acorde al levantamiento de datos del Ayuntamiento en turno, existen 9,277 hectáreas, superficie agrícola que representa el 3.8% del total estatal y cuya prin-

principal producción es el maíz, frijol, sorgo, arroz, sandía, jitomate y también la producción no significativa de pepino, papaya, albahaca, tabaco y ejote. La ganadería por su parte, representa el 6.5% del total estatal, con 67,000 cabezas de ganado, bovinos, porcinos, ovinos, caprinos y equino, además de aves y colmenares; teniendo como principal ganado el bovino.

La silvicultura también cobra importancia por el volumen de aprovechamiento forestal maderable de 5,080 m³, principalmente de huanacaxtle y amapa. Existen otras maderas de menor producción como el cedro, la caoba y la primavera. De los recursos no maderables se utiliza la palma real (palapa), obteniéndose 400 toneladas de esta misma; se tiene considerado en el municipio actualmente una superficie de 62 hectáreas de palmeras diversas en las que predomina el cocotero; cuentan con 153 hectáreas. En 10 localidades y participan 44 ejidatarios para la producción de teca, madera de exportación muy apreciada en Asia y Europa para la construcción de navíos. Sin embargo, en el municipio de Bahía de Banderas la actividad silvícola se desarrolla de manera incipiente, orientada al autoconsumo y la reforestación, es menor a la tala de árboles por tal motivo es conveniente apoyar programas de reforestación y conciencia en los habitantes de este municipio.

El litoral del municipio de Bahía de Banderas es de 70 kilómetros aproximadamente, aunque el área de explotación pesquera se da en toda la bahía; las principales especies son: cazón, sierra, jurel, huachinango, barrilete, pargo, ostión, mojarra y camarón. Acorde a las cifras de la oficina de pesca de la Cruz de Huanacaxtle, las de menor importancia por su cantidad son: flamenco, bota, coconaco y mantarraya.

De la industria, las principales empresas de este sector están concentradas en las actividades de manufactura y construcción, siendo esta última de gran importancia para el municipio por su gran auge turístico.

En cuanto a las instalaciones del comercio, la mayoría está compuesta por establecimientos al menudeo. La actividad turística, dominante en la zona, ha impactado en el crecimiento de la industria de la construcción, y con ello, ha originado un aumento significativo en el número de giros comerciales de apoyo. Esta situación, en cierta medida, ha posibilitado romper con la dependencia del mercado de las ciudades de Guadalajara y Tepic, como proveedoras de materiales de construcción y maquinaria del ramo.

El sector manufacturero del municipio está directamente relacionado con el desarrollo de las actividades del turismo; su producción resulta artesanal en buena medida y no responde a la oportunidad de recursos naturales con que cuenta el municipio, ni tampoco con la demanda de sus productos.

Antecedentes históricos de El Colomo

El nombre de El Colomo se debe a una planta que abunda en la región, los primeros indicios datan del siglo XVIII aproximadamente, cuya fundación se debe a los hermanos Castañeda, quienes vendieron la Hacienda de El Colomo al mercader español Ramón Maisterrena; la fundación del ejido data de 1934 visto en revisión del expediente de dotación de ejidos promovido por los vecinos del poblado en estudio y sus anexos San Juan de Abajo y Las palmas municipio de Compostela, estado de Nayarit.

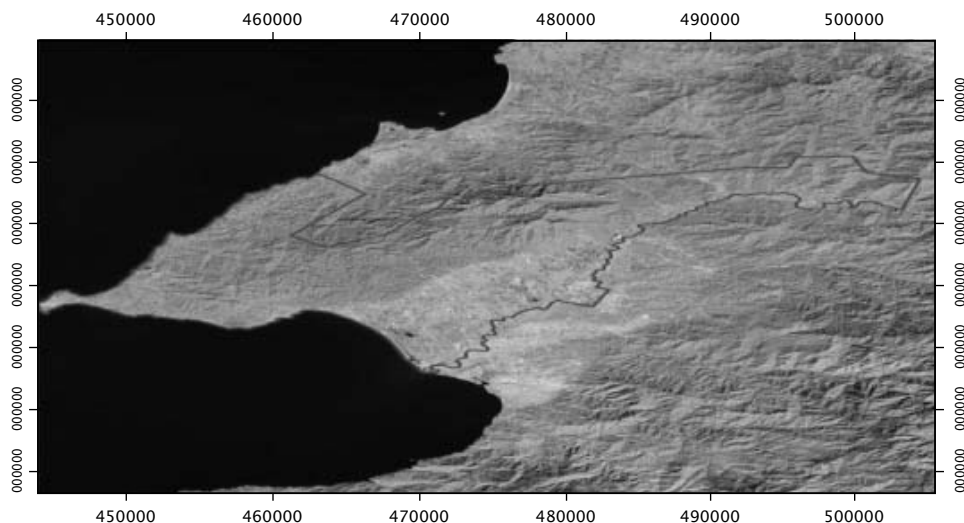
Resultado primero. Por escrito de 10 de marzo de 1934, los vecinos del poblado de referencia solicitaron el acuerdo con leyes agrarias, del ciudadano gobernador del estado, dotación de tierras por carecer de los indispensables para satisfacer sus necesidades económicas.

Resultado segundo. La anterior solicitud fue turnada a la comisión local agraria, en la cual se inició la tramitación del expediente.

Localización del área de estudio

El área de estudio se localiza a una distancia de 171 kilómetros de la capital del estado, Tepic; por la costera, carretera federal número 200, hasta el km 147, doblando en el poblado de Mezcales hacia el poblado de San Juan de Abajo a 14 km; más 6 km, se localiza El Colomo.

Figura 2. Microrregión del área de estudio



Fuente: Diseño a partir de Mapas de México, INEGI.

La localidad El Colomo se ubica en el municipio Bahía de Banderas, las coordenadas se muestran en el cuadro siguiente:

Cuadro 1. Coordenadas de El Colomo, Nayarit

Nombre Entidad	Clave del municipio	Nombre del municipio	Nombre de la localidad	Longitud	Latitud	Altitud
NAYARIT	020	Bahía de Banderas	El Colomo	105°09' 25	20°52' 08	50msnm

Características físicas y biológicas

Clima. Su tipo de clima es semicalido subhúmedo fresco, con lluvias en verano, presenta el más húmedo de la zona AW 2 (W). La temperatura y precipitación pluvial promedio anual oscila entre los 26° centígrados a 28° centígrados y de 930.8 mm a 1688.0 mm respectivamente, el porcentaje de precipitación invernal oscila 3.1 a 6.1 (García, 1998).

Suelo. La zona en estudio abarca parte de la planicie costera de Bahía de Banderas aproximadamente 30 km, tierra adentro al pie de la Sierra de Vallejo, en el área del delta del río Ameca, en la zona conocida como Valle de Banderas, cuya extensión es de 75 km². Desde 1935 a la fecha las tierras están concesionadas al ejido para fines agrícolas y ganaderas. Parte de estas tierras en la zona de la Sierra de Vallejo se dedican a la actividad forestal.

En la actualidad el uso del suelo se destina a las actividades agrícolas, principalmente a la siembra de maíz, frijol, chile, sandía, tabaco, soya, yaca, y algunos cultivos perennes, abarcando alrededor de 7,000 ha y a la cría de ganado, cuya actividad se compone en un 80% por ganado bovino, porcino en un 15%, y caprino en un 5%.

En las actividades forestales en la parte media y alta de la sierra se explotan maderas preciosas como amapa, capomo, huanacastle, higuera, papelillo entre otras; para fines comerciales y polines para la construcción.

Por los tipos de suelos presentes en la microrregión se ha observado que, geológicamente se estructura de un basamento de origen volcánico silíceo en un conglomerado de clastos graníticos y capas de arenisca, en tobos soldadas cuyas características nos revelan que datan a la Edad del Mioceno temprano o medio aproximadamente (Jensky, 1975).

Topografía. La zona de estudio se encuentra a una altitud mínima de 50 msnm en la parte baja de la Sierra de Vallejo, en el Valle de Banderas y una máxima de 1880 msnm en la parte alta de la misma.

La penetración del efecto costero hacia el continente, tiene como frontera los cuatro sistemas montañosos que la rodean: la Sierra de Vallejo, al norte; sierra El Cuale, al este; sierra El Tuito, al sureste; y sierra Lagunillas, al sur. Todas estas por su altitud, sirven de sistemas de captación de la humedad durante la época de lluvias lo cual hace de una zona con una gran riqueza biológica vegetal.

Hidrología. La zona se encuentra en la región hidrológica 14 comprendida: 20° 48' 12" latitud norte y 105° 14' 46" longitud oeste; kinitado al suroeste en la delta del río Ameca y el arroyo El Chorrillo que baja de la parte alta de la sierra.

Aspectos sociodemográficos

Población. La comunidad de El Colomo posee una población de 9,999 al año 2010 según registros del INEGI.

Educación. La comunidad cuenta con las siguientes escuelas educativas:

- Un jardín de niños con tres aulas y trabaja solo por las mañanas.
- Una escuela primaria «Américas Unidas», cuenta con cinco aulas y trabaja solo el turno de la mañana.
- Una escuela secundaria federal «Esteban Vaca Calderon», cuenta con tres aulas con un solo turno.

Estructura vial. Esta se compone por la carretera de Mezcales a San Juan de Abajo, con el ramal hasta la cabecera municipal Valle de Banderas y una nueva prolongación con asfalto a la localidad El colomo y de allí una extensión de terracería hasta la población de Aguamilpa la cual enlaza el sistema urbano del Valle.

Servicio de agua potable y alcantarillado. Las fuentes son pozos profundos el cual se conduce por medio de bombeo. La infraestructura es un tanque con una superficie de 50 metros cúbicos, se distribuye por líneas abiertas. La cobertura del agua potable es del 96% a la población.

El alcantarillado de El Colomo cuenta con las siguientes características. En lo que respecta al drenaje, este hace falta en algunas de las calles de la población, existen brocales enterrados que provocan taponamientos en la red.

Alumbrado público. Se cuenta con la red de alumbrado público y en estas se utilizan lámparas de varios tipos y variedades, entre las incandescentes y las de vapor de sodio y se dispone de una distribución lineal sobre la infraestructura instalada de energía eléctrica, completandose en algunos casos en elementos de mobiliario urbano específicos como postes y luminarias ornamentales de alumbrado público.

En terminos aún preliminares con base en las visitas técnicas que se han realizado al área de estudio se puede afirmar que El Colomo tiene mucho potencial para incursionar en actividades turísticas asociadas a la naturaleza y la cultura local, por supuesto que sus pobladores estén directamente involucrados y se beneficien directamente.

Conclusiones

Con base en los trabajos que se vienen realizando se espera alcanzar un conocimiento significativo sobre las condiciones de la comunidad El Colomo, en sus dimensiones: ambiental, cultural, socioeconómica, con el propósito de dar cuenta de sus capacidades y potencial susceptibles de vinculación a la modalidad del Turismo Rural en concordancia a sus actividades tradicionales como medio de mejoramiento a su calidad de vida familiar y colectiva que se traduzca en un desarrollo local sustentable.

Consideramos que por las características generales de la Región Costa Sur en general y particularmente las del municipio Bahía de Banderas al que pertenece la localidad El Colomo pueden derivarse apoyos importantes del sector público para vincular actividades de Turismo Rural como una opción acorde a las nuevas tendencias del turismo mundial relacionadas con el disfrute de la naturaleza y de actividades rurales.

Bibliografía

- Albuquerque L., F. (2003). *Estrategias para el desarrollo económico local*. Instituto de Economía y Geografía. Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Madrid, España: Turín. (Curso patrocinado por la OIT, Mimeo).
- Ayuntamiento Bahía de Bandera (2011). Plan Municipal de Desarrollo (2011-2014). Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Nayarit.
- Barkin, David (1998). *Riqueza, pobreza y desarrollo sostenible*. México: Editorial Jus y Centro de Ecología y Desarrollo, versión electrónica.
- Boisier, S. (1992). *El difícil arte de hacer región*. Centro de Estudios Regionales Andinos «Bartolomé de las Casas». Cusco, Perú.
- Carrasco, D. y Alan F. (2004). «Sistemática para el desarrollo económico local». Ponencia presentada en el Encuentro Internacional Virtual de la Universidad

- de Málaga organizado por el grupo eumed.net Desarrollo local en un mundo global. Málaga, España.
- Centro de Estudios Superiores de Turismo (2007). Elementos para Evaluar el Impacto Económico, Social y Ambiental del Turismo de Naturaleza en México. México: CESTUR-SECTUR.
- César, A. y Arnaiz, S. (2002). *Globalización, turismo y sustentabilidad*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, CUC.
- (2004). *Desarrollo y turismo en la costa de Jalisco*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara y COECYTJAL.
- CONAFOR Comisión Nacional Forestal (s/f). *Métodos e instrumentos para realizar el diagnóstico participativo comunitario*. Capítulo 2. Serie manual del promotor.
- Cotorruelo, R. (2001). *Aspectos estratégicos del desarrollo local*.
- Fonseca, M.A. (2010). Treinta años configurando el espacio turístico de Nayarit, en Revista *Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambiente* (RESTMA). España: Septem Ediciones.
- Gómez, A. (2005). Turismo y desarrollo local. Estudio de caso «Establecimiento Nueva Gales». Facultad de Ciencias Económico Administrativas. Argentina: Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Basco.
- Román, M. (2009). *Turismo rural en Argentina: concepto, situación y perspectivas*. Buenos Aires: IICA,
- Solari, A. y Pérez, M. (2005). Desarrollo local y turismo: Relaciones, desavenencias y enfoques, en *Economía y Sociedad*, año/vol. x, núm. 016, julio-diciembre. Morelia: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, pp.49-64.
- Vázquez-Barquero, A. (1988). *Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo*. Madrid: Pirámide.

Competitividad turística: Colima y su patrimonio cultural

Irma Magaña Carrillo
Karla Yolanda Covarrubias Cuéllar
Vicente Alejandro Jiménez Olivera

La conciencia de que Colima es un destino turístico parece no ser clara actualmente. Las políticas públicas por su parte no delimitan claramente la protección a su naturaleza, costumbres y tradiciones, siendo éstas parte de un patrimonio cultural intangible de Colima y los colimenses considerados fundamental para el desarrollo turístico del estado y elemento clave para la competitividad del mismo ante la oferta turística nacional.

Hablar de protección de naturaleza y de la belleza de los paisajes, así como de costumbres y tradiciones, no se refiere a evitar tocarlos, por el contrario, significa dinamizar ese patrimonio cultural pero con responsabilidad ante la población de mantener, cuidar, proteger y generar nuevas formas de capitalizar ese paisaje, el que además es diverso y heterogéneo.

Es entonces cuando surgen preguntas como: ¿Quién dinamiza? ¿Dónde está la acción para que se integre su gente a lo que es Colima? Esto da origen a otra pregunta: ¿Es la identidad de la gente de Colima una posibilidad de innovar el Producto Turístico Colima?, es por eso, que la investigación que da origen a esta ponencia fue dirigida a comprender la *identidad* de un estado diverso y heterogéneo por considerarle parte de un patrimonio cultural definido. En dicha investigación se propuso un retrato etnográfico de las peculiaridades que podrán abstraerse para definir *lo colimense* y *lo que los colimenses hacen* para *hacerse sentir parte de Colima*, es decir, su identidad.

Una de las realidades es que Colima tiene experiencia como destino turístico pero al formar parte de México como *destino-país*, también es parte de la no competitividad expresada en los rankings del mercado global turístico. Por lo tanto, es una oportunidad de buscar el ser competitivo como destino.

A manera de dar un antecedente de esta ponencia, se puede mencionar la experiencia que se obtuvo al realizar una investigación cuyo objetivo fue identificar los recursos históricos de uso turístico del Centro Histórico de la ciudad de Colima.

Fue en el proceso de dicha investigación que se percibió la necesidad de sobrepasar la fisonomía de la ciudad que identifica a los colimenses. Sin lugar a dudas, el Centro Histórico de la ciudad de Colima juega un papel importante, pero el aspecto simbólico no debe omitirse, pues indica mucho de la identidad genérica y las alternas de los colimenses.

Concluida la investigación anterior, se hizo evidente la necesidad de definir *lo colimense* y aclarar la confusión que existía al definir *Colima*. Por tanto, se decidió ubicar aquellos símbolos e íconos que representan a Colima de manera genérica, además de aquellos que identifican a cada municipio, así como rescatar los aspectos simbólicos de la cultura local, visiones de mundo, prácticas sociales, valoraciones del ser colimense.

Esta ponencia, en particular, es resultado de la investigación titulada: «Patrimonio cultural y competitividad. El simbolismo en la identidad de Colima y su gente hacia la diversificación de sus usos sociales».

Con base en lo anterior, surge esa necesidad investigativa de buscar otras perspectivas que puedan dar respuesta de cómo lograr innovar el producto turístico *Colima*, con la intención de ser un destino turístico auténtico desde su esencia y provocar el ser poderosamente atractivo para detonar cultural y económicamente, traducido en beneficios para la población. Para ello, se requieren identificar los elementos de la identidad de Colima y su gente, que forman esa capa de identidad en las personas y en el lugar mismo que no deben desaparecer y que por tal, se deben llevar a un uso social cotidiano, pero sobre todo a ser protegido como patrimonio a través de políticas públicas precisas.

Planteamiento de la investigación

La identidad de Colima y su gente parece ser un tema de estudio recurrente. El interés generalizado de su estudio radica en la inquietud generalizada de estudiosos de Colima por recuperar la importancia de la percepción social de las personas que habitan en las diferentes localidades, pues al parecer Colima mantiene una esencia peculiar respecto a los demás estados.

Esta esencia, hasta la fecha, si bien es percibida por los colimenses y visitantes, no se encuentra estudiada e identificada del todo, aunque su existencia es innegable. Por ejemplo, se estudia a la cultura del colimense desde la perspectiva de la historia, desde los recursos naturales, se ha analizado desde la perspectiva de una comunidad o desde alguna ciudad del estado; sin embargo, no se ha estudiado

suficientemente a la cultura como identidad desde una perspectiva simbólica e incluyente que permita conocer cómo son los colimenses.

Antes de continuar, es necesario dejar claro el concepto de identidad que cobijó la investigación, pues se trata de un concepto demasiado amplio rodeado de una amplia gama de definiciones y discusiones. En primer lugar, de acuerdo con Etking y Scvarstein (1992) «la identidad se entiende en una dimensión antropológica por estar enmarcada en la atmósfera cultural del medio social global y en una dimensión sociológica por tratarse de una construcción que emerge de las relaciones entre individuos y grupo» (citado por Rojas, 2004: 490).

Así mismo, la identidad vista desde la cultura y de acuerdo con el antropólogo Levi-Strauss es «...una especie de fondo virtual al cual nos es indispensable referirnos para explicar cierto número de cosas, pero sin que jamás tengan existencia real... solo existe en el esfuerzo de las ciencias humanas por superar esa noción y ver que su existencia es puramente teórica» (Ampuero, 1998).

Para Jorge Larraín (1996)

La identidad cultural está en permanente reconstrucción; pero no ocurre al azar sino dentro de las relaciones y prácticas disponibles de símbolos e ideas existentes... la identidad no es solo una especie de herencia inmutable recibida desde un pasado remoto, sino que es también un proyecto a futuro... una identidad nacional no solo va cambiando y construyéndose, sino que va creando versiones plurales sobre su propia realidad (citado por Canihuante, 2000: 79).

De acuerdo con Larraín (2001) existen tres elementos a partir de los cuales se construye la identidad, el primer elemento es que *los individuos se definen a sí mismos, o se identifican con ciertas cualidades, en términos de ciertas categorías sociales compartidas* tales como religión, género, clase, etnia, profesión, sexualidad, nacionalidad. El segundo elemento se refiere a lo material, es decir, al cuerpo y a otras posesiones capaces de entregar al sujeto aspectos fundamentales de auto-reconocimiento. En tercer lugar *la construcción de sí mismo necesariamente supone la existencia de otros en un doble sentido. Los otros son aquellos cuyas opiniones acerca de nosotros internalizamos. Pero también son aquellos con respecto a los cuales el sí mismo se diferencia y adquiere su carácter específico y distintivo* (citado por Canihuante, 2000: 80).

Retomando diversos estudios realizados previamente sobre el tema de la identidad, se pueden mencionar diferentes estudios sobre danza folclórica en Colima, o la gastronomía del estado de Colima principalmente; sin embargo existe poca

labor documental y de campo que permita contribuir a comprender mejor a la sociedad colimense con una gama de símbolos específicos que representen la identidad de Colima.

El planteamiento del problema se enfoca en esa búsqueda de un sentido más amplio que integre y ofrezca una perspectiva amplia y categorizada de «lo colimense», de lo que significa Colima para su gente. Por tal motivo, la investigación fue planteada y desarrollada desde los significados y sentidos de la identidad, desde la historia, las tradiciones y costumbres, lo simbólico del territorio; la forma de ser del colimense, su carácter, sus actividades y sus aptitudes. En concreto se buscó recopilar un acervo de información y conocimiento que permitiera construir la identidad de Colima y de su gente.

Por tal motivo, resultó necesario identificar y categorizar a Colima y a lo colimense para poder preservar, proteger, impulsar y promover la cultura, lo que da sentido de pertenencia y la existencia social misma. Lo que se pretendió fue aportar una base de conocimientos que permita lograr estados de preservación claramente identificados de la identidad local, pues para que una sociedad llegue a cuidar su patrimonio, sea más competitiva, eficiente y eficaz requiere verse así misma de una manera integral y reconocerse en su propia identidad.

Existen múltiples beneficios cualitativos y cuantitativos de conseguir este estado ideal de conservación del patrimonio cultural intangible de Colima; uno de estos beneficiarios es el estado, ya que la identidad puede ser insumo de todos los usos sociales, desde los amplios requerimientos de una sociedad, destacando el turismo, la industria de la construcción, la salud, la seguridad, la agricultura, la ganadería, la investigación y la inversión en general, nacional e internacional en el estado, entre otros. Solo de esta forma se podrá ser competitivos en estos y muchos otros rubros al ser congruentes entre lo que se expresa, promueve y difunde que es Colima y lo que culturalmente se es como colimense.

Para ello, se requiere preparar a Colima para exponerse con una identidad cultural congruente con la vida cotidiana actual, con su historia, con sus tradiciones centenarias, con una proyección de permanencia en el futuro y con la personalidad de su propia gente. Permitirá expresar el sentir colimense para cautivar a propios y extraños, siendo competitivos en un sentido cultural, que tampoco debe dejarse de lado en tiempos de turbulencia como los presentes.

Se busca que el ser colimense tenga un sentido desde una simbología, que lo defina como una cultura competitiva, que establezca la integración de todos los elementos que conforman la cultura. Que el estudio permita concebir una sociedad consciente de su identidad categórica, que como tal, esta identidad tiene un

valor para hacer, representar y generar riqueza tangible que puede traer beneficios cualitativos y cuantitativos en todos los ámbitos de la sociedad.

Comprendiendo el proyecto desde un sentido más conceptual y teórico, se debe mencionar que es momento de comprender que «patrimonio» es un término bastante adecuado para abrigar la perspectiva de esta investigación debido a que:

El patrimonio es una metáfora entrañable: una idea trasladada a un objeto, a una práctica, a un vínculo, a un modo de hacer, que decidimos convertir en medio y en depositario de creencias estimadas. Una obra arquitectónica, cualquier producción artística, un utensilio o una indumentaria, una parcela para la producción o la conservación *in situ* de alguna especie biológica, las tradiciones, los usos y costumbres, los temas de conmemoración y celebración, una escalinata o un templo, así como la gastronomía, poesía, música, representaciones y manifestaciones tradicionales, la lengua, los signos, símbolos, ritos, mitos, dichos, leyendas, la religiosidad popular, los deportes, los valores asignados a los recursos disponibles que se utilizan para la vida económica, etcétera, pueden todos ser patrimonio, ya que más allá de su utilidad directa y ordinaria, son soportes de afecto y vehículos de eventos extraordinarios. Son algo que, hablando de sí, nos habla también por otras cosas que consideramos especiales (Martín, 2004: 3).

Rodríguez y Lorandi (2005) reflexionan acerca de las apropiaciones y usos del pasado como instancia constitutiva del proceso de construcción identitaria de los actuales pobladores de una comunidad, así es como resulta posible también utilizar los recursos de la historia del territorio para comprender y sumar a la comprensión de la vida cotidiana actual. De acuerdo con Rodríguez y Lorandi (2005) el concepto de identidad,

...no como algo estático y monolítico, sino más bien como un proceso dinámico, siempre en reconstrucción e interactivo. Para entender estos procesos identitarios es fundamental tener en cuenta los mecanismos por los cuales un grupo determinado utiliza ciertas categorías de autoadscripción de identificación de los otros y organiza por ende la interacción entre los individuos. Este proceso no responde, por supuesto, en forma exclusiva a factores internos, sino que interactúa o reacciona ante presiones exógenas que irán modelando capas de identidad. Con el tiempo, algunas de estas capas desaparecerán, otras quedarán en suspenso y otras persistirán y/o se remodelarán según las circunstancias (p. 433).

Puede haber un rédito político útil en emplear el patrimonio para el cuidado, la potenciación e incluso, llegado el caso, la limitación, de identidades culturales determinadas. Este interés radica en el hecho de que el patrimonio inmaterial puede ser políticamente instrumentalizado por el bien de las identidades culturales (Massó, 2006: 92).

El patrimonio intangible es la cultura propiamente dicha, el conocimiento, la formación humana. Hay quien diría que es el capital cultural del pueblo; sin embargo, este término podría considerar solo los aspectos que sirven para integrarse al mercado de trabajo globalizado, por lo que en una visión más amplia el término de patrimonio intangible incluye, conocimientos, creencias, actitudes —como la solidaridad y la autoestima, habilidades y técnicas de trabajo, el estado de salud de individuos, grupos y sociedades, entre otras.

El patrimonio intangible ha sido definido por los expertos de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, citado por Massó, 2006), como los procesos aprendidos de los pueblos junto con el conocimiento, habilidades y creatividad desarrollados por ellos, los productos creados, los recursos, espacios y otros aspectos del contexto social y natural que los sustentan. Estos procesos proveen a las comunidades vivas con un sentido de continuidad con generaciones anteriores y son importantes para la identidad cultural, la diversidad cultural y la creatividad de la humanidad. Esta definición incluye aspectos tales como: lenguaje, música y alimentación.

El patrimonio intangible es pues el ser y el conocer de los pueblos. Entre el patrimonio intangible y la vida cotidiana existe una relación indisoluble y de ello depende también la creación y el estado de lo tangible: no es posible entender las construcciones coloniales mexicanas sin considerar las habilidades y principios de los maestros novohispanos y el contexto sociocultural de la época.

Acentuando la importancia que nos atañe para el estado de Colima, coincidimos en que: «los valores culturales, espejo en donde se refleja la imagen de un pueblo, cobran vida y fuerza en la medida en que ese pueblo rescata, preserva, difunde y recrea sus tradiciones y costumbres, sustento y forma de su identidad. Rescate y recreación son requisitos de continuidad histórica en los que México, maravillosa amalgama del pasado y presente, bosqueja su futuro» (Guzman, 1986). Existen ya esfuerzos que vislumbran un interés de los estudiosos de la cultura y la identidad, por proteger, estudiar y promover las actividades culturales que le dan forma a la identidad colimense en sus muy diversas manifestaciones.

Objetivo general de la investigación se centró en: reafirmar el patrimonio cultural de la identidad de Colima y de su gente a partir del simbolismo de su realidad.

Los *objetivos particulares* se definieron para: Identificar los símbolos que componen el patrimonio del estado de Colima, identificar los rasgos de la identidad genérica y alterna de los colimenses, definir los elementos que componen el patrimonio cultural de la identidad de Colima y su gente, generalizar los elementos de identidad de Colima para disponerlos a distintos usos sociales y categorizar los elementos de la identidad de Colima para diferentes usos sociales como el gastronómico, folclórico (fiestas, festivales, eventos culturales), artístico (danza, poesía, pintura, plástica), arquitectónico y turístico.

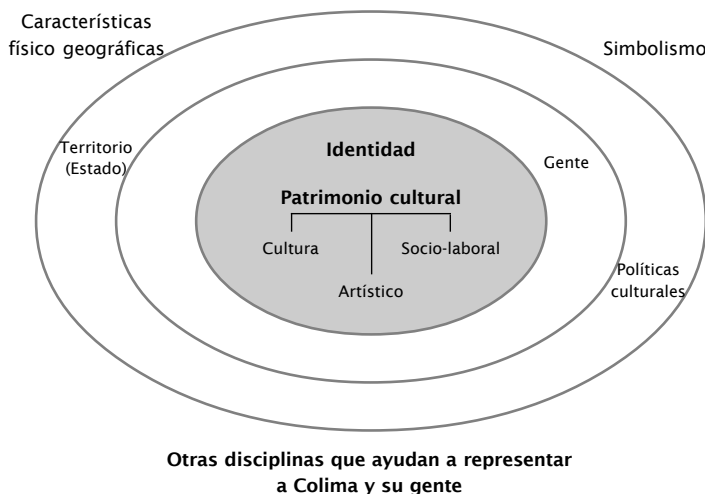
Con base en lo anterior, para efectos de esta ponencia, los resultados presentados pretenden dar respuesta a los dos primeros objetivos particulares planteados en la investigación: Identificar los símbolos que componen el patrimonio del estado de Colima e identificar los rasgos de la identidad genérica y alterna de los colimenses.

En cuanto a la metodología, cualitativamente se puede estudiar la identidad de un territorio para comprenderlo de manera más cercana, más humana, no necesariamente representativa. Estudiar el patrimonio cultural tangible e intangible, implica comprender el significado de la vida cotidiana llevada a un valor de la esencia del individuo.

Es viable y pertinente realizar este estudio considerando que desde una perspectiva teórica, los Estudios Culturales son útiles para explicar desde la perspectiva simbólica de la cultura, tres grandes aspectos, según Carla Pasquinelli, el primero, la cultura es un bien tangible, las artesanías, las edificaciones, monumentos, entre otros; segundo, la cultura además un bien intangible, ella nos permite describir los comportamientos de sociedades específicas y la ubicación de estos comportamientos y acciones en la estructura social. Por último, la noción simbólica que representa el significado de esas acciones, actividades, lugares, espacios, interacciones, entre otros (citada por Giménez, 1993).

Con base en la última perspectiva, se ofrece un panorama bastante amplio para comprender la noción simbólica de la cultura de Colima, con respecto de su identidad como lugar y como personas; los aspectos físicos como las creaciones artesanales características de este lugar y las representaciones y el significado de lo social (tradiciones, oficios, prácticas, etcétera).

A continuación se presenta un mapa conceptual, en el que se expresan los conceptos más importantes que se consideraron en el estudio y que ayuda a plantear un panorama de cómo abordarlo metodológicamente.

Figura 1. Mapa conceptual de la investigación

Fuente: Elaboración propia, Magaña, I., 2010.

La entrevista a profundidad y la etnografía permitieron el desarrollo de la investigación, por ser dos técnicas dirigidas precisamente al estudio de lo cualitativo, como es el caso de la identidad.

A continuación, se abordan de manera teórica los usos y beneficios de dichas técnicas.

La técnica de la entrevista

Según Blasco, T. y Otero L. (2008) la entrevista a profundidad también es denominada por algunos autores como entrevista abierta. Generalmente suelen cubrir solamente uno o dos temas pero en mayor profundidad. El resto de las preguntas que el investigador realiza, van emergiendo de las respuestas del entrevistado y se centran fundamentalmente en la aclaración de los detalles con la finalidad de profundizar en el tema objeto de estudio. Aunque es la que más se caracteriza por la carencia de estructura —salvo la que el sujeto le dé— y por la no-dirección, no hay que olvidar que las entrevistas deben desarrollarse bajo la dirección y el control sutil del investigador(a).

Por otro lado, Díaz, G. (2005) menciona a Taylor y Bogan de 1986 quienes definen la entrevista a profundidad como reiterados encuentros cara a cara entre

el entrevistador y los informantes, encuentros dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que los informantes tienen respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan en sus propias palabras.

La misma Díaz menciona que la entrevista a profundidad es una entrevista cualitativa de carácter holística en la que el objeto de investigación está constituido por la vida, experiencias, ideas, valores, y estructura simbólica del entrevistado aquí y ahora. Pretende hacer un mapa dinámico de la configuración vivencial y cognitiva de un individuo (Díaz, 2005).

En esta última definición es posible encontrar una fuerte y clara fundamentación del porqué se utilizó la entrevista a profundidad como técnica para llevar a cabo esta investigación; la principal razón como lo dice Díaz es conocer a través de las ideas y percepciones, sentimientos y emociones. A continuación se mencionan otras razones por las cuales se decidió utilizar la entrevista a profundidad en esta investigación.

- Permite esclarecer una experiencia humana subjetiva.
- Aporta información acerca de las percepciones, creencias, sentimientos, motivaciones, opiniones, valores, anticipaciones o planes futuros e información sobre la conducta pasada o privada.

Para hacer las entrevistas, se optó por que fueran a profundidad, con la finalidad de escuchar la descripción que de la realidad pudieran hacer los participantes. Sin embargo, también se requería tener cierta estructura que permitiera aplicar la entrevista al número total de participantes, de tal manera que se decidió diseñar la entrevista semiestructurada pero conservando el enfoque a profundidad. Según Sharon R. Kaufman en su descripción acerca de lo que es una entrevista a profundidad, menciona que su meta es coleccionar datos de manera detallada, centrando la información en el participante. De esta manera se obtiene información que es significativa para el individuo que participa en Jaber F. Gubrium y Andrea Sankar (1991: 123).

Referente a la modalidad semiestructurada (*open-ended approach*) es diferente a la que usa únicamente preguntas cerradas ya que el semiestructurado explora las respuestas de cada uno de los entrevistados, además delimita el contenido y los límites del problema bajo estudio, en otras palabras a los participantes se les permite describir en sus propias maneras y palabras cómo ven el problema; por lo tanto, esta modalidad combina la característica de una interacción social entre el entrevistado y el entrevistador que forma parte de los resultados de la entrevista (Kaufman, 1991: 126).

Con base en lo anterior se puede concluir que la entrevista es la estrategia operativa con la cual invitamos a conversar a la gente indicada para cubrir los objetivos del proyecto, a estas personas les llamamos informantes o entrevistados, sin ellos y sin su colaboración, la investigación prácticamente sería imposible. En este sentido, los informantes o entrevistados ejercen un poder sobre el entrevistador; el tener que explicar de manera sencilla la importancia de su participación en el proyecto con un lenguaje claro y un acercamiento cuya intención debe ser crear empatía.

Para efectos de esta investigación, los criterios de selección de los informantes fueron: que fueran originarios de Colima, que reconozcamos en ellos un saber sobre Colima y que tuvieran disposición para ser entrevistados.

Así pues, se diseñaron tres tipos de entrevistas dependiendo del tipo de informante, siendo estos los siguientes:

1. Informante tipo A: Funcionarios con visión creativa.
2. Informante tipo B: Creadores de arte (pintores, bailarines, fotógrafos, etc.) e intelectuales.
3. Informante tipo C: Personas *comunes* de Colima.

Al momento de realizar cada entrevista fue necesario considerar las siguientes indicaciones: a) Explicar que se trataba de una investigación de la Universidad de Colima, b) Solicitarle a los informantes que sus respuestas podían ser amplias y que podían tomarse el tiempo necesario para responder: interesaba conversar, c) Comentarles que interesaba mucho su punto de vista al respecto, y d) que era necesario que tuvieran disposición para participar y el tiempo para responder.

La etnografía como técnica

Resulta necesario señalar una vez más y de manera muy concreta que en el proceso etnográfico, la distancia entre el sujeto y el objeto, tiende a acortarse por la relación de interacción cotidiana entre uno y otro. Por esta razón, tanto humana como cultural, el etnógrafo tendría que tener siempre presente el objetivo de su estancia dentro del escenario vital del objeto que estudia y vigilar a su vez, el papel que desempeña. Este es un doble rol que por razones epistemológicas juega siempre el etnógrafo, el reto es moverse de espacio social, no solo para tomar distancia del objeto que investiga, sino además para mirar a este último desde otros ángulos.

Por otro lado, la experiencia etnográfica acerca tanto al objeto de estudio (de hecho uno está en él) que lo que el etnógrafo hace en y con él a fin de cuentas, es tomar conciencia de sus distintas realidades, pues por más que intentemos ponernos en su lugar, nunca tendremos la experiencia vital (vivencial) tal como la tiene el objeto. El sujeto que conoce, tendrá entonces solo la referencia de la vivencia del «otro», de lo contrario, terminaríamos con el rol como etnógrafo y vendría entonces el nacimiento de un nuevo *insider*, de un nativo más (Schwartz y Jacobs, 1984).

Sin embargo, es precisamente por esta intensa relación de complicidad y conocimiento mutuo que ninguno de los dos, volverán a ser como antes de su intenso encuentro, así la experiencia de vida al lado del objeto de estudio, marca la propia vida del sujeto investigador. Hacer etnografía entonces es hacerse parte de lo otro, sin dejar de ser parte del mundo de los *outsiders*.

La propuesta etnográfica que constituye este texto, ha intentado ser propositiva en un sentido técnico, ya que a través de un caso concreto conocimos cómo se han empleado ciertas técnicas de investigación e instrumentos de registro. En estos apuntes metodológicos, se procuró reflexionar sobre la pertinencia de recurrir a una técnica o a otra, dependiendo del tipo de pregunta de investigación que se tenga y del tipo de información que cada técnica puede producir.

Faltaría decir que esta propuesta etnográfica es solo una de tantas, no es la única ni la mejor, intenta simplemente complementar otras experiencias de investigación de tipo cualitativa. En este sentido, el texto representa un abanico de posibilidades para construir el objeto de estudio.

El trabajo de campo etnográfico: La realidad de observación

La observación se llevó a cabo en los diez municipios del estado de Colima, principalmente en las cabeceras municipales: Armería, Colima, Comala, Coquimatlán, Cuahutémoc, Ixtlahuacán, Manzanillo, Minatitlán, Tecomán y Villa de Álvarez.

Se realizó una visita etnográfica por cada municipio en un lapso de tres meses. Se consideró importante el de adentrarse en los municipios en caso de ser informados sobre la existencia de actores paradigmáticos - actores estratégicos que pudieran aportar información relevante para la investigación.

Lo que se observó en cada sitio fue el sitio en sí mismo, su gente, las características específicas que definen lo que es el lugar, si existían grupos sociales dominantes, elementos que integraran el patrimonio cultural tangible como la gastronomía, edificaciones, costumbres, fiestas, tradiciones y patrimonio intangible como

conocimientos, sistemas de significados, habilidades y formas de expresión simbólicas, las relaciones humanas y lo general procesos humanos que pudieran aportar información interesante al proyecto.

El objetivo fue en todo momento identificar ese *algo más* que los hace colimenses, *encontrar algo diferente* a lo que ya se ha estudiado comúnmente, eso que hace que se identifiquen como gente de Colima.

Sistematización de la información recabada

La sistematización de la información, tanto la etnográfica como las entrevistas, fue tratada adecuadamente para poderla analizar posteriormente. Ello implicó una labor ardua para transcribir los diarios etnográficos y tenerlos en digital. Igualmente, transcribir los audios de las entrevistas, capturarlos y posteriormente utilizar el software MAXQDA para «desmenuzar» la información y poder leer a través de ellas el significado y el simbolismo de sus palabras.

Ya utilizando el software, se hizo un sistema de códigos para las entrevistas, lo que permitió analizar a profundidad y de manera transversal toda la información generando la posibilidad de cruzar datos y marcar coincidencias generales. Algunos de los códigos obtenidos son: *entorno e identidad, historia familiar, Colima en palabras, significado Colima, símbolos, sentimientos e imágenes*, entre otros.

Resultados

Una vez sistematizada y analizada la información se obtuvieron los siguientes resultados, con base también en la guía de entrevista que incluía preguntas como: ¿Qué te hace sentirte colimote? Hubo diversidad en las respuestas; algunos contrastes pero en general un seguro sentimiento de la identidad de cada uno de los entrevistados, de sentirse colimotes.

Existe un fuerte sentimiento, de que por el simple hecho de haber nacido en Colima, ahora ya a lo largo de su vida, basta y sobra para sentirse colimote. Es decir, que se da por hecho, que debido a que has nacido en el lugar, solo puedes tener las características que un colimote tiene. Además, las personas que al haber nacido en otro país, tienen igualmente un fuerte arraigo a sentirse de Colima. Un ejemplo de ello es cuando se señaló «porque aquí nací, aquí nacieron mis padres, aquí nacieron mis hijos, aquí estudié»...

Así, se pudo observar a los que señalaron que se sienten de Colima porque se identifican aún con las tradiciones y costumbres de la entidad, a darle valor al propio estado y sus características. Una referencia textual dice: «que tengo una identidad regida entre mitos y cosas que no son ciertas, como el Rey Colimán».

Señala un informante como respuesta: «por la inclinación de mi familia por esa cosa de la cultura y la identidad... sí hay mucho arraigo de buscar la identidad de la familia». Es posible evidenciar que la familia entonces, es también un fuerte pilar de la sociedad colimota y que genera valor de pertenencia a la misma persona.

Otros más, hicieron alusión a características bastante específicas y peculiares de las tradiciones y costumbres colimotas, como «el colimote acompaña a su señora a ir a ver a la Virgen, vestida de Guadalupeana y cargándole al hijo, pero él no va vestido». Otro informante más señala «soy de ir a la catedral el 12 de Diciembre y comer pinole, soy de levantarme temprano e ir por un vaso de tuba y tomármela con un bolillo» por otra parte, otra persona señaló «soy de barrer la banquetta de mi casa», otra persona señaló «porque me gustaba mucho bailar con El Colorado Naranja».

Algunos otros informantes hicieron hincapié en los sentimientos que para ellos les genera el hecho de ser de Colima o vivir en el Estado. Por ejemplo, se señaló «estoy muy apegada a las tradiciones de Colima y me siento orgullosa de ser de Colima», otra persona dice «porque aquí nací y porque es un lugar que estimo y quiero mucho». Otra señaló «me siento colimense justamente por los momentos que he vivido aquí, que han sido importantes para mí y que los recuerdo y sé que aunque pasen veinte o treinta años voy a seguirlos recordando, no los voy a olvidar». Por otra parte, dijeron que «le tengo mucho cariño a este lugar, a las escuelas en donde estudié, a los parques en donde yo jugaba».

Por los lugares que conocen del estado, también los informantes expresaron sentirse colimenses: «nos juntábamos en familia para viajar todos los fines de semana y bueno era desde ir a los ríos, a los pueblos, a los diferentes municipios, a las lagunas del estado», otra persona, expresó «conozco prácticamente muchos de los rincones del estado» o en su defecto «he subido a los dos volcanes, he nadado prácticamente en todas las playas».

Cuando se les preguntó que señalaran tres palabras con las que pueden relacionar a Colima, los resultados que se obtuvieron fueron bastante enriquecedores para el proyecto. A continuación, se hace una breve relatoría de dichos resultados. En general se perciben los comentarios abstraídos, algunos concretos relacionados con adjetivos con los que relacionan a Colima, mientras otros son bastante descriptivos.

Como resultado, se obtuvieron palabras en muchos de los casos relacionadas con la percepción que tienen las personas de Colima y no tanto un retrato de su esencia escondida. En algunos casos, la descripción fue demasiado superficial, tanto que se utilizaron descripciones relacionadas con asuntos de tráfico o de obras que se están realizando actualmente en el estado, o la situación política. Sin embargo, de los informantes, que se fueron al ser de Colima desde su identidad y simbolismo, podemos señalar lo siguiente:

Se va a presentar los resultados de un nivel de abstracción más superficial hasta llegar a los que lograron abstraer de manera más profunda. Se hizo referencia de cierta manera al tamaño del estado o de sus distancias; aunque desde una perspectiva simbólica, también esto mismo tiene una representatividad en la percepción de los mismos habitantes y hacia el exterior. Por ejemplo, palabras como «todo aquí queda súper cerquitas», «pocas distancias», «en poco territorio» y «pequeño» y «chiquito». En contraste, se encontraron respuestas con una fuerte carga simbólica y del lado contrario a los tamaños o distancias, por ejemplo: «amplios espacios verdes», «servicios de gran ciudad» y «la casa grande de todos». Estos últimos tienen unas implicaciones simbólicas de impacto a los resultados que esta investigación espera.

Los siguientes resultados, comprenden todo lo referente a una descripción más profunda, referente a cómo se percibe de manera intangible a Colima.

Cuadro 1. Percepción de Colima

• Vivir tranquilos	• Tranquilidad
• Tradicional	• Costumbres muy arraigadas
• Bonita / belleza	• Jardines
• Ciudad verde	• Limpia
• Luminosa	• Bella

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo realizado.

Igualmente, se ha relacionado al estado de Colima con algunos asuntos más personales y simbólicos como son:

Cuadro 2. Elementos personales o simbólicos

• Familia	• Acogedora
• Convivencia familiar	• Costumbres

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo realizado.

Entre los resultados, encontramos también los que describen algunas otras características físico-geográficas de Colima y que tienen mucho significado por su alcance e importancia para describir al Estado.

Cuadro 3. Características físico-geográficas que describen Colima

• Verde	• Diversidad de climas
• Huracanes	• Topografía
• Calorón	• Lluvias
• Clima muy agradable	• Luminosa
• Sol	• Montaña
• Laguna	• Playa

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo realizado.

Finalmente, se presentan algunas palabras con las que se describió Colima y que parece llegan a consolidar y condensar lo que la esencia del estado proyecta realmente: «es un paraíso», «color», «fascinante», «hermoso», «amistoso», «magia» y «prismático».

Si bien, todos y cada uno de los informantes son importantes, la información obtenida por parte de los artistas arrojó resultados particularmente interesantes al definir al estado de Colima en imágenes. La lista a pesar de ser larga, fue bastante reveladora. Se hizo un listado, ya que por su riqueza y abundancia, merecía rescatar dichos resultados. Se intentaron clasificar evitando repeticiones, ya que en esta ocasión la cantidad de veces que se repite una palabra no fue importante, sino la importancia y simbolismo de cada respuesta.

Cuadro 4. Las imágenes que los artistas señalaron se les viene a la mente cuando piensan en Colima

• Centro Histórico	• La Piedra Lisa	• Zona Mágica
• Playa	• Las palmeras	• Comala y portales de Comala
• Limones	• Cocos	• Un lugar mágico
• Volcanes	• Lugar tranquilo	• Rey Colimán
• Carrizalillos	• Sus jardines y parques: jardín exuberante, tropical, arbolado soleado y tranquilo	• Cocadas
• Diario de Colima	• El mar	• Calor
• Calles verdes	• Árboles	• Gente caminando bajo la sombra de los árboles

continúa en la página siguiente...

• Naturaleza	• Muy florida	• Ambiente como de pueblo
• Mujeres lindas	• Trajes diminutos por el calor	• Pitahayas
• Sus primeros moradores, el reino de Colimán	• Unos sopitos	• Colima de los pericos y los plátanos y de las iguanas, es decir, el Colima de la provincia
• Mangos	• Los indígenas	• Un pie con un huarache y el pie en el campo
• La vegetación	• Selva baja caducifolia	• Fervor en una fiesta religiosa
• Fiesta de la Virgen de Guadalupe	• Las calles del centro	• Jardín libertad
• Paisaje donde encuentras muchas cosas	• La música de mariachi tradicional	• Familiar: mis papás y mi familia, mis tías

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo realizado.

Es destacable señalar, algunas imágenes que son descripciones muy particulares de escenas y paisajes colimotes que deben rescatarse para la preservación y apropiación de futuros usos sociales que esta investigación pueda contribuir a definir. Por ejemplo, cuando se señala «paisaje donde encuentras muchas cosas»; esto tiene una connotación muy real sobre lo que Colima es y su diversidad de escenarios y paisajes, playa, montaña, pueblo rural, lagunas y ríos.

Cuadro 5. Los símbolos que los artistas señalaron se les viene a la mente cuando piensan en Colima

• Piedra Lisa	• Rey Colimán	• Palacio de Gobierno
• Catedral	• Centro Histórico	• Figura obscena
• Palmera Amarilla	• Perritos danzarines	• Portales de Comala
• Portales de Suchitlán	• Universidad de Colima	• Los volcanes
• Playas	• Palmeras	• Monumentos
• Jardines	• Brazo templado en el escudo	• Feria de Todos Santos
• Edificios públicos	• Casas de teja	• Camellones
• Pez Vela de Manzanillo	• El limonero en Tecomán	• Cocos
• Tuba	• El tejuino	• Camino Real de Colima
• Mar	• Rangel Hidalgo	• Cerámica del Occidente
• Michel, artes visuales	• Merced Zamora	• Francisco Vázquez
• Chávez Carrillo	• Gabriel Portillo	• Arquitectura
• Vestigios arqueológicos	• José Portillo del Toro	• Barrio Viejo de Colima
• Iglesias en cada municipio	• El Río	• Naturaleza
• Piedra de Juluapan	• Cerro Grande	• Ballet
• El Bate	• La comida	• Una huerta
• El Huarache	• Las guadalupanas	• Arqueología

continúa en la página siguiente...

-
- | | | |
|-------------------------|-------------------------------------|-------------------------|
| • Parque Hidalgo | • Cerámica | • Pueblos prehispánicos |
| • Máscaras de Suchitlán | • Bordados de Zacualpan y Suchitlán | • Gastronomía |
| • El tubero | • El comerciante del mercado | • Hacienda del Carmen |
| • Cuyutlán | • Elección de reinas | • Paletas de la Villa |
| • Picones de Comala | • Entrada de música en Cuauhtémoc | • Jardines con árboles |
| • Las ceibas | • Las parotas | • El Ticuz |
| • Perro xoloitzcuintle | • Sal de Cuyutlán | • Cocadas |
| • Ponche | • Salsas | • Dulce |
| • Tamales | | |
-

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo realizado.

Es destacable y rescatable del listado de símbolos, señalar que existen aquí enlistados diversos elementos que no han sido utilizados como símbolos de lo que Colima y su gente es en su esencia. Por ejemplo, aspectos que tienen que ver con gastronomía, personajes icónicos e incluso vegetación que es muy característica del Estado.

En el apartado de definir con palabras a la gente de Colima, fue posible observar que hubo también diferentes tipos de descripciones a distintos niveles. Por ejemplo, hubo quienes describieron a las personas de Colima como «conservadores», «tradicionalistas», «gente pasiva» y que en general tienen un estilo de vida tranquilo y relajado; pero al mismo tiempo con una perspectiva bastante conservadora. Notamos implícita la perspectiva religiosa y de moral rígida.

También, se hizo alusión a bondades de los colimotes, en cuanto a su forma de trato a los demás: «Hospitalarios», «muy de contacto», «cálidos», «serviciales», «de confianza», entre otros. Ello denota una característica muy peculiar de los colimotes.

Fueron descritos también como «sencillos», «no hay rivalidad», «cordial», «amistosa», «no es prepotente», «gente de paz» y «agradable». Se describen así para expresar una buena disposición al trato con otra gente e inclusive con visitantes de otras partes.

Resalta que los colimenses también respecto a su forma de hablar, haciendo énfasis a frases que salen del contexto lógico de un sentido normal, frases que se comprenden únicamente por el contexto y la descripción de las mismas... «es bien sabe cómo», «bien mucho» e «ira nomás».

Se comenta igualmente, que las personas de Colima son muy «comunicativas». En este sentido, se evidenció también en las demás respuestas de otras preguntas, que este sentido es señalado: «que se dan mucho los chismes», que «todos saben

lo de todos», e inclusive que «si no quieres que en Colima se sepa, no lo pienses» y que «si algo pasa, todo mundo se entera».

Conclusiones generales

Tal como se mencionó previamente, la investigación contó con varios objetivos particulares, sin embargo, esta ponencia se centra únicamente en los dos primeros que son: Identificar los símbolos que componen el patrimonio del estado de Colima e identificar los rasgos de la identidad genérica y alterna de los colimenses.

Se considera que a partir de todos los resultados de la investigación y su previo análisis, se han cumplido dichos objetivos, pues a través de la etnografía y las entrevistas a profundidad, fue posible un acercamiento a los símbolos y rasgos que conforman la identidad de Colima y los colimenses. Se tuvo un primer acercamiento a sus palabras, frases, comentarios; sus acciones, actitudes, labores y actividades, las cuales en su conjunto son un reflejo de lo que es Colima hoy en día.

Se logró además abstraer en palabras, imágenes y símbolos lo que Colima significa y representa. Este cúmulo de símbolos que componen el patrimonio del estado queda disponible ahora para que pueda nutrir otras áreas y disciplinas de la vida cotidiana.

De manera general, se percibe un Colima conservador y tradicionalista, con una intención de crecimiento y desarrollo. Con costumbres y tradiciones arraigadas que tienen que ver con lo que se come, con lo que se hace como *desayunar en Suchitlán*, *ir por una tuba y un bolillo*, *barrer la banqueta*, *saludar al vecino*, *escuchar y contar algún «chisme»*, y *pasear en la piedra lisa*, entre otros.

Analizando la información obtenida por parte de cada uno de los informantes, la gente de Colima se percibe a sí misma, como alegre, conservadora, comunicativa, con una tonadita en el hablado, familiares, abiertos o tradicionalistas según su edad, hospitalarios y alegres; cálidos, carismáticos y propensos a poner apodos. Hasta aquí un breve panorama de ciertos resultados que son trascendentales.

De los símbolos e imágenes, se reafirman los de por tradición como Los Volcanes de Colima, el Rey Colimán, La Piedra Lisa, Palacio de Gobierno, las palmeras, los cocos, los limones, sus jardines. Se resaltan algunos que podrían ser útiles para sumarlos al simbolismo de Colima o potencializar su significado y uso actual: la tuba, los sopitos, los mangos, la zona mágica, los huaraches, el bate, las parotas, los perritos danzarines, la Universidad de Colima, lo Rangeliano, las máscaras de Suchitlán... entre otros.

Cabe reflexionar, que no es válido utilizar otros símbolos de la modernidad que no nutren y fortalecen la imagen de lo que Colima ha venido siendo. Se está en contra del permeo de estos símbolos en la cultura colimota. Así también, lo refieren los informantes de esta investigación, no solamente hablado, pero también con el silencio. Es fundamental señalar que en ninguno de los reactivos y detonadores, se obtuvo como respuesta, aspectos de la modernidad que han sido un *boom* en el desarrollo sociocultural del Colima de hoy.

Las respuestas y reflexiones de la gente de Colima ha hecho siempre alusión a la esencia de lo que Colima es y ha venido siendo desde siglos atrás. A sus tradiciones, costumbres y características peculiares. Cabe señalar también, que en el año del desarrollo del levantamiento de información, del trabajo de campo en sí, Colima sufrió un fuerte giro en cuanto a la tranquilidad y seguridad, que por décadas había caracterizado al estado. En el inter, el contexto y las circunstancias estuvieron cambiando y ello se vio reflejado en un inicio y en un final del levantamiento.

Los resultados de la investigación tienen aplicaciones específicas inmediatas en tres sentidos. En primer lugar, se recapitulen y resaltan los aspectos más importantes de Colima y su gente. En segundo, que la investigación ayuda a dibujar una identidad genérica y otras identidades alternas que responden a las preguntas ¿Qué es Colima para los colimenses? ¿Qué significa ser colimense? En tercero los resultados se sumarán a generar propuestas para las políticas públicas, regulaciones que permitan proteger esta identidad como patrimonio cultural del propio estado, es decir, hacia la regulación legislativa; es por ello que hacemos un llamado a las instancias correspondientes para que esta investigación contribuya de manera formal a la generación de dichas acciones.

Se puede concebir igualmente, que contar con estos resultados, será útil para que se considere como insumo de otros procesos indispensables para promover a Colima como un lugar único y distintivo. Por ejemplo, el Turismo como sector que promueve la cultura, requiere urgentemente tener mayor claridad sobre la cultura colimenses como categoría fundamentada y en función de ello, definir un concepto para diseñar el producto turístico llamado «Colima»; se requiere mayor congruencia en esta visión y mayor diferenciación si comparamos esta identidad genérica con otras identidades de otros estados del territorio nacional. En enfoque sistémico nos coloca en la perspectiva integradora en este proyecto.

Queda abierto y disponible, no solo la información, pero la intención de consolidar los resultados de esta investigación en una publicación de un libro, en el que se nutra de análisis más profundos, al ir relacionando los resultados con los diferentes usos sociales que debe darse a estos datos.

Referencias bibliográficas

- Ampuero, G. (1998). *La Serena en la Región de Coquimbo. En busca de la identidad perdida*. Santiago: Lom Ediciones.
- Bojalil, S. (2002). Patrimonio ciudadano, en *Reencuentro*, diciembre (35), pp. 92-97.
- Canihuante, G. (2005). Paisaje y Turismo en la formación de la identidad en Chile, en revista *Aportes y Transferencias*, núm. 9, pp. 75-92.
- Carballo, C. (2008) El patrimonio cultural y los nuevos criterios de intervención. La participación de los actores sociales, en *Palapa*, vol. 3.
- Comunidad Fraternal por una Vida Mejor, IAP (2007). *La herencia de mi abuelo*. Colima: Conaculta / Secretaría Cultura Colima / DIF / PACMYC.
- Giménez, G. (1993). *La concepción semiótica de la cultura*. México (Mimeo).
- Godoy, M. y Poblete, F. (2006). A Manuel Delgado. Sobre Antropología, Patrimonio y Espacio Público, en *Revista Austral de Ciencias Sociales*, núm. 10, pp. 49-66.
- Guzmán, N. (1986). Introducción, en *Cultura popular de Colima*. Memoria ciclo de mesas redondas. Colima: SEP Cultura.
- Magaña, I. y Padín, C. (2008). ¿Conduce la globalización a la pérdida de las costumbres gastronómicas? Análisis del caso Colima-Villa de Álvarez, en *Teoría y Praxis*, vol. 4, núm. 5, 213-226.
- Martin, F. (2004). Patrimonios, en *Cuicuilco*. Escuela Nacional de Antropología e Historia, enero-abril, año/vol. 11, núm. 30.
- Massó, E. (2006). La identidad cultural como patrimonio inmaterial: relaciones dialécticas con el desarrollo, en *Theoría*, vol. 15, núm. 1, pp. 89-99.
- Murilo, F. (2007). La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible, en *Opera*, vol. 7.
- Oseguera, D. (2003). *Herederos diversos y conversos. La formación de la cultura alimentaria colimense*. México, D.F.: Conaculta.
- Rodríguez, L. y Lorandi, A. (2005). Apropiaciones y usos del pasado. Historia y patrimonio en el valle calchaquí, en *Boletín del Instituto Francés de Estudios Andinos*, vol. 34, núm. 3, pp. 431-442.
- Urzúa, R. (2008). *El camino real de Colima*. Colima: Tierra de Letras.
- Velasco, M. (1986). *Relatos de Colima*. Colima: Universidad de Colima.

Procedimiento para valorar la percepción del habitante sobre el desarrollo turístico del destino. Aplicación Manzanillo

Ernesto Manuel Conde Pérez
Irma Magaña Carrillo

Getz (2000) utiliza el término «percepción» en lugar de «actitud» y también define la percepción como «el significado que se atribuye a un objeto». Por lo que se puede decir que la percepción es algo subjetivo, ya que cada persona puede tener un significado diferente para la misma cosa, en el caso de la percepción que el habitante tiene sobre el turismo pueden atribuírsele significados diferentes, dependiendo del conocimiento que tenga cada persona a la que se le pregunte sobre la actividad turística que se realiza en su localidad, al gusto que tenga por servir a los turistas o de los beneficios o perjuicios que la actividad le brinde.

La palabra «percepción» de acuerdo con la Real Academia Española se refiere a la «sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos» (RAE, 2012). Dicha impresión es la que el turismo puede causar en las personas residentes de comunidad o espacio geográfico donde se desarrolla un proyecto de esta índole. Tal como lo menciona Acerenza (2008), Covarrubias (2010) dicen que:

La irrupción del turismo en una comunidad puede causar cambios en el comportamiento y actitud de los mismos a través del mecanismo de interacción con los turistas provocando aceptación o rechazo hacia los turistas y las actividades propias del turismo. De tal manera que evaluando el nivel de satisfacción del residente, es posible detectar futuros problemas o molestias.

Estos dos autores concuerdan en que en el momento en que un lugar decide dedicarse a las actividades turísticas forzosamente va a sufrir cambios, en mayor o menor medida, dependiendo del tipo de turismo que quieran adoptar, pero habrá cambios, tanto de uso de suelo (por la construcción de infraestructura turística), como en el comportamiento de los habitantes, quienes ahora ya no estarán dedicados a las actividades primarias, sino que deberán aprender a brindar un su

servicio y convivir con personas extrañas, tal vez de otro color de piel u otro idioma, pero que vienen a visitar su localidad y a dejarles una derrama económica, la cual les permitirá tener una mejor calidad de vida. Si los habitantes toman una actitud positiva hacia esta nueva forma de vida, el turismo en el lugar se desarrollará fácilmente y en armonía, pero si no es así, habrá problemas con las autoridades o empresarios porque los habitantes se sienten invadidos o perjudicados por la llegada de turistas a lo que es su espacio para vivir.

La presente investigación tiene como objetivo presentar un procedimiento que permita valorar la percepción que tiene el habitante de la actividad turística del destino y realizar su aplicación en Manzanillo y Colima.

Desarrollo: Percepción de los habitantes

De acuerdo con esto, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2004) citado por (Covarrubias, 2010) menciona lo siguiente:

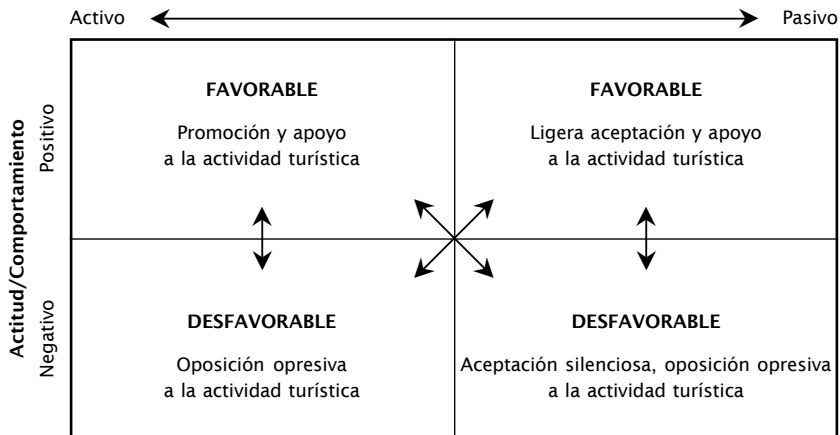
La variación del nivel de satisfacción puede ser un indicador de alerta temprana de la existencia de hostilidad o de la posibilidad de que se produzcan incidentes, así como un medio para obtener información sobre problemas y motivos de malestar incipientes antes de que se agraven, por lo que la satisfacción de los residentes con el turismo es fundamental para la sostenibilidad; en casos extremos, la hostilidad de la comunidad ha alejado a los turistas.

Por este motivo la comunicación por parte de los encargados de la cuestión turística en el destino, con los habitantes se debe tratar de que sea constante y que busque la detección de problemas o inconformidades que los locales tengan en cuanto a los turistas, esto con la finalidad de evitar que los habitantes opten por rechazar la llegada de turistas y con esto el desarrollo de la región mediante esta actividad.

Así, es de gran importancia tomar en cuenta el impacto psicosocial que puede llegar a provocar en la población residente. Crosby (2009) plantea un gráfico en el cual explica las reacciones que puede tener una comunidad, ya sea de forma pasiva (poco o nada visible) y de una forma activa.

Es importante entender cuál es la sensación que provoca el desarrollo turístico en los habitantes, ya que puede ser una clave vital para lograr la aceptación

Figura 1.



Fuente: Elaboración propia con base en Crosby (2009).

convirtiéndose en una fortaleza por medio de la cual contar con el apoyo de la población y lograr el desarrollo efectivo del destino.

Troitiño (2008) menciona que «el turismo juega un papel esencial en el desarrollo de un destino concreto, afectando positiva o negativamente el nivel y la calidad de vida de la población local». Uno de los impactos positivos y relevantes es que el desarrollo turístico puede llegar a recuperar y preservar elementos del patrimonio que constituye la esencia de su identidad. Así también menciona que la población local al conocer, aceptar y participar, garantiza la perdurabilidad y sostenibilidad del proceso de desarrollo.

Por su parte, Franco (2007: 4) citado por Tavares (2010) señala que «identificar la percepción del poblador local en relación con el potencial o a los atractivos turísticos existentes es conceptualmente difícil ya que estos forman parte de su experiencia cotidiana», esta afirmación es muy cierta ya que los locales al convivir día con día con esos atractivos lo ven como un elemento más de su entorno, para ellos pierde la belleza o la admiración que causan las cosas nuevas y esto es, por su parte lo que atrae a los turistas, los atractivos que a los locales ha dejado de sorprender debido a la cotidianidad en la que están sumergidos. Por ejemplo, a los habitantes de Manzanillo tal vez ya ha dejado de sorprenderlos la enormidad y belleza de la escultura del pez vela en el centro histórico, pero a los turistas que visitan el destino será algo que admirarán y les dejará una bonita imagen del lugar.

Getz (2000: 139) propone que:

La evaluación de las actitudes de los residentes podría ser un componente importante en la identificación y medición de los impactos del turismo, y esto es especialmente relevante durante un periodo largo de tiempo durante el cual la evolución social y cultural se produce en respuesta al desarrollo del turismo.

Es verdad que para poder identificar y medir los impactos que causa la actividad turística en un determinado lugar se debe recurrir a los habitantes de dicho lugar ya que ellos son quienes viven de cerca los cambios que el turismo causa a su territorio, a su gente, a su economía y a su cultura y pueden decir también si dichos cambios son positivos o negativos, para que se elaboren propuestas que logren convertir los cambios negativos en positivos que beneficien principalmente a los habitantes del lugar, ya que de ello depende la actitud que las personas de la localidad tomen hacia la actividad turística y hacia los turistas que lleguen a visitar el destino, porque si la percepción que los habitantes tienen del turismo es negativa, rechazarán y tratarán mal a los turistas con la finalidad de que ya no regresen, en cambio si notan que su presencia los beneficia, los recibirán con los brazos abiertos y esperarán su regreso.

Getz (2010) da como ejemplo que: «las actitudes locales y los niveles resultantes de la hospitalidad hacia los visitantes se han identificado como factor que regula el atractivo de un destino». La hospitalidad y la forma en que reciben las personas de la localidad a los turistas influye mucho en la experiencia del turista y de ello depende que desee regresar o se vaya con un mal sabor de boca. Cuando se visita un lugar donde se es tratado con amabilidad, respeto y se siente bienvenido, no importa que el lugar no sea muy bonito, se siente bienestar y se disfruta la estancia; esto es posible primero que nada, si los habitantes de ese lugar están satisfechos con lo que la actividad turística les brinda y con la forma en que los turistas los traten a ellos.

Los habitantes del lugar también perciben de forma directa los impactos positivos y negativos que el turismo causa en el destino que habitan (Cuadro 1).

De igual forma se puede mencionar el breve balance sobre las implicaciones socioculturales que Fernández (2008) realizó sobre la actividad turística en el Gran Caribe (Cuadro 2).

Como se puede apreciar en los Cuadros 1 y 2, para Crosby y Moreda (2009) y Fernández (2008) el turismo causa diversos impactos socioculturales, tanto positivos como negativos, por lo que debe considerarse importante poner la situación de la localidad en una balanza y determinar qué es mejor para ellos, seguir con el turismo o con sus costumbres, porque muchas veces estas se pierden o cambian

Cuadro 1. Impactos socioculturales del turismo

Beneficios	Costes
<ul style="list-style-type: none"> • Elevación calidad de vida de la comunidad local. • Estímulo del interés de la comunidad local por la cultura propia, tradiciones, costumbres y patrimonio histórico. • Rehabilitación y preservación de monumentos, lugares históricos y revitalización de costumbres locales, artesanía, folclore, etcétera. • Cambios sociales positivos en términos de mayor tolerancia y bienestar: efecto demostración. • Mayor movilidad en la escala social en comunidades muy jerarquizadas, rígidas. • Intercambio cultural turistas/comunidad local. 	<ul style="list-style-type: none"> • Resentimiento hacia el turismo por parte de la población local cuando se establecen <i>ghettos</i> de lujo en lugares dominados por la pobreza. • Tensión social debido a la creación de empleos con salarios superiores a la media. • Establecimiento de una nueva forma de colonialismo basado en dependencia de ingresos turísticos. • Desculturización del destino. • Difusión y permanencia de imágenes estereotipadas.

Fuente: Tomada de Crosby y Moreda (2009: 103).

Cuadro 2. Implicaciones socioculturales

Positivas	Negativas
<ul style="list-style-type: none"> • Renueva el interés local por su propia cultura, costumbres, artesanías, mostrando al mundo sus riquezas. • Son destinos jóvenes respecto a los tradicionales, por lo que se presentan con mayor potencial natural, despertando aún más el interés del visitante. • Amplía el espectro de modalidades éticas del turismo. • Encuentran en el turismo cultural, una oportunidad de desarrollo y diversificación de sus economías, en función de las nuevas demandas turísticas que van quedando a la luz con los estudios de mercados. • Genera recursos que benefician sitios y áreas patrimoniales de las naciones, y que a la vez contribuyen al nivel de la vida de sus habitantes. • Abre un increíble horizonte de conocimientos entendimiento y aceptación entre las aldeas (naciones y pueblos). 	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuye al proceso de «desculturación», anteponiéndose al ideal de transculturación, manifiesto hace más de un siglo por el destacado antropólogo cubano don Fernando Ortiz. • Origina sentimientos de rechazo en localidades donde el visitante no respeta sitios sagrados, o las costumbres de sus anfitriones. • Provoca sobreproducción de artesanías locales, minimizando su valor cultural y hasta comercial. • Genera desplazamientos de mano de obra del campo a la ciudad o localidades de atractivo turístico. • Debido al manejo comercial de la imagen de los destinos, los turistas se decepcionan al constatar la realidad, y por ende, se origina el efecto negativo de <i>bola de nieve</i>.

Fuente: Elaboración propia, basado en Fernández (2008).

por influencia de los turistas que visitan el lugar, como es el caso del tradicional Día de Muertos que se celebra en los diferentes estados de la República Mexicana, ahora a causa de la llegada de turistas extranjeros, principalmente estadounidenses, en los destinos turísticos a donde llegan estos turistas ya han cambiado el sentido tradicional y hasta religioso de esta celebración para convertirlo en el día de brujas, donde puede que se elaboren los tradicionales altares de muertos, pero ahora en lugar de frutas, pan y papel picado, se ven calabazas con caras y sombreros de brujas.

Con lo anterior, se deduce que tal como lo menciona Pérez (2003) es importante considerar a la comunidad local en el desarrollo de la actividad turística:

Y es que sólo ellos van a saber explotar el recurso natural (o cultural), porque son los que lo conocen, ellos saben dónde se pueden ver los animales o dónde se encuentran las plantas interesantes, ellos conocen el comportamiento del ecosistema y, lo que es más importante, ellos pueden ser los perfectos guardianes de los recursos del lugar o todo lo contrario.

Por todos los motivos antes mencionados la percepción de los habitantes es un elemento clave para la determinación de la vocación turística de un destino, pues ellos solo quieren obtener beneficios para ellos, pero también tratan de evitar que los recursos naturales y culturales con los que cuenta el destino sean destruidos por los turistas que los visitan.

Al analizar las aportaciones de varios autores sobre la percepción de los habitantes sobre la actividad turística en su localidad, los autores Acerenza (2008), Covarrubias (2010), Tavares (2010) y Getz (2000) concuerdan en que mediante la evaluación de lo que piensan y sienten los habitantes en lo relacionado con el turismo se puede saber la aceptación o los problemas que se puedan generar en un futuro.

Del mismo modo Fernández (2008) y Crosby y Moreda (2009) coinciden en que la introducción del turismo en una localidad traerá consigo impactos tanto positivos como negativos en los habitantes de dicho lugar, y estos impactos son los que darán origen a la percepción de los habitantes sobre el turismo, si el turismo los impacta positivamente, su percepción será de igual manera positiva, pero si es al contrario y solo reciben impactos negativos su percepción hacia la actividad turística será negativa y esto impedirá el correcto desarrollo del producto turístico que ofrecen.

Aspectos del procedimiento para valorar la percepción de los habitantes sobre el desarrollo turístico del destino

La percepción que tienen los diferentes actores involucrados en el desarrollo de la actividad turística en un destino es un elemento clave que determina si el lugar tiene vocación turística o no, ya que son ellos quienes al aceptar o rechazar dicha actividad logran que el turismo evolucione de manera exitosa o desaparezca y son ellos quienes al estar cotidianamente en contacto con turistas o con los recursos que se han vuelto centro de atención de los visitantes, con sus comentarios o acciones muestran cuáles son las fortalezas y debilidades que tiene el destino para ser atractivo para los turistas, por este motivo tienen que ser tomadas en cuenta para tomar las acciones necesarias para que se realicen los cambios o adecuaciones necesarias para la mejor gestión del turismo en el lugar.

Para obtener información sobre percepción de los actores es necesario aplicar las herramientas investigativas, las cuales se diseñarán para recopilar información que ayude a conocer la percepción que tienen del destino los actores involucrados en él:

- Habitantes del lugar
- Turistas
- Prestadores de servicios turísticos
- Autoridades del destino

Para esto se debe decidir qué tipo de herramientas investigativas son las que serán de mayor ayuda, pueden ser entrevistas, encuestas, grupos de enfoque, entre otros.

Para realizar esto se debe realizar el cálculo de una muestra y determinar de qué tipo será. En el caso de esta investigación se utilizará la encuesta para los habitantes del destino, para los turistas y para los prestadores de servicios turísticos, ya que el universo a considerar es muy grande, por lo que para tener una muestra significativa se tendría que considerar a muchas personas y la encuesta es la herramienta investigativa más apta para cuando se tienen una muestra muy grande. Para las autoridades del destino, principalmente las relacionadas con la actividad turística se utilizará la entrevista, debido a que es una herramienta de obtención de información más personalizada y se realiza en poco tiempo (Cuadro 3).

La muestra para esta investigación es probabilística, ya que todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos. Del mismo modo la muestra será dividida en racimos, debido a que las unidades de análisis se en-

Cuadro 3.

Actor	Instrumento
<ul style="list-style-type: none"> • Habitantes del destino • Turistas • Prestadores de servicios turísticos • Autoridades del destino 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Encuesta (inglés y español) • Encuesta • Entrevista

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.

Unidad de análisis	Racimos
<ul style="list-style-type: none"> • Habitantes mayores de 18 años • Turistas • Prestadores de servicios 	<ul style="list-style-type: none"> • Localidades • Residencia (nacionales o extranjeros) • Empresas turísticas

Fuente: Elaboración propia.

cuentran ubicadas en determinados medios geográficos, como se muestra en el Cuadro 4.

Para diagnosticar el número de la muestra, se recomienda utilizar el software *vistrain simple size*, en esta investigación se utiliza la versión 2001, ya que este programa ayuda a calcular el tamaño ideal que debe tener una muestra para que sea significativa con respecto al universo a considerar del tamaño de la población del destino, los turistas que visitan el destino y los prestadores de servicios turísticos que se encuentran en el destino.

El software arrojará el tamaño de la muestra ideal, basándose en 4 puntos principales, los cuales son: el tamaño de la población de interés, el nivel de confianza deseado, el grado de error aceptable y la variabilidad en la población de interés. Conociendo esto, es importante que para la investigación se tome un porcentaje del 95% de nivel de confianza, para que la muestra de cada uno de los actores involucrados en la actividad turística del destino (la población, los turistas y los prestadores de servicios turísticos) sea representativa.

Para determinar el tamaño de la muestra, el software *vistrain simple size* hace uso de la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = el tamaño de la muestra.

t = el valor de t-student correspondiente al nivel de confianza deseado, dado el tamaño de la población.

p = la proporción (conocida o supuesta) de casos en la población de interés, característica específica (probabilidad de éxitos estadísticos).

$q = 1 - p$, o la proporción de casos que no tienen la característica esperada.

e = el nivel de error que se está dispuesto a correr.

N = el tamaño de la población de interés.

Una vez obtenida la muestra para cada uno de los actores, estos se dividieron en los diferentes racimos, para determinar cuántas encuestas se aplicarían en cada categoría.

El número de la población total, mayor de 18 años del destino es el universo de esta investigación, esta información se obtendrá de investigación documental en bases de datos confiables como INEGI y DATATUR o también en los informes de gobierno estatales y municipales. Una vez conocida la muestra, esta se dividirá en los diferentes racimos, los cuales son determinados por las localidades que integran el destino. Para determinar el porcentaje de la muestra que se asignará a cada racimo se hace una regla de tres de acuerdo al porcentaje de la población total mayor de 18 años del destino, con el porcentaje de la población que habita en cada localidad.

Se debe tener presente el número de turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan el destino, esta información se obtiene mediante información documental como INEGI, DATATUR, informes de gobierno, entre otros. Esto para sacar la muestra del porcentaje de herramientas investigativas que se deben realizar en inglés, para turistas extranjeros y que porcentaje en español, para turistas nacionales.

Del mismo modo, para determinar el número de prestadores de servicios turísticos en el destino se realizará la investigación documental en INEGI, DATATUR o informes de gobierno tanto estatal como municipal.

En las encuestas que se aplicarán a turistas, habitantes y prestadores de servicios turísticos, algunas de las preguntas con las cuales se puede obtener información referente a la percepción de los actores sobre la actividad turística son relacionadas a saber si ellos consideran que el destino necesita tener más atractivos o instalaciones como hoteles, restaurantes, bares, centros nocturnos o parques eco turísticos para atraer más turistas. Otra es para conocer su percepción sobre la infraestructura turística, si es buena o mala.

Las preguntas sobre percepción que están enfocadas a cada uno de los diferentes actores. Para conocer la percepción que tienen los habitantes y los prestadores de servicios turísticos se les pregunta si están de acuerdo o en desacuerdo en que:

- Me agrada que los turistas visiten mi localidad
- Soy amable con los turistas
- El turismo ha contribuido al desarrollo de mi localidad
- Me siento invadido cuando hay turistas
- El turismo ha hecho que los ciudadanos perdamos nuestras costumbres y tradiciones
- El turismo en mi localidad ha beneficiado mi economía
- Los turistas solo vienen a dañar nuestra localidad

Las respuestas a estas preguntas ayudan a saber si los habitantes y los prestadores de servicios turísticos están de acuerdo con que se realicen actividades turísticas en la localidad, ya que el apoyo de los habitantes es de vital importancia para el éxito de un destino turístico y es una parte esencial para considerar que el destino tiene vocación turística.

Caracterización del destino Manzanillo

El nombre de Manzanillo se deriva del árbol de nombre manzanillo (*Hippomani-mancinella*) planta euforbiácea. Asimismo, su nombre en lengua náhuatl es Cozcztlán que se integra con los vocablos Cozcatl y Tlán. El primero significa piedra preciosa, joya, collar (perlas), gargantilla; el segundo quiere decir locativo (lugar); por lo tanto se enuncia como «lugar de joyas, collares, gargantillas» o también «donde se hacen collares».

El puerto de Manzanillo se localiza en la bahía de su nombre, al oeste del estado de Colima, sus límites son: al norte, con el municipio de Minatitlán; al este, Coquimatlán y Armería, al sur, está el océano Pacífico, al oeste y noroeste, con el estado de Jalisco.

Por su extensión es el municipio más grande del estado, se localiza entre los 103°59' a 104°44' de longitud oeste del Meridiano de Greenwich y los 18°53' a 19° 18' latitud norte, con altura sobre el nivel del mar de 4 metros en el malecón.

La extensión superficial del municipio es de 1,578.4 km². Su distancia de la capital es de 73 km por lo que Manzanillo constituye aproximadamente una cuarta parte del territorio del estado de Colima.

El archipiélago de Revillagigedo forma parte del territorio del estado de Colima desde 1861 y está formado por las islas de: Socorro, San Benedicto, Clarión y Roca Partida, las cuales pertenecen al municipio de Manzanillo y se encuentran bajo jurisdicción federal.

El clima del municipio es subhúmedo, cálido, con temperatura media entre 26 y 28°C de la más alta y de 22 a 23°C la más baja. Durante el verano se llegan a registrar temperaturas elevadas de 30 a 34°C. El registro pluvial medio anual es entre 800 y 1,200 milímetros cúbicos.

La orografía del municipio se caracteriza por ser montañoso. Forma parte de la fisiografía de la Sierra Madre Sur, la que ocupa la mayor superficie del estado de Colima y se extiende hasta el de Oaxaca.

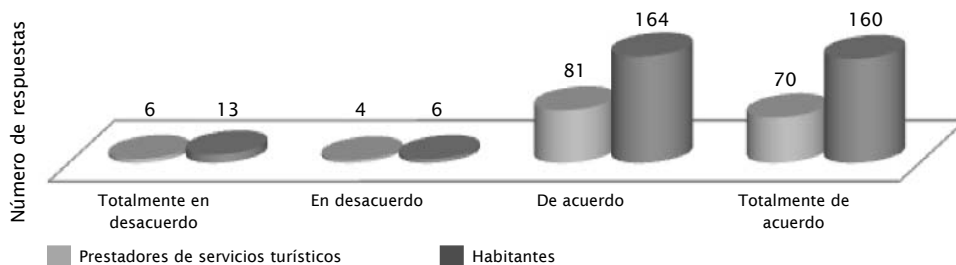
Esta provincia fisiográfica tiene relación con la llamada placa de cocos, que es una inmensa placa móvil que emerge del fondo del océano Pacífico a la superficie, aprovisionando hacia el Continente lo cual da origen a la fuerte sismicidad que se registra en la zona.

Resultados: Percepción de habitantes y prestadores de servicios turísticos del destino Manzanillo

Los resultados sobre la percepción que tienen los habitantes y los prestadores de servicios de la actividad turística son los siguientes:

De acuerdo con la aceptación o a cuántos les agrada que los turistas visiten Manzanillo:

Figura 2. Aceptación de prestadores de servicios turísticos y habitantes hacia el turista

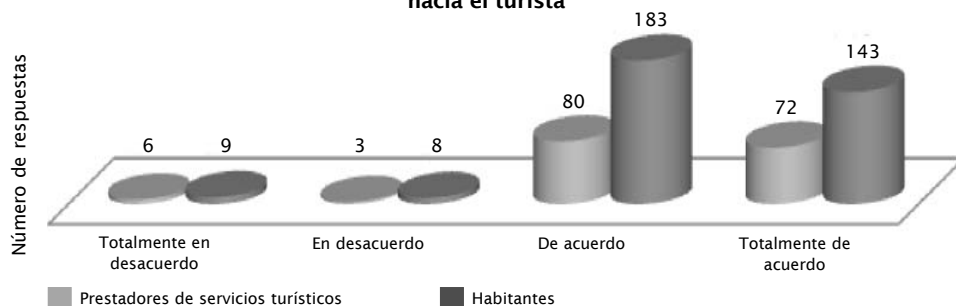


La mayoría de los habitantes y prestadores de servicios turísticos están de acuerdo con que les agrada que los turistas visiten Manzanillo, en segundo lugar

en número de respuestas queda en totalmente de acuerdo; esto da a entender que aunque son mínimas las personas que contestaron que no están de acuerdo con la llegada de turistas a Manzanillo, la aceptación no es total, aún hace falta que estos actores estén completamente a favor de la llegada de turistas.

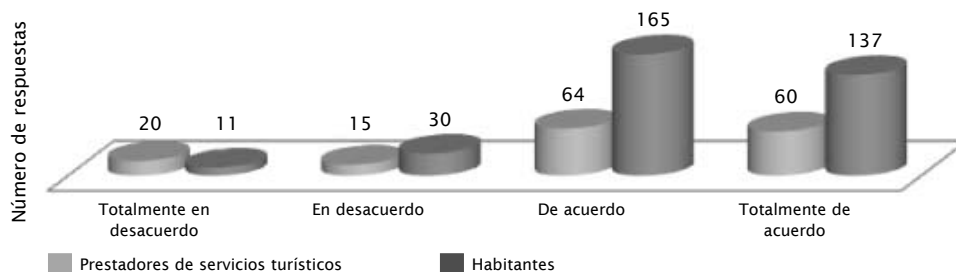
Otro indicador que se toma en cuenta para medir la percepción que se tiene sobre la actividad turística es la amabilidad con la que se trata a los turistas.

Figura 3. Amabilidad de los prestadores de servicios turísticos y habitantes hacia el turista



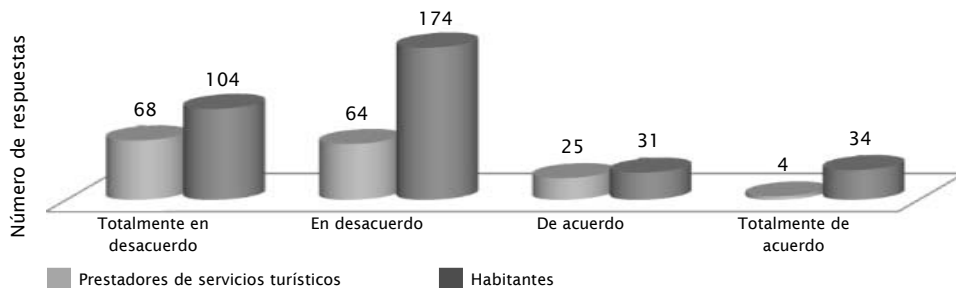
Hay un patrón similar en la pregunta a, si son amables con los turistas, la mayoría de las respuestas son que están de acuerdo y en segundo lugar totalmente de acuerdo, esto puede deberse al grado de aceptación que tengan a la llegada de los turistas, ya que como se aprecia en la gráfica anterior, los resultados son parecidos, por lo que podemos relacionar que quienes están totalmente de acuerdo con la llegada de turistas son quienes afirman estar totalmente de acuerdo con ser amables con ellos.

Figura 4. Contribución del turismo al desarrollo de Manzanillo de acuerdo con la percepción de prestadores de servicios turísticos y habitantes



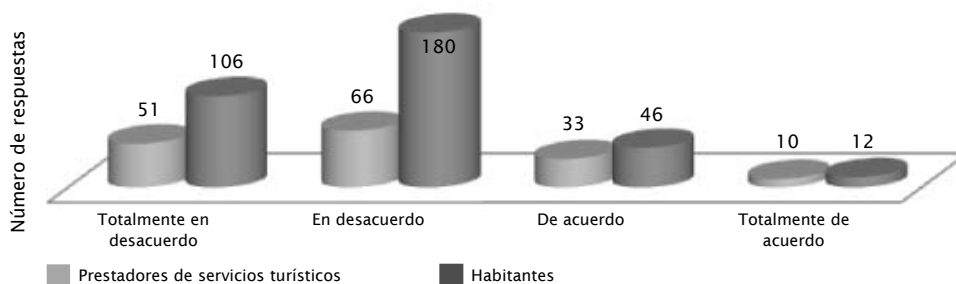
Los habitantes y prestadores de servicios turísticos están en su mayoría de acuerdo y totalmente de acuerdo con que el turismo ha contribuido al desarrollo de Manzanillo.

Figura 5. Rechazo a la presencia de turistas por parte de prestadores de servicios turísticos y habitantes



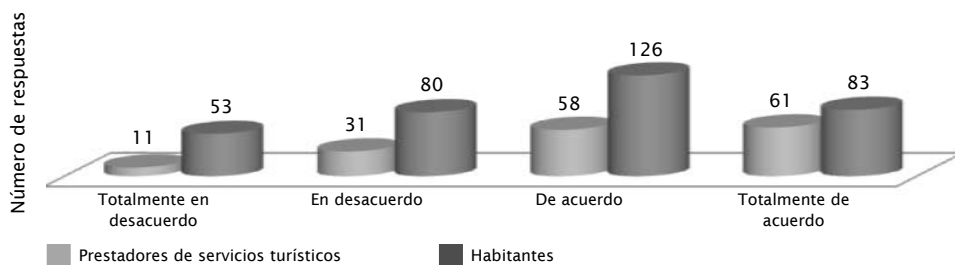
La mayoría de los prestadores de servicios turísticos dicen estar totalmente en desacuerdo con sentirse invadidos con la presencia de turistas, mientras que los habitantes la mayoría respondió estar en desacuerdo, esto indica que la mayoría de estos actores principalmente los prestadores de servicios turísticos no rechazan la presencia de los turistas, ya que su trabajo depende en gran parte a ellos, y los habitantes siguen no estando totalmente en desacuerdo, lo cual puede indicar que hay personas que si se sienten invadidos por la presencia de turistas.

Figura 6. Impacto del turismo en *costumbres y tradiciones* de acuerdo con la percepción de prestadores de servicios turísticos y habitantes de Manzanillo



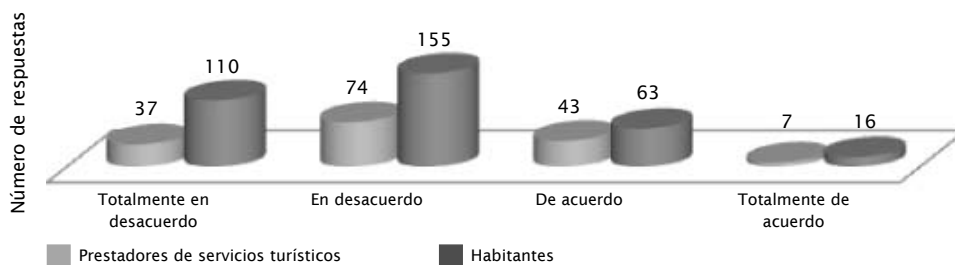
Al preguntar si la actividad turística ha impactado negativamente en las costumbres y tradiciones de los manzanillenses, estos en su mayoría dijeron estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, por lo que se concluye que la presencia del turismo en el destino no ha causado la pérdida de la identidad del lugar.

Figura 7. Impacto del turismo en la *economía* de Manzanillo de acuerdo con la percepción de prestadores de servicios turísticos y habitantes



Para conocer el impacto que tiene la actividad turística sobre la economía de los habitantes y prestadores de servicios turísticos se les preguntó que si el turismo ha beneficiado su economía y como era de esperarse la mayoría de los prestadores de servicios turísticos dijeron estar totalmente de acuerdo, ya que su trabajo está determinado por la presencia de turistas; por otro lado la mayoría de los habitantes solo dijo estar de acuerdo.

Figura 8. *Comportamiento* de los turistas de acuerdo con la percepción de prestadores de servicios turísticos y habitantes



Para saber si los habitantes y prestadores de servicios turísticos de manzanillo tienen una mala percepción sobre las actividades que realizan los turistas en la ciudad se les preguntó si estaban de acuerdo o no en que los turistas dañan la ciudad y en ambos casos, la mayoría contestó estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo. Esto pone de manifiesto que los turistas no dejan daños en la ciudad, sino que solo vienen a disfrutar de sus atractivos.

Conclusiones

Si bien, es cierto que el desarrollo de un destino por medio del turismo trae a la comunidad anfitriona desarrollo económico y cultural, en ocasiones abriendo oportunidades en lugares que se tenía forma de salir adelante; también es cierto el impacto que este puede causar, ya que dependiendo del proyecto a desarrollar, en la mayoría consiste en recibir grandes cantidades de turistas, por lo cual, significa romper sus esquemas mentales, aceptar y conocer el comportamiento de las personas dentro de otras culturas. Es precisamente este aspecto en algunas ocasiones, en que los inversionistas no les interesan preocuparse ya que solo crean las condiciones aptas para generar recursos económicos.

Para apoyar el diseño del procedimiento de valoración de la percepción de los habitantes se diseñaron diferentes herramientas investigativas como lo son tres diferentes encuestas, una para habitantes del destino *Manzanillo*, otra para los prestadores de servicios turísticos y una última para los turistas que visitan dicho destino, la cual cuenta con una versión en inglés y español. Por ser requerida también la percepción de las autoridades del destino Manzanillo, se plantearon una serie de preguntas, las cuales fueron contestadas en entrevista con algunos representantes de Gobierno y de la Secretaría de Turismo del Estado.

Referencias Bibliográficas

- Acerenza, M. Á. (2008). *Gestión municipal del turismo*. México: Trillas Turismo.
- (2004). *Fundamentos del marketing turístico*. México: Trillas.
- Boullón, R. C. (2004). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- Cabarcos Novás, N. (2007). *Promoción y venta de servicios turísticos. Comercialización de servicios turísticos*. España: Ideaspropias.
- Cárdenas Tabares, F. (2008). *Producto turístico: aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño*. México: Trillas.
- (2003). *Proyectos turísticos: localización e inversión*. México: Trillas.
- Cebrián Abellán, F. (2008). *Turismo rural y desarrollo local*. Sevilla: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Covarrubias Ramírez, R., Vargas Vázquez, A. y Rodríguez Herrera, I. M. (2010). Satisfacción de residentes con el desarrollo de la actividad turística en los pueblos mágicos de México: Un indicador de competitividad. Casos de Comala en Colima y de Real de Asientos en Aguascalientes, *Redalyc*, pp. 33-54.

- Crosby, A. (2009). *Re-inventando el turismo rural. Gestión y Desarrollo*. Laertes.
- De la Vega, C., Vargas André, E., y Soria, V. (2010). *¿Cómo representa su Municipio la comunidad económica de los territorios de Zonda y Pocito (Provincia de San Juan)?* VIII Congreso Latinoamericano de Sociología Rural. América Latina: realineamientos políticos y proyectos en disputa, p. 20. Porto Galinhas: Pernambuco.
- Del Alcázar Martínez, B. (2002). *Los canales de distribución en el sector turístico*. Madrid: ESIC editorial.
- Getz, D. (2000). Residents' attitudes towards tourism: a longitudinal study in Spey Valley, Scotland, en C. Ryan y S. Page (eds.). *Tourism Management Towards the New Millennium*, p. 475. Oxford, UK: Pergamon.
- Gurría Di-Bella, M. (2010). *Introducción al turismo*. México: Trillas.
- Ivanovic, M. (2008). *Cultural Tourism*. South Africa: JUTA.
- Leider, R. J. y Shapiro, D. A. (2002). *El trabajo ideal: descubre cuál es tu verdadera vocación*. Barcelona: Paidós.
- López Bonelli, A. R. (2003). *La orientación vocacional como proceso*. Buenos Aires: Bonum.
- Martínez, O. V. (2007). *La buena educación: Reflexiones y Propuestas de Psicopedagogía Humanista*. Barcelona: Anthropos.
- Milio Balanzá, I. (2004). *Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales*. Madrid: Thomsom Paraninfo.
- Misiura, S. (2006). *Heritage marketing*. Londres: Butterworth-Heinemann.
- Mochón Morcillo, F. (2008). *Economía y turismo*. 2da ed. España: McGrawHill.
- Mosca De Mori, A. y Santiviago, C. (2011). *Conceptos y herramientas para aportar a la orientación vocacional ocupacional de los jóvenes*. Uruguay: Universidad de la República Uruguay.
- Olmo Juárez, L. y García Cebrián, R. (2011). *Estructura del mercado turístico*. Madrid, España: Paraninfo.
- Pérez de las Heras, M. (2003). *La guía del ecoturismo o cómo conservar la naturaleza a través del turismo*. 2da ed. España: Mundi-Prensa.
- Quesada Castro, R. (2007). *Elementos del turismo*. 4ta ed. San José, Costa Rica: EUNED.
- Real Academia Española (s.f.). *Real Academia Española*. Recuperado el 12 de septiembre de 2012, <http://lema.rae.es/drae/>
- Salinas Chávez, E. y Medina Pérez, N. (2009). Los productos turísticos, pilares de la comercialización: Dos ejemplos del Centro Histórico de La Habana, Cuba, *Redalyc*, pp. 227-242.

- Sanabria Artunduaga, T. H. (2010). Cuatro precisiones metodológicas para identificar la aptitud territorial, *Revista Bitácora Urbano Territorial*, vol. 16, núm. 1, pp. 79-88.
- Silva Lira, I. (2003). Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local, *CEPAL - Serie Gestión Pública*, vol. 42, p. 64.
- Tavares, J. M., Neves, O. F. y Vieira Junior, J. A. (2010). La atraktividad turística de Belo Horizonte según la percepción de sus habitantes, *Redalyc*, pp. 1072-1089.
- Torres Bernier, E., Esteve Secall, R., Fuentes García, R. y Martín Rojo, M. (2006). *Estructura de mercados turísticos*. UOC.
- Troitiño Vinuesa, M. Á., García Marchante, J. S. y García Hernández, M. (2008). *Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?* Castilla, La Mancha: Universidad de Castilla-La Mancha.
- Vargas André, E., Fiol, D. F., Aciar, E. y Riveros, M. (2010). *Desarrollo y Territorio: nuevas perspectivas conceptuales*. Foros Red Muni, p. 21. Ciudad de Salta.
- Weaver, D. y Lawton, L. (2006). *Tourism management*. 3ra ed. Australia.

Desarrollo local y turismo: Caso San Luis Río Colorado, Sonora, México

María Reyes Llamas Paz
Salvador Adame Gómez
Virginia Zambrano Medina

El presente trabajo forma parte de la investigación denominada «Desarrollo Local y Turismo Sustentable en San Luis Río Colorado, Sonora» tiene por objetivo demostrar que el turismo sustentable se puede convertir en una actividad económica que contribuya a impulsar un proceso de desarrollo en el municipio a partir de la identificación de las potencialidades turísticas. El turismo como factor de desarrollo impulsa el crecimiento de las comunidades constituyéndose como generador de divisas y empleos para la población receptiva que coadyuvan al mejoramiento de la calidad de vida de los residentes. La Organización Mundial del Turismo define el Turismo Sustentable como «un modelo de desarrollo económico que mejora permanentemente la calidad de vida de la comunidad receptora, facilita al visitante una experiencia de alta calidad y protege el medio ambiente» (Urciaga, 2004). Esta actividad económica involucra aspectos del desarrollo sustentable relacionados con el medio ambiente, la cultura, infraestructura y otros aspectos estructurales que permiten el desarrollo o retroceso de esta actividad en una localidad o región.

Antecedentes

La teoría del desarrollo, es un estado que caracteriza un determinado momento de un proceso de modernización de una sociedad tradicional, el desarrollo básicamente responde a las condiciones, estructuras, procesos y dimensiones, de cada país, región y/o localidades.

Con respecto al desarrollo local o endógeno, para iniciar o continuar con un proceso de desarrollo económico o cómo solucionar una problemática de desarrollo asimétrico en las localidades, ocasionada por una serie de hechos y causas encadenados, se debe encontrar la forma de cómo enfrentar los retos del desarrollo local.

En este sentido (Quintero, 2008), hace referencia a tres enfoques que forman parte importante:

El primero, el debate neoclásico, argumenta que son los mercados los mejores asignadores de recursos y que, por tanto, debe dejarse al mercado la responsabilidad de promover el desarrollo local. La acción del Estado, según el enfoque, se limita a retirar las trabas que obstaculizan que en esas zonas, áreas o localidades los mercados funcionan eficientemente.

El segundo enfoque, denominado desarrollista tiene una fuerte intervención externa del Estado, para construir infraestructura de comunicaciones, económica, de educación, de salud, entre otras. Se considera que contando de este conjunto de externalidades, las poblaciones estarán en condiciones de desarrollar actividades económicas más y mejor vinculadas al conjunto de la economía, esto es, tendrán mejores oportunidades y mejorarán su calidad de vida.

El tercer enfoque, es el desarrollo endógeno, que considera que es necesaria la intervención del Estado para proveer a las regiones y localidades de las externalidades necesarias para su desarrollo, y a su vez, se hace necesario, potenciar la utilización de los propios recursos o potencialidades endógenas, específicamente, del propio tejido económico local, de los recursos humanos y de la propia institucionalidad local.

Este último enfoque de desarrollo local o endógeno, es el más indicado para llevar a cabo el presente estudio, ha sido abordado teóricamente por muchos investigadores, que han visto en el presente enfoque una posibilidad real de que muchas regiones/localidades a partir de sus propios recursos y aprovechando las posibles dinámicas del entorno externo puedan iniciar y continuar un proceso de desarrollo socioeconómico con la finalidad de elevar el nivel de vida de sus habitantes.

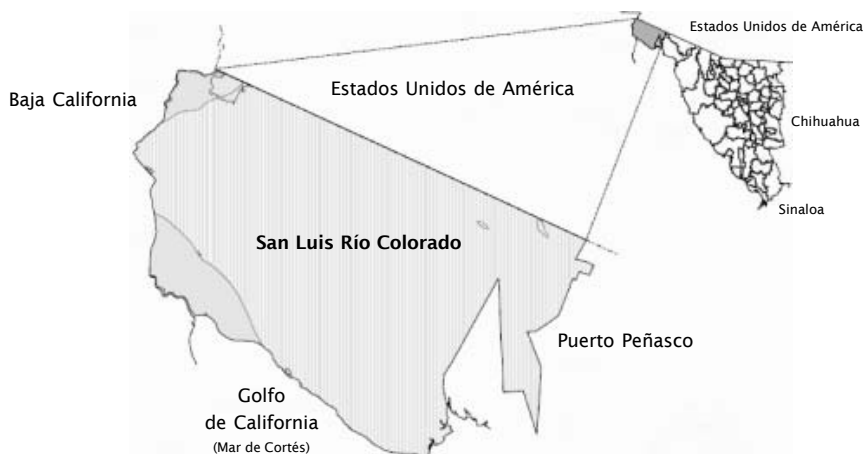
Metodología

San Luis Río Colorado: Un enclave estratégico en el Desierto de Altar

El municipio de San Luis Río Colorado colinda al norte con el estado de Baja California y los Estados Unidos de América; al este con los Estados Unidos de América y el municipio de Puerto Peñasco; al sur con el municipio de Puerto Peñasco y el Golfo de California; al oeste con el Golfo de California y los Estados Unidos de América. Se encuentra ubicado entre las coordenadas al Norte a los 31° 29' y 32° 30' de latitud norte; los meridianos 113° 32' y 115° 04' de longitud

Oeste, se encuentra a una altitud entre 0 y 900 metros. El municipio representa el 5% de la superficie del territorio del estado de Sonora (INEGI, 2009: 2).

Mapa 1. Micro localización del municipio de San Luis Río Colorado, Sonora



Mapa Turístico presentado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Fuente: INEGI, 2009.

El municipio cuenta con dos vialidades importantes, la vía principal es la Carretera Federal número 2, recorre el municipio en dirección a la línea fronteriza, por el este enlaza al municipio de Plutarco Elías Calles, cruza la ciudad de San Luis Río Colorado comunicando con el resto del estado y del país, hacia el oeste comunica con Mexicali y el resto del estado de Baja California; la carretera número 4 comunica a San Luis Río Colorado, con el Golfo de Santa Clara, atravesando el Valle Agrícola hasta llegar al municipio de Puerto Peñasco y comunica con el resto del estado de Sonora y los estados del centro y sur del país.

El municipio de San Luis Río Colorado cuenta con una ubicación estratégica, por su localización geográfica funge como puente internacional integrada por dos puertas fronterizas de acceso, la Puerta Comercial San Luis II y la principal Puerta Comercial Fronteriza de la ciudad de San Luis R.C., une a México con Estados Unidos, comunicando San Luis Río Colorado con San Luis, Arizona, y a una distancia aproximada de 40 km con Yuma, Arizona, a través de la carretera 95 (US Hwy 95); con una longitud de 67 km se enlaza a la ciudad de Mexicali, capital del estado de Baja California; a 198 km se comunica con Sonoyta, y por su cercanía con el Mar de Cortés, por la carretera costera se encuentra el golfo de

Santa Clara a una distancia de 100 km aproximadamente, continuando Puerto Peñasco ubicado a 265 kilómetros, que hacen de la ciudad de San Luis Río Colorado un atractivo para que miles de turistas nacionales y extranjeros provenientes de Arizona, Nevada y California crucen vía terrestre para visitar los diversos destinos turísticos del país.

El transporte terrestre está integrado por las líneas de autobuses que conducen hacia las principales ciudades y destinos turísticos, transitan por la Carretera Federal núm. 2 que comunican a San Luis Río Colorado hacia el noroeste con Mexicali, Tecate, Rosarito, Tijuana y Ensenada en Baja California, hacia el sur enlaza con el resto de la franja fronteriza y los estados del país. El transporte urbano brinda el servicio de peseras y taxis dentro de los límites de la ciudad y los camiones cubren las rutas hacia el Poblado Luis B. Sánchez y el golfo de Santa Clara.

El municipio de San Luis Río Colorado cuenta con un aeródromo, pista de aterrizaje de asfalto ubicado en las coordenadas 32° 26' 43", la pista es de 1,447 metros de aterrizaje y 32 metros de elevación, ofrece servicios de aviación general, brinda los servicios a avionetas públicas y privadas, se realizan vuelos principalmente de carácter gubernamental; cuenta con un hangar y dos avionetas de la administración municipal, actualmente laboran en las oficinas 4 personas, un piloto y tres personas de seguridad. A 70 kilómetros aproximadamente hacia el oeste se encuentra el aeropuerto de Mexicali, B.C., que ofrece el servicio de líneas aéreas que enlaza con las principales ciudades y destinos turísticos del país.

El presente trabajo es una parte del proyecto de investigación denominado «Desarrollo Local y Turismo Sustentable en San Luis Río Colorado, Sonora», para realizar el trabajo de campo se aplicó un método híbrido con enfoque cuantitativo y cualitativo que conlleva a elementos de análisis objetivos (Hernández, 2003: 115). Para obtener los resultados que se presentan se aplicaron 150 encuestas a turistas al azar en distintos puntos de la ciudad y en el destino turístico de playa.

Para la fundamentación del trabajo de investigación se consultaron las fuentes de información primarias para obtener el conocimiento teórico y realizar un análisis sobre las bases teóricas-metodológicas para la realización del estudio. Con respecto al estudio socioeconómico de la localidad se tomarán como base los Censos de Población y Vivienda a partir de 1995 al 2010 del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, que permitirá definir las variables sociales y económicas de la comunidad, características y perfiles de los habitantes de la localidad. Para el análisis de datos se procedió a la captura de encuestas en el programa SPSS.

Resultados

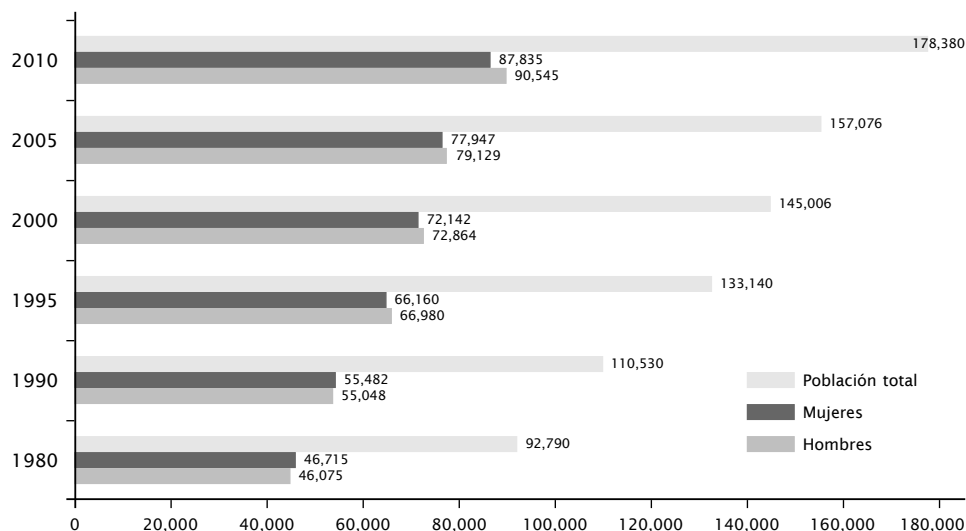
Conformación territorial y población

El municipio de San Luis Río Colorado cuenta actualmente con 371 localidades, entre las más importantes destaca su cabecera municipal que conserva el mismo nombre, Luis B. Sánchez, el golfo de Santa Clara, Ejido Nuevo Michoacán, Ejido Independencia, Lagunitas e Islita.

La población ha mostrado un crecimiento sustancial debido a la ubicación estratégica y dinámica económica que ha presentado durante su crecimiento y desarrollo en las últimas décadas, por ello, la población se estudiará a partir de los años ochenta.

Según INEGI (1980), para este año se contaba con una población de 92,790 habitantes, de los cuales 46,075 residentes son del sexo masculino representando un 50.3% y 46,715 son de sexo femenino; para 1990 la población asciende a 110,530 habitantes, los residentes de sexo masculino son 55,048 pobladores que representan un 49.8%, mientras que el sexo femenino equivale a un 50.2%, la tasa de crecimiento media anual de 1980-1990 es de 1.9% (INEGI, 2002: 24).

Figura 1. Población total según sexo (1980-2010)



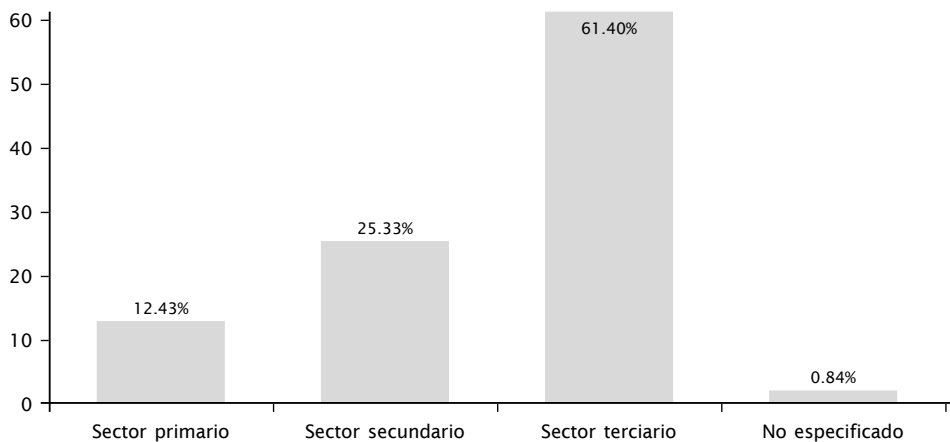
Fuente: INEGI, SPP (1983). X Censo General de Población y Vivienda 1980. Estado de Sonora, vol. I, tomo 26. México. INEGI Instituto Nacional de Estadística y Geografía. XI Censo General de Población y Vivienda 1990; I Censo de Población y Vivienda 1995; XII Censo General de Población y Vivienda 2000; II Censo de Población y Vivienda 2005 y XIII Censo General de Población y Vivienda 2010 en <http://www.inegi.gob.mx>

El Censo de Población y Vivienda 2010 señala que, forman parte de la población municipal 178,380 habitantes integrado por 90,545 hombres que representa un valor porcentual del 50.2% y 87,835 mujeres conformado por un 49.2% (Figura 1).

Población y economía

El capitán Carlos G. Calles fundador de San Luis Río Colorado organiza un contingente para establecer la Colonia Agrícola Militar con la finalidad de activar la economía y proteger la frontera, a partir de entonces la agricultura ocupó un lugar importante en la localidad.

Figura 2. Población ocupada por sector, 2010



Fuente: INEGI, XIII Censo de Población y Vivienda 2010.

El Censo de Población y Vivienda 2010 hace referencia que la Población de 12 años y más que integra la Población Económicamente Activa en el municipio de San Luis Río Colorado está integrada por 72,983 empleados en las diversas actividades económicas, de las cuales 49,096 personas son de sexo masculino y 23,887 son mujeres. La población no económicamente activa la conforman 59,934 personas 18,137 son hombres y 41,797 son mujeres y se registran 398 hombres y 226 mujeres que no especifican su actividad; de acuerdo con las estimaciones realizadas por INEGI, proporciona la distribución porcentual según sector de actividad económica, la población ocupada en el municipio está integrada por 64,151 per-

sonas, empleando el 12.43% en agricultura, ganadería, selvicultura, caza y pesca correspondiente al sector primario, el 25.33% labora en actividades de minería, extracción de petróleo y gas, industria manufacturera, electricidad, agua y construcción actividades desempeñadas en el sector secundario, el 21.72% se encuentran empleadas en comercio y un 39.68% se ocupan en transporte, gobierno y otros servicios correspondientes al sector terciario, mientras que el 0.84% no especifica su actividad; el sector servicios ocupa un lugar importante en la economía sanluisina integrada por un 61.40% de la población ocupada, esta actividad es indispensable para el municipio y para todo el país por ser un grupo de la población que produce y distribuye bienes y servicios a toda la sociedad, genera estabilidad económica y bienestar a las familias (Figura 2).

Conforme transcurrieron los años, las actividades económicas se fueron diversificando, pasando del sector primario al secundario y en la actualidad los servicios ocupan un lugar predominante. Este fenómeno generó migraciones de habitantes de diversas poblaciones del Estado y del país, estableciéndose en todo el territorio de San Luis Río Colorado y que actualmente debe tomar el perfil del turismo ya que el municipio cuenta con una extensa playa, atractivos turísticos naturales y una cultura que debe ser explotada para fortalecer aún más el sector servicios e integrar al municipio como parte del producto turístico en toda la geografía del estado mexicano.

Este esfuerzo incidirá en el sector servicios generando empleos directos e indirectos que se reflejará en la distribución de la población económicamente activa.

Vivienda y servicios públicos

El municipio de San Luis Río Colorado ha mostrado un crecimiento en su población y número de viviendas de acuerdo con las variables analizadas con anterioridad, ahora bien, es necesario conocer la disponibilidad de los servicios básicos como son energía eléctrica, agua entubada y drenaje con que cuentan las viviendas particulares habitadas en el municipio como en su cabecera municipal.

A través del tiempo el hombre ha buscado contar con los servicios básicos para su subsistencia, en la actualidad es una necesidad indispensable que todos los habitantes de las poblaciones del mundo cuenten con este tipo de servicios, los habitantes del municipio de San Luis Río Colorado no están exentos. Durante este quinquenio, en el Censo de Población y Vivienda 2005 figuran en el municipio 40,706 viviendas particulares habitadas, disponen de energía eléctrica el 94.1%, en la localidad existen 36,147 viviendas habitadas de las cuales el 94.3% cuentan con servicio de electricidad, se abastecen de servicio de agua entubada un 94% y

Cuadro 1. Viviendas particulares habitadas y disponibilidad de servicios

San Luis Río Colorado	2005				2010			
	Viviendas particulares	Energía eléctrica	Agua entubada	Drenaje	Viviendas particulares	Energía eléctrica	Agua entubada	Drenaje
Municipio	40,706	38,309	38,253	34,098	47,824	45,871	45,481	42,877
Localidad	36,147	34,088	34,406	32,054	42,527	41,002	41,073	39,730

Fuente: INEGI, II Censo de Población y Vivienda 2005; XIII Censo General de Población y Vivienda 2010 en <http://www.inegi.gob.mx>

un 95.2% respectivamente, mientras que el servicio de drenaje continua siendo el menos favorecido en este periodo cubriendo las necesidades de un 83.8% en el municipio y un 88.7% en la localidad.

Durante esta última década, el Censo de Población y Vivienda 2010 refleja la situación actual de los habitantes sanluisinos, de las 47,824 viviendas particulares habitadas en el municipio disponen de servicio de energía eléctrica un 95.9%, faltando el servicio a 2,397 viviendas particulares habitadas, el 94% cuentan con el servicio de agua entubada, 2,453 viviendas no cuentan con la distribución del líquido vital, mientras que el 83.8% de las viviendas cuentan con servicio de drenaje, faltando 6,608 viviendas particulares habitadas el servicio de drenaje; en la ciudad de San Luis Río Colorado se encuentran 42,527 viviendas particulares habitadas de las cuales el 96.4% tienen cubierto el servicio de energía eléctrica y 1,525 viviendas no cuentan con este servicio, las viviendas que disponen de agua entubada representan un 96.6% faltando el servicio a 1,454 viviendas el líquido vital para cubrir sus necesidades mas indispensables, el servicio de drenaje es cubierto en un 93.4% un menor porcentaje que los servicios anteriores, de los cuales 2,792 viviendas particulares habitadas no cuentan con este servicio (Cuadro 1).

Tanto en el municipio como en la ciudad de San Luis Río Colorado la energía eléctrica es uno de los servicios con mayor cobertura, continuando el servicio de agua entubada que es vital para todos los habitantes ubicados en la extensión territorial y por último se encuentra el drenaje que es uno de los servicios más deficientes en todo el municipio.

Educación y deportes

La educación es uno de los factores más elementales para evitar la pobreza en una población. La educación es de suma importancia ya que significa tener nuevas oportunidades en la vida y otorga a las personas de cualquier edad el conocimien-

to, las destrezas y valores que necesitan para construir un mejor futuro. Enseguida se observa que para 1995 el municipio cuenta con 133,140 habitantes, la población de 15 años y más, alfabeta, está integrada por un 62.3%, mientras que los habitantes de 15 años y más analfabeta está representada por 4,146 personas; en la ciudad de San Luis R.C., la población de 15 años y más analfabeta representa el 2.6% de los habitantes (Cuadro 2).

El Censo de Población y Vivienda 2010 refleja la situación actual de la condición de alfabetismo de los habitantes en el municipio de San Luis Río Colorado, la población de 15 años y más alfabeta representa un 7%, la población analfabeta representa un 2.3%; en la localidad habitan 158,089 habitantes de los cuales la población de 15 años y más alfabeta representan el 7.2% y el 1.9% de los habitantes son analfabetas. Irima Bokova (2010), afirma que el efecto directo que tiene la educación en el bienestar de la humanidad, es desde un mejor estado de salud hasta una vida más próspera. La educación es uno de los factores elementales para evitar la pobreza debido a que en la actualidad en el sector productivo se exige un nivel de estudios cada vez más elevado al solicitar un trabajo en una empresa o dependencia.

Cuadro 2. Población según condición de alfabetización

	1995			2000			2005			2010		
	Pob. total	De 15 años y más alfabeta	De 15 años y más analfa	Pob. total	De 15 años y más alfabeta	De 15 años y más analfa	Pob. total	De 15 años y más alfabeta	De 15 años y más analfa	Pob. total	De 15 años y más alfabeta	De 15 años y más analfa
Municipio	133,140	82,916	4,146	145,006	90,278	4,297	157,076	4,737	4,200	178,380	12,480	3,959
Localidad	115,596	72,861	3,010	126,645	79,650	3,179	138,796	4,343	3,251	158,089	11,440	2,965

Fuente: INEGI, I Censo de Población y Vivienda 1995; XII Censo General de Población y Vivienda 2000; II Censo de Población y Vivienda 2005; XIII Censo General de Población y Vivienda 2010 en <http://www.inegi.gob.mx>

San Luis Río Colorado cuenta con infraestructura para practicar diversas actividades deportivas en la actualidad el Instituto del Deporte tiene registrado 4 campos de beisbol, 4 campos de futbol, 4 canchas de basquetbol, una cancha de voleibol, 2 unidades deportivas, un gimnasio y una alberca donde concurren los niños, jóvenes y adultos deportistas de la localidad.

San Luis Río Colorado: Un destino turístico estratégico

San Luis R.C. cuenta con una ubicación estratégica privilegiada, es el puente fronterizo por donde transitan turistas nacionales y extranjeros y pueden encontrar establecimientos de alimentos, bares, centros nocturnos, casinos y arrendadoras de autos y agencia de viajes. Es decir, es un lugar turístico que cuenta con atractivos turísticos naturales y culturales, infraestructura y servicios turísticos necesarios para recibir a los turistas que visitan esta ciudad.

La actividad turística: cruce fronterizo

Para ubicar el desarrollo del turismo sustentable en San Luis Río Colorado y su impacto en las áreas naturales protegidas, debemos conocer el papel que desempeña el turismo fronterizo en esta localidad. En la década de los ochenta y noventa la ciudad de San Luis R.C. recibía la Corriente Turística de los Pájaros de la Nieve, integrado por un grupo de personas pensionadas y jubiladas provenientes del norte de Estados Unidos y Canadá, recorrían la ciudad para realizar compras de medicamentos, artesanías y alimentos y bebidas y otros productos típicos del país. A mediados de esta última década empiezan a enfrentar problemas de inseguridad, aumento del precio a los productos, entre otros, eventos que ocasionaron ahuyentar a la corriente turística, dirigiéndose hacia Algodones, B.C. en donde los habitantes, empleados y empresarios de comercios los reciben brindándoles su hospitalidad.

Actualmente, la Delegación del Instituto Nacional de Migración en la Ciudad de San Luis Río Colorado, registró para el año 2008, que ingresaron por la línea internacional 3,232 turistas fronterizos de los cuales el 89.3% son turistas y el resto visita la ciudad con calidad de visitantes de negocios; para el año 2009 disminuye ligeramente el flujo de turistas, ingresan 2,656 turistas fronterizos de los cuales el 96.2% son turistas y 102 personas son visitantes de negocios, los dos últimos años continúa disminuyendo el número de turistas, para el 2010 ingresan 2,534 extranjeros de los cuales el 92% son turistas fronterizos y el 8% son visitantes de negocios; y para el año 2011, los turistas ascienden a 1,594 corresponde el 86.9% a turistas fronterizos y el 13.1% son visitantes de negocios (Cuadro 3).

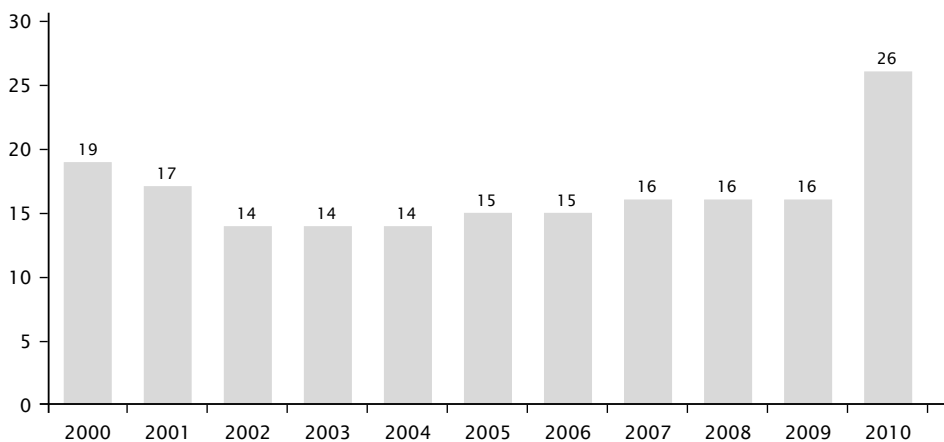
Aplicando el método empírico se observa que en la actualidad continúa el flujo de vehículos de pasajeros fronterizos que se dirigen a los distintos destinos turísticos locales, regionales y del país; en la localidad entre los destinos turísticos más frecuentados por los turistas y visitantes provenientes de Estados Unidos es

Cuadro 3. Turistas y visitantes, 2008-2011

Año	Turistas	Visitantes de negocios	Total
2008	2,966	266	3,232
2009	2,554	102	2,656
2010	2,331	203	2,534
2011	1,594	240	1,834

esta ciudad por ser la cabecera municipal y el golfo de Santa Clara que es visitado los días festivos en el vecino país así como los fines de semana. El presente año informa la Directora de Promoción al Turismo.

La ciudad de San Luis R.C. cuenta con una industria hotelera conformada por 26 establecimientos de hospedaje y la integran 844 cuartos que generan empleos directos e indirectos (INEGI, 2010).

Figura 3. Establecimientos de hospedaje en San Luis Río Colorado

Fuente: INEGI, Anuario Estadístico de Sonora, 2001-2005; Anuario Estadístico de Sonora, 2006-2009, tomo II; Anuario Estadístico de Sonora, 2010-2011.

El Anuario Estadístico de Sonora 2000 registra 19 establecimientos de hospedaje para este año, a partir del 2001 al 2009 en la localidad se observa una disminución de los establecimientos de hospedaje, incrementando sustancialmente para el año 2010 registrando 26 establecimientos de hospedaje destacando principalmente hoteles y moteles (Figura 3).

De acuerdo con los registros proporcionados por la Dirección de Promoción Turística Municipal se cuenta con 26 hoteles y 17 moteles, es importante aclarar que se incluyen los establecimientos de hospedaje del golfo de Santa Clara.

Una de las tendencias en esta ciudad es la apertura de nuevos moteles, sin embargo, la oferta hotelera de la localidad debe ampliarse a hoteles de lujo de 5 estrellas y gran turismo que brinden una gama de servicios de calidad a los turistas de mayor poder adquisitivo que busquen este tipo de servicio en la ciudad.

Los empresarios hoteleros de la localidad deben plantearse metas para participar en la actividad turística competitiva y sostenible que contribuya a las estrategias planteadas en los planes de desarrollo estatal y nacional y así generar empleos que contribuyan a suprimir la pobreza.

Atractivos turísticos

En el municipio de San Luis R.C., las condiciones del entorno favorecen de manera considerable uno de los factores determinantes para impulsar el desarrollo del turismo sostenible ya que se cuenta con destinos turísticos naturales de gran importancia, entre ellos, el golfo de Santa Clara, la Reserva de la Biosfera El Pinacate y Gran Desierto de Altar y el Alto Golfo de California y la Ciénaga de Santa Clara, dos áreas naturales protegidas susceptibles de ser aprovechadas con prácticas amigables mediante las diversas formas del turismo. La cabecera municipal cuenta con atractivos históricos culturales dignos de admirarse.

En la mayor parte del municipio se puede admirar la vegetación típica de desiertos arenosos en donde destacan plantas como el mezquite, la gobernadora, el nopal, hierba del burro. En la costa del golfo de Santa Clara predomina la vegetación tipo matorral desértico micrófilo, además de pequeñas áreas del suelo del municipio con matorral sarcocaulé, como son el copal, torote blanco, matadora, choya, entre otros.

Por la ubicación geográfica del municipio, al encontrarse uno de los ecosistemas costeros más ricos del mundo, donde habitan especies marinas y terrestres de valor biológico y comercial, se lleva una explotación racional de los recursos naturales. Se tienen registradas 907 especies marinas algunas consideradas como especies protegidas, endémicas y en peligro de extinción como son la vaquita marina y la totoaba.

Entre las especies faunísticas del Desierto de Altar destacan: Reptiles como la tortuga del desierto, camaleón, cachora, culebras y víboras de cascabel, coralillos; anfibios como el sapo y el sapo toro; entre los mamíferos se encuentra el tlacuache, zorra gris, jabalí, mapache, tejón, berrendo, venado cola blanca; aves como el

cardenal, pájaro carpintero, churea, tórtola, urraca hermosa, zopilote, gavilán ratonero, huilota y halcón negro.

Perfil del turista

Para dar seguimiento al estudio sobre el Desarrollo Local y Turismo Sustentable es necesario responder a las condiciones mínimas recomendadas por la OMT, para ello, se aplicó una encuesta sobre el turismo que visitó el municipio de San Luis Río Colorado. Se aplicaron 150 encuestas durante el periodo vacacional de Semana Santa y Semana de Pascua en la ciudad de San Luis y en el golfo de Santa Clara, los sitios de mayor afluencia turística, la aplicación fueron en restaurantes, hoteles, moteles, línea fronteriza, casinos, centro de la ciudad y en la playa. Para su aplicación al azar se consideraron algunas variables al elegir a los turistas en la localidad, considerando que fueran personas mayores de 18 años y no residentes en el municipio.

Para conocer la percepción y necesidades del turista que visita actualmente este municipio, se elaboró una encuesta que comprende preguntas enfocadas a recolectar información sobre el perfil socioeconómico del turista, características sobre su comportamiento, sus gustos y preferencias y su opinión sobre los principales problemas durante su estancia y lo que considera que hace falta al destino para contar con una mejor estancia.

Las encuestas definieron las características cualitativas y cuantitativas de los turistas que visitaron el municipio arrojando la siguiente información:

Origen del turista según sexo

Del total de turistas encuestados el 43.7% corresponde a turistas nacionales de los cuales el 23% son de sexo masculino y el 20.7% pertenece al sexo femenino; el 56% corresponde al total de turistas extranjeros, el 26.7% de los turistas son de sexo masculino y el 29.3% son sexo femenino (Figura 4).

Estado civil

Los turistas encuestados registraron su situación civil indicando que el 44% son casados de los cuales el 24.7% son extranjeros y el resto turistas nacionales; el 40.7% son turistas solteros y corresponde el 22.7% a turistas extranjeros mientras el 18% son nacionales, y en un menor porcentaje del 7.3% se encuentran las personas que son divorciadas y el 4% corresponde a otros donde indican que su situación civil es unión libre y un mismo porcentaje no contestó (Figura 5).

Figura 4. Origen del turista y sexo

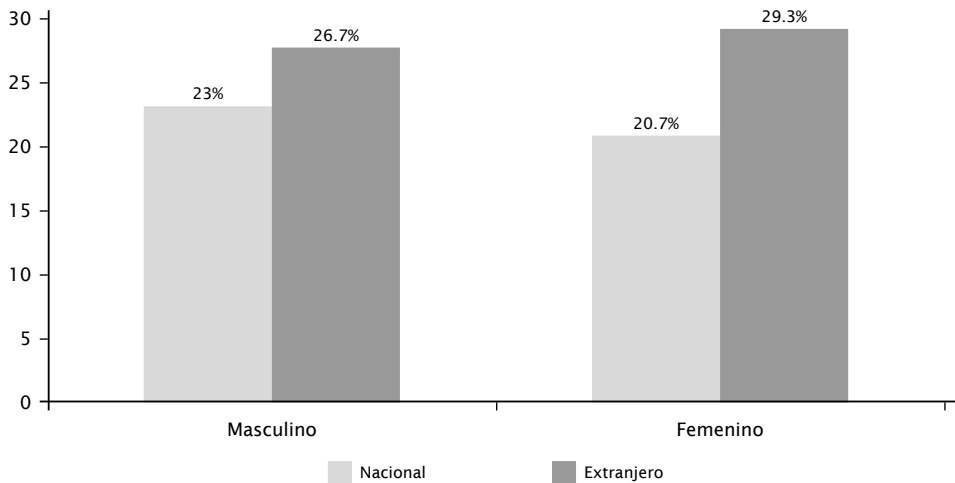
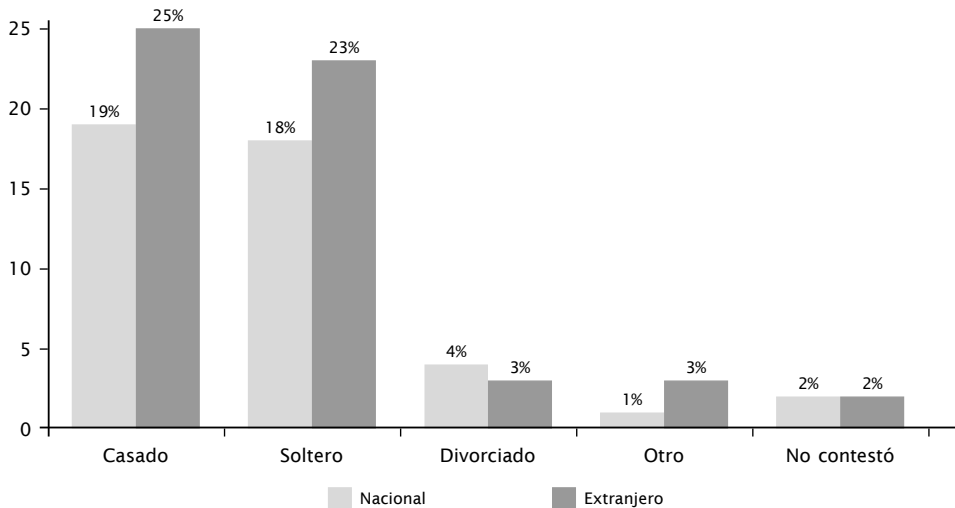


Figura 5. Estado civil

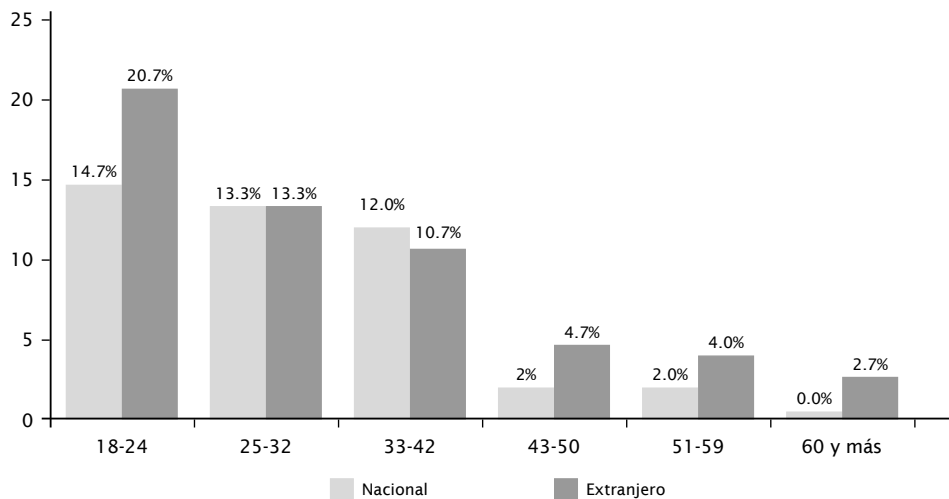


Rango de edad

De los turistas encuestados que visitaron el municipio, el 35.3% expresaron encontrarse en el rango de edad de 18 a 24 años, el 26.7% se ubican en la edad de 25 a 32 años, el 22.7% de los turistas se identifican en el rango de 33 a 42 años, el 6.7% expresaron ubicarse entre los 43 y 50 años, el 6% de los turistas indicaron

que tienen entre 51 y 59 años, y en el rango de 60 años y más se ubicaron en un menor porcentaje que corresponde al 2.7%.

Figura 6. Rango de edad



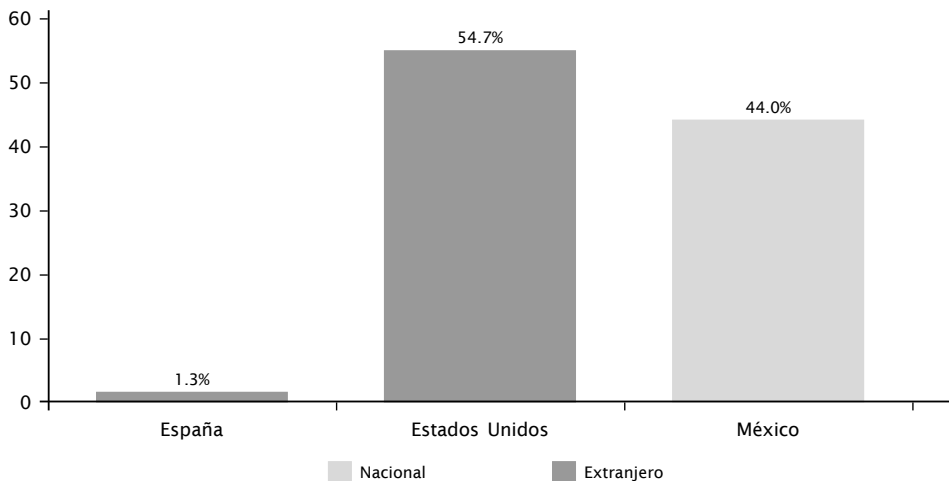
Lugar de procedencia

Los turistas extranjeros que visitaron el municipio de San Luis R.C., el 1.3% proviene de La Coruña, Nueva Galicia, España; el 54.7% es de nacionalidad estadounidense, según los datos específicos, el 45.3% proceden del estado de Arizona y un 9.3% corresponde a los turistas del estado de California; el 44% de los visitantes son turistas nacionales que provienen de diversos estados de la República Mexicana: Baja California (20.7%), Chiapas (0.7%), Chihuahua (1.3%), Distrito Federal (0.7%), Estado de México (0.7%), Guanajuato (0.7%), Jalisco (1.3%), Nayarit (4.0%), Nuevo León (1.3%), Sinaloa (4.7%) y Sonora (8.0%). La mayoría de los turistas entrevistados provienen de Estados Unidos (Figura 7).

Motivos del viaje

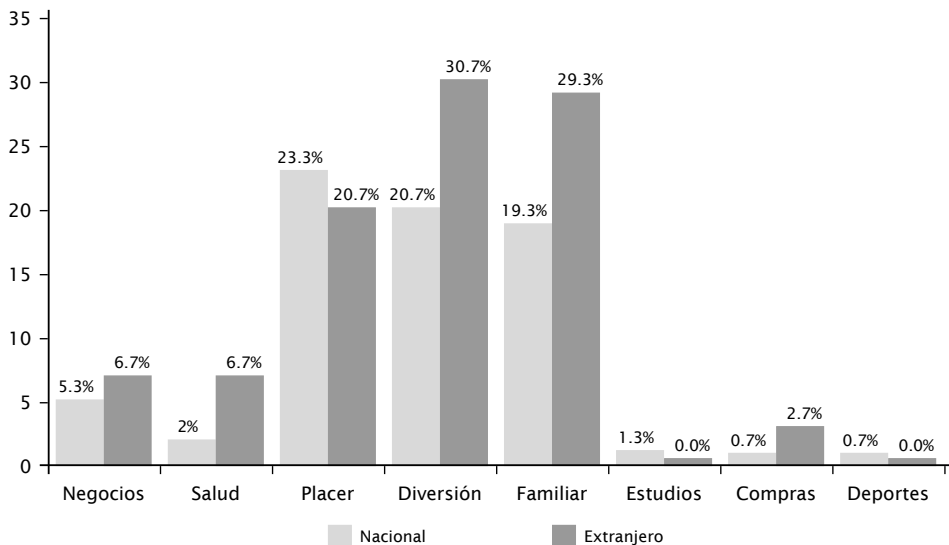
Los turistas expresan uno o más motivos por el cual visitan el municipio, el 12% realizan el viaje por negocios, el 8.7% manifiesta desplazarse por salud de los cuales el 6.7% son extranjeros y el 2% son turistas nacionales; un 44% visita este destino por placer y corresponde el 22.7% a turistas nacionales y el 21.3% a extranjeros; el 51.3% de los turistas el motivo de su estancia es por diversión el 31.3% son turistas extranjeros y el resto turistas nacionales; el 48.7% de los turis-

Figura 7. Lugar de procedencia



tas viaja por motivos familiares de los cuales el 19.3% son turistas nacionales y el 29.3% visitantes extranjeros; un 3.3% de los turistas viaja a esta ciudad para realizar compras y el 0.7% realiza su desplazamiento con la finalidad de participar en deportes. Los motivos del desplazamiento de los turistas es muy variado, su cercanía con Estados Unidos hacen de San Luis un destino turístico atractivo para el turista nacional y extranjero.

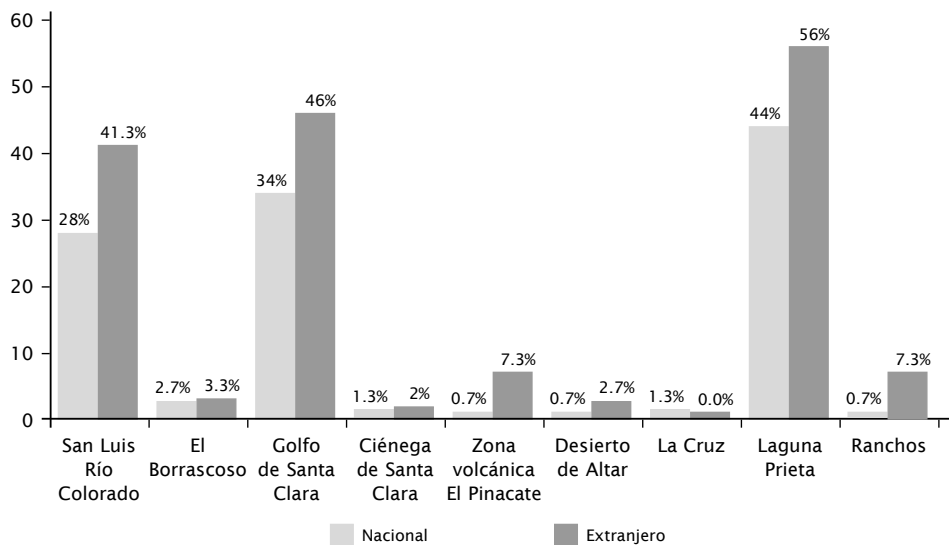
Figura 8. Motivos del viaje



Principales destinos turísticos que visitan

Los turistas encuestados han visitado diversos destinos turísticos del municipio, el 69.3% han recorrido la ciudad de San Luis de los cuales el 41% corresponde a turistas extranjeros, un 80% de turistas han visitado el golfo de Santa Clara destino turístico de gran aceptación por el turismo extranjero que representa un 46%, la Laguna Prieta ha sido visitada por un 44% de turistas nacionales y un 56% de turistas extranjeros lugar donde se realiza el evento «Laguna Party», la zona Volcánica El Pinacate ha sido recorrida por un 8% de los turistas, la Ciénega de Santa Clara han sido visitada por un 3.3% de turistas y en un menor porcentaje han visitado otros atractivos turísticos, como el Borrascoso, el Desierto, la Cruz y los ranchos de distintos ejidos.

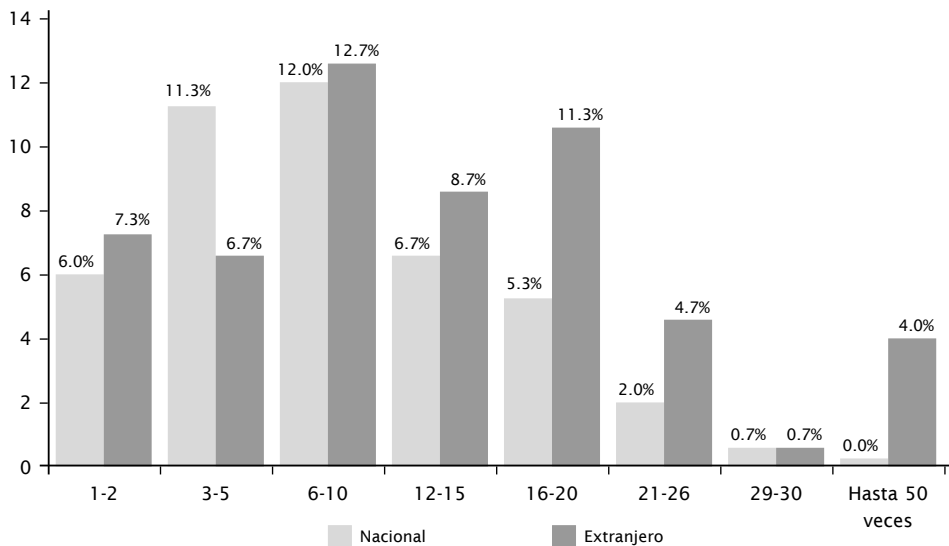
Figura 9. Destinos turísticos que visitan



Estancia promedio

Debido a la ubicación geográfica el municipio, goza de ser un destino fronterizo estratégico donde nacionales y extranjeros visitan y permanecen por varios días, el 12.7% de los turistas extranjeros y el 12% de los turistas nacionales visitan la ciudad de 6 a 10 veces al año, el 11.3% de los turistas extranjeros visitan el municipio de 16 a 20 veces al año, un mismo porcentaje de turistas nacionales visitan esta ciudad de 3 a 5 veces al año. Se observa que esta ciudad tiene una gran aceptación de los turistas para ser visitada frecuentemente (Figura 10).

Figura 10. Estancia promedio

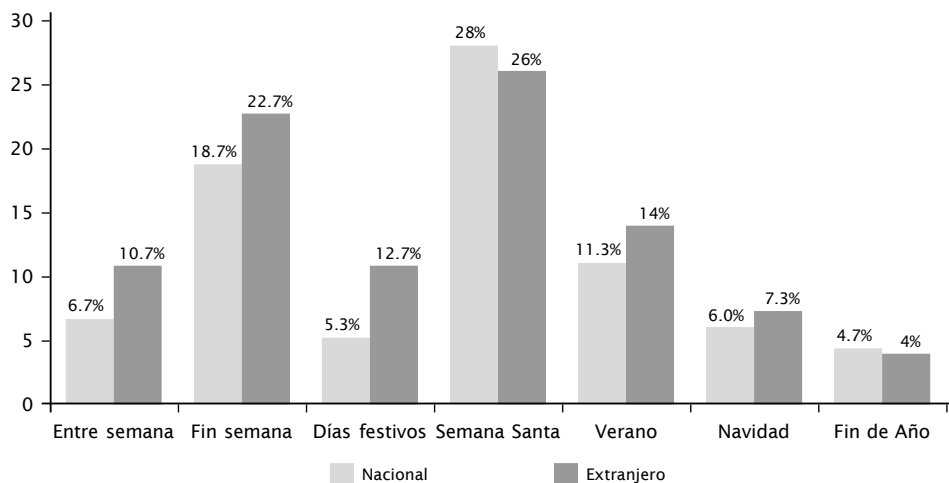
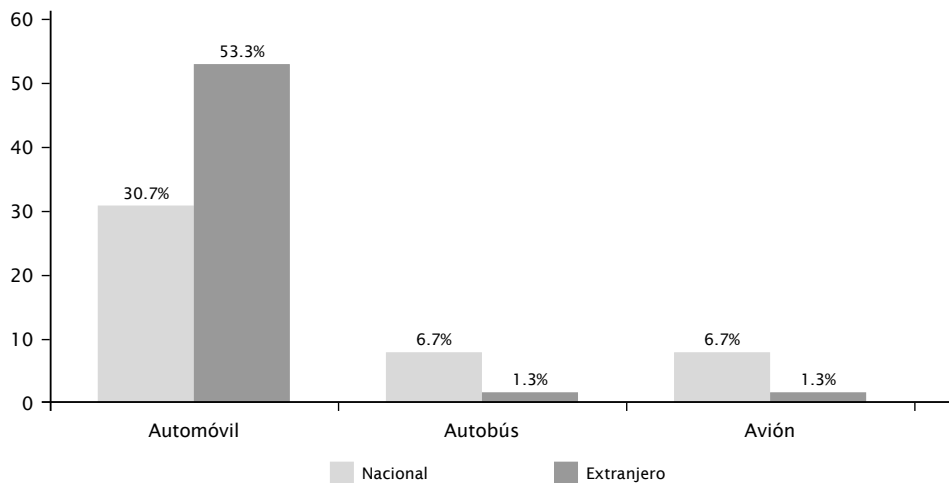


Periodo vacacional

Los turistas encuestados manifestaron los periodos vacacionales que visitan el municipio, el 26% de turistas extranjeros y el 28% de los turistas nacionales tienen preferencia por pasar sus vacaciones durante Semana Santa, un 41.4% les gusta venir a esta ciudad los fines de semana, el 25.3% visitan la ciudad en vacaciones de verano, el 12.7% de turistas extranjeros visita la ciudad durante los días festivos del vecino país y un 10.7% de los visitantes nos visitan entre semana. Se observa que los turistas nacionales y extranjeros visitan nuestro municipio durante todo el año, destacando el periodo de Semana Santa y los fines de semana, quienes asisten para visitar a su familia y visitar el destino turístico del golfo de Santa Clara (Figura 11).

Medio de transporte

El estudio arrojó que 86% de los turistas que arribaron a esta ciudad utilizaron como medio de transporte el automóvil, de los cuales el 30.7% son turistas nacionales y el 53.3% turistas extranjeros, un 8% de los turistas se transportaron por autobús de los cuales el 6.7% son turistas nacionales y el 1.3% turistas extranjeros, y el 8% viajaron por avión, el 6.7% corresponde a turistas nacionales y el 1.3% a turistas extranjeros (Figura 12).

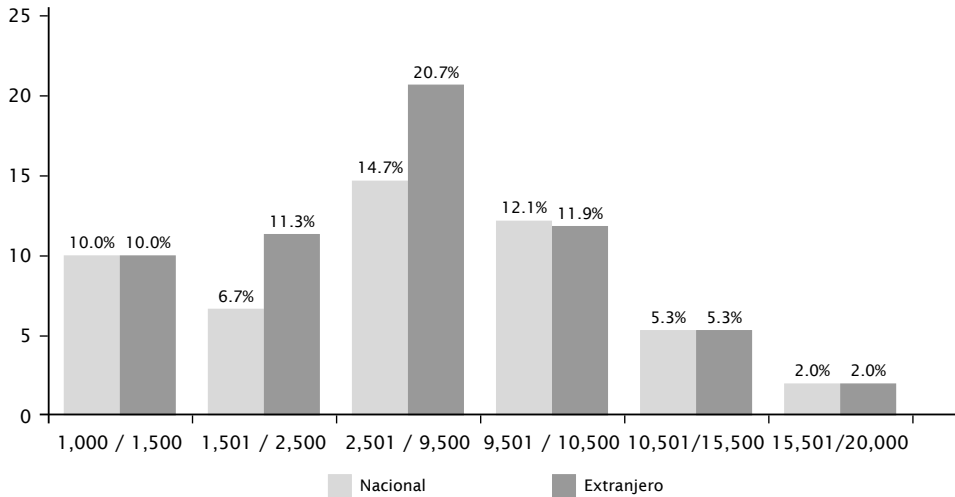
Figura 11. Periodo vacacional**Figura 12. Medio de transporte**

Gasto aproximado

El gasto realizado por los turistas en la localidad es de gran importancia debido a que contribuye a la generación de empleos y mejora el bienestar social de la comunidad; el 14.7% de los turistas nacionales hacen un gasto entre 2,501 pesos a 9,500 pesos, mientras que 20.7% de los turistas extranjeros realiza gastos aproximadamente por la misma cantidad, el 12.1% de los turistas nacionales y el 11.9%

de extranjeros gastan entre 9,501 a 10,500 pesos, se observa que una menor cantidad que corresponde al 10.6% de los turistas nacionales y extranjeros realizan gastos que varían entre 10,501 a 15,500 pesos, por otra parte, el 4% de turistas nacionales y extranjeros realizan gastos por la cantidad de 15,501 a 20,000 pesos moneda mexicana que contribuyen a la economía local.

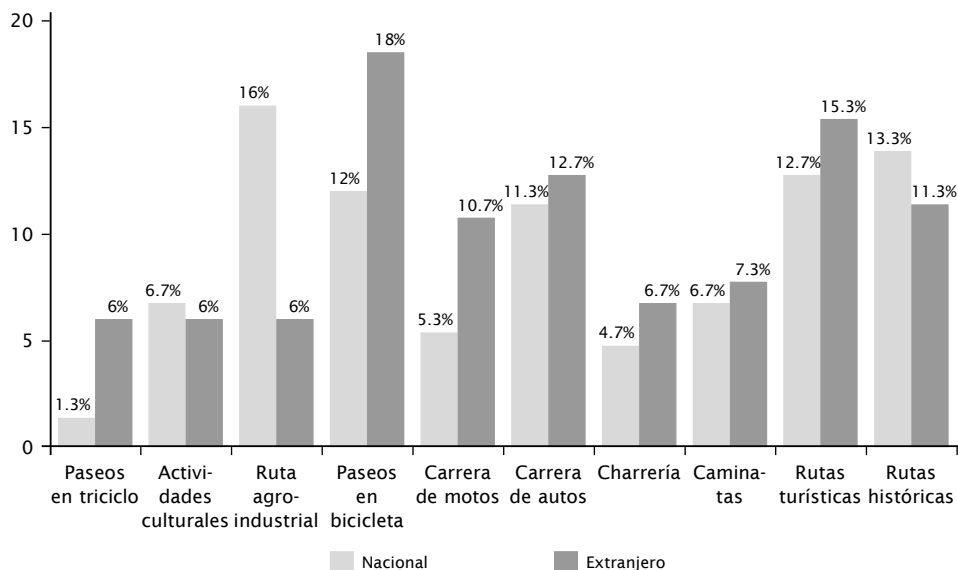
Figura 13. Gasto aproximado



Actividades culturales, recreativas y de diversión

Los turistas manifestaron tener preferencias por la organización de diversas actividades culturales, recreativas y de diversión que contribuyen para hacer del municipio un destino que brinde una gama de opciones para prolongar y hacer más atractiva la estancia de turistas nacionales y extranjeros en el municipio. En la gráfica se observa que dentro de las actividades culturales y recreativas se encuentra el interés del 16% de los turistas nacionales por rutas agroindustriales, el 12% y 18% de los turistas nacionales y extranjeros respectivamente tienen preferencia por paseos en bicicleta, un 11.3% de turistas nacionales y un 12.7% tienen preferencia por carreras de carros, el 12.7% de turistas nacionales y un 15.3% de los turistas extranjeros les gustaría se organizaran viajes por las rutas turísticas del municipio y el 13.3% de los turistas nacionales y el 11.3% de los turistas extranjeros les gustaría conocer la ruta histórica de la formación del municipio (Figura 14).

Figura 14. Actividades preferentes



Conclusiones

Al municipio de San Luis Río Colorado, le favorecen las condiciones del entorno de manera considerable uno de los factores determinantes para impulsar el desarrollo del turismo sostenible ya que cuenta con una ubicación estratégica y un mercado potencial importante de la región sur y suroeste de Estados Unidos.

Los empresarios que brindan los servicios turísticos deben coordinarse para promover sus servicios y vincularse con las autoridades locales para implementar estrategias que contribuyan al desarrollo de la actividad turística competitiva y sostenible.

El municipio se encuentra enclavado entre dos áreas naturales protegidas susceptibles de ser aprovechadas con prácticas amigables mediante las diversas formas del turismo, favoreciendo el desarrollo del ecoturismo en la comarca de gran potencial turístico, es necesario la coordinación de las autoridades municipales, dependencias federales y la participación ciudadana para promover un turismo responsable con la finalidad de minimizar los impactos negativos del turismo.

Conforme transcurrieron los años, las actividades económicas se han ido diversificando, pasando del sector primario al secundario y en la actualidad los

servicios ocupan un lugar predominante. Actualmente, se debe adoptar el perfil del turismo ya que el municipio cuenta con una extensa playa, atractivos turísticos naturales y una cultura que debe ser explotada para fortalecer aún más el sector servicios e integrar al municipio como parte del producto turístico en toda la geografía del Estado mexicano.

Este esfuerzo incidirá en el sector servicios generando empleos directos e indirectos que se reflejará en la distribución de la población económicamente activa, contribuyendo de esta manera en el bienestar social de los habitantes de la localidad.

Bibliografía

- Bokova, I. (2010). *La educación sí importa: hacia el cumplimiento de los objetivos del desarrollo del milenio (ODM)*. Francia: UNESCO.
- Hernández, S. R. (2003). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: McGraw-Hill.
- Iglesias, S. Federico (1997). *Capitán Carlos G. Calles... acontecer de la Colonia Agrícola Militar en San Luis Río Colorado, Sonora, durante 1917*. San Luis Río Colorado, Sonora, México.
- INEGI Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2011). *Anuario Estadístico de Sonora*. Sonora, México.
- Quintero, S. J. L. (2008). *Turismo y desarrollo local en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara/Universidad Complutense de Madrid.
- Urciaga, G.J. (2005). *Indicadores del desarrollo regional sustentable en Baja California*. Sonora: Universidad Autónoma Metropolitana y Colegio de Sonora.

Fuentes electrónicas

- INEGI Instituto Nacional de Estadística y Geografía (1995). *Conteo de Población y Vivienda 1995*. Consultado el 15 de febrero de 2012. Disponible en <http://www.inegi.gob.mx>
- , XII Censo General de Población y Vivienda 2000. Consultado el 19 de febrero de 2012. Disponible en <http://www.inegi.gob.mx>
- , Gobierno del Estado de Sonora y H. Ayuntamiento Constitucional de San Luis Río Colorado (2002), *Cuaderno Estadístico Municipal San Luis Río Colorado, Sonora*. Aguascalientes, Ags. México.

- (2005). Censo de Población y Vivienda 2005. Consultado el 17 de febrero de 2012. Disponible en <http://www.inegi.gob.mx>
- (2009). *Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos*. Consultado el 22 de agosto de 2011 disponible en <http://www.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?ent=26>
- (2010). XIII Censo General de Población y Vivienda 2010. <http://www.inegi.gob.mx>
- SRE Secretaría de Relaciones Exteriores. Consultado 05 de diciembre de 2011. Disponible en www.sre.gob.mx

Migración y calidad de vida en Las Jarretaderas, municipio de Bahía de Banderas, Nayarit

Laura Consuelo Rivera González
Luz Angélica Ceballos Chávez
Stella Maris Arnaiz Burne

«Me gustaría que los niños tuviéramos el derecho de pensar».
Hijo de migrantes chiapanecos

Antecedentes

Las Jarretaderas, una pequeña localidad del municipio de Bahía de Banderas, ha vivido durante las últimas décadas, importantes cambios sociales propiciados fundamentalmente por la afluencia de una gran cantidad de inmigrantes que atraídos por la oferta de empleo en el municipio —generada por el desarrollo del turismo— allí se asentaron.

Desde la década de los setenta, con la creación del Fideicomiso de Bahía de Banderas, el Estado impulsó el turismo en las diversas localidades del municipio, sobre todo costeras, y para la década de los ochenta, cuando se comenzó a planear el desarrollo turístico de la zona, el fenómeno de migración interna que había iniciado desde la década anterior, tomó relevancia.

Con las expropiaciones de tierra ejidal —para la construcción de fraccionamientos y desarrollos turísticos— que trajeron como consecuencia una disminución importante del territorio, sumadas al desinterés de los gestores públicos por promover el desarrollo de la localidad, esta dejó de ser visitada por los turistas, motivo por el cual el precio de las rentas de casa habitación disminuyeron, por lo que se convirtió en una localidad «dormitorio». En la década de los noventa, cuando un gran número de inmigrantes de otros estados del país estaban instalados con sus familias en la localidad, Las Jarretaderas ya no era un lugar «apacible»; la inmigración había modificado la división del trabajo, la naturaleza de las relaciones interpersonales, el ritmo de la vida social y también había afectado significativamente su calidad de vida.

Turismo y migración en Bahía de Banderas

El turismo ha llegado a constituirse en uno de los fenómenos socioeconómicos más significativos de nuestro tiempo, debido a su gran capacidad para la generación de riquezas, movimiento de capitales y generación de empleo (Lanquar, 2007). Correa dos Santos y Antonini (2004) consideran al turismo una actividad económica de importancia global, que abarca elementos económicos, sociales, culturales y ambientales y uno de los fenómenos más relevantes de las últimas décadas. Según cifras de la Organización Mundial del Turismo (OMT), durante los primeros ocho meses del 2014, viajaron por el mundo 781 millones de turistas internacionales, cantidad que representó un incremento del 5%, en relación con el mismo periodo del 2013, con lo que se superaron las proyecciones que la OMT había realizado (OMT, 2014).

En México, el turismo es un sector prioritario de importancia crucial, ya que supone un 8.4% del PIB nacional. Al respecto, la OMT señala que con el incremento de viajeros —en el 2013 se recibieron 25 millones de visitantes y de enero a septiembre de 2014, han llegado por vía aérea, 9.7 millones de turistas internacionales— México ha logrado aumentar un 18% sus ingresos por concepto de esta actividad. Por otra parte, el incremento durante los primeros ocho meses del 2014, en un 19%, de los turistas internacionales que visitan el país, posiciona a México como líder en crecimiento del sector turístico en América (*El País*, 2014).

El desarrollo del turismo, ha dado lugar a importantes procesos de transición social en las localidades destino, con los correspondientes cambios en el ámbito económico, social y ambiental, debido a que sus economías tradicionales, orientadas a la agricultura y la pesca, paulatinamente se han abandonado y el turismo ha logrado posicionarse como la actividad económica más importante y con frecuencia, en la única fuente de ingresos para la población.

En Bahía de Banderas, el municipio número veinte y el último creado en el estado de Nayarit, se ha dado un fuerte impulso al turismo, a partir de la década de los setenta, en que «se crea el Fideicomiso Bahía de Banderas, que facilita la llegada de cuantiosas inversiones, debido a que regulariza la tierra y da certidumbre a los inversionistas» (Montes de Oca, 2001, citado por Cárdenas, 2013), y en la actualidad, es un destino en el Pacífico Medio, con una gran afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros. En el contexto estatal, es el municipio con la mayor dinámica económica y la tasa más alta de población económicamente activa.

Durante el periodo 2009-2011, contó con la mayor inversión privada en el estado y el país (PMD, 2009-2011), lo que ha significado creación de infraestruc-

tura turística, que detona la industria de la construcción. Ello ha propiciado una afluencia importante de migrantes a las distintas localidades destino, que atraídos por la posibilidad de un empleo, se desplazan a Bahía de Banderas para vender su fuerza de trabajo y contar de esa forma, con un ingreso que aunque precario, les permita la sobrevivencia diaria (Arnaiz y Ceballos, 2012).

El flujo de migrantes, tanto del interior del estado como de otras entidades de la República, hacia los distintos destinos turísticos del municipio, ha sido constante desde la década de los setenta, y tanto la desigualdad como la pobreza, así como la falta de expectativas de futuro, han sido causas subyacentes a los procesos migratorios (Hildegard, 2011). Meza, Zamudio y Ramírez (2010), plantean que el aspecto económico es el principal motor que mueve a los migrantes del estado de Nayarit, quienes se concentran en aquellos lugares donde consideran existen oportunidades potenciales de empleo, y que la migración se da en respuesta a desequilibrios económicos entre las distintas localidades. García (2003) por su parte, señala que aunque los factores económicos son cruciales, hay múltiples factores detrás de los procesos migratorios: sociales, políticos, culturales y psicológicos. Entre estos es posible identificar las expectativas, deseos de mejora familiar, la percepción de privacidad relativa, la distancia, el papel de las redes migratorias, etcétera.

Sostiene Arroyo (1986), que la migración consolida el proceso de desarrollo de un país, delineado por los objetivos de las clases dominantes de la sociedad, al responder a los estímulos para movilidad social y en muchos casos, como posibilidad de sobrevivencia, dentro de un contexto de fuerzas poderosas en funcionamiento, que producen los desequilibrios y desigualdades entre individuos, grupos sociales y regiones. Al respecto, afirma Omar Arguello, que las migraciones deben ser vistas como un proceso social de redistribución de la población, en el contexto de una sociedad global, caracterizada por una determinada estructura productiva, propia del tipo y grado de desarrollo alcanzado dentro de un proceso histórico, el cual es conducido por diferentes grupos sociales y políticos, que han logrado imponer sus intereses y valores al conjunto de esa sociedad (Arguello, 1972, citado por Herrera, 2006).

Señala Herrera (2006), que el proceso migratorio es una señal inequívoca de cambios sociales, aun sin que las relaciones de producción sufran una transformación significativa, y que los investigadores del fenómeno migratorio, independientemente del enfoque que elijan para su análisis —estructural-funcionalismo, la perspectiva histórico-estructural o el materialismo histórico— coinciden en que el cambio está presente en las corrientes migratorias, ya que al percibir que una

transformación social está en marcha, las masas que permanecen atadas a zonas, regiones o países de escaso desarrollo económico, sobre todo en las áreas periféricas del sistema mundial, inician un proceso de movilización física hacia donde el fruto del desarrollo pudiera ser más compartido.

Agrega a lo anterior, que en los microanálisis de casos, la migración es un indicador relevante de la búsqueda de mejores condiciones de existencia, lo cual solo tiene lugar cuando la sociedad experimenta un ajuste cultural o estructural significativo.

En Bahía de Banderas, un factor de atracción para las poblaciones rurales, es la posibilidad de empleo tanto en la industria de la construcción como en la oferta de servicios turísticos, con ingresos a los que en sus localidades de origen jamás accederían, pero que no alcanzan a subsanar sus necesidades más elementales. En ese sentido, los migrantes viven en las localidades destino, en condiciones de pobreza, marginación y exclusión social, apartados de los derechos de carácter político, laboral, económico y social, que contempla la Carta Magna (Molero, Navas y Morales, 2001) para todos los ciudadanos.

Las Jarretaderas, una localidad de inmigrantes

La localidad de Las Jarretaderas, se encuentra asentada en una extensión irregular de 79.12 hectáreas. (PDUJ, 2005), forma parte de la zona metropolitana de Puerta Vallarta y en términos geográficos, se encuentra entre los límites de Nuevo Vallarta, Bahía de Banderas y Puerto Vallarta, Jalisco (Cárdenas, 2013).

El Programa de Desarrollo Urbano de Jarretaderas, menciona que en cartografía del siglo XIX, la localidad aparece con el nombre de La Jarretadera, y que se hace alusión a la misma en algunas fuentes históricas de esa época, por lo cual es probable su existencia desde el siglo XVI, pues otras localidades cercanas al río Ameca, son de esa época, o cuentan con vestigios coloniales identificados por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (PDUJ, 2005).

Se especifica también en el documento, que cuenta con clima cálido subhúmedo, con temperaturas medias anuales entre 24 y 26°C, y temperaturas promedio de 22.6°C entre enero y febrero, y 28.7°C en julio, lo que favorece la estabilidad térmica. La zona es plana con pendientes suaves y las elevaciones no rebasan los 3 msnm, por lo que la localidad puede verse afectada por inundaciones.

El ejido fue creado el 1º de mayo de 1936, con la dotación de 1,002 hectáreas de tierra que se repartieron a los campesinos. En ese año, solo habitaban el pobla-

Mapa 1. Municipio de Bahía de Banderas, con la ubicación de Las Jarretaderas



Fuente: Elaborado por Oyolsi Nájera González.

do de 25 a 30 personas. Cárdenas (2013) atribuye la fundación de la localidad, a un grupo de familias originarias de Talpa, Mascota y San Sebastián, Jalisco. Por su parte, algunos pobladores señalan que además de Mascota, Jalisco, provenían también de Compostela, Nayarit, y que fundamentalmente les motivó a migrar, el deseo de encontrar trabajo y contar con un pedazo de tierra.

La Jarretadera se formó como ejido, con la expropiación de tierras a la hacienda del mismo nombre y los pobladores se dedicaban a la agricultura —siembra de tabaco, maíz, frijol, chile, jitomate, sorgo forrajero y de grano— la pesca y cría de animales. El poblado debe su nombre a un árbol conocido como «jarretadera», que según los entrevistados, era una especie endémica de la localidad que abundaba y se distinguía por sus grandes espinas, así como por albergar algunos insectos como las hormigas. Desapareció debido a la tala inmoderada de la población, cuyo argumento era que necesitaban espacios para sus cultivos.

Refieren las personas entrevistadas, que años atrás, el territorio de la localidad estaba dividido en dos grandes partes: el Papayal —donde se encuentra actualmente ubicado el hotel Mayan Palace— que albergaba las viviendas de los pescadores de la región y Corral Solo, propiedad del Sr. José Sotero Gil Arias, quien donó los terrenos para que en ellos se asentara el poblado, ya que estaba anteriormente en Mezcalitos, un lugar ubicado en lo que ahora se conoce como Nuevo Vallarta, a pocos kilómetros del poblado.

Tanto Las Jarretaderas como el ejido Jarretaderas, han sido objeto de expropiaciones de tierra, lo cual junto con otras medidas, impulsó la comercialización de las primeras áreas para desarrollos turísticos, con inversión tanto nacional como extranjera (César, 2007). En 1970 fueron expropiadas 382 hectáreas para la construcción del Fraccionamiento Nuevo Vallarta; con la llegada al municipio, de la Comisión para la Regularización de la Tenencia de la Tierra (CORETT), se expropiaron otras 46 h, y para 1990 tuvieron otra expropiación debido a la construcción de la carretera de dos carriles y el puente del río Ameca. Más tarde empezaron a venderse terrenos para fraccionamientos. Sobre el particular dijo un entrevistado: «El ejido ya casi se está terminando, ya no tiene tierras para sembrar, y los que vendieron siguen aquí, lo invirtieron en otros negocitos, pero otros se quedaron sin nada...».

Los primeros ejidatarios que vendieron sus tierras, lo hicieron en 1997 al Sr. Graciano Sovernigo (Director del hotel Paradise Village), quien les pagó 30 mil pesos por hectárea, tiempo después compró más terrenos a un precio mayor, cantidad que en ese momento los ejidatarios consideraron justa, pero que significó el despojarse de su patrimonio familiar.

Con las expropiaciones territoriales y las maniobras del gobierno, el poblado perdió interés para los turistas, motivo por el que la renta de casas-habitación disminuyó (Benavides, 2010), lo cual fue atractivo sobre todo para la gran cantidad de inmigrantes que requerían de un lugar para vivir. Posteriormente, con la construcción del fraccionamiento náutico de Nuevo Vallarta y del hotel Mayan Palace a espaldas del poblado, la localidad alojó a los inmigrantes que trabajaban en la industria de la construcción y provenían de Chiapas, con lo que se convirtió y fue llamada, una localidad «dormitorio».

Actualmente, en Las Jarretaderas viven migrantes de distintas entidades y culturas diversas, por lo que el fenómeno que se observa con su llegada y permanencia, ha adquirido características distintas con el paso de los años, que complejizan su estudio. La migración tiende a no ser temporal sino definitiva, con impactos importantes en la calidad de vida, tanto de la población nativa como migrante. El movimiento de población de un lugar a otro, es una influencia perturbadora y aunque para el migrante tiene un sentido liberador, al abrirle posibilidades de una mejor vida, para las localidades receptoras implica cambios no demandados, que generalmente motivan el rechazo hacia las personas que llegan a los poblados.

El arribo de inmigrantes a las localidades, generalmente propicia importantes cambios demográficos que se ven reflejados en la cifras de los Censos y Conteos Generales de Población y Vivienda. Tenemos así, que Las Jarretaderas, de contar

con 598 habitantes en 1970, pasó a 3,110 en 1990 y para 2010, su población alcanzó la cifra de 6,262 personas, año este último, en que el porcentaje de población de la localidad nacido en otro lugar, fue del 72.6% (INEGI, 1970, 1990 y 2010).

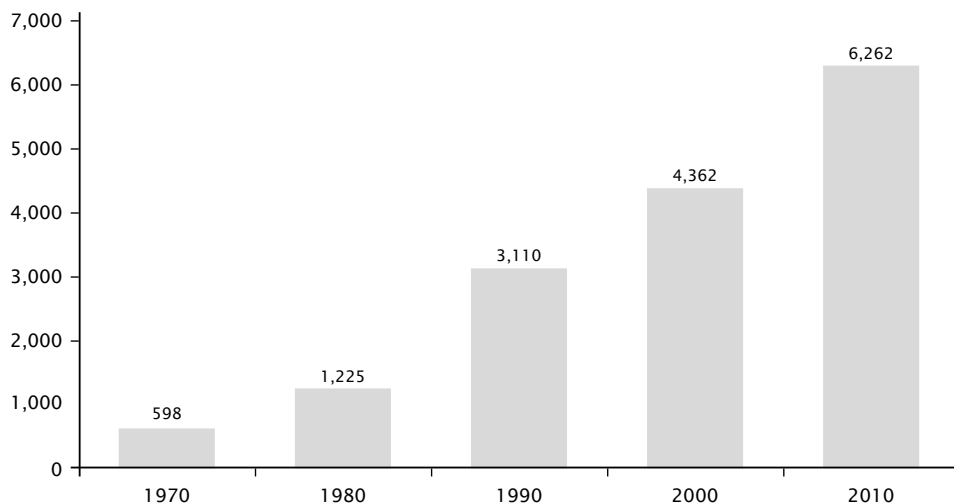
Imagen 1. Familia de inmigrantes



Fuente: Las Jarretaderas, 2013. De Laura Consuelo Rivera González.

Las personas de Las Jarretaderas, refieren que la construcción de hoteles en la bahía, atrajo a migrantes de diversas entidades del país: México, Querétaro y Guerrero y con ello problemas entre «los de aquí y los de allá», lo cual condujo a pleitos y golpes, ya que «los chilangos y queretanos» se sentían superiores y los dueños del pueblo, por lo que asumían actitudes y comportamientos ofensivos con los residentes locales.

Años más tarde, llegó a Las Jarretaderas, un gran contingente de personas que provenían de Chiapas, las cuales también ocasionaron problemas en la localidad, debido a que usaban palabras altisonantes en los espacios públicos y mostraban comportamientos ajenos a los de la población nativa. Había en ese sentido, muy poco trato entre nativos y migrantes y entre migrantes de Chiapas, con migrantes oriundos de México y Querétaro.

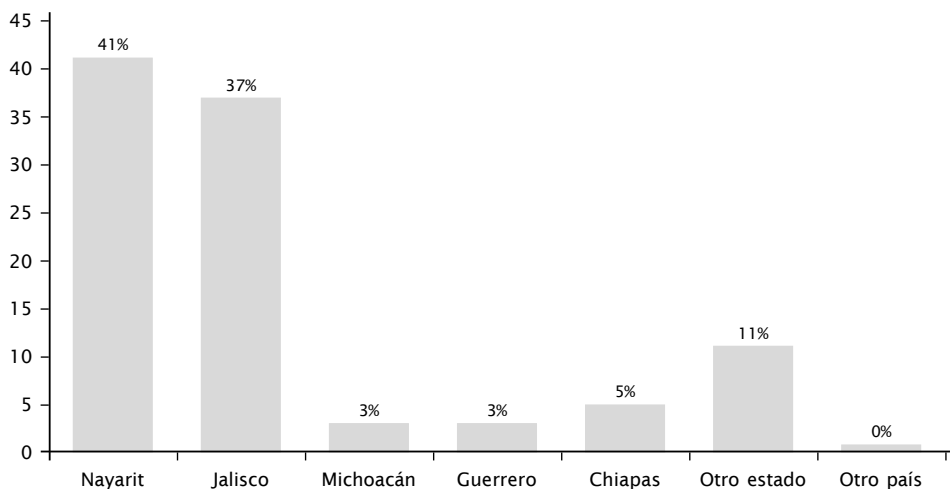
Figura 1. Evolución del incremento población en Las Jarretaderas (1970-2010)

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI.

Actualmente, la mayoría de los inmigrantes en Las Jarretaderas, son del estado de Nayarit (el 41%), le sigue en una proporción menor, quienes son originarios de Jalisco (37%) y en porcentajes más bajos, los que llegaron de Chiapas, Michoacán, Guerrero, Querétaro, Guanajuato y Veracruz. Dichos migrantes expresaron que salieron de sus localidades de origen, en la búsqueda de mejores condiciones de vida y anhelando un mejor futuro para sus familias, ya que en sus comunidades —localizadas a grandes distancias de la ciudad y muchas de ellas en zona de montaña— no había posibilidades de empleo. Allí las personas se dedican a las labores del campo y cuando son contratados, las jornadas laborales son largas, agotadoras y con muy bajas remuneraciones (Figura 2).

La oportunidad que deseaban era posible en una región turística y Las Jarretaderas les ofrecía condiciones favorables para que los costos de su estancia en otro estado y localidad, fueran lo menos oneroso posible. Allí las rentas son más bajas que las que se cobran en otras localidades del municipio de Bahía de Banderas y tampoco hay una inflación tan alta como en estas. Por otra parte, su ubicación geográfica entre Nuevo Vallarta y Puerto Vallarta, les permitía a los inmigrantes, desplazarse con facilidad hacia donde habían logrado obtener un empleo.

En cuanto a los empleos a los que acceden, destaca que tanto los migrantes como el resto de la población, son contratados fundamentalmente para la oferta de servicios turísticos. La encuesta aplicada en el 2013, mostró que el 54% trabaja

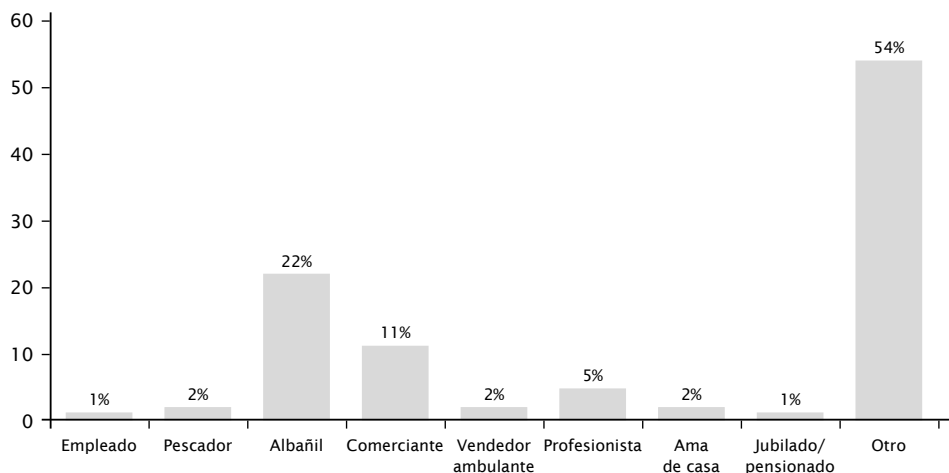
Figura 2. Lugar de origen de los inmigrantes en Las Jarretaderas

Fuente: Elaboración propia.

en un empleo relacionado con el turismo y el 22% en la industria de la construcción. Únicamente el 2% de los entrevistados, manifestó ser pescador y el 1% trabajar como jornalero. Los resultados obtenidos reflejan que las actividades del sector primario son desplazadas por las relacionadas con el sector servicios. Por otra parte, cabe mencionar que el 51% de las personas entrevistadas trabaja en la localidad y el 49% en Puerto Vallarta y Nuevo Vallarta. Un poco más de la tercera parte de la población, es contratada en estos dos destinos turísticos. En el caso de las mujeres migrantes, se emplean en fraccionamientos como trabajadoras domésticas, o bien, en la industria de la construcción, acarreando escombros o material (Figura 3).

Con el auge del turismo en la región, Las Jarretaderas pasó a convertirse de una localidad rural a una urbana, en 1990. Señala Cárdenas (2013), que el poblado es atractivo para los inmigrantes, porque en sus inmediaciones se puede conseguir empleo, en un ramo que no requiere especialización alguna, además, encuentran allí, alojamiento, alimentos, servicio de transporte y facilidades para el envío de dinero u objetos a sus localidades de origen. Sin embargo, también dijeron los entrevistados, que de tres años a la fecha, los migrantes llegan a la localidad por temporadas, ya que la oferta de empleo en la región, sobre todo en la industria de la construcción, ha disminuido considerablemente.

Respecto a los salarios que perciben, se tiene que del total de entrevistados, el 65% manifestó que sus ingresos son insuficientes para subsanar sus necesidades

Figura 3. Ocupación de las personas que trabajan

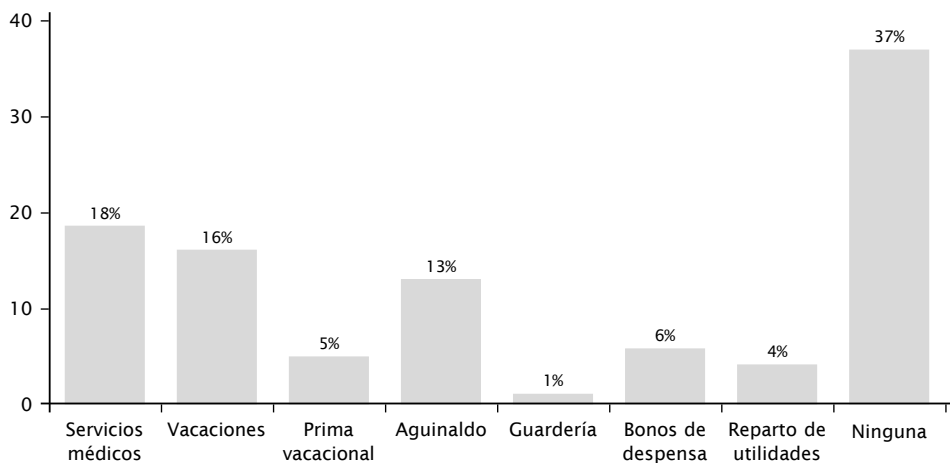
Fuente: Elaboración propia.

y las de la familia. El 51% percibe al día, en promedio, 116 pesos cantidad insuficiente para aquellas familias con 4 o más miembros, que en Jarretaderas son más del 60%.

En cuanto al nivel de escolaridad de las personas entrevistadas, el 64% no accedió al nivel medio superior y el 11% no tiene concluida la primaria. Se observa en ese sentido, que existe una relación directa entre ingresos y grado de escolaridad, ya que el 65% refirió estar insatisfecho con el salario que percibe, un porcentaje similar al de las personas que no estudiaron el nivel medio superior.

Otro dato relevante es el relacionado con la jornada laboral, que es larga y extenuante para los trabajadores. El 63% de los encuestados trabaja de 9 a 12 horas diarias y el 37% de este universo, carece de prestación laboral alguna; solo el 18% cuenta con servicios de salud, al 16% le otorgan vacaciones y únicamente el 13% recibe aguinaldo (Figura 4).

Refirieron los entrevistados, que la mayoría de la población se enferma de infecciones en el estómago y la garganta, problemas cardiovasculares, intoxicación etílica y afecciones nerviosas y mueren por problemas cardiovasculares, cáncer, negligencia médica y por agresiones con arma blanca y de fuego. Lamentablemente, solo existe en la localidad un centro de salud, el cual ofrece servicios deficientes y no está bien equipado. Además, no cuenta con un médico permanente ni los medicamentos necesarios y en no pocas ocasiones, estos se encuentran en estado de caducidad. Carecen también, de instrumental para primeros auxilios. Ello obli-

Figura 4. Prestaciones laborales otorgadas a pobladores de Las Jarretaderas

Fuente: Elaboración propia.

ga a quienes viven en Las Jarretaderas, cuando tienen problemas de salud, a atenderse con médicos privados, cuyo costo no es accesible para muchas personas, incluyendo los migrantes.

En cuanto a la percepción de la población residente, respecto al impacto de la inmigración en su comunidad, el 56% afirmó que esta les es favorable porque hay un mayor consumo en los productos que los establecimientos locales ofrecen para su venta, y se rentan más viviendas; pero el 23% dijo que la llegada de inmigrantes no les beneficia porque estos abaratan su mano de obra —lo cual afecta a las personas del poblado— y causan otro tipo de problemas, mientras que un 21% expresó que no sabía.

No obstante, pese a que un porcentaje importante afirmó que la inmigración les beneficia, las prácticas sociales evidencian que la población nativa responsabiliza a los inmigrantes de los problemas de la localidad, como falta de empleo, ya que consideran que les arrebatan las oportunidades de trabajo, percepción similar en este aspecto, a la que se tiene de los inmigrantes en otros destinos turísticos de Bahía de Banderas. Se les adjudican también a ellos, los problemas de inseguridad, violencia y actos delictivos que hay en el poblado.

La población nativa considera también, que los inmigrantes han invadido sus espacios comunes, como la plaza del lugar, por lo que el espacio público deja de serlo, decae y es a causa del otro, del inmigrante (Benavides, 2010). En ese sentido, su actitud hacia ellos es de desprecio, lo cual los vuelve sumamente vulnera-

bles ante un contexto sociocultural que no favorece el arribo a mejores condiciones de vida (Arnaiz y Ceballos, 2012).

En cuanto a este aspecto, el 62% de los encuestados considera que los inmigrantes son discriminados en Las Jarretaderas y refieren que fundamentalmente se debe a su origen, apariencia física y comportamiento, ya que se embriagan con frecuencia y agreden a otros migrantes —hombres, mujeres y niños— con piedras, palos e incluso machetes. Mencionan que también son adictos a las drogas, ejercen violencia intrafamiliar y en el caso de las mujeres, se prostituyen.

Sin embargo, refieren también, que son víctimas de agresiones verbales y físicas, opinión que coincide con lo expresado por los inmigrantes, quienes afirman que varios de ellos han sido asesinados y los crímenes han quedado impunes. Por otra parte, el 27% de los entrevistados dice que no existe discriminación y el resto, que corresponde al 11%, adujo no saber.

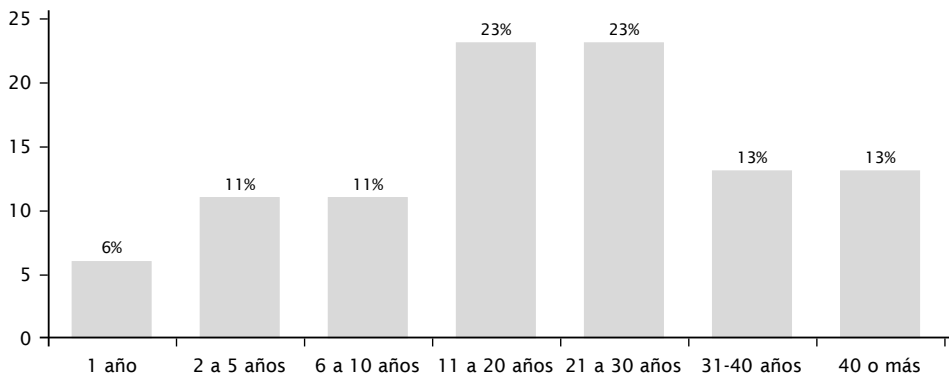
Por su parte, los migrantes se sienten agredidos, discriminados, objeto de abusos y calumnias, que se extienden a sus hijos en las escuelas, sin tomar en cuenta la capacidad y logro académico de los niños, ya que les cierran las puertas en las instituciones educativas, motivo por el cual los padres han tenido que acudir a denunciar esta situación ante las dependencias estatales. Mencionaron incluso, que sus hijos únicamente pueden asistir a la escuela primaria, en el turno de la tarde, ya que no se les inscribe en el turno matutino; por otra parte, los profesores hacen marcadas diferencias en los alumnos, ya que a sus hijos no se les considera para trabajar en equipo, no son escuchadas ni valoradas sus ideas y son víctimas de maltrato no solo físico sino también psicológico, situación que en ocasiones empuja a los hijos de migrantes, a convertirse de víctimas en victimarios, pues se unen con los niños de la población nativa, para maltratar a otros infantes en su misma condición, y ser de esta forma aceptados.

A diferencia de sus padres, refieren los niños en las entrevistas, que preferirían regresar a sus lugares de origen, aunque vivan con más carencias, porque allá no los maltratan y eso los hace sentirse tranquilos, felices y no solos como en Las Jarretaderas.

Es importante mencionar que el 46% de las personas entrevistadas, tiene viviendo en el poblado entre 11 y 30 años y el 17%, entre 1 y 5 años, lo cual muestra que de la década de los ochenta del siglo pasado al año 2000, muchas de ellas establecieron su residencia permanente en la localidad, debido al auge del turismo en el municipio de Bahía de Banderas; sin embargo, se percibe también un decremento de la llegada de migrantes, lo cual está sin duda relacionado con la crisis económica mundial que afecta a los centros emisores de turistas hacia la

región. Aunque Las Jarretaderas no es una localidad destino, su dinámica socioeconómica está directamente relacionada con el turismo (Figura 5).

Figura 5. Años de vivir en Las Jarretaderas



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las viviendas en el poblado, son precarias. Por otra parte, solo el 57% de los entrevistados afirmó ser propietario, mientras que el 43% manifestó lo contrario. De este último porcentaje, el 23% dijo que su vivienda es prestada y el 19% mencionó que pagaba renta. Además, el estudio realizado demostró que hay problemas de hacinamiento en las viviendas de la localidad, ya que en el 50% de los hogares visitados, viven de 4 a 7 miembros, en el 9% habitan de 8 a 11 personas y en el 2.7% más de 12 personas.

Lo anterior nos muestra las difíciles condiciones en que los inmigrantes viven en la localidad. Alejados de sus comunidades por la expectativa de un empleo que les permita la adquisición de los satisfactores básicos, tanto para ellos como para su familia, deciden desplazarse a destinos donde no logran integrarse. Siempre son vistos como «los extraños», «los de costumbres distintas y raras» los pobres que necesitan moverse de sus lugares de origen «para poder comer». En Las Jarretaderas, como los mismos migrantes y población nativa lo expresan, hay discriminación y exclusión no únicamente social, sino también psicológica, que no solo los lleva a ser rechazados sino que también tiende a hacerlos culpables de su situación (Molero *et al.*, 2001); en ese sentido no puede hablarse de calidad de vida en la población, definida ésta como un estado de satisfacción general derivado de la realización de las potencialidades de la persona (...) una sensación subjetiva de bienestar físico, psicológico y social (Ardila, 2003 citado en Tánori *et al.*, s. f.).

Las condiciones en las que viven los inmigrantes en Las Jarretaderas, muestra la necesidad urgente de que los gestores públicos diseñen estrategias que permitan la inclusión en las sociedades destino, de estos grupos altamente vulnerables, ya que la exclusión social no únicamente tiene efectos sobre los grupos excluidos, como en este caso los inmigrantes, sino también sobre las sociedades en general, tanto en los ámbitos económico como social (Brown y Crompton, 1994; Roche y Van Berkel, 1997; Tezanos, 1999; citados en Molero *et al.*, 2001). Por otra parte, tampoco puede omitirse el mencionar los efectos psicológicos y psicosociales sobre los individuos y grupos afectados. En Las Jarretaderas, las entrevistas con inmigrantes mostraron su baja autoestima, la inexistencia de vínculos con la población nativa, el deterioro físico de las personas en relación con su edad, así como el establecimiento de relaciones violentas al interior de sus familias y con otros inmigrantes.

Algunas reflexiones finales

En el caso del turismo, una de las actividades más importantes a nivel mundial, por su capacidad para generar riqueza y empleo, las estrechas e intensas relaciones que se dan entre este fenómeno y las migraciones, y que tienen un alcance político y sociológico de gran amplitud, han sido generalmente difuminadas (Lanquar, 2007). Las regiones turísticas ejercen una fuerte atracción en los sectores más pobres y vulnerables, ante la posibilidad de un mejoramiento de sus condiciones de vida, pero los flujos migratorios tienen serios impactos no solo en las localidades expulsoras sino también en las localidades destino. Un ejemplo de ellos es Las Jarretaderas, donde la gran cantidad de inmigrantes procedentes de distintas entidades del país, han modificado el paisaje, la dinámica social, la naturaleza de las relaciones interpersonales y la cultura local. En este sentido, las causas del cambio social en la localidad, han sido de origen externo y cuando es ésta su naturaleza, por lo regular suele ser fuente de conflictos, ya que se forzó al cambio en contra de la voluntad colectiva, como lo puntualiza Saco (2012).

Pero no ha sido solo la población nativa la afectada por el fenómeno de la inmigración. También los migrantes han pagado el precio y no ha sido bajo. La situación de pobreza, el vivir en infraviviendas, aislados del resto de la sociedad y sin los apoyos institucionales que debieran serles proporcionados, los ha puesto en alto riesgo de sufrir exclusión social, apartados de los derechos políticos, laborales, económicos y sociales consagrados en la Constitución (Tezanos, 1999).

En Las Jarretaderas, los inmigrantes sufren exclusión social natural, ya que son rechazados por la población receptora, quien les ve como «extraños» no solo por «venir de fuera», sino por tener otra cultura y «ser diferentes». Padecen, además, consecuencias psicológicas del rechazo en la localidad, como pérdida de autoestima, deterioro físico y psíquico e incremento de la agresividad, lo cual lo conduce a establecer relaciones violentas, tanto en la familia como en la comunidad (Molero *et al.*, 2001).

Aunque el inmigrante cuenta con un empleo muchas veces temporal, su salario es precario, sin prestaciones sociales y a expensas de los abusos que los desarrolladores de la zona, conocedores de la vulnerabilidad de este sector, cometen contra ellos: largas y extenuantes jornadas laborales sin pago de horas extras y firma de contratos quincenalmente, con días no laborables para impedir que se generen derechos por el trabajador.

Esta situación nos lleva a reflexionar en el papel marginal del estado, ante las condiciones de indefensión en que se encuentran los migrantes, quienes por sus condiciones de vida en las localidades destino, ni siquiera alcanzan el status de ciudadanos. ¿Cómo pretender en ese sentido, lograr la sustentabilidad, sin atender siquiera las condiciones en las que se encuentran grupos excluidos como el mencionado? Cualquier sociedad que se precie de ser democrática y propugnar por la búsqueda de una mayor calidad de vida para toda la población, tiene el deber moral de atender un problema tan grave como el de la exclusión social. En ese sentido, se vuelve necesario y urgente atender el problema y buscar —mediante programas diversos diseñados ex profeso— la inclusión, trabajando no únicamente con los inmigrantes sino también con la población receptora. Promover la tolerancia, el respeto y la valoración de la diferencia y la diversidad cultural, es fundamental para superar la inequidad, la exclusión social, mejorar la calidad de vida y lograr sociedades más igualitarias (Molero *et al.*, 2001).

Referencias

- Arnaiz Burne, Stella Maris y Luz Angélica Ceballos Chávez (2012). Las organizaciones religiosas en Bahía de Banderas y su papel en la transición, en *Desarrollo, sustentabilidad y turismo: una visión multidisciplinaria*. Tepic: Universidad Autónoma de Nayarit.
- Arroyo Alejandro, Jesús (1986). *Migración a centros urbanos*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

- Barómetro OMT del Turismo Mundial 2014.
- Benavides Cortés, María Mayela (2010). Paisaje restrictivo. Mirada de los habitantes de Las Jarretaderas, Nayarit, en *Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales del Colegio de Sonora*, vol. II, núm. 1.
- Cárdenas Gómez, Érika Patricia (2013). Las Jarretaderas, Nayarit (México): Un intersticio social en una zona metropolitana turística de sol y playa, en *Territorios*, núm. 28, pp. 105-126.
- César Arnaiz, Fernanda (2007). *Ciudades turísticas. Desarrollo e imaginarios Careyes y Nuevo Vallarta*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Correa Dos Santos y Antonini (2004). *La gastronomía típica de la isla de Santa Catarina Brasil*, en <http://estudiosenturismo.com.ar/search/PDF/v13n1y2a06.pdf>
- El País* (2014). México encabeza el turismo en América. 3 de noviembre, sección Economía.
- García Abad, Rocío (2003). Un estado de la cuestión de las teorías de las migraciones, en *Historia contemporánea*, núm. 26, p. 350.
- INEGI Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (1970). *Censo General de Población y Vivienda*. Aguascalientes: INEGI.
- (1980). *Censo General de Población y Vivienda*. Aguascalientes: INEGI.
- (1990). *Censo General de Población y Vivienda*. Aguascalientes: INEGI.
- (2000). *Censo General de Población y Vivienda*. Aguascalientes: INEGI.
- (2010). *Censo General de Población y Vivienda*. Aguascalientes: INEGI.
- Herrera Carassou, Roberto (2006). *La perspectiva teórica en el estudio de las migraciones*. México: Siglo XXI.
- Lanquar, Robert (2007). Turismo, migraciones y codesarrollo, en *Revista Internacional de Sociología*, vol. LXV, núm. 48, pp. 221-241.
- Meza Ramos, Eduardo, Verónica Zamudio Santos y Ricardo Jesús Ramírez Castillo (2010). Migración interna en Jalisco y Nayarit, en *De aquí, de allá. Migración y desarrollo local*. Tepic: Universidad Autónoma de Nayarit.
- Molero, Fernando, Marisol Navas y J. Francisco Morales (2001). Inmigración, prejuicio y exclusión social: reflexiones en torno a algunos datos de la realidad española, en *Internacional Journal of Psychology and Psychological Therapy*, vol. 1, núm. 1, pp. 11-32.
- Montes de Oca, Catalina (2001). *Puerto Vallarta en mis recuerdos*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Plan Municipal de Desarrollo de Bahía de Banderas 2011-2014* (2011).

- Programa de Desarrollo Urbano del Centro de Población de Jarretaderas, Municipio de Bahía de Banderas, Nayarit* (2005). Tepic: Gobierno del Estado de Nayarit.
- Saco Álvarez, Alberto (2012). *Sociología aplicada al cambio social*. Santiago de Compostela: Universidad Santiago de Compostela.
- Sánchez Morales, Hildegard María Rosario (2011). En los límites de la exclusión social. Inmigración y sinhogarismo en España, en *Papers* 2012, 97/4, pp. 829-847.
- Tánori Quintana, Jesús, Jesús Francisco Laborín Álvarez y José Ángel Vera Noriega (s. f.). *Calidad de vida: el significado psicológico en trabajadores agrícolas indígenas migrantes del estado de Sonora*, en <http://www.ciad.mx/archivos/desarrollo/publicacione>
- Tezanos, José Félix (1999). *Tendencias en exclusión social en las sociedades tecnológicas. El caso español*. Madrid: Editorial Sistema.

Autores

- Adame Gómez**, Salvador,
Universidad Tecnológica de Bahía de
Banderas.
- Anaya Rodríguez**, Luis Antonio,
Universidad de Guadalajara.
- Arciniega Márquez**, Mario Enrique,
Universidad Tecnológica de Nayarit.
- Arnaiz Burne**, Stella Maris,
Universidad de Guadalajara.
- Baños Francia**, José Alfonso,
Instituto Tecnológico Superior de
Puerto Vallarta.
- Bañuelos Hernández**, Martha Cristina,
Universidad de Guadalajara.
- Bohórquez González**, Bibiana Andrea,
Universidad Tecnológica de Nayarit.
- Castro Álvarez**, Ulises,
Universidad Autónoma de Nayarit.
- Ceballos Chávez**, Luz Angélica,
Universidad Autónoma de Nayarit.
- César Arnaiz**, Fernanda,
Universidad Anáhuac - Puebla.
- César Dachary**, Alfredo,
Universidad de Guadalajara.
- Conde Pérez**, Ernesto Manuel,
Universidad de Colima.
- Contreras Cueva**, Angélica Beatriz,
Universidad de Guadalajara.
- Cortés Guardado**, Marco Antonio,
Universidad de Guadalajara.
- Covarrubias Cuéllar**, Karla Yolanda,
Universidad de Colima.
- Cruz Chávez**, Gustavo R.,
Universidad Autónoma de Baja
California Sur.
- Cruz Chávez**, Plácido R.,
Universidad Autónoma de Baja
California Sur.
- Dávalos García**, Sergio Roberto,
Universidad de Guadalajara.
- Enciso Peña**, María del Carmen,
Universidad Tecnológica de Bahía de
Banderas.
- Fonseca Morales**, María Alicia,
Universidad Autónoma de Nayarit.
- Galaviz Rivas**, Verónica Reyna,
Universidad Tecnológica de Nayarit.
- García Carmona**, José Benito,
Universidad Autónoma de Nayarit.
- Gauna Ruiz de León**, Carlos,
Universidad de Guadalajara.
- Gilabert**, César,
Universidad de Guadalajara.

- González Cortés**, Leonor Guadalupe,
Universidad Tecnológica de Nayarit.
- González Valadez**, David Israel,
Universidad Autónoma de Nayarit.
- Huízar Sánchez**, María de los Ángeles,
Universidad Tecnológica de Bahía de
Banderas.
- Ibáñez Pérez**, Reyna María,
Universidad Autónoma de Baja
California Sur.
- Jacobo Garrafa**, Dagoberto,
Universidad Autónoma de Nayarit.
- Jiménez Olivera**, Vicente Alejandro,
Universidad de Colima.
- Juárez Mancilla**, Judith,
Universidad Autónoma de Baja
California Sur.
- Llamas Paz**, María Reyes,
Universidad Estatal de Sonora.
- López Ramos**, Jorge Luis,
Universidad de Guadalajara.
- López Sánchez**, Roberto,
Universidad Autónoma de Nayarit.
- Magaña Carrillo**, Irma,
Universidad de Colima.
- Medina Esparza**, Lorena Trinidad,
Universidad de Guadalajara.
- Muñoz Viveros**, Manuel,
Instituto Tecnológico Superior de
Puerto Vallarta.
- Navarro Meza**, Miguel,
Universidad Tecnológica de Bahía de
Banderas.
- Nuño Rodríguez**, Ana Guadalupe,
Universidad de Guadalajara.
- Orozco Bravo**, Melchor,
Universidad de Guadalajara.
- Rivera González**, Laura Consuelo,
Universidad Autónoma de Nayarit.
- Rodríguez Hernández**, Eusebio,
Universidad Autónoma de Nayarit.
- Rosales Herrera**, Rodolfo,
Universidad Tecnológica de Nayarit.
- Ruiz Hermoso**, Francisco Javier,
Universidad Anáhuac - Puebla
- Scartascini Spadaro**, Gabriela,
Universidad de Guadalajara.
- Torres González**, Luis Gabriel,
CIESAS Occidente.
- Tovar Ramírez**, Rodrigo,
Instituto Tecnológico Superior de
Puerto Vallarta.
- Urciaga García**, José I.,
Universidad Autónoma de Baja
California Sur.
- Valenzuela Avalos**, Nanzuyt Saray,
Universidad de Guadalajara.
- Vargas Muñoz**, Rosa Elizabeth,
Universidad de Guadalajara.
- Villanueva Sánchez**, Rafael,
Universidad Tecnológica de Bahía de
Banderas.
- Villaseñor Palacios**, Bertha Alicia,
Universidad Autónoma de Nayarit.
- Virgen Aguilar**, Carlos Rogelio,
Universidad de Guadalajara.
- Zambrano Medina**, Virginia,
Universidad Estatal de Sonora.
- Zepeda Arce**, Alfonso,
Universidad de Guadalajara.
- Zepeda Hernández**, Sandra Luz,
Universidad Tecnológica de Bahía de
Banderas.

Desarrollo, crisis y turismo
se terminó de imprimir en febrero de 2015
en los talleres de Ediciones de la Noche,
Madero 687, Colonia Centro,
44100, Guadalajara, Jalisco, México.
www.edicionesdelanoche.com

La edición consta de 560 ejemplares.

Composición tipográfica y cuidado de la edición:
Laura Biurcos Hernández

Diseño de portada: Candelario Macedo Hernández

La profunda crisis que se inicia en los países centrales, a finales de 2008, tuvo entre sus causas una burbuja inmobiliaria, las hipotecas tóxicas y demás instrumentos del mundo financiero que le dieron más fuerza a la misma, pero el turismo ha enfrentado a ésta con nuevas estrategias y, en general, se presenta hoy una recuperación y expansión que no se dan en otras actividades ni se replican en otras geografías distintas a las del turismo.

Hoy la sociedad es diferente a la del comienzo del turismo masivo y éste se adecua a los cambios, ya que las condiciones de esa época han desaparecido, por lo que la crisis viene a incentivar la creatividad y adaptabilidad a estos nuevos procesos que nos enfrenta el modelo de desarrollo turístico.



ISBN: 978-607-742-163-4



9 786077 421634