

Impactos y dimensiones del Turismo

Impactos y dimensiones del Turismo

PATRICIA NÚÑEZ MARTÍNEZ
STELLA MARIS ARNAIZ BURNE
Coordinadoras

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
2010

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Marco Antonio Cortés Guardado
Rector general

Miguel Ángel Navarro Navarro
Vicerrector ejecutivo

José Alfredo Peña Ramos
Secretario general

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

Javier Orozco Alvarado
Rector

Luz Amparo Delgado Díaz
Secretario académico

Joel García Galván
Secretario administrativo

Primera edición, 2010

D.R. © 2010, UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Centro Universitario de la Costa
Av. Universidad de Guadalajara 203, Delegación Ixtapa
48280 Puerto Vallarta, Jalisco, México

ISBN 978-607-450-229-9

Impreso y hecho en México
Printed and made in Mexico

Índice

Prólogo	7
Enrique Torres Bernier	
I. El observatorio y la realidad en el universo del turismo	11
Stella Maris Arnaiz Burne	
II. El impacto de la crisis económica en los países y destinos turísticos emergentes	31
Alfredo César Dachary	
III. El tránsito entre una política turística cifrada en las ventajas comparativas a otra basada en ventajas competitivas	49
Marco Antonio Merchand Rojas	
IV. Política económica y desarrollo regional. La Costa de Jalisco a mediados del siglo xx	65
Patricia Núñez Martínez	
Gabriela Scartascini Spadaro	
V. La percepción de los turistas de cruceros sobre la calidad de los servicios en Puerto Vallarta	87
Carlos Gauna Ruiz de León	
Carlos Rogelio Virgen Aguilar	
Miguel Ángel Velazquez Ruiz	

VI. Puerto Vallarta más allá del paraíso. Paraíso e infierno, dos concepciones antagónicas de un mismo lugar	101
Patricia Núñez Martínez Marco Antonio Merchand Rojas	
VII. El imaginario turístico de Puerto Vallarta	127
César Gilabert Juárez	
VIII. Riviera Nayarit: los efectos del “desarrollo”	143
Carlos Rogelio Virgen Aguilar	
IX. Los costos sociales del turismo en un municipio en transición. El caso de Bahía de Banderas, Nayarit	171
Luz Angélica Ceballos Chávez Bertha Alicia Villaseñor Palacios Carlos Rafael Rea Rodríguez	
X. La insostenibilidad del turismo residencial	187
Bertha Alicia Villaseñor Palacios Luz Angélica Ceballos Chávez	

Prólogo

Enrique Torres Bernier¹

El prologar un libro de este tipo, constituido por un conjunto de artículos sobre temas de turismo pero de temática distinta y desarrollados a niveles de abstracción diferentes, es una tarea que podemos calificar al menos como ardua. Por esta razón parece conveniente hacer sólo algunos comentarios sobre las ideas más recurrentes del texto, sin entrar en los casos concretos que se describen por ignorar a fondo esas realidades, por otra parte siempre complejas.

Ya pocos dejan de reconocer la necesidad de hacer aproximaciones pluridisciplinarias del turismo. Es cierto que la especialización es una necesidad, no una virtud, pero en el caso de la actividad turística esa necesidad es sumamente perniciosa, especialmente cuando lo que deseamos no es sólo comprenderla, sino intervenir sobre ella. El desmembramiento de las ciencias sociales a partir del racionalismo que la ilustración trajo consigo, ha dado innegables resultados para el desarrollo de la sociedad occidental. Sin embargo, el turismo por su propia complejidad, sólo puede encontrar una explicación útil para la ciencia social, desde un tratamiento conjunto de varias disciplinas científicas. Es evidente que la economía, por su valor explicativo de los hechos sociales, es una de ellas, incluso la principal. Pero esta visión parcial nos llevaría a notorios errores de comprensión y de intervención sobre la realidad turística. Así la variable territorial, representada principalmente por la geografía y por el urbanismo, es inseparable de la turística, tanto desde la perspectiva de la oferta (espacio residencia, espacio urbe y espacio infraestructura) como de la demanda (espacio motivación) y

1 Profesor Titular de Economía Aplicada y Presidente de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo.

su importancia está muy relacionada con su propia morfología y su fragilidad ante la acción entrópica. Todas las interpretaciones, políticas y planes turísticos que han ignorado los aspectos territoriales que lo envuelven, han resultado solemnes fracasos. Otro aspecto íntimamente unido al territorio como es el medio ambiente también ha de estar presente en el análisis turístico y no como una limitación, como muchos lo consideran, sino como un elemento más integrado al sistema turístico de cuya correcta inserción pueden derivarse sinergias para ambas partes. No termina aquí el tratamiento multidisciplinar de la actividad turística, la sociología, o, mejor, la psicociología, es necesaria para poder entender ciertos comportamientos, individuales y de grupo ante el turismo (*homo lúdicus*), el derecho, tan necesario en la regulación de una actividad emergente, y, como no, la antropología social, con su premura en el tratamiento de este fenómeno y a pesar de su esterilidad para proporcionar muchas veces respuestas generales y soluciones a sus problemas, también ha de ser considerada como un aporte valioso para el estudio del turismo.

Como siempre, el problema radica en encontrar técnicas de análisis que permitan resolver el problema que nos plantea la interdisciplinariedad, y que puedan conducirnos a metodologías más fértiles de las que hasta ahora hemos venido usando los interesados en este fenómeno, tan característico de nuestro tiempo, desde las diferentes disciplinas citadas.

Otra variable fundamental a tener en cuenta en la actividad turística es el elevado grado de transversalidad que presenta, entendiendo como tal la inclusión dentro de la misma y, por ende, de las políticas que deben desarrollarse para su mejora, de aspectos y agentes que no entran en el campo de dominio turístico, entendiendo como tal el que corresponde a las diferentes administraciones con competencias sobre las actividades de naturaleza turística (alojamiento, restauración, transporte, intermediación y promoción). Aunque el concepto presente cierta simetría con la pluridisciplinariedad antes comentada, no es lo mismo. El primero opera en el campo de la ciencia, el segundo en el de la realidad jurídica e institucional en que la sociedad se constituye.

Hoy día uno de los factores claves de la competitividad de los productos y destinos turísticos es la forma y calidad de su gestión. Queda claro que una gestión turística reducida al campo de las actividades de naturaleza

turística (sector turístico para los economistas) está condenada al fracaso. Para comprender, planificar y desarrollar políticas turísticas es preciso partir de un criterio de delimitación más amplio, contemplando de un lado, todo lo que el turista demanda como tal y, de otro, la oferta, que incluye también un componente decisivo de convencimiento y apuesta social. No debemos de olvidar que un destino turístico es ante todo, un acto de voluntad colectiva de un grupo social organizado.

A pesar de las dificultades que el estudio del turismo presenta, en los últimos treinta años, también se han conseguido avances. Ya se puede decir que tenemos un acervo de conocimientos comunes, un “corpus conceptual y analítico” que permite el entendimiento entre los estudiosos de los diferentes campos que abordan el turismo. Este principio de acuerdo, que deberá de seguir ampliándose, augura un futuro halagüeño para el avance del conocimiento científico del turismo.

El crecimiento de la actividad turística no sólo se ha producido en “extensión” sino también en “profundidad”. Dicho de otro modo, es una actividad no sólo mayor sino más compleja y diversa, y en el mismo camino debe de caminar la orientación científica de su conocimiento. Además, está claro que el incremento cuantitativo del turismo tiene dos orígenes, el aumento de las rentas medias de los ciudadanos de los países en crecimiento, y la mejor gestión de costes, donde también incluimos las economías de escala y externas dentro de esta actividad, y los cambios en el transporte. Esto quiere decir que los aumentos de demanda se han dado, sobre todo, por el lado de las rentas medias y bajas. Los ricos siempre han hecho turismo y la elasticidad (sensibilidad) de su demanda respecto a los posibles aumentos de sus rentas es muy baja (insensible). Es por eso que el turismo, cada vez más masivo, es cada vez en mayor proporción de rentas más bajas, consecuentemente con personas de menor preparación cultural, y más propensas a caer en las redes del consumismo estandarizado del capitalismo actual.

Enlazando con lo anterior, esta doble expansión de la actividad turística nos debe llevar a hablar de diferentes “turismos”, cuya organización y contenidos son absolutamente distintos, aunque todos ellos los podamos recoger dentro del hecho vacacional y, con más propiedad, en la sociedad del ocio. Es necesario un esfuerzo de reflexión que nos lleve a una mayor

claridad en el manejo y comprensión de las diferentes formas de turismo. Conceptos como autenticidad, estandarización, alienación y sostenibilidad turística, ya de por sí de difícil comprensión y consenso, se utilizan con frecuencia de un modo parcial e interesado, según posicionamientos ideológicos y doctrinales.

El crecimiento del turismo en extensión y profundidad que ha tenido en los últimos años y que parece va a seguir teniendo, lo convierte en un vasto campo de estudio de una hipotética civilización del ocio, por la que el hombre y los políticos que hipotéticamente lo representan, no parecen estar en condiciones de apostar seriamente mientras sigan empeñados en un consumo infinito a costa de sí mismo y de todo lo que le rodea.

I. El observatorio y la realidad en el universo del turismo

*...Un poeta esquimal hablando de su casa nómada decía:
“...y no buscamos hacer nada bello, sólo hacerlo verdadero.
La belleza allí era sólo una costumbre”.*
John Berger, 2007

Stella Maris Arnaiz Burne

Los antecedentes

Por razones de carácter académico y, por la propia realidad que representan, las diferentes teorías que se dan sobre determinados temas se plantean como opciones o perspectivas propias del mismo, cuando en realidad generalmente vienen de otras experiencias y se adecuan a nuevos temas-universos.

Un ejemplo de ello lo dan los observatorios que forman parte de una amplia gama de estas instituciones que van desde derechos humanos a actividades económicas concretas.

Así los observatorios, como la teoría de los cluster, vienen primero de la economía que es la disciplina que realmente aloja a esta actividad en su primera versión de un modelo de negocio o la versión ampliada de un modelo de transición.

Con la caída de un paradigma alternativo al capitalismo, éste logró re-posicionarse y penetrar toda la realidad mundial incluida la intelectual, dominado a través de sus teorías ejes como el neoliberalismo económico o la teoría sistémica que viene de las ciencias exactas y se extrapola mecánicamente al turismo y las nuevas concepciones medioambientales, incluso a la propia ecología.

La socialdemocracia, la cara amable del capitalismo global, ha asumido como concepción teórica el conformismo social el cual se edifica sobre las estructuras mentales complacientes, mutando la condición humana y negando su naturaleza ética.

Así las estructuras mentales del conformismo social pretenden construir una acción y una relación social lo más simplificada de la realidad

posible. La teoría de sistemas, el conductismo, la teoría de la acción social comunicativa, la pragmática social y la lingüística son los referentes teóricos de esta visión simplificada ex profeso de la realidad (Roitman, 2003).

Esta situación lleva a que la teoría pierda su función crítica, o sea, la de un saber destinado a explicar nuestra realidad y es reemplazada por la función de explicar el orden dado.

Así la razón es descartada por inútil, dando lugar al pragmatismo, según el filósofo católico Hessen, en donde "...el hombre no es un ser teórico o pensante, un ser práctico, un ser de voluntad y de acción... el intelecto es dado al hombre no para investigar y conocer la verdad, sino para poder orientarse en la realidad" (Hessen, 1976).

El pensamiento sistémico permite la mutación de la condición humana de un ser social y político a un operador sistémico, autocomplaciente y conformista, ya que este discurso se puede llenar fácilmente con los códigos centrales del sistema, que según Niklas Luhmann son: el poder, el amor, el dinero o la verdad.

Esto se refleja en la vida cotidiana donde el individuo ya no tiene peso propio, ha sido incorporado al proceso de la moda y de la obsolescencia acelerada: la realización definitiva del individuo coincide con su desubstancialización, con la emergencia de individuos aislados y vacilantes, vacíos y reciclables, ante la continua variación de los modelos (Lipovetsky, 1988).

El pensamiento sistémico se acopla de manera excepcional en el fenómeno del turismo ya que al hacer un uso sofista del discurso, tiene por fin edificar una sociedad a partir de que el operador sistémico conozca los signos, una nueva mecanización del hombre que se mueve por señales: siga, peligro, vea, belleza escénica y otros (Roitman, 2003).

Esta nueva realidad emergente es la de la sociedad del consumo donde la clase consumidora comparte una cultura cada vez más uniforme, donde los supermercados y los centros comerciales son las nuevas catedrales de la modernidad.

Esta es la realidad que aloja a esta nueva forma del turismo que algunos denominan el posturismo, donde ante la ruptura de las grandes narraciones dominantes, que han sido la base de las visiones del mundo (religiones y ciencias), las verdades y creencias fundamentales de la modernidad, se deses-

tabilizan y se borran los límites entre alta y baja cultura, las identidades se convierten en múltiples y cambiantes.

La fantasía por definición es una esfera de la experiencia “fuera de este mundo”, pero juega en el mundo posmoderno un papel análogo a “los otros lugares” auténticos fuera del alcance de la modernidad. De allí que la búsqueda de la autenticidad era la respuesta turística al descontento de la modernidad, la búsqueda de lo fantástico, hoy mayoritariamente en el pasado, es la típica respuesta a la homogenización del mundo posmoderno (Cohen, 2005).

El turismo hoy es un servicio, a la vez que un producto; un modelo de negocio a la vez que una vía de desarrollo dentro del capitalismo global; de allí que sea muy difícil poder definirlo y concordar con la perspectiva que se pretende analizar.

Creemos que es posible en forma simplificada hablar de tres grandes perspectivas: la tradicional, que se limita al negocio del turismo y no va más allá de éste, ya que su objetivo es formar cuadros técnicos para hoteles y otros servicios de apoyo.

La perspectiva que parte desde una base macroeconómica y que se basa en la planificación es una segunda forma de análisis, muy amplia y una de las más socorridas entre los expertos y consultores, acá se ve el negocio en su versión más amplia.

La tercera visión es la que busca el significado del turismo y el papel que juega éste en el desarrollo del capitalismo global. Esta perspectiva es la menos socorrida ya que implica una lectura crítica del sistema, algo que hoy ya no es lo usual en la academia y, por ende, no es factible de tener apoyos.

Los observatorios se ubican entre las dos perspectivas iniciales, que en ello agotan sus límites, pero no con ello se termina de conocer la realidad, queda otra perspectiva más amplia que no se reduce a indicadores o estadísticas sino plantea procesos continuos.

Los observatorios juegan un papel muy importante en la socialización de la información básica de los destinos, sirven como referente a los inversionistas y de base para la definición de políticas públicas.

La realidad observable: los límites del fenómeno

La realidad puede ser observada y analizada desde muchos ángulos diferentes, en este caso tomaremos ejemplos concretos de ellos que derivan en perspectivas de análisis.

La lectura geopolítica, que se hizo durante la guerra fría en el Caribe y Centroamérica, ubicó al turismo desde la perspectiva de un modelo de fácil asimilación, inmediata aplicación y resultados muy rápidos, principalmente en lo más sentido de la sociedad: el empleo.

Estas tres características que lo hicieron ideal para su rápida implementación frente a la coyuntura compleja, un triple proceso de descolonización, un modelo alternativo, la revolución cubana y crisis económica regional, todo ello en la difícil década de los sesenta y setenta (Arnaiz y César, 2009).

Frente a esta visión geopolítica hay otras muy diferentes que ven que el turismo crece y eclosiona en la segunda mitad del siglo xx por dos grandes razones, una de avances tecnológicos y otra de avances en la sociedad que emergía luego de dos grandes guerras mundiales.

Ambas lecturas, muy diferentes entre sí, no son excluyentes sino se complementan, ya que el auge del turismo obliga a buscar zonas-destino, y es allí donde aparecen el Caribe, los destinos tropicales, las islas del Pacífico y la propia España franquista, una descripción muy clara de ello está en el clásico del turismo de la época (Fernández Fuster, 1991).

La diferencia de ambas lecturas es por los resultados más que las causas o motivos que generaron este fenómeno mundial, ya que todo el proceso se da en un mismo sistema económico, por lo que por un lado es un avance y una esperanza para los pueblos de acogida que vivían en la pobreza, se transforma luego en una decepción (De Kadt, 1991).

Así en los setenta caía la imagen pura y separada de la realidad del sistema del turismo, algo que se quiso imponer a la sociedad pero que sus promotores conocían bien y empiezan a emerger sus grandes costos sociales, primero, y ambientales, culturales y sanitarios, luego.

Décadas después, en un nuevo proceso de búsqueda de teorías que respalden los hechos que hoy nos han cambiado la forma de vivir y la propia sociedad, Naomi Klein plantea la Teoría del Shock, donde habla del nuevo

capitalismo del desastre, frente al otro, el apocalíptico de la religión de los ecologistas profundos.

En diciembre de 2004 se da el trágico tsunami que afectó a Indonesia, Sri Lanka y otros países de la región que cobró la vida de un total aproximado de 250 mil personas y dejó sin hogar a más de dos millones de personas, en lo que se ha calificado como una de las catástrofes naturales más grande de la humanidad.

Las playas de esta región, que estuvieron históricamente habitadas por pueblos de pescadores, fueron compradas por los grandes desarrolladores del turismo, lo cual llevó a que los pescadores fueran reasignados y el paisaje costero transformado, sacando parte de la duna y la vegetación de soporte, para hacerlo “más atractivo”.

Luego del tsunami, éste había logrado lo que los grandes inversionistas habían solicitado, sacar de la zona a los pescadores y la población de ésta, lo cual fue aprovechado por las autoridades para cambiar las leyes que regulaban la zona costera.

Cuando la población regresó se encontró con esta nueva situación, que los habían despojado de sus tierras, revalorizadas por el turismo y los mandaron a una zona interior donde se les ha hecho muy difícil el seguir con la pesca ribereña que era su principal fuente de ingresos (Klein, 2007).

Este mecanismo de apropiación es similar al que se ha venido aplicando a los pueblos originarios a lo largo del mundo para sacarlos de sus tierras y hacer de éstas, áreas naturales protegidas.

Entre las primeras y las últimas teorías tenemos un hilo conductor, que es el crecimiento del turismo dentro del auge y expansión sin límites del capitalismo global, que sería el marco de referencia para entender la magnitud, impacto y papel que juega el mismo en el sistema mundial.

De ello derivamos una primera conclusión preliminar, de que las visiones o lecturas limitadas y sin referencias a la región y los pueblos que la habitan se ajustan al análisis del negocio del turismo, la perspectiva más técnica, pero omite los resultados del modelo y sus externalidades, que son realmente los resultados que éste deja en la sociedad de acogida.

Paisaje o territorio

Para llegar a las categorías centrales de territorio y paisaje debemos pasar por la de espacio, concepto elaborado por la cultura occidental, que lo define como una entidad homogénea que se mueve sin rupturas en un *continuum* de tres dimensiones, lo cual lo hace hoy estar en crisis (actualmente aparecen nuevos espacios en una dimensión más, la Web) (Manzini, 1996).

Hay quienes ven como sinónimos, lo que confunde a la vista, al paisaje y al territorio, pero las diferencias son muy significativas ya que el territorio se define a partir de un sentido jurídico al referirse a un espacio de intervención, por ello el territorio es un espacio hecho propio por las identidades colectivas como los estados o naciones (César y Arnaiz, 2004).

El paisaje heredado y el territorio alterado son el fruto acumulativo de un conjunto de prácticas y conceptos del tiempo y el espacio, que se desarrollan en las diferentes formaciones sociales durante los distintos modos de producción.

De allí que las condiciones objetivas de espacio y tiempo se han creado necesariamente a través de prácticas y procesos materiales que sirvieron para la reproducción de la vida social en estos distintos modos de producción (Harvey, 2004).

Así el turismo hoy hereda los viejos territorios y los paisajes que son fotos antiguas, apenas retocadas de un modo de producción anterior, una tarjeta de la nostalgia de un pasado difícil pero que hoy idealizamos a partir de la compleja situación que vivimos.

Pero a su vez, este fenómeno que no se cansa de crecer y pretende abarcar todos los territorios de este planeta, también promueve nuevas realidades las cuales responden a una nueva geografía de localizaciones.

En un extremo tenemos los lugares aislados y, en cierta medida, peligrosos como las selvas y los desiertos, que hoy son el campo de ejercicio de los imaginarios del turismo de aventura, pero también los territorios aislados y hoy transformados por una nueva geoeconomía.

Son las tierras del petróleo, las petro-monarquías que han construido paraísos para reivindicar su regreso de la larga noche de varios siglos que ha tenido el mundo musulmán. Hoy en la nueva geografía del mundo figura Dubai como el verdadero paraíso, síntesis del pasado y el futuro.

Esto deriva de un nuevo paradigma donde diferentes realidades territoriales, unidades espaciales, los estados o grandes ciudades quedan insertos en nuevos sistemas espaciales de flujos (Precedo, 2004).

Ello en el marco de que las nuevas tecnologías de la comunicación han roto las barreras físicas de las restricciones espaciales dando lugar a una nueva convergencia: espacio-tiempo, volviendo a tomar importancia la geografía de los lugares, que el turismo ha tomado como lugar para edificar las fantasías que vende.

La construcción de los nuevos territorios, especialmente para el turismo, se da a partir de grandes migraciones que implican el abandono de antiguos lugares, así expansión-descampesinización son los extremos de una realidad que se expande en el mundo: las hiperciudades y los megadestinos.

De allí que al medir en los observatorios las nuevas realidades, esto debería llevar a ampliar el universo de análisis a las que quedaron vacías, que luego se reciclan en nuevas actividades, desde el turismo para los pueblos abandonados a las granjas eólicas para los caseríos desiertos en lugares montañosos.

Es por ello que hoy el turismo es un agente espectacular de reestructuración del mundo y de su percepción, ya que logra integrar una suma de contradicciones que caracterizan a la sociedad moderna.

Al transformar la naturaleza intacta en escenario, la historia pierde su sentido, hay una hegemonía de la imagen en la articulación de lo social y logra el milagro de la conquista total del tiempo de ocio como productos del sistema capitalista.

Por ello es que las postales son más que un subproducto cultural de la industria turística, ya que permiten descubrir códigos fundamentales en la mirada del turista.

Los lugares turísticos son grandes superficies para el consumo del placer en todas sus formas y funcionan como paisajes de tránsito a un estado ideal y temporal de bienestar, que son las vacaciones. De allí que enviar una postal es un proceso de reafirmación personal con algo de exhibicionismo, “son cartas abiertas a la mirada de otros” (Vega, 2004).

Pero el paisaje transformado o creado no es un descubrimiento moderno, ya que antes que el paisaje apareciera en la poesía o la pintura estaban los grandes jardines, algo que Saint Simon definió siglos atrás como “el so-

berbio placer de forzar la naturaleza”, pero ese jardín que se ofrecía a la mirada como un cuadro vivo, contrastaba con la naturaleza circundante y, por ello, la necesidad de encerrarlo.

De allí la clásica definición “...por jardín se entiende un recinto cerrado, un espacio interior cultivado por el hombre para su propio deleite, más allá de cualquier otra utilidad inmediata...” (Roger, 2007).

Transformar la naturaleza para deleite del hombre, no es algo nuevo, transformar el deleite en un producto sí, es el fruto del capitalismo en la era de la sociedad del consumo.

El turismo masivo se realizó en las zonas costeras y su principal atractivo fue sol y playa, que llevó a una ocupación salvaje y, a la vez, caótica de las mismas, logrando devaluarlas como lugar de ocio a la vez que las transforman en un gran parque temático con atractivos gastronómicos, paseos en lancha, parapente y otras diversiones, además de las que se obtienen por la vista.

Como salvataje se comienza a extender el turismo de golf, primero como islas verdes y luego como lugares de alojamiento, segundas residencias, que lograban otro nivel de confort, el aislamiento de las grandes masas y la convivencia con una clase similar, aunque sea en apariencia.

El destino se puebla de “no lugares”, hoteles todos parecidos, centros comerciales similares, marinas calcadas unas de otras y otros edificios, lo que hace que el turista parece estar siempre en el mismo sitio, porque está en enclaves que se han quedado sin memoria (Muñoz, 2004).

Quizás uno de los ejemplos más significativos de la transformación de la cotidianidad en un no lugar en la concepción de Marc Augé, es el caso de la calle 42 en la ciudad de Nueva York, conocida por los ciudadanos por ser una calle de prostitución.

Ese hecho llevó a que la empresa de Disney intentara comprarla y, por ende, cerrarla con el fin de transformar lo que era real en un parque temático para adultos, algo similar a lo que planteó el general Schwarzkopt, jefe militar triunfante en la guerra del Golfo, cuando festejó su cumpleaños en Disneyworld (Baudrillard, 2000).

Uno de los grandes problemas que debe enfrentar el análisis de un observatorio del turismo es el universo de acción, que siempre va más allá del destino por diferentes razones, siendo la primera, el hecho de que el nuevo

turismo amplía su territorio de búsqueda hacia las zonas rurales para encontrar nuevas alternativas aunque sea de entretenimiento.

La segunda tiene que ver con las centralidades económicas de las regiones turísticas que son las que abastecen y dan servicio a las mismas, éstas no pueden quedar fuera del radio de análisis porque de ellas depende el turismo como actividad, son la parte fuerte del cluster.

La tercera son las regiones alternativas por ser emisoras de turistas, por ser emisoras de inmigrantes o por tener riqueza cultural o natural que puede llegar, si las condiciones cambian, a ser un atractivo al alcance del turista del destino analizado.

El territorio y sus medidas son siempre cambiantes, ya que están dependiendo de las comunicaciones, principalmente carreteras, pequeños aeródromos, lanchas rápidas y otros medios que reducen las distancias a medidas factibles de poder ser adoptadas por los visitantes.

Este es el universo de aplicación o extensión, pero hay otros parámetros más para poder definir el universo de aplicación de un observatorio, primero vivimos el territorio y el escenario como medida de amplitud, ahora pasaremos a la sociedad de acogida como medida de profundidad.

El fenómeno turístico y su real dimensión

Las dimensiones del turismo dan las medidas de profundidad para poder ver cuáles son los temas que se deben asumir en un observatorio sobre el turismo.

Aclaremos que hemos ex profeso omitido la calificación de observatorio económico o en el otro extremo observatorio social, porque partimos de la base que el turismo es un fenómeno complejo que abarca la mayoría de los grandes temas que se dan en la sociedad.

Pero esta opción de carácter teórico, que desarrollaremos en estas notas, está reforzada por la necesidad de incluir como paradigma alternativo al desarrollo sustentable, esta utopía que nace en el siglo XX y se expande ampliamente en el XXI, para darle una cara humana al capitalismo global

que está en una nueva etapa de expansión salvaje a partir de la autoexplotación de las personas a través del consumo.

El desarrollo sustentable en su concepción moderna, inicialmente estaba más orientada a las variables ecológicas, abarca todos los aspectos de la sociedad y, por ello, es que no puede hablarse de turismo como algo diferente sino dentro de la misma.

El turismo para ser analizado desde la perspectiva del desarrollo en un sentido amplio, o sea, como modelo de transformación de una realidad regional, estatal o nacional, debe inicialmente absorber a la sociedad que lo aloja, la sociedad de acogida y la región que impacta, ya que es un fenómeno dinámico en constante transformación-expansión.

Pero sus impactos son tan profundos que medirlos hacia adentro no siempre es fácil, como atestiguan los primeros estudios de la década de los setenta para el caso africano, donde la gente iba a ver los paisajes y no entender las culturas.

El arte popular era vendido como souvenir en la puerta de los hoteles burbuja, las danzas alteradas para darles una sexualidad que no tenían, los templos profanados por una curiosidad hueca del coleccionista de fotos para mostrar y no el ver para entender (Bungnicourt, 1977).

Así se va conformando un efecto devastador, el de la “desmoralización de los pueblos de acogida”, que veían en el turismo una esperanza y luego ven reproducidas las tradicionales diferencias que venían de la época de un colonialismo aparentemente superado.

Otro tema inmediato que impactó a partir del denominado efecto demostración principalmente en Asia y también en parte de África fue el hecho que el tiempo libre era para los pueblos un tiempo social, pero para el turista es un tiempo individual, aunque vaya en grupos.

La comercialización de productos de consumo orientada hacia la homogenización de éste a partir de la circulación masiva de nuevas ideas e imágenes, que siempre ponen a estos pueblos y sus productos, en una situación de inferioridad, va camino a reemplazar como referentes a las culturas locales, tradicionales y de uso (Pleumaron, 2004).

La penetración al corazón de las zonas aisladas generadas por una combinación de las 4x4 y el interés mezquino de vender cosas exóticas a compradores de aventuras sin riesgo ha roto con los santuarios de las culturas

locales, que hoy se ven invadidas por una especie de turista, el explorador falso, que trata de emular el pasado para poder salir de su presente mediocre y monótono.

El turismo, a través de las especulaciones inmobiliarias promovidas por el libre mercado, altera la geografía de las sociedades tanto urbanas como rurales al generar un proceso sistemático de expulsión de los pobladores de las mejores locaciones, para ser reemplazados por los nuevos colonizadores, los turistas del segundo hogar, jubilados que tratan de escapar de su fría realidad social y familiar a estos pueblos con un gran sentido de solidaridad.

La pérdida de los espacios públicos, que son invadidos por los extranjeros, “el otro” es una visión que se da desde ambos lados, la vida cultural también se empieza a perder por ser copada por los visitantes y la arquitectura nueva reemplaza y, muchas veces, choca con la existente (Calvo, 2003).

Los pueblos antiguos, como los nuevos, son reinterpretados para adecuar el discurso al turismo, “hacerlos más atractivos”, “mágicos”, comenzando en algunos casos por imponer el misticismo, zonas de energía, “salud natural”, en general, reinventar la historia de los pueblos, lo cual ha generado graves distorsiones en muchos casos, como en Hawái, irreversibles (Douglas y Douglas, 1998).

El turismo, al desarrollarse en una zona bajamente integrada a la economía de mercado, genera una serie de reacciones, desde un proceso inflacionario al monetizarse todos los intercambios y la ruptura de los trueques simbólicos o derivados de la amistad, a la quiebra de lazos internos por la competencia, diferencia de resultados y de acumulación económica.

Frente a éstos está el turista, que también debe pagar un costo por su intromisión en estos pueblos, y es al que le venden lo que él pretende comprar, parte del paraíso y la felicidad.

Esto se deriva de la definición más clara del turismo planteada por McCannell, al sostener que el turismo es un mecanismo compensatorio, contrapeso de las insatisfacciones que se encuentran en la base de la vida moderna (McCannell, 2003).

Esto lo lleva al pasado, a los viejos lugares, a los paraísos perdidos en busca de algo: la autenticidad desaparecida en la sociedad original, y va por el camino equivocado, ya que el turismo para operar debe cambiar, adecuar la realidad para hacerla más “amigable” con el turista.

Esta concepción parte de una concepción previa elaborada por Erving Goffman en 1974 que denominó “la atracción representada”, que es la que hay en los pueblos turísticos que es diferente a la realidad que viven los pobladores.

Goffman, quien también acuñó la expresión “formas de desatención civil” para referirse a eso que solemos hacer en las calles o en las plazas para no darnos por enterados de lo que ocurre a nuestro alrededor.

Con la posmodernidad, como era de la simulación, se generan modelos sin origen en la realidad, la hiperrealidad, lleva a poblar un mundo de copias sin originales por ello sin autenticidad, y allí el simulacro determina lo real (Cohen, 2005).

El nuevo turista, el posturista, ya no profundiza en el origen de las atracciones y se deja seducir por la diversión y el juego y, con ello, lo falso reemplaza a lo auténtico y lo más cómodo por la dura realidad.

Así, el posturista deja en libertad al organizador turístico a decorar la realidad, a transformar los pueblos, decorar las playas, crear historias mágicas, cambiar las danzas, organizar lo “típico”, síntesis de lo falso para la realidad nueva del turista.

Esta situación también es aprovechada por los grandes desarrolladores o constructores de ciudades falsas y destinos transformados, ya que al perder la batalla por lo auténtico, aparece el consumo, como símbolo de distinción y demostración, un nuevo elemento en la transformación de la realidad.

Así el posturista es un nuevo turista cultural, pero de una nueva cultura creada como guía para que entiendan las transformaciones y adecuaciones que se hacen en el territorio al paisaje y la propia realidad para hacerla más “fácil de capturar” por el visitante.

Es allí donde la realidad del destino es superada por la imaginación y aparecen los parques temáticos, las nuevas atracciones que se unen a las ciudades y pueblos como nuevos agrupamientos para dar servicio a los turistas.

Así empieza a construirse un nuevo territorio, la región turística, lugar regulado por leyes específicas, corredores turísticos, ordenamiento territorial, que generan las normas para la expansión de estas nuevas realidades, dentro de un orden que sea operativo para la función primordial de vender un producto enlatado: ocio.

Cuando Levi, filósofo francés, recorrió hace pocos años Estados Unidos siguiendo la ruta de Tocqueville, descubrió varias realidades que le permitieron entender a este país, como el hecho de que Hollywood se ha impuesto a Hegel, para quien todo lo real es racional y todo lo racional es real, al comprender que este país es diferente, "...todo lo real debe ser espectáculo y todo espectáculo debe, de algún modo, aprender a convertirse en real" (Levi, 2007).

Al sur de Nueva York está la ciudad de Cooperstown, para la mayoría de los estadounidenses es la capital mundial de beisbol, por lo que hay un museo y un estadio, pero la historia que se cuenta del pionero de este juego es un mito falso, por lo que Levi inquirió al director del museo que también lo sabía pero consideraba este hecho como lógico en Estados Unidos.

Al entrevistar a una empleada que trabaja en un parque temático del pueblo en la granja, haciendo papeles de época, la señora comentó que puede haber objetos auténticos, pero el público norteamericano en su gran mayoría prefiere lo falso, lo simulado, la idea no es conservar sino reconstruir lo falso verdadero y celebrarlo como tal. Derrota del archivo y triunfo del kitsch (Levi, 2007).

Estas citas salen a cuenta de que el país que más ha desarrollado el turismo interior y tiene mayor presencia mundial, Estados Unidos, es un ejemplo de sociedad donde los turistas ya son posmodernos, o sea, posturistas, prefieren lo falso a lo auténtico, el mito a la verdad.

Esto ya estaba evaluado en 1964 por Boorstin, quién los había definido como los pseudos eventos, adelantándose a la genial descripción que años después realizara Baudrillard, al ratificar que a los norteamericanos no les interesa experimentar la realidad de manera directa, sino que prefieren los pseudo eventos y el ejemplo más claro se da en el turismo (Urry, 2004).

Pero en esa época donde existía un pensamiento en formación, la década de los sesenta y los setenta, Turner y Ash ya sostenían una tesis similar al que

...el turista es colocado en el centro del mundo estrictamente circunscrito. La sensualidad y el sentido estético del turista se hallan tan restringidos como en su país de origen y por ello la búsqueda de nuevos países termina en un pequeño mundo monótono en que todas las partes nos muestra nuestra propia imagen (Turner y Ash, 1991).

Lo histórico tiene un lugar especial en el turismo y el ejemplo más claro lo da la Europa occidental con sus grandes capitales, museos y el gran patrimonio inmobiliario, que es el destino de las mayores concentraciones de turistas, principalmente en París y Londres.

Pero no hay que confundir el tiempo con la historia, un tema que trata el papel de las antiguas civilizaciones como metas del turismo, como lo es hoy el caso de Egipto o el propio México, entre los países con grandes civilizaciones hoy inexistentes, aunque queden “pueblos testimonios” que no es lo mismo.

Las mal llamadas “ruinas”, o sea, los vestigios inmobiliarios, la mayoría de las veces muy afectados, no se pueden considerar como lo que son, una sumatoria de construcciones que se iniciaron hace muchos siglos y luego otros pueblos edificaron sobre éstas hasta que quedan al descubierto sólo los últimos restos inmobiliarios.

Esto último descubierto es una visión de tiempo puro, más no historia que eso implicaría un viaje al paso de éstas y una explicación de su evolución, por ello se vende como lo que se ve, testimonios de tiempos, que las agencias de viajes ofrecen y donde los países parecen estar en línea recta, lo que hace posible visitarlas (Augé, 2007).

Este análisis de lo histórico y el tiempo llevó a que Marc Augé profundizara más el mismo a partir de una comparación entre el turista y un etnólogo profesional, siendo sus resultados muy interesantes.

La primera de las diferencias entre los dos sujetos es que el etnólogo viaja solo y permanece mucho tiempo conviviendo con la gente del lugar, pero la diferencia de fondo es como aprende el lugar y, en este caso, el etnólogo utiliza una observación participante sistemática, prolongada y solitaria frente a la realidad ya digerida que obtiene el turista al comprar su viaje.

Sin embargo, este antropólogo, el creador de “los no lugares”, va más lejos en este análisis y plantea que el turista moderno, un aventurero pero de gustos y consumos exóticos, pese a estar viajando, nunca ha salido de su país, ya que habla de los temas cotidianos con sus compañeros de viaje, comparte las cadenas estereotipadas que siempre usa y ve la misma televisión en su idioma.

En última instancia, se queda en su casa o cerca de su casa y se las arregla para reducir a lo demás a una simple imagen, sólo necesita del televisor o entrar al parque temático (Augé, 2007).

El turista que no sale de su cotidianidad, la homogenización de los servicios que ayuda a profundizar esta distorsión, el consumo y el confort que se amplían para más deleite del viajero, hacen de la aventura de viajar un concurso de vanidades, donde en última instancia, el lujo y el consumo sintetizan la experiencia del viaje y no lo que inicialmente era la experiencia misma.

De las diferentes visiones del turismo que se generan a partir de los setenta la que da una perspectiva más amplia y específica es el trabajo clásico de McCannell que partió de la antropología estructural lo que le permite analizar hechos religiosos y primitivos, lo cual se adecuó para estudiar la modernidad y la posmodernidad.

Él parte de la búsqueda de un camino para explicar la estructura social moderna y trabaja el método de Goffman así como el de Levi-Strauss, para poder llegar a la primera premisa que luego se ha transformado en una realidad indiscutible y era que en esa época, el ocio reemplazaba al trabajo en el centro de los compromisos sociales modernos.

El mundo del trabajo agotó su capacidad de regeneración de nuevas formas de organización y el ocio empieza a ocupar el lugar, ya que en la medida en que la sociedad industrial de esa época se iba transformando en sociedad moderna, el trabajo se iba convirtiendo en objeto de curiosidad turística (McCannell, 2003).

Estos avances se hacen realidad con el cambio de era a fines del siglo cuando las sociedades desarrolladas empiezan a reducir trabajo, las rentas medias son elevadas y la sociedad del consumo domina a las nuevas clases emergentes y la sociedad toda.

Así, la industria del ocio y la del turismo comienzan a crecer más allá de lo pensado y abarcan casi la totalidad de la vida del sujeto, ya que en el hogar lo controlan mediante la televisión, el Internet y los demás sistemas de comunicación, lo cual incide en la transformación del turismo.

Ayer fue el viajero, el que quería conocer y vincularse a los pobladores; hoy es el turista y la diferencia entre ambos se puede medir a través de la progresiva devaluación de la acogida.

El turista de hoy viaja a un no lugar, a un espacio donde no ve aunque conviva con los pobladores del mismo y su objetivo es consumir paisaje, comprobar lo que dice la guía y luego sacar la prueba de que estuvo a través de la fotografía.

Todos estos parámetros están en los “indicadores de sustentabilidad” o se han transformado en intangibles porque cuestionan los efectos o externalidades del turismo en el capitalismo global.

Ésta es una segunda pregunta que difícilmente se podría contestar en un modelo rígido de observatorio, y sólo podría lograrse a través de una nueva visión más antropológica metodológicamente, pero a la vez más sociológica de estas complejas realidades que son las ciudades duales en las que conviven turistas y ciudadanos.

Conclusiones: ¿Cuál es el papel del turismo?

Si quisiéramos sintetizar la sociedad actual y su perspectiva para allí ubicar al turismo, viene excelente la visión de Lacan, desarrollada en una conferencia en 1991.

...‘El capitalismo funciona de maravillas. También un día tendrá que terminar por consumirse a sí mismo. Pero el hecho es que no se consumirá antes de haber consumido todo, los recursos, la naturaleza, incluso los individuos que están a su servicio...’, y para completar sostenía ‘...que el esclavo antiguo fue sustituido por hombres reducidos a productos, tan consumibles como los demás’ (Dufour, 2007).

Esto ha llevado al extremo de que el neoliberalismo ha deshecho las formas de intercambio, y todo se reduce al comercio, lo que lleva a que se de una desimbolización del mundo donde todo se rige por las reglas del mercado.

Si a esto se le suma el fin de los grandes relatos, el religioso y el de las ideologías dominantes y el nacimiento de los pequeños discursos, del New Age a los ecologistas, se puede entender la desaparición de las vanguardias y la reducción del Estado como el ocaso del contrato social.

Todo esto es el marco de referencia de una sociedad que ha ido mutando hasta llegar en este momento al auge del consumo, un largo camino que se inicia en el siglo XIX y luego da un gran salto a mitad del XX hasta la situación actual del hiperconsumo.

En las dos primeras etapas de desarrollo de la sociedad del consumo, según Lipovestky, éste se nutría de la masividad de la producción, había una masificación con elementos de diversificación pero dominaba la gran producción a escala para un mercado sediento de productos.

La fase II de este camino abarca la primera etapa de desarrollo del turismo de masas, que venía de una situación inversa, del turismo sofisticado de élite al masivo de campamentos, casas rodantes y hoteles gigantes, todo para poder darle a la emergente clase media la opción de las hoy antiguas “vacaciones”.

La tercera etapa que es la que estamos viviendo, coincide con el fin de la era industrial la cual enterró al viejo y obsoleto modelo fordista de grandes plantas para producir concentradas, con productos masivos que ya empezaban a decaer de la atención de grandes grupos sociales.

Así aparece la especialización, productos casi a medida con lo cual la diversificación de la oferta responde a esta nueva demanda de productos más “personalizados”.

La individualización de la producción sólo es posible a partir de una revolución en las tecnologías, que se basan en la microelectrónica y la informática, y así lo que antes era derecho sólo de los ricos hoy se socializa más, como es el caso de Renault y Peugeot, que proponen a sus clientes por Internet que definan y personalicen su coche (Lipovetsky, 2007).

En forma paralela, el turismo plantea la misma estrategia para el mismo mercado. A través de Internet, el futuro turista puede organizar su viaje de la manera que le acomode más y combinar cosas muy diferentes para poder llenar todo el “tiempo turístico” con productos de consumo turístico, incluido las flores para un aniversario o la fiesta sorpresa para un acontecimiento muy especial.

El turismo por grupos de interés desde los gays y lesbianas a los cofrades de la vela perpetua o desde los no fumadores a los seguidores de las carreras de autos, hoy el mundo se agrupa nuevamente en tribus, no sólo de jóvenes,

sino de todo tipo de edades, por afinidad, interés o por pertenecer a algo y, por ello, sentirte parte de un colectivo.

El turismo ha dejado de ser un servicio por excelencia para transformarse en una sucesión de productos, todos comprables, que van generando a lo largo del tiempo turista una serie de eventos, que lo tienen totalmente entretenido, y le permiten disfrutar su consumo y, a la vez, acumular recuerdos de éstos para luego poder testificar los tiempos de placer ante los otros, los que se quedaron.

Así entendido el fenómeno turístico y el pretender dividirlo en partes como un rompecabezas, donde cada pieza es un “indicador” y al llenarse todas hay un resultado: turismo sustentable, no nos llevaría a ningún resultado creíble, porque los indicadores son medidas casi universales y las respuestas de las sociedades son una combinación de coyunturales y locales.

En síntesis, el sistema de observatorio es de gran importancia para los inversionistas, los promotores y los desarrolladores así como los demás empresarios de amplio cluster.

Pero ello es una parte importante de la realidad, falta la otra, la sociedad de acogida y la relación entre ciudadanos y turistas, una compleja relación que va cambiando a medida que el destino evoluciona y el turismo se redimensiona.

Esta segunda parte, no es menos importante, es la respuesta efectiva a lo que se llamaría en términos amplios el desarrollo sustentable, ya que la mayoría de los destinos tienen crecimiento económico combinado con grandes deudas sociales y una sociedad en conflicto con los visitantes, una fórmula que no ajusta en los parámetros del desarrollo sustentable.

La otra, la que combina el desarrollo integral del destino donde conviven los turistas y los ciudadanos es el modelo ideal y el sustentable, pero tiene una gran dificultad, el sistema que lo aloja, el capitalismo global y la sociedad de consumo, que no están orientados a buscar el equilibrio, por ser una prerrogativa del “Dios mercado”.

Sociedad equitativa, no igualitaria, relación entre ciudadanos y visitantes en equilibrio y un crecimiento en todas las dimensiones es la utopía del turismo, así como lo es del capitalismo global, el desarrollo sustentable.

Referencias

- ARNAIZ BURNE, Stella Maris y Alfredo César Dachary (2009). *Geopolítica, recursos naturales y turismo. Una historia del Caribe mexicano*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-CUCosta.
- AUGÉ, Marc (2007). *Por una antropología de la movilidad*. España: Gedisa.
- BAUDRILLARD, Jean (2000). *Pantalla total*. Barcelona: Anagrama.
- BERGER, John y David Harvey (2007). *Boulevard Central*. Buenos Aires: Edhasa. Pensamiento Urbano.
- BUNGNICOURT, Jacques (1977). "La otra cara del turismo: sus efectos culturales". En *Foro del desarrollo*. ONU, vol. V, núm. 7, México.
- CALVO, Rossana (2003). *Antropología del Turismo*. Ponencia del III Congreso de Investigadores de Antropología de Perú. Perú.
- CÉSAR DACHARY, Alfredo y Stella Maris Arnaiz Burne (2004). *Desarrollo y turismo en la Costa de Jalisco*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-CUCosta.
- COHEN, Erick (2005). "Principales tendencias en el turismo contemporáneo", en *Política y Sociedad*, vol. 42, núm. 1, pp. 11-24, España: Universidad de La Rioja
- DE KADT, Emmanuel (1991). *Turismo ¿Pasaporte al desarrollo?* España: Endymion.
- DOUGLAS, Norman y Ngaire Douglas (1998). "No era un paraíso corriente: Imaginería visual y verbal en el surgimiento del turismo en las islas del Pacífico", en *Revista Española del Pacífico*, núm. 8, España.
- FERNÁNDEZ FUSTER, Lus (1991). *Historia del turismo de masas*. Madrid: Alianza.
- HARVEY, David (2004). *La condición de la postmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Argentina: Amorrortu.
- HESSEN, Juan (1976). *Teoría del conocimiento*. Barcelona: Espasa-Calpe.
- KLEIN, Naomi (2007). *La doctrina del Shock. El auge del capitalismo del desastre*. España: Paidós.
- LEVI, Bernard Henri (2007). *American Vértigo. Viaje por Estados Unidos tras los pasos de Tocqueville*. España: Ariel.
- LIPOVETSKY, Gilles (1988) *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.

- (2007). *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. España: Anagrama.
- MANZINI, Ezio (1996). *Artefactos. Hacia una nueva ecología del ambiente artificial*. Madrid: Ediciones Celeste.
- MCCANNELL, Dean (2003). *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Editorial Melusina.
- MUÑOZ, Clara (2004). Seguro de sol. En *Paisajes del placer, paisajes de la crisis*. España: Fundación César Manrique.
- PLEUMARON, Anita (2004). "Turismo y consumismo en el sureste de Asia", en *Revista Sur*. Uruguay.
- PRECEDO LEDO, Andrés (2004). Nuevas realidades territoriales para el siglo XXI. Desarrollo local, identidad territorial y ciudad difusa. En *Síntesis*. España.
- ROGER, Alain (2007). *Breve tratado del paisaje*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- ROITMAN, Rosenmann (2003). *El pensamiento sistémico. Los orígenes del Social-conformismo*. México: Siglo XXI.
- TURNER, Louis y John Ash (1991). *Las hordas doradas. El turismo internacional y la periferia del placer*. España: Endymion.
- URRY, John (2004). *La mirada del turista*. Perú: Universidad San Martín de Porres.
- VEGA, Carmelo (2004). Paisajes de tránsito: Inventiones de la mirada turística. En *Paisajes de placer, paisajes de la crisis*. España: Fundación César Manrique.

II. El impacto de la crisis económica en los países y destinos turísticos emergentes

*“A pesar de las ilusiones, la verdad existe,
pero la descubrimos tarde, por eso es trágica”*
Frank Kafka

Alfredo César Dachary

La crisis general del sistema capitalista mundial ha generado una serie de efectos en cadena que han afectado a casi todo el mundo, excepción hecha de los que viven en el límite de la supervivencia y cuyo modo de vida no se puede deteriorar más.

La crisis que se anticipó con quiebras escandalosas y fraudulentas como el caso de ENRON y otras tan espectaculares y siguió con el fin de la burbuja inmobiliaria, hoy en día afecta a todo el planeta pero en diferentes niveles de acuerdo con la situación propia de cada país.

Los países emergentes, nueva calificación para los pobres con relaciones asimétricas con los más desarrollados, pueden tener en esta crisis la oportunidad de buscar una nueva vía que les deje más autonomía, o bien, continuar con el modelo de dependencia de las grandes potencias hegemónicas.

El turismo, una actividad aparentemente no fundamental en la vida del individuo, se ha resentido y caído lo cual ha generado un frente muy importante en el mundo, por ser ésta la actividad más importante en número de empleos, ingresos y expansión del cluster del planeta.

Éste es el marco de referencia de la actual coyuntura mundial, que servirá para reflexionar sobre la crisis y su magnitud, los impactos en la economía mundial y de los países y los efectos sobre esta actividad global denominada turismo.

Crisis mundial y asimetría social

Decir que esta crisis es mundial es similar a sostener que la globalización es un fenómeno planetario, una cuestión es que sus efectos se vean en la ma-

yoría de los continentes, pero que el mundo es global es mucho más pequeño que el mapa mundial, es algo indiscutible.

Hay una confusión entre mundialización y globalización, la primera indica la tendencia a considerar el planeta como una unidad a todos los efectos, especialmente en el plano político. La segunda, la globalización es más compleja, la presencia omnívoda y ubicua de mecanismos o “soportes” impersonales como las redes tecnológicas de comunicación, los mercados financieros y, en general, los aparatos ajustados a “elecciones racionales” (Bandieri, 2009).

El capitalismo global ha profundizado la gran asimetría que se viene acentuando cada década y cuyos resultados hoy dicen que mucho menos de la mitad de los habitantes del planeta están en la economía real, consumen aunque poco, pero la gran mayoría está en la marginación del sistema, no participa, sobrevive, como se puede ver en el cuadro siguiente (Mollet y Toussaint, 2009).

Población y riqueza

VARIABLES	3er. Mundo	PECOT*	Países ricos	Mundo
Población 2006	77%	7%	16%	6,500 millones de habitantes
PIB en 2006	19%	5%	76%	48,460 billones de dólares
PIB por habitante	\$ 1,520	\$ 2,700	\$ 28,600	\$ 5,800

*PECOT (Europa central y oriental, más Turquía y Asia Central).
Fuente: Mollet y Toussaint, 2009.

En el 2005, las personas que vivían en la pobreza llegaban a ser el 61.5%, o sea, más de 4,000 millones de los 6,500 millones que forman la población mundial. El número de personas que sufren hambre en el 2008, o sea, subalimentados, la mayoría de la población que está en zonas de guerra, llega a 963 millones, es decir, el 14.8%.

No tienen acceso al agua potable un total de 1,100 millones de personas y los que están sin un sistema de saneamiento básico son 2,600 millones, un 40%.

De allí que la inversión para poder zanjar esta deuda social sería de 80,000 millones de dólares por año durante diez años lo que hace un total de

800,000 millones de dólares que fue lo que en pocas horas entregó el presidente de Estados Unidos para el salvamento de bancos norteamericanos.

Para el 2007, los gastos de publicidad anual en ese país llegaron a 484,000 millones de dólares, más 400,000 millones de dólares anuales para la guerra de Irak, siendo el presupuesto de la ONU de 16,000 millones al año.

El origen de la actual crisis económica, para algunos autores, se ubica en 1973 cuando comienza a declinar el dinamismo de las economías más avanzadas, tiempo que coincidió con el retiro del patrón oro del dólar por Estados Unidos y el gran enfrentamiento por el petróleo.

Esta larga etapa se caracterizó por un declive profundo y duradero de la tasa de rendimiento de inversión de capital que se inició a finales de los sesenta y se fue incrementando a partir de los noventa, pese a la revolución informática y otros profundos cambios que implican el ocaso de la era industrial.

La situación se agrava con la emergencia de los “tigres asiáticos” que inician la ofensiva desde el Asia, la cual se acelera con el auge de la República de China, que comienzan a producir lo mismo que los países desarrollados, hasta terminar haciendo de ellos sus grandes importadores, debido a que sus productos eran más baratos (Jeong, 2009).

Wallerstein coincide con que la actual crisis tiene antecedentes de varias décadas, que forma parte de una dinámica normal de la economía, el fin del ciclo largo o Kondratieff, característico del modo de producción capitalista, cuya media de extensión era de treinta a cincuenta años, o sea, ésta es una situación normal en la economía.

Lo excepcional, lo que realmente llama la atención es la larga transición de casi cuatro décadas que comienza con la crisis de los setenta y empieza a perfilar cambios en el sistema. Esto es lo que se define como una gran ruptura (Wallerstein, 2009).

Dos hechos agravan la situación: la crisis ambiental por un lado y una sociedad alienada en el consumo, lo opuesto a una sociedad preparada para un cambio, situación que los hombres no han entendido y le dan a la actual crisis un perfil coyuntural.

Hay autores que desde otra perspectiva creen que las crisis se vienen dando en un “continuo” de guerras, durante todo el siglo xx, donde la agresividad y la falta de límites entre los guerreros y la población se ha ido

reduciendo hasta la actualidad donde mueren más civiles que militares, como ha sido el caso de Irak, donde los invasores no llegan a cuatro mil bajas y la población lleva mucho más de cien mil, algunos ya hablan de casi un millón de víctimas.

Durante la primera guerra mundial, los civiles fueron el 5% de las víctimas. Dos décadas después, durante la segunda gran guerra, las víctimas civiles llegaron al 60% y hoy vemos en Afganistán o Pakistán que mueren miles de civiles y escasos soldados. ¿Es éste un indicador de que algo anda muy mal?

Verdú sostiene que la crisis ha sido manipulada como un cuento para niños, en donde según sea el enfoque serán las ideas que se derivan, cuando el enfoque es económico, los economistas se transforman en sabios, pero si el enfoque es más ideológico, esto se transforma en un castigo bíblico o el Apocalipsis (Verdú, 2009).

La sociedad del consumo ha generado una distorsión por la cual hoy la mayoría de nuestras necesidades son románticas, basadas en visiones idealistas, esperanzas y afectos, de allí que la discusión sobre la naturaleza de los activos es un problema sumamente metafísico y psíquico, que el economista apenas tiene en cuenta (Heinzelman, 1984).

Esta visión de la distorsión de la crisis lo plantea Verdú al afirmar que la economía es la ciencia social matemáticamente más avanzada, pero es también la ciencia humana más atrasada y ello tiene que ver con que frecuentemente se abstrae de las condiciones sociales, históricas y políticas, psicológicas y ecológicas, que son inseparables de las actividades económicas (Verdú, 2009).

Cada vez hay una mayor participación de lo social en el centro de los temas nodales de nuestra sociedad, debido a que la visión economicista no ha logrado salir del círculo matemático y entender que los fenómenos son eminentemente humanos y predominantemente sociales. Esto se ha reflejado en la temática de los premios Nobel modernos, donde el consumo, el mercado y los temas aparentemente técnicos reciben el enfoque de psicología social y la sociología para poderlos entender.

La idea de alejarnos de las visiones economicistas, para entender la crisis y salir de visiones de coyuntura para saber si estamos ante un cambio o fractura en el sistema, permite abordar mejor los impactos de ésta en lo

referente al turismo, como primera actividad económica mundial y uno de los fenómenos de la sociedad global más complejo.

Pero para ello debemos abordar el turismo en sus diferentes dimensiones que será la forma de poder entender el impacto real que ha generado esta crisis mundial sobre el mismo, desde las visiones más restringidas al cluster del turismo, verdadero motor de varias economías nacionales y creador de zonas o regiones turísticas.

El turismo y la crisis actual

Pensar linealmente que la crisis afectó al turismo por formar parte del sistema capitalista global no sería una afirmación sino sólo una deducción. Pero el problema es que no a todas las actividades las impactó la crisis de la misma manera, debido a que cada una tenía su propia historia y por su ubicación en realidades nacionales o macroregionales, más o menos consolidadas, sus resultados fueron diferentes en magnitud, porque en general todas han sido afectadas.

El sector inmobiliario se cayó o se “pinchó la burbuja”, porque también creció sobre bases falsas, dinero fácil y un gran manejo del mercado en dupla con los bancos y sus modelos de hipotecas de alto riesgo, hicieron de la construcción un modelo industrial exitoso, su caída es muy grande.

La industria automotriz, especialmente las grandes corporaciones, ya estaban en problemas desde antes de la crisis; ésta sólo profundizó los problemas que ya existían y hay quienes sostienen que estos “dinosaurios” son los remanentes de la era industrial, que se resisten a cambiar la forma del negocio y hasta el producto.

Las actividades y sus diferentes dinámicas e historias son muy diversas, en nuestro caso el turismo no sólo tiene una identidad propia y compleja, sino que además hay diferentes visiones sobre el alcance de la misma, lo cual hace muy difícil el evaluar sus verdaderos impactos.

Pese a que hoy es del conocimiento de los expertos el cluster del turismo como de cualquier otra actividad con capacidad para liderar actividades encadenadas, las evaluaciones que se hacen en los países emergentes sobre los efectos del turismo se restringen a dos variables:

- Pérdida de empleos por cierres temporales de hoteles y restaurantes.
- Reducción del ingreso de divisas por ingreso del turismo extranjero al igual que el nacional.

Esta visión, que es además la que llevan adelante las principales autoridades de estos países emergentes y se combina con la corta mirada de los empresarios que no conocen de seguros de riesgos, como la actual crisis + pandemia y no tienen fondos de contingencias, acostumbrados al populismo del Estado y, al igual que los banqueros mundiales, recurren al dinero público para resarcirse de su falta de profesionalismo y conocimiento de las crisis.

En realidad, la visión histórica del turismo que se basaba en el triángulo formado por el transporte, los alojamientos y los lugares de alimentación y recreo, ya no sólo son obsoletos sino que llevan a una lectura equivocada del fenómeno del turismo.

Ésta es la lectura que hace la Organización Mundial de Turismo (OMT), cuyos indicadores son el arribo de turistas y además sin entender el fenómeno actual, reivindica como perspectivas las que se han dado en crisis anteriores:

- Viajes a destinos más cercanos a su domicilio,
- Habrá más pasajes entre familiares,
- Disminución de la estancia media,
- Destinos que ofrezcan mejor calidad-precio,
- Empresas deberán centrarse en contener el gasto a fin de mantener la competitividad (OMT, 2008).

Esta visión limitada a la relación turistas-alojamiento, no toma en cuenta la expansión de la industria de la construcción ni el impacto del cluster general de turismo.

En la misma línea, la OMT prevé un crecimiento de llegadas para América en el 2009 del 1 al 3%, elevado y muy optimista ya que a nivel mundial lo define para el 2009 entre el 0 y 2% (OMT, 2008).

La irrupción de la globalización como una forma de vida aceleró los sistemas de las denominadas “biografías compartidas”, gente que vive un tiempo en un lugar con todos sus elementos y querencias compartiendo su vida entre dos lugares, una nueva forma de vivir, o bien, debe abandonar su

familia para servir a otra y dejar a los suyos en una de inferiores ingresos, una verdadera cadena de afectos (Russell, 2001).

Esto incluso ha derivado en modelos aún más drásticos a partir de los *motor home*, ya que muchos matrimonios de jubilados simplemente ya no tienen más una residencia fija en su antigua ciudad y viven todo el tiempo en este tipo de residencia móvil, son los gitanos modernos, herederos de las crisis de los fondos de pensiones.

Por ello en los países emergentes, la industria de la construcción con un amplio y complejo cluster, encabeza el cluster del turismo, ya que es el motor de los destinos turísticos, principalmente en México. La definición de cluster de turismo dará la pauta de la actividad y la magnitud que representa y a partir de ello podremos ver quiénes son los grupos afectados por la crisis.

El estudio “Desequilibrios mundiales y cambio estructural en el mundo del turismo” que mandó realizar la OMT en septiembre de 2008 para ver como se podría enfrentar la nueva situación de crisis mundial, tiene ideas interesantes como son: (OMT, 2009)

- La desaceleración afecta a todos los destinos, ya sean emergentes como los consolidados, por lo que plantean una recuperación lenta.
- La recuperación del crecimiento económico implica la recuperación del turismo.
- Se prevén importantes procesos de ajuste dentro de la industria, en transporte, alojamiento y servicios conexos.
- Los países más pobres, que dependen mucho del turismo, pueden ser los grandes perdedores, por lo que la OMT promueve apoyos para evitarlo.
- El turismo genera respuestas más rápidas que el resto de la economía por lo que apoyarlo aceleraría la recuperación.

De estas percepciones quizás la que más afecta a los países emergentes y la que les será más difícil a éstos salir de la crisis y pueden ser perdedores en un turismo en el cual han puesto gran parte de sus esperanzas.

Sin embargo, el error sería pensar que la crisis genera la caída de las economías pobres y su turismo. Ya había indicadores de serios problemas en los países emergentes, en América Latina, los cuales veremos a continuación y que éstos inciden en el turismo porque forman parte de un sistema integrado interna y globalmente.

El turismo y sus debilidades en América Latina

América Latina ha tenido, para la mayoría de los expertos, una década perdida, la del ochenta al noventa y, para un grupo más reducido, pero que cada vez es mayor, fueron dos décadas perdidas de 1980 al 2000, lo cual ha generado una estructura muy polarizada, donde la pobreza supera la mitad de la población.

En el nuevo siglo se han dado cambios políticos muy profundos en la medida en que Estados Unidos dejaba de tener en cuenta esta región enfrascada en sus guerras con el Oriente.

Esto permitió el nacimiento de movimientos sociales de corte popular y tendencias socialistas que ya son gobierno en Ecuador, Bolivia, Venezuela y Brasil y, en menor medida aunque dentro de la tendencia, Uruguay, Chile y Argentina, además de Nicaragua y Honduras, dos aliados estratégicos de Centroamérica.

Las coyunturas económicas del nuevo siglo y la irrupción de nuevos centros de poder como India y China, grandes consumidores de materias primas, han ayudado a lograr una recuperación de la economía regional lo cual hoy se ve en la crisis económica mundial.

Esta nueva situación ha favorecido al desarrollo del turismo, especialmente en el sur del continente americano, zonas muy alejadas de los grandes centros del poder y emisores naturales de turistas.

Pero los avances logrados también se deben enfrentar a grandes limitaciones internas derivadas de una gran deuda social y una asimetría económica muy profunda; esto ha generado grandes debilidades que inciden en estos países para atraer las inversiones y aumentar su desarrollo turístico.

Competitividad mundial y turismo. El Foro Mundial de Davos, Suiza, lugar de encuentro de políticos y empresarios para analizar la economía mundial, ha integrado un instrumento de evaluación que da resultados muy interesantes por países y regiones, cuando se analiza la capacidad de los países para atraer inversión orientada hacia el turismo.

Estos indicadores se combinan con los de desarrollo humano y dan un perfil general de cada país y su potencial atracción de capitales, así como de sus grandes debilidades, comenzando por los graves problemas de seguri-

dad, el ambiente, la legislación y otros temas centrales para el desarrollo del turismo.

Si tomamos como referente las evaluaciones que se dieron entre el 2007, 2008 y la actual de 2009, tenemos cambios significativos en el ranking de América, encabezados por Canadá y Estados Unidos, por ello hablaremos más de Latinoamérica. Inicialmente analizaremos el último ranking, el de 2009 de una manera general y con el de 2008 y 2007, veremos algunas variables.

Índice de competitividad turística (desarrollo)

País	2009/rank	2008/rank	2007/rank	2009/rank	2009/rank
				Ambiente de negocio e infraestructura	Cultura y recursos naturales
Canadá	5	9	7	4	10
Estados Unidos	8	7	5	2	1
Barbados	30	29	29	29	45
Costa Rica	42	52	41	55	31
Brasil	45	49	59	69	4
México	51	55	49	62	13
Puerto Rico	53	46	x	41	84
Panamá	55	50	55	56	53
Chile	57	51	45	58	64
Jamaica	60	57	48	57	80
Uruguay	63	61	56	74	57
Argentina	65	58	64	70	41
Rep. Dominicana	67	63	50	71	68
Guatemala	70	68	69	81	48
Colombia	72	71	72	88	34
Perú	74	70	81	92	33
Honduras	83	75	88	87	63
Trinidad y Tobago	84	74	85	51	112
El Salvador	94	97	77	83	123
Ecuador	96	86	97	97	62
Surinam	99	95	108	91	79
Guyana	102	109	x	111	88
Nicaragua	103	99	89	101	93
Venezuela	104	103	99	86	91
Bolivia	114	106	109	110	58
Paraguay	122	115	111	130	122

Fuente: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009/ 2008/ 2007. World Economic Forum.

El primer grupo de los tres primeros puestos en el ranking general son Barbados, Costa Rica y Brasil, pero de ellas destaca Barbados, una isla del Caribe inglés, muy pequeña cuyo principal atractivo, más allá del mar está en un sistema político estable, seguridad y sociedad menos polarizada ya que tiene menos del 10% de pobres, por lo que se ubica en el puesto 29 en IDH, misma posición que se ubica en el turismo.

El segundo es Costa Rica, en la posición 45 en el IDH y en el 44 del turismo, lo cual da una idea de que los indicadores generales de Desarrollo Humano, prácticamente determina al turismo y no viceversa.

Pero el más llamativo es Brasil, una potencia emergente con el puesto 77 en IDH y 49 en turismo, situación que coincide con un país en un proceso de expansión muy acelerada.

Luego viene un segundo grupo que van del puesto número 51 que es México al 67 que es Dominicana, países turísticamente muy importantes, todos con turismo masivo, pero con grandes problemas legales, de seguridad y de recursos humanos en diferentes niveles. Allí destaca México que debería estar en el primer grupo, por lo que representa turísticamente, pero con una situación de guerra interna y problemas de ingobernabilidad, sigue en caída.

El tercer grupo son los países con grandes problemas de seguridad, buenos recursos turísticos, pero situaciones sociales de alto conflicto, que aumentan la inseguridad. En este grupo se ubican los países que están iniciando un camino político y económico diferente al del neocolonialismo que practica Estados Unidos con el resto de Latinoamérica.

Este es un primer resultado general, que muestra a grandes rasgos cuales son las fortalezas y debilidades de los países de Latinoamérica y el Caribe, para enfrentar la crisis en el negocio del turismo.

En el cuadro siguiente hemos seleccionado cuatro variables, en las cuales creemos están las mayores debilidades de los países latinoamericanos y del Caribe, las cuales alteran el orden general o ranking mundial.

Para ello analizaremos en forma individual cada variable comenzando por los recursos culturales y naturales, pasando por el ambiente de negocios, la seguridad y la salud e higiene:

Recursos naturales y culturales: el líder en esta variable es, aunque por razones poco explicables, Estados Unidos, que está encabezando la lista,

Indicadores de competitividad turística, 2008

País	2008/rank General	2008/ Cultura y recursos naturales	2008/ Ambiente de negocios	2008/ Seguridad	2008/ Salud e higiene
Canadá	9	10	1	32	45
Estados Unidos	7	2	4	119	44
Barbados	29	46	32	27	31
Costa Rica	52	24	56	66	67
Brasil	49	6	67	128	69
México	55	19	61	122	79
Puerto Rico	46	80	80	55	60
Panamá	50	47	47	56	80
Chile	51	54	54	36	63
Jamaica	57	66	48	102	82
Uruguay	61	56	71	48	35
Argentina	58	27	64	98	40
Rep. Dominicana	63	67	63	89	65
Guatemala	68	55	77	110	83
Colombia	71	38	83	118	78
Perú	70	33	88	106	93
Honduras	75	62	85	87	95
Trinidad y Tobago	74	104	50	107	61
El Salvador	97	121	73	109	94
Ecuador	86	58	95	97	73
Surinam	95	68	89	68	72
Guyana	109	93	114	112	92
Nicaragua	99	87	99	51	109
Venezuela	103	75	82	125	90
Bolivia	106	60	101	92	102
Paraguay	115	118	111	101	87

Fuente: The Travel & Tourism Competitiveness Report. WEF. 2008.

seguido por Brasil que se ubica en la sexta posición mundial, seguido por Canadá, también inexplicable y luego México, Argentina, Perú, Colombia y Barbados. El caso de Barbados muestra una característica del turismo, que es más importante un paisaje simple en una sociedad poco conflictiva y alta seguridad, que una gran riqueza en recursos y un estado con conflictos sociales agudos. Hay un segundo grupo de países centroamericanos más Ecuador y Chile que son muy ricos en recursos, pero la forma de operarlos o el acceso no es lo ideal y un tercer grupo el resto, cuyos recursos son impor-

tantes pero no son factibles de colocar en el turismo o hacerlos rentables sin grandes inversiones.

Ambiente de negocios: tres países del Caribe insular, además de Estados Unidos y Canadá que encabezan el ranking, Barbados, Jamaica y Trinidad-Tobago lo lideran por ser países en los cuales hay pocas restricciones y fácilmente se pueden hacer empresas, con mayor seguridad legal, siguiendo el modelo inglés que se impuso en las tres. El resto de los países está en un bloque que se ubican entre los que presentan menores opciones para el desembarco de empresas turísticas al mismo.

Seguridad: éste, el tema más complejo de toda la evaluación y es dramático porque los países más inseguros de América, según este organismo mundial son: Estados Unidos, México, Brasil, Guatemala, Colombia, Perú, El Salvador, Paraguay y Venezuela.

Los países con mayor seguridad los encabeza Barbados, seguido por Chile, Uruguay, Nicaragua, Puerto Rico y Panamá. Este elemento que es fundamental en el turismo altera todas las evaluaciones y transforma en un gran interrogante sobre qué es un país seguro y más, qué es un destino seguro.

Salud e higiene: debido a la pandemia que se está dando en el mundo y que estalló entre México y Estados Unidos, esta variable toma mucha fuerza y el grupo con mejores calificaciones está encabezado por Barbados, seguido por Uruguay, Argentina, Estados Unidos y Canadá.

Los otros países están muy alejados de las calificaciones más significativas para lograr una buena posición en el ranking general, debido al subdesarrollo que viven.

Modelos nacionales. Como hemos podido ver, Latinoamérica y el Caribe, no son una unidad, por oposición el subcontinente o toda América está muy dividida con una posición dominante de países con grandes recursos pero grandes problemas, lo cual se refleja en el ranking general.

Esto lleva a que se identifiquen en América Latina y el Caribe diferentes modelos de desarrollo del turismo. Aquí hablaremos de tres sin que ello implique agotar el tema.

Ellos serían México, líder en desarrollo planificado desde el Estado, allí el mismo asumió el modelo inmobiliario y lo desarrolló durante tres déca-

das. Hoy el modelo inmobiliario lo llevan adelante los empresarios y están inmersos en el desarrollo de la segunda residencia.

Argentina, que mantiene un modelo en el turismo masivo donde domina la iniciativa privada y el Estado, es normativo aunque con cambios en determinadas épocas, pero pasó de un modelo planificado por los grandes terratenientes y empresarios a un modelo dominado por los sindicatos, durante el gobierno peronista y que siguió por varias décadas.

De allí al modelo inmobiliario de la propiedad horizontal y con ello avanzó hasta el fin del siglo, siempre sobre las bases de un turismo predominantemente nacional, hasta que a comienzos del nuevo siglo una coyuntura los volvió a ubicar en el mapa mundial del turismo.

Belice que representa un modelo muy generalizado en el Caribe, la transición de la pesca al turismo operada por los actores locales con apoyo del Estado, y con ello la transformación de un modelo de desarrollo turístico de bajo perfil hacia uno masivo en los límites de sus posibilidades.

Los tres modelos son diferentes, los tres países son economías muy diferenciadas y los tres Estados tienen diferentes prioridades en el desarrollo del turismo, por lo que al analizar el modelo también debemos ver las políticas municipales, estatales y nacionales que los acompañan.

Caso de México

En México, el Estado que mantiene un poder unificado desde el triunfo de la revolución, se enfrenta en la década de los sesenta a los primeros grandes cuestionamientos de la emergente clase media y la juventud, lo cual termina en una gran masacre conocida como la gran rebelión estudiantil de 1968, similar al mayo francés y la matanza de los estudiantes por el ejército en la plaza de Las Tres Culturas.

Ante ello asume un drástico cambio en su modelo económico en los setenta, entre los que destaca, la planificación y construcción de los grandes centros turísticos, denominados Centros Integralmente Planeados (CIP), en todo el país, que fueron cinco: Cancún, Ixtapa, Huatulco, Los Cabos y Loreto, los que forman parte de la primera etapa 1970-1990.

La segunda etapa de este modelo inmobiliario que tiene al neoliberalismo como eje ideológico, siguió promoviendo los CIP, pero solamente el Estado hace las veces de intermediario, los nuevos CIP, arrancaron en Nayarit con Litibú que es el primero y seguirán por toda la costa del Pacífico.

El segundo modelo implementado desde el Estado son los corredores, que también son planificados por el Fondo Nacional de Turismo (FONATUR) y este organismo como banco de segundo piso atrae inversiones junto con los Estados donde se desarrolla para crear la infraestructura básica para los mismos.

La crisis afecta a México en todas sus dimensiones, lo que ha potencializado por la pandemia de influenza, que le ha dejado una marca al destino país difícil de borrar. Las principales características de este impacto derivan de la gran debilidad del modelo:

- Gran dependencia del mercado exterior, concentrado en Estados Unidos y Canadá, que generan cerca del 85% de los turistas extranjeros, por lo que la crisis interna en Estados Unidos impacta y si a eso le sumamos la pandemia, esto se multiplica.
- 100% del mercado de cruceros viene de Estados Unidos, el Departamento de Estado de ese país prohibió la salida hacia México.
- Lo mismo ha ocurrido aunque más disfrazadamente con las charteras, la mayoría de Estados Unidos, Canadá y el resto de la Unión Europea.
- Crisis interna económica reduce el mercado interior, a lo que suma los miedos de la pandemia.

Esto hacia el interior del país genera un efecto búmeran:

- Caída drástica de las reservaciones, ponen en paro técnico a grandes contingentes de trabajadores, sin ninguna protección laboral ya que es sin salarios, sólo un grupo privilegiado recibe la mitad del salario.
- Esta situación de falta de ingresos afecta el mercado local generando un proceso de crisis local.
- La industria de la construcción, el motor del desarrollo y el principal empleador de corredores y destinos, se frena, generando despidos masivos, sin fecha de regreso, la gran mayoría son inmigrantes rurales, los cuales se deben regresar a sus ranchos para sobrevivir.
- Este último efecto amplió el impacto de la crisis del turismo porque le incrementa el territorio de impactación de la ciudad destino a las grandes regiones expulsoras de mano de obra.

Argentina

Argentina ha sido de los países pioneros en el turismo, debido al desarrollo de un importante turismo interior, que fue de los primeros que integró a las clases medias a esta actividad.

El Estado ha tenido presencia en el turismo sólo para apoyar con infraestructura y nuevas leyes el desarrollo de éste, pero ha tenido una década 1945-1955, donde apoyó la emergencia del movimiento obrero en el turismo comprando y negociando muchos hoteles para usos de los sindicatos y sus asociados y con la promoción de las colonias populares para jubilados y otros actores con menos posibilidades, lo cual dejó al país como un gran destino de turismo para sus ciudadanos.

Con el *boom* turístico a partir de 2002, derivado de una moneda muy barata, Buenos Aires se transformó en un destino de compras y de allí se redistribuyeron turistas que venían por más tiempo, además de los de cruce-ro que habían descubierto un país con un gran patrimonio y muy accesible.

Al ser un modelo que se basa en el turismo interior y el exterior está recién comenzando a tomar fuerza, la crisis ha afectado a la gran hotelería que ha desembarcado en las grandes ciudades en los últimos cinco años, pero los grandes destinos turísticos nacionales siguen operado pese a la crisis.

Belice

Uno de los estados más jóvenes de Centroamérica y el Caribe y a su vez uno de los más pequeños demográficamente y con un elevado nivel de pobreza, tiene un turismo orientado exclusivamente al mercado exterior, principalmente de Estados Unidos.

La crisis frena la emisión de turistas a Belice, que es un destino mayoritariamente de sol y playa en zonas con mucha naturaleza, pero que derivado de la falta de infraestructura y producción todo es importado, lo hace un destino de precios medios más elevados que el mexicano, su natural competencia y que el propio centroamericano.

La ventaja que ha tenido por un corto tiempo, es el cierre de los puertos de cruceros de México, especialmente Cozumel, lo cual le da una ventaja en el mercado de los minicruceros.

El turismo en Belice, al igual que en la mayoría de las islas del Caribe, es una de las principales fuentes de empleo y de ingresos, por lo que la afectación de la crisis es muy significativa, porque reduce el empleo.

Sin embargo, el turismo está considerado de un nivel medio alto y los hoteles no son del tipo norteamericano masivos sino más bien pequeños, lo que les permite afrontar la crisis. Ésta puede promover el auge del turismo alternativo, una de las grandes ventajas de Belice, en la medida en que la pandemia no afecte al país, por su relación comercial con México, principal abastecedor de productos perecederos.

Conclusiones

Hay en este análisis dos modelos diferentes cuyas reacciones ante la crisis serán también distintas, como veremos a continuación.

En **México**, el modelo es predominantemente orientado a traer turismo del exterior y salvo casos excepcionales hay un peso importante del turismo nacional, por lo que éste se divide en dos subgrupos, pero además deben enfrentar cambios radicales en el sistema de transporte.

- El 70% de los vuelos directos han sido cerrados.
- Los que quedan se hacen a partir de combinaciones que hacen durar los viajes entre cinco y siete horas como un viaje a América del Sur.
- El abaratamiento del destino trae como consecuencia una baja en el perfil social, cultural y económico del turista nacional.
- En los destinos que basan su desarrollo sólo en turismo exterior, básicamente de Estados Unidos, como: Los Cabos, Loreto, Cancún, Cozumel y la Riviera Maya, donde los impactos son muy fuertes:
 - Se da un freno total en el destino, comenzando por la industria de la construcción, pasando a los hoteles y por último los restaurantes y otros lugares de diversión y ocio.
 - La única salida es una reingeniería hacia el turismo interior, sin embargo, su situación derivada de lo alejado de los grandes centros urbanos, por lo que el acercar turismo nacional dependerá de los vuelos que quedan luego de la crisis.

- En los destinos en los que hay un cierto equilibrio entre turismo nacional y extranjero o domina el primero como Acapulco, Ixtapa, Huatulco, Mazatlán y Puerto Vallarta los efectos derivados de la crisis son menores:
 - Estos destinos tienen del 40 al 70% de turismo nacional, por lo que redefinir la promoción hacia el turismo nacional es algo que está dentro de las posibilidades del destino.
 - Por su ubicación y por la tradición de tener turismo nacional, las posibilidades de incrementar el turismo nacional son viables.

En **Argentina**: el modelo es lo inverso del modelo mexicano, ya que domina el turismo nacional:

- Por ello el impacto es menor.
- Afecta a la ciudad de Buenos Aires y algunos centros muy particulares del resto del país, como las zonas de esquí, un turismo de altos ingresos que se reduce.
- Genera un reciclaje de los hoteles que por un tiempo bajan sus tarifas para ser accesibles al turismo nacional.
- Los vuelos se mantienen porque la línea bandera ha sido recuperada por el Estado y, en la mayoría de los casos, los vuelos de larga distancia eran compartidos entre turistas y locales principalmente de la industria petrolera y pesquera.
- El turismo nacional ha resentido la crisis y ha respondido con menor derrama pero no en número de turistas.

En **Belice**: El turismo internacional domina por una situación extrema, la falta de población que constituya un mercado interior de consumo.

- El turismo internacional es predominantemente norteamericano o llega vía Estados Unidos.
- El turismo europeo se verá más facilitado por el valor del euro, pero los vuelos directos y restricciones de vuelos de Estados Unidos por falta de pasaje, incidirá un poco en su recuperación.
- La idea es aumentar el peso de los cruceros, pero en la segunda parte del año es la temporada de huracanes, lo cual no es lo más apropiado para viajes de mar.

- La pérdida de empleos en el turismo, incide en Belice por tener muy pocas fuentes de empleo y las propias remesas que mandan los beliceños desde Estados Unidos se están reduciendo.

En síntesis, la recuperación del turismo en América para el caso de los que son muy dependientes del turismo de Estados Unidos dependerá de la recuperación de la economía de ese país.

En el cono sur, con un mercado interior fuerte y el exterior muy regional la recuperación está más cercana y tiene menos dependencia de la recuperación de Estados Unidos.

Referencias

- BANDIERI, Luis María (2009). Intentando comprender el gran crack de 2008. *El manifiesto.com*.
- HEINZELMAN, Kart (1984). *La economía de la imaginación*. México: Fondo de Cultura Económica.
- HOCHSCHILD, Arlie R. (2001). Las cadenas mundiales de afecto y asistencia y la plusvalía emocional. En *El límite*. España: Tusquets editores.
- JEONG, Seongjin (2009). Un análisis histórico-económico clásico de la actual crisis. *Rebelión*, 24-02. España.
- MOLLET, Damián y Eric Toussaint (2009). *Cifras 2008*. www.cadtm.org
- Organización Mundial de Turismo (2008). *Barómetro OMT del turismo mundial*. Vol. 6, núm. 3, octubre. Madrid.
- (2009). El turismo: una fuente de oportunidades en tiempo de reto. *Noticias OMT*, año XXIII, núm. 1. Madrid.
- VERDÚ, Vicente (2009). El porvenir de la Catástrofe. *El País*, 22-02. España.
- WALLERSTEIN, Immanuel (2009). El sistema que salga de la crisis será muy diferente. *Rebelión*, 21-02. España.

III. El tránsito entre una política turística cifrada en las ventajas comparativas a otra basada en ventajas competitivas

Marco Antonio Merchand Rojas

El presente trabajo tiene dos cometidos, el primer objetivo, consistirá en analizar en términos epistémicos de donde deriva el concepto de Política Turística (PT) a partir de ciertos instrumentos, objetivos intermedios y finales que definirán operacionalmente la PT, el segundo objetivo, estudiará como saltar de una PT basada en las ventajas comparativas a una cifrada en las ventajas competitivas.

Para explicar estos dos objetivos que enmarcan dicho documento, se arguye que la PT cobra una importancia crucial en el entorno de la economía globalizada, pues es a través sólo de la PT que un gobierno estimula su actividad turística en su territorio proveyendo infraestructura pública a fin de facilitar la construcción de oferta turística y promoviendo paralelamente la difusión de la actividad entre el empresariado y la propaganda del país, convertido en destino turístico.

Complementariamente, se puede decir que lo que justifica el estudio de la PT, es que esta política específica se convierte en la instancia apropiada para aprovechar las ventajas locacionales y/o regionales de un país, la globalización de los mercados turísticos cobran mayor jerarquía en la dinámica económica de los países en los niveles de producción y empleo, incluso el sector juega cada vez más un rol compensador en el desequilibrio de la balanza de pagos, por supuesto, si cobra mayor importancia económica el turismo, entonces la competitividad de los destinos turísticos se convierte en uno de los objetivos fundamentales de toda política turística.

El trabajo está dividido en dos apartados:

- El Constructo de política turística.
- De una política turística con ventajas comparativas, a una con ventajas competitivas.

El Constructo de política turística

La PT es parte integrante de la política económica, es decir, ésta forma parte de una intervención deliberada del Estado para atender asuntos económicos del turismo con el objeto de lograr ciertos fines. Si la PT es una política específica de la política económica, entonces vale la pena definir la política económica. Acorde con Kirschen (1965) el término política económica describe el proceso mediante el cual el gobierno, a la luz de sus fines políticos generales, establece la importancia relativa de ciertos objetivos, utilizando, si es preciso, instrumentos o cambios institucionales en su intento por conseguir aquellos objetivos. La política económica representa, de alguna manera, las acciones del gobierno y otros órganos representativos del Estado para alcanzar ciertos fines de interés general.

Este apartado parte de la premisa al igual que Jané Solá y Kirschen¹ que una de las clasificaciones más ilustrativas de políticas económicas² es la que está basada en la distinción entre diferentes tipos de políticas en función de la distinta naturaleza de los fines perseguidos. Jané Solá distingue entre políticas de ordenación, políticas finalistas y políticas específicas todas ellas en relación con los objetivos o fines de cada una de ellas. El esquema 1, ilustra muy bien la ubicación de cada política acorde con su clasificación.

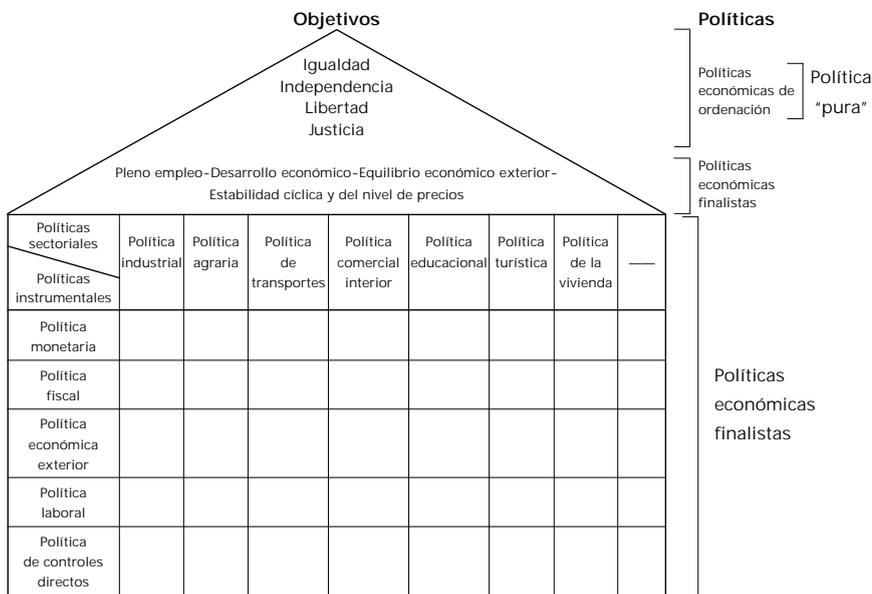
Como bien lo explica Fernández *et al.* (1995) citando a Jané las políticas de ordenación son aquellas encaminadas a establecer y mantener el orden económico establecidas en la constitución económica. Los objetivos perseguidos por estas políticas son la igualdad, la independencia, la libertad y la justicia.

Respecto a las políticas específicas, referidas en el esquema 1 tienen por objeto un conjunto de fines intermedios, complejos y diferentes, que, a su vez, son medios para el logro de los objetivos de las políticas finalistas. Estas se subdividen, con arreglo a un cuadro de doble entrada, en políticas secto-

1 Citado por Fernández, A., J. Parejo y L. Rodríguez (1995).

2 Según Kirschen el término política económica describe el proceso mediante el cual el gobierno, a la luz de sus fines políticos generales, establece la importancia relativa de ciertos objetivos, utilizando, si es preciso, instrumentos o cambios institucionales en su intento por conseguir aquellos objetivos.

Esquema 1



Fuente: Fernández, A., J. Parejo y L. Rodríguez (1995).

riales, en sentido horizontal, y políticas instrumentales, en sentido vertical. Entre las primeras están la política industrial, política agraria, política de transporte, política comercial interior, política educativa, política turística, etcétera. Entre las segundas, la política monetaria, política fiscal, política económica exterior, etcétera.

Se puede decir que toda política sectorial, tiene categorías o polos, los cuales pueden ser la “intervención del Estado o la no intervención”, la dependencia o la independencia del exterior y la orientación hacia adentro o hacia fuera, claro que los polos que toma la política sectorial dependerá en parte de la política económica que se aplique en el país. Es evidente que en realidad es difícil encontrar una política sectorial que contenga los extremos de algunas categorías en su más pura expresión. Estas se presentan más bien en algún punto intermedio en cada continuo. Sin embargo, también es cierto que en su mayoría, las políticas sectoriales tienden a tomar una orientación muy definida hacia alguno de los extremos de cada categoría a costa de un claro desprecio por el otro.

La limitante de este trabajo, es que no se analizará las políticas instrumentales en su aspecto de verticalidad, es decir, hasta que grado, las políticas sectoriales se ven influenciadas por la alteración de muchos instrumentos disponibles (tipo de cambio; tipo de redescuento del Banco Central; compra-venta de valores públicos en el mercado abierto; impuestos; regulaciones salariales; etc.), estos instrumentos que se mencionan, afectan a todos los sectores productivos con carácter general, pero de forma diferenciada (Solá, 1974).³

Respecto a la PT habría que explicar primero que el funcionamiento de la actividad turística debe de abordarse desde un enfoque sistémico, pues incurre en su dinámica una serie de factores interrelacionados entre sí, que en conjunto pueden ser estudiados desde la propia especificidad de la PT. En otras palabras, los cuatro componentes o factores que se enumeran en el cuadro 1, son influenciados por la forma en que se concibe la PT y que de alguna forma sus tendencias están marcadas por el tipo de PT que concibe el Estado para incentivar estos cuatro componentes.

Cuadro 1. Los componentes básicos de la actividad turística

-
- Demanda integrada por consumidores de la actividad turística.
 - Oferta integrada por conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas.
 - Espacio geográfico en que sitúa la actividad turista y donde están presentes la oferta y la demanda interactuando.
 - Operadores de mercado que facilitan la interrelación entre la oferta y la demanda (Agencias de viajes, compañías de transporte, organismos públicos y privados).
-

Estos cuatro componentes básicos de toda actividad turística se verán influenciados por conseguir ciertos fines u objetivos mediante la utilización de ciertos medios o instrumentos que forman parte fundamental de toda política económica y por supuesto también integran a la propia PT y que tiene que ver con las alternativas que un gobierno se plantee en la toma de decisiones de elegir la protección ecológica de los recursos naturales de su territorio o, por el contrario, se inclina por la captación, a cualquier precio, de divisas en cuantía suficiente para emprender el desarrollo económico

3 Citado por Fernández, A., J. Parejo y L. Rodríguez (1995).

anhelado, no cabe duda que las medidas dictadas y aplicadas para promover uno u otro fin, serán claramente diferentes (Monfort, 2000).

Como bien lo explica Monfort la PT tiene su fundamento y origen en la política económica, de la cual se desprende. Si la PT se deriva de la política económica general, entonces ésta, mantiene elementos comunes, al igual que ocurre con las políticas sectoriales, que de igual modo persiguen actuar o incidir en un ámbito concreto de la esfera productiva de la economía.

Cabe mencionar el análisis que realiza Velazco (2005) a partir del estudio hecho por la OCDE (1987)⁴ donde se habla sobre los cambios que el Estado ha asumido en el sistema turístico. Las funciones que asumen los Gobiernos en materia de política turística y los objetivos que se proponen éstos, se pueden agrupar en términos generales en que primero los Gobiernos asumen una primera función de estímulo de la actividad turística en su territorio. Para ello han de proveer de la infraestructura pública suficiente para el despegue de la actividad (construcción de carreteras, aeropuertos y puertos, en zonas que habían generado una primera demanda turística) y han de facilitar la construcción de oferta turística y en un segundo momento, la propia creación de infraestructuras se convierte en el instrumento básico del diseño de los flujos turísticos, el Estado puede actuar como agente de planificación y canalizar las corrientes turísticas hacia las zonas con menor grado de desarrollo.

El día de hoy se ve al Estado como armonizador, la política turística persigue mejorar el producto turístico ante un mercado cada vez más sofisticado y frente a un aumento del conflicto entre valores como desarrollo y sostenibilidad de difícil gestión, el Estado emprende acciones relacionadas que tienen que ver con la cooperación entre los actores (empresas, agencias de viajes, sindicatos y asociaciones, administración pública en sus diferentes niveles, etcétera).

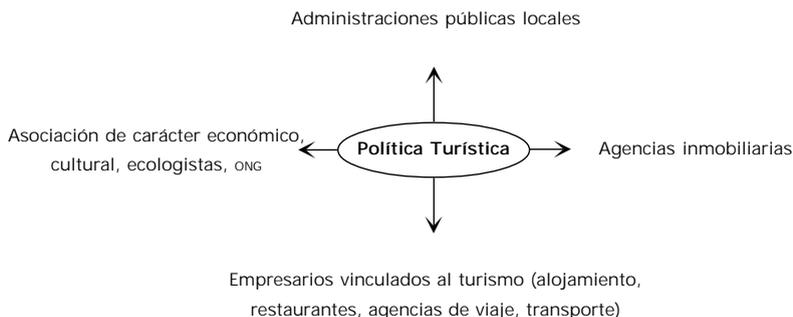
Precisamente en este último punto se va a insistir sobre la intervención del Estado en la economía encargado para corregir los fallos del mercado, aquí no se cree en los mercados “perfectos” y autoajustables que se vuelven una especie de idealización a la que debe llegarse, en el dogma neoliberal se profesa que el Estado no debe intervenir en materia económica: es el mer-

4 Fuente citada por Velazco (2005).

cado el que regula y determina el devenir económico. Contrario a lo que reclama el dogma neoliberal, aquí se postula, que es el Estado el encargado de compensar esas fallas del mercado, tratando de armonizar los intereses entre los diversos agentes que muchas de las veces no coinciden, es decir, se presentan contradicciones entre ellos; de ahí la importancia del consenso en la elaboración de la política turística (Díaz *et al.* 2006).

El esquema 2, ilustra como el accionar de la PT debe de tomar en cuenta a una serie de agentes y/o actores que forman parte de la actividad turística y que tienen cada uno de ellos sus propias inercias (intereses de todo tipo) para ser tomados en cuenta, cuando se implementa una estrategia de PT.

Esquema 2



Como bien lo apunta Díaz *et al.* (2006) la importancia del consenso en la elaboración de la PT se gesta cuando aparecen conflictos de intereses entre los distintos agentes relacionados con la aplicación de la PT, se precisa el logro de acuerdos entre ellos que hagan posible el alcance de los fines preestablecidos, por ejemplo resalta el caso de cómo ciertos territorios locales-regionales están forzosamente “ordenados” por la acción de los agentes productivos que generan un “orden” territorial circunscrito a la lógica del capital en el rubro turístico. La consolidación de los capitales ubicados en estas localidades, propicia una complementariedad y compatibilidad entre la economía de mercado y la política de ordenamiento territorial que gesta el Estado para consolidar los capitales turísticos en la región. Este acompañamiento entre los capitales extranjeros y las políticas territoriales impul-

sadas por el Estado, se concretizan en los Centros Integralmente Planeados (CIP) impulsados en México, que responden a una política de desarrollo turístico fomentado por el Estado federal y local a través del consenso entre los diferentes agentes económicos involucrados en toda actividad turística.

El cuadro 2, presenta los fallos que requieren la intervención pública.

Cuadro 2

-
1. Estructuras imperfectas (tour operadores).
 2. Bienes públicos demandados por los turistas.
 3. Externalidades positivas y negativas propias del desarrollo de la actividad turista.
-

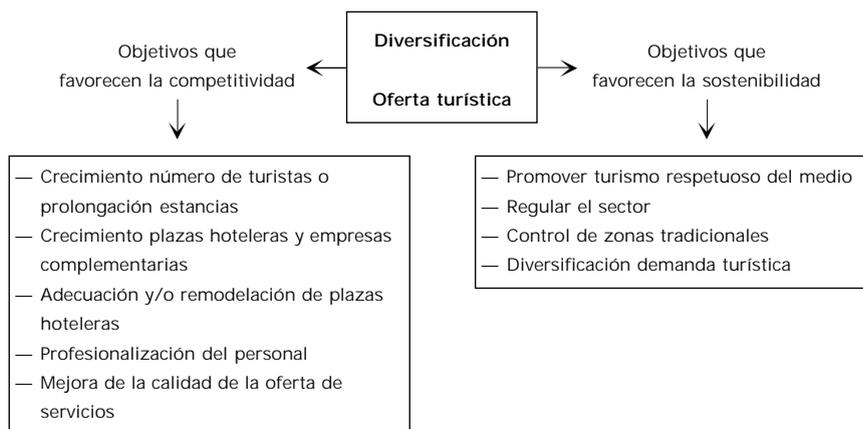
Estos tres fallos que se enumeran en el cuadro referido requieren y exigen que el Estado instrumente una serie de acciones reguladoras que compensen al menos en el primer caso distorsiones en los precios impuestos por monopolios u oligopolios (agencias de viajes) que afecten la demanda efectiva del turista. En el segundo caso, resulta imprescindible la acción del Estado de dotar una infraestructura acorde con la dinámica turística y demanda al mismo tiempo una intervención deliberada de los gobiernos para mantener y renovar la infraestructura física, de transportes y telecomunicaciones. En el tercer caso, son tanto en las economías externas (efectos positivos) y deseconomías externas (efectos negativos) la intervención del Estado, pues en las primeras, uno de los objetivos de la PT es lograr que la actividad turista origine efectos desencadenantes en otras actividades de servicio que propicien resultados multiplicadores en el empleo e inversión. También es muy importante el rol que debe de cumplir el Estado en las deseconomías externas, pues es en éstas, donde los aspectos negativos muestran mayores efectos perniciosos tanto en el medio natural como en el medio sociocultural.

Por ejemplo, la PT al igual que la política económica general se diferencia entre fines, objetivos y metas. Los fines serían los principios u opciones de desarrollo que inspiran un conjunto de objetivos (por ejemplo, la alternativa de turismo de masas *versus* turismo sostenible). Los objetivos constituyen decisiones sobre aspectos específicos de la actividad turística que al modificarlos permiten el logro de los fines previamente establecidos (por ejemplo,

aumentar el número de turistas nacionales o frenar la construcción de nuevas plazas de alojamiento en la costa). La meta es la cuantificación de los objetivos (por ejemplo, aumentar el turismo extranjero en 8%) establece la forma operativa de lograr el objetivo propuesto (Díaz *et al.* 2006).

Independiente de la clasificación de objetivos de la PT en los rubros económicos (generar divisas, generar mayor crecimiento económico), sociales (generar empleos en zonas deprimidas, aumentar la participación en el turismo de las clases más desfavorecidas), de sostenibilidad (conservar el patrimonio histórico-artístico y biofísico) y políticos (mejorar la imagen del país o región en el exterior), habría que postular que toda PT deberá buscar la sincronía entre los objetivos que favorecen la competitividad y los objetivos que favorecen la sostenibilidad, en el esquema 3 se observa el costo de oportunidad que representa para todo gobierno entre elegir una competitividad espuria⁵ o transitar a una competitividad sustentable que triangule lo económico, lo social y lo ambiental.

Esquema 3



Fuente: Díaz *et al.* (2006).

5 Para Fajnzylber (1990) una sociedad no equitativa sólo favorecería la competitividad espuria o de corta vida (basada en bajos salarios o en la explotación de los recursos naturales), dificultando que los recursos se encauzasen hacia el progreso técnico y redirigiéndolos hacia el consumo o hacia el exterior; así, al poco tiempo, la competitividad espuria se iría erosionando y el crecimiento se ralentizaría.

Para cerrar este apartado, falta por agregar que la jerarquía de los objetivos de la PT como los de cualquier otra política, cambian conforme a los contextos geográficos y varían en función de la coyuntura político económica, pues es claro que para los países desarrollados el turismo es una alternativa más, de otras muchas, en cambio para muchos países en desarrollo o pobres, es la única alternativa que tienen para que sus economías experimenten cierto crecimiento y sean competitivas a costa de degradar sus recursos naturales y culturales.

De una política turística con ventajas comparativas, a una con ventajas competitivas

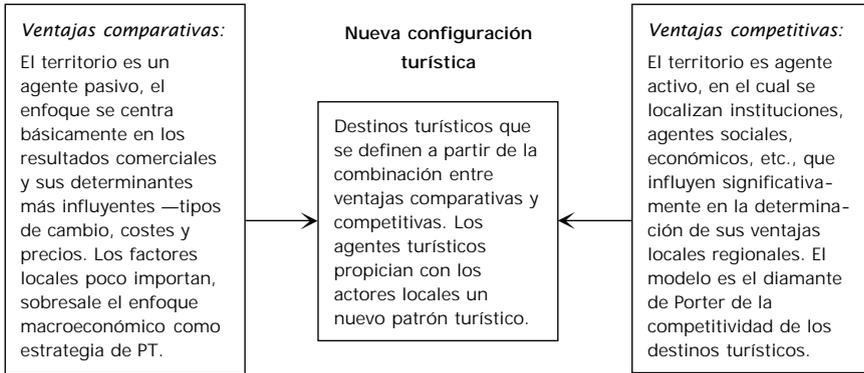
El subtítulo de este apartado analizará cómo la nueva PT define pautas que sustentan el espacio territorial a partir de la construcción, no únicamente de las ventajas comparativas clásicas (destinos de sol y playa donde el territorio es un agente pasivo), sino que las combina ex profeso con las ventajas competitivas en que el territorio es agente activo, en el cual se localizan instituciones, agentes sociales, económicos, etc., que influyen significativamente en la determinación de sus ventajas locales regionales.

El siguiente esquema 4, ejemplifica cómo se ha ido integrando una nueva configuración regional turística a partir de otros determinantes que transitan entre las ventajas comparativas clásicas y las competitivas.⁶

Se puede decir, que en la ventaja comparativa se tiene al Estado central como actor principal, pues se trata de aprovechar los recursos naturales (sol y playa) y ubicar al turismo como un aliciente económico en las localizaciones que cuenten con estos recursos, la intención es promover la oferta turística con una planeación indicativa y deliberada ex profeso que incentive

6 La diferencia entre ventajas comparativas y competitivas se analiza en forma muy esquemática. No existen las condiciones para entrar a debatir las controversias teóricas sobre dichos conceptos. Simplemente se utiliza el concepto de ventaja comparativa como el clásico ejemplo de que los países ya no pueden competir en el mercado internacional, sólo a través de sus recursos naturales o salarios bajos para atraer capital extranjero, sino que para competir son necesarios otros recursos creados deliberadamente, para que los capitales decidan localizarse en el país receptor.

Esquema 4



un turismo de “enclave o polo turístico” en cambio, en la ventaja competitiva, se concibe una política de desarrollo local, construida a partir de las regiones y localidades, aquí se visualiza al Estado local como facilitador de las condiciones que promuevan el desarrollo endógeno. Sin lugar a dudas, si hacemos un examen histórico de las PT, observaremos que éstas han dependido del Estado central, pues ha sido éste, el que define el patrón de desarrollo económico general y en específico sobre el turismo en los tres ámbitos (nacional, regional y local). Sin embargo, a partir del cambio en la agenda de los problemas de la economía regional, donde se concibe la intervención del Estado de distinta forma, se ha tratado de que el Estado funja como la instancia promotora que impulse a los agentes externos (empresas hoteleras transnacionales) y los locales y/o regionales (administraciones locales y municipales) para que ellos operacionalicen los programas de desarrollo turístico y ubiquen a sus localidades en la competencia del mercado mundial (Merchand, 2007).

Con respecto al concepto de ventaja competitiva, se puede ilustrar el caso, cuando las administraciones públicas locales⁷ donde se asientan las localidades turísticas instrumentan una serie de estrategias competitivas

7 La política pública es un conjunto articulado y coherente de decisiones y actuaciones que llevan a cabo los gobiernos en el ámbito territorial de su competencia, con la intención de alcanzar unos objetivos determinados en relación con los hechos de distinta naturaleza que genera el proceso de atracción, estancia.

que les permita allegarse de capitales internos y externos, deben basarse en ofrecer “calidad” del marketing (promocionar su ventajas locativas en los mercados externos). Los capitales nacionales y transnacionales, considerarán el “entorno territorial” como condición favorable que les permita seleccionar las regiones donde se visualizan las mejores garantías para decidir localizarse. En definitiva, este significativo crecimiento en el número de destinos turísticos está provocando un importante incremento de la competencia entre los mismos, competencia que se hace aún más intensa si tenemos en consideración que aunque la demanda turística está creciendo, el ritmo de ésta se ha ralentizado, de forma que las tasas de crecimiento de la oferta, tanto de empresas como de destinos turísticos, son muy superiores a las de la demanda, lo cual ha incidido en una intensificación de la competencia en la actividad turística, en general y entre destinos, en particular.

En este sentido, tal y como lo explica Flores (2007) citando a Camisón y Monfort (1998), cuando un destino turístico comienza a entrar en la fase de madurez de su ciclo de vida requerirá acciones positivas encaminadas a rejuvenecer el destino, mediante la sustitución de las ventajas comparativas tradicionales por ventajas competitivas que garanticen la permanencia en el mercado y generen niveles más altos de rentabilidad (Camisón y Monfort, 1998: 6).⁸

Sin embargo, a pesar de que 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, no es menos cierto que desempeñan un importante papel en el nacimiento y desarrollo de gran parte de estos destinos turísticos.

Cabe insistir, que coincidimos con Flores (2007) que el enfoque territorial estratégico es el enfoque más adecuado a la hora de analizar la competencia en la actividad turística, ya que en él se integran y complementan los restantes enfoques —país, sector y empresa—, sobre todo, si tenemos en cuenta que el análisis de la competencia entre destinos turísticos se establece a nivel de territorios.

El mismo Flores (2007) explica que se está asistiendo a una importante intensificación de la competencia en la actividad turística, tanto entre las

8 Citados por Flores (2007).

empresas, directamente relacionadas con esta actividad —hoteles, agencias de viajes, empresas de ocio, etc.—, como entre los destinos turísticos. Este incremento de la competencia obedece tanto a factores ajenos a la industria turística, pero que repercuten significativamente sobre la misma, como a factores intrínsecos a ésta, los cuales pueden dividirse, a su vez, en factores de oferta y factores de demanda. De manera que todas estas transformaciones interrelacionadas están condicionando y modificando las bases que determinan y explican la competencia tanto entre empresas como entre destinos turísticos.

El propio Poon (1993)⁹ identifica cinco factores principales que inciden en una nueva competencia, como son: —nuevos consumidores, nuevas tecnologías, nuevas formas de producción, nuevas técnicas de gestión más flexibles y cambios en el entorno— que impulsan el cambio hacia una llamada nueva era del Turismo que se caracteriza por la existencia de unas vacaciones cada vez más flexibles, con una demanda más exigente, experimentada, compleja e individual, un marketing dirigido a nichos específicos del mercado, con diferentes intereses y necesidades y donde las tecnologías de la información y la comunicación se han convertido en instrumento muy importante para la producción, comercialización y distribución de los productos turísticos.

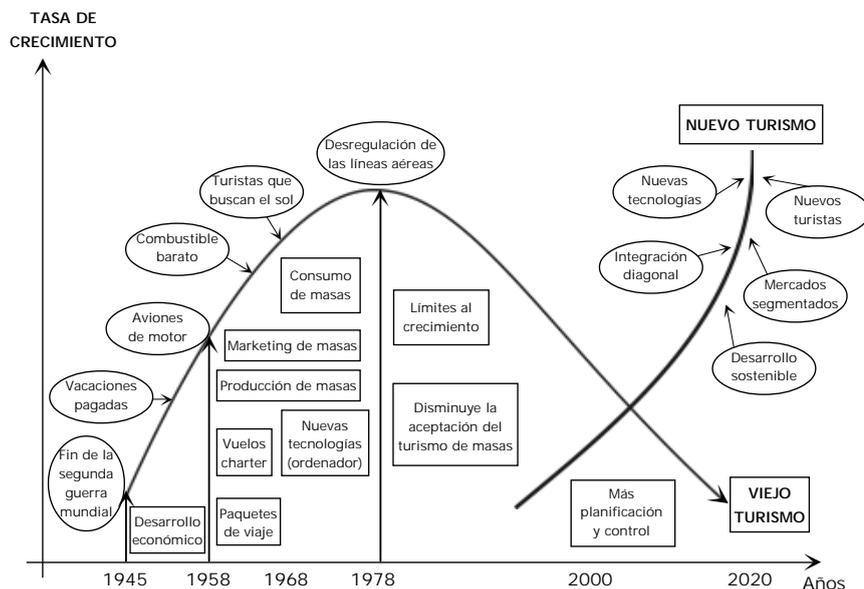
Cabe insistir sobre los elementos que deben de tomarse en cuenta para definir un nuevo destino turístico que integre el paso del turismo en masas al nuevo turismo que se define a partir de otras variables. El gráfico 1, ilustra de alguna forma las nuevas competencias que deben de implementarse para ser competitivo en el mercado turístico internacional.

Insistiendo sobre el concepto de competencia internacional de los países *para crear, producir y distribuir bienes y servicios en los mercados internacionales, se pueden distinguir dos grupos de explicaciones al fenómeno de la competitividad internacional*, haciendo referencia al enfoque macroeconómico y estratégico. Mientras que en el primero el territorio es un agente pasivo, en el segundo es un agente activo, en el cual se localizan instituciones, agentes sociales, económicos, etc., que influyen significativamente en la determinación de sus ventajas competitivas (Cals, 1991: 45).¹⁰

9 Citado por Flores (2007).

10 Citado por Flores (2007).

Gráfico 1



Fuente: Díaz *et al.* (2006).

Precisamente el cambio operado en las estrategias competitivas es lo que permite hablar del nuevo turismo, pues las estrategias de competitividad de los destinos suponen un cambio radical desde unas políticas competitivas basadas en la oferta de un único producto (sol y playa) a precios bajos, a otras radicalmente diferentes, ajustadas a los mercados actuales y donde los precios no constituyen el elemento determinante y si la mejora de la calidad.

Incluso ya se habla de calidad e innovación de la oferta turística de un destino; para abordar esta apreciación, se tiene que partir de una aproximación al concepto de producto turístico que consiste en recurrir a la idea de turismo asociado a un viaje motivado por un interés particular o especial, es decir, el denominado en inglés “Special Interest Tourism” (SIT) (Díaz *et al.* 2006).

Para entender en que consiste el SIT vale la pena citar a Hall y Weiler (1992)¹¹ quien postula que “la motivación de los viajeros y la toma de decisiones están determinadas fundamentalmente, por un interés especial y par-

11 Citados por Díaz (2006).

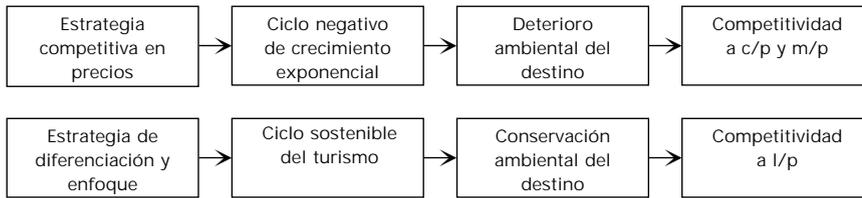
ticular enfocado, o bien, hacia una actividad o actividades concretas, o bien, a destinos y lugares específicos”. El SIT se entiende como integrante interdisciplinar al abarcar los siguientes componentes: El sistema global tanto a nivel local y mundial (aspectos políticos, económicos, ecológicos, tecnológicos y socioeconómicos y socioculturales); el sistema de demanda turística (situación financiera del individuo, factores cognitivos, determinantes del comportamiento —emociones, necesidades, motivaciones, actitudes, imágenes—) y el sistema de oferta turística (lugares y destinos turísticos, agencias e viajes, empresas de alojamiento, infraestructura, etc.) (Díaz, 2006).

El SIT representa la complejidad del fenómeno turístico y responde a los fundamentos del llamado nuevo turismo a partir de ubicar las percepciones del turista como consumidor y lo más importante de todo, se plantea la idea de eficientar la gestión de los destinos turísticos. El SIT al integrar los tres sistemas (el global, el de demanda y el de oferta) permite diseñar estrategias de PT sin descuidar ningún componente fundamental. Como se explica “el sistema global comprende los elementos más directamente relacionados con la política turística y la vinculación de ésta a la política general de un Estado (...) el SIT no solamente favorece una gestión apropiada cuando se trata de maximizar la satisfacción del consumidor, *sino permite orientar los planes y programas de desarrollo turístico promovidos por las administraciones y demás agentes de sector, además de cazar los objetivos de marketing con los servicios relevantes en el ámbito de la distribución, la firmeza de precios y las estrategias de promoción*”¹² (Díaz, 2006: 7134).

Sin embargo, lo que pasa en los países en desarrollo, se ejemplifica en el esquema 5, que utiliza Flores (2007) y que citando a Yunis (2003: 26-27) ilustra muy bien lo que pasa en estos países cuando tienen un ciclo negativo de crecimiento exponencial.

Como se aprecia en el esquema, el mismo Flores (2007) explica que las estrategias de desarrollo de destinos turísticos pueden ser agrupadas en dos: “una estrategia competitiva a corto y medio plazos, y otra a largo plazo, para el caso de los destinos turísticos, no basta con ser competitivo en un momento determinado, sino que hay que insistir en la búsqueda de la mejora continua de sus condiciones de competitividad, pues la competitividad de un país

12 El subrayado es nuestro.

Esquema 5. Estrategias competitivas genéricas de los destinos turísticos

Fuente: Flores (2007).

o una empresa viene condicionada por su capacidad de crear y sostener un valor añadido económico a largo plazo frente a sus competidores. Por lo que todo destino turístico deberá buscar la competitividad a largo plazo. Y es la elección de esta estrategia competitiva a largo plazo la que identificamos con el concepto de competitividad sostenible (...) se apuesta por desarrollar una estrategia de competitividad sostenible o largo plazo, entendiendo ésta como la capacidad del destino para crear e integrar productos con valor añadido que proteja sus recursos y, al mismo tiempo, mantener su posición competitiva entre destinos competidores” (Fores, 2007: 202).

Sintetizando y volviendo a la idea expresada al principio, no se puede hablar de una nueva competitividad acompañada de un nuevo turismo y concretizada con una PT integral, si no se contempla la sostenibilidad de los recursos turísticos que abarque el Sistema global (—local y mundial— sistema de demanda turística y sistema de oferta de la industria turística) que constituyen la principal garantía de competitividad futura de los mercados. Desafortunadamente, no se ha superado la conflictividad entre los objetivos de sostenibilidad y expansión de la actividad turística, pues todavía el turismo, sobre todo, en los países en desarrollo, produce efectos no deseados, superando la capacidad de carga de los territorios, destruyendo el entorno biofísico y cultural.

Conclusiones

Qué tipo de PT es la adecuada para que los países que están ávidos de divisas incentiven de alguna forma sus potencialidades locales a partir de la activi-

dad turística, dicho cuestionamiento en parte se encuentra en la propia gestión de la PT que se tenga, e incluso ésta deriva de la concepción general de la política económica e incluso del propio modelo económico que sustente el instrumental y la orientación de la PT. En términos económicos es como contar con costo de oportunidad que marque el dilema de fomentar un turismo rapante que fundamente su crecimiento en detrimento de los recursos naturales y ambientales o fomentar una actividad turística que propicie externalidades positivas entre el recurso económico, social y ambiental de las localidades.

Bibliografía

- DÍAZ, F. *et al.* (2006). *Política turística: Competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos*. Valencia: Tiran Lo Blanch.
- KIRSCHEN, E. (1965). *Nueva política económica comparada*. Barcelona: Oikos-Tau Ediciones.
- FAJNZYLBER, F. (1990). “Industrialización en América Latina: de la ‘caja negra’ al ‘casillero vacío’”, *Cuadernos de la CEPAL*, núm. 60, Naciones Unidas-CEPAL, Santiago de Chile.
- FERNÁNDEZ, A. *et al.* (1995). *Política económica*. Madrid: McGraw-Hill.
- FLORES, D. (2007). *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*. Universidad de Huelva, España. Facultad de Ciencias Empresariales, Departamento de Economía General y Estadística, Tesis doctoral.
- MERCHAND, M. (2007). *Teorías y conceptos de economía regional y estudios de caso*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-CUCosta.
- MONFORT, V. (2000). “La política turística: una aproximación”, *Cuadernos de turismo*, núm. 6, Madrid, España.
- VELAZCO, M. (2005). “¿Existe la política turística? La acción pública en materia de turismo en España (1951-2004)”, *Política y Sociedad*, vol. 42, núm. 1, pp. 169-195.

IV. Política económica y desarrollo regional

La Costa de Jalisco a mediados del siglo xx

Patricia Núñez Martínez
Gabriela Scartascini Spadaro

Tomando como punto de análisis al territorio, se pueden distinguir dos tipos de políticas regionales; por un lado, están las que fueron diseñadas entre 1930 y 1970 para fomentar el desarrollo de regiones específicas en el país, a través de programas y proyectos esbozados para dicha región que atendían a sus peculiares características como el territorio, su población, recursos, y comunicaciones entre otros. Por el otro lado, se encuentran las políticas instrumentadas entre 1970 y 1982, que tendieron hacia la descentralización mediante la redistribución territorial de la población y de las actividades económicas, enfocadas a tratar de eliminar las asimetrías que se observaban entre las diversas regiones del país, lo anterior con el propósito de aminorar la centralización que se vivía en México, tanto en lo económico como en lo demográfico.

Las tendencias de las políticas regionales de esta segunda etapa se caracterizaron porque requirieron de la intervención de un Estado fuerte, que pudiera poner en práctica los mecanismos para la aplicación de incentivos o desincentivos que favorecieran o desalentaran la localización de las actividades económicas, de acuerdo con las prioridades de la política nacional.

Hacia finales de los años setenta, Myrdal consideraba que la intervención del gobierno era determinante para que los países subdesarrollados alcanzaran el desarrollo económico y, por ende, se pudiera elevar el nivel de vida de la gran masa de la población. Agregaba que ésta es una “tarea que debe ser emprendida por los gobiernos, los cuales deben preparar y poner en práctica un plan económico general que comprenda un sistema de contro-

les e incentivos adecuado para que el proceso de desarrollo se inicie y prosiga sin interrupciones”.¹

Los primeros pasos de la política regional en México

Los desequilibrios entre las diversas regiones de México habían sido una constante desde la época colonial, y podríamos decir a grandes rasgos, que resultaron de la conformación geográfica del país y de las formas de organización política, económica, social y cultural de la época.

Por una parte, existían unos cuantos centros urbanos, localizados principalmente en la región de los Valles Centrales, donde se concentraban todas las actividades económicas y políticas y, por la otra, un sinnúmero de localidades rurales dispersas por el resto del territorio. Esta situación continuó presentándose durante todo el siglo XIX y buena parte del siglo XX, no obstante, que desde la década de los años cuarenta del siglo XIX empezaron a hacerse intentos por ir perfilando políticas que tendieran hacia la equidad entre las regiones.

Sin embargo, esos primeros intentos no lograron resultados significativos ya que, durante ese siglo, los primeros gobiernos independentistas tuvieron que centrar su atención en resolver, sobre todo, la problemática política que estuvo latente durante casi toda esa centuria, y aunque no dejaron de preocuparse por la problemática económica, ésta quedó en segundo término, con excepción del porfiriato, etapa en la cual se intentó integrar al país a través del ferrocarril y los puertos.

Esta situación empezó a cambiar una vez que los gobiernos posrevolucionarios empezaron a mirar hacia las distintas regiones del país. Así, la posibilidad de aprovechar los vastos recursos que la nación ofrecía, al igual que la integración equilibrada de cada una de ellas en un solo proyecto de desarrollo nacional, se empezó a gestar. Esta visión marcó la pauta de acción de los gobiernos; de esta forma dio inicio una etapa de grandes esfuer-

1 Gunnar Myrdal. *Teoría económica y regiones subdesarrolladas*. 5ta. reimp. Trad. de Ernesto Cuesta Soberón. México: Fondo de Cultura Económica, 1979, p. 94.

zos por parte de los gobiernos federal, estatales y municipales para alcanzar el desarrollo.

Sin embargo, estas acciones tampoco beneficiaron a todas las regiones, pues fueron intentos aislados que respondieron a coyunturas económicas tanto internas como externas que, en lugar de favorecer el equilibrio entre las regiones, privilegió “una dinámica centralizadora durante una larga fase histórica que permitió, no obstante, multiplicar el crecimiento económico y el desarrollo social, así como crear centros productivos modernos”.²

Las primeras políticas regionales que se diseñaron en México entre 1930 y 1970 se enfocaron a favorecer el desarrollo de regiones específicas y a incorporar nuevas áreas geográficas a la economía nacional. Durante este periodo se pusieron en marcha una serie de medidas que se pueden englobar en cuatro áreas interrelacionadas entre sí, las cuales ocurrieron en forma casi paralela.

En primer lugar, se impulsó el desarrollo regional a partir de la redistribución del territorio mediante la aplicación de la Ley de la Reforma Agraria, en segundo lugar, con la implementación de las cuencas hidrológicas se impulsaron las actividades agrícolas, la generación de energía eléctrica y algunas vías de comunicación que favorecieron la salida de los productos agrícolas a los mercados internos, con lo cual se sentaron las bases de la industrialización en el país.

En tercer lugar, y de manera casi simultánea a la anterior, se impulsó el proceso de industrialización en el marco de una coyuntura externa —la segunda guerra mundial— que favoreció el crecimiento de la economía y, en cuarto lugar, se dieron los primeros pasos hacia el proceso de la descentralización mediante la creación de polos de desarrollo regional.

Jalisco y su Costa

La situación en Jalisco no era diferente. El desequilibrio entre sus diversas regiones así como la posibilidad de incorporarlas al desarrollo estatal tam-

2 Secretaría de Programación y Presupuesto. *México: desarrollo regional y descentralización de la vida nacional*. Experiencias de cambio estructural 1983-1988. México: SPP, s/f, p.17.

bién fue un tema prioritario de la mayoría de los gobiernos del siglo xx. Hacia los años cincuenta de dicha centuria, las regiones más atrasadas del Estado eran la Costa, la Caxcana, la de Los Altos y la región Sur.

La región de la Costa abarca una gran extensión del territorio jalisciense; hacia el oriente limita con la Sierra Madre Occidental, hacia el poniente con el océano Pacífico, al norte con el río Ameca, que funge como límite entre Jalisco y Nayarit y, al sur, con el río Cihuatlán o Marabasco límite también entre Jalisco y Colima.

Desde el punto de vista político-administrativo, esta región fue modificada a lo largo del siglo xx, en varias ocasiones, lo cual respondió también al proceso de integración de esta región al ámbito Estatal. En el censo de 1910, aparecen incorporados a ésta únicamente los municipios de Cihuatlán, Mascota, Purificación, Talpa de Allende y Tomatlán; en los censos de 1921, 1930 y 1940 no se incluye el de Cabo Corrientes, ya que formaba parte de Puerto Vallarta; mientras que Casimiro Castillo y Cuautitlán pertenecían a Purificación y, La Huerta al de Tomatlán. No obstante, esta región ha conservado hasta ahora la misma circunscripción territorial.

A partir del censo de 1950, quedó finalmente integrada con 11 municipios: Cihuatlán, Mascota, Purificación, Talpa de Allende, Tomatlán, Puerto Vallarta, Cabo Corrientes, San Sebastián del Oeste, Casimiro Castillo, Cuautitlán, y La Huerta, los cuales abarcan una superficie de 17,272 kilómetros cuadrados, que corresponden al 21.97% del territorio jalisciense.

Cuadro 1. Extensión territorial de la región costa de Jalisco

Municipio	Superficie en km ²
Casimiro Castillo	461.80
Cihuatlán	713.70
Cuautitlán de García Barragán	1,178.67
La Huerta	1,749.71
Mascota	1,591.63
Villa de Purificación	1,937.61
San Sebastián del Oeste	1,400.13
Talpa de Allende	2,279.52
Tomatlán	2,657.50
Puerto Vallarta	1,300.67
Cabo Corrientes	2,001.06
Total	17,272.00

Fuente: INEGI.

La Costa se ha caracterizado por ser una región muy heterogénea, por ello fue necesario dividirla en tres secciones. Recorriendo la región de sur a norte, se encuentra una primera parte que comprende, desde la desembocadura del río Cihuatlán, al sur del cerro de San Francisco, hasta la bahía de Chamela; la segunda parte, desde Punta Pérula o desde El Púlpito hasta Tehuamixtle y la tercera, desde este último punto hasta Puerto Vallarta.

Cada una de estas tres porciones poseen características que las identifican: zona de bahías; las playas son corridas en mar abierto y, donde se ubica Puerto Vallarta, es zona de montañas que nacen en la línea de máximas mareas.³

La incorporación de la Costa de Jalisco en la política económica nacional, tuvo que esperar varios siglos, Rodríguez Batista señala que

sólo cuatro siglos después de la llegada de los españoles aparecen intentos sistemáticos para integrar este vasto y rico territorio [se refiere a toda la Costa de Jalisco desde el río Marabasco o de Cihuatlán en el sur de la costa hasta el río Ameca en el norte] de Jalisco; no significa esto que la zona en cuestión haya permanecido totalmente aislada, por el contrario los flujos comerciales de la Nueva Galicia y del Occidente en general, surcaron con caminos estas tierras [...], pero la búsqueda del equilibrio entre la explotación de sus riquezas, las formas de dominación que marcaron su distribución y la pertenencia a un poder central sólo tiene lugar ya entrado el siglo xx.⁴

A pesar de que en esta región se despliegan una serie de valles factibles para el desarrollo de la agricultura, la ausencia de vías de comunicación, desde hacía varias centurias, la habían convertido en una zona hasta cierto punto improductiva, pues era muy costoso sacar la producción a los centros de consumo. Los valles de Cihuatlán, Cuautitlán, Tequesquitlán, la Resolana, La Huerta, Mascota, Talpa y el Valle de Banderas, este último con una superficie de 30,000 hectáreas, estaban a la espera de ser mejor aprovechados.

3 Rogelio Álvarez. *Jalisco Nueve Ensayos*. Guadalajara: Ediciones Tlacuilco, 1964, p. 45.

4 María Rodríguez Batista. "La Integración de la Costa de Jalisco", en *Estudios Sociales*, revista cuatrimestral del Instituto de Estudios Sociales de la Universidad de Guadalajara, núm. 11, mayo-agosto de 1991, p. 117.

La ganadería, otra de las actividades prometedoras para el desarrollo de esta región, estaba en espera también de que se abrieran vías de comunicación. Existían amplias áreas donde predominaba el zacate y algunas especies forestales que eran aprovechadas como alimento para el ganado; es el caso del árbol llamado capomo “por obra de cuyas hojas y fruto en tres meses llenan los animales sus carnes y lustran su piel”.⁵

Entre los elementos que la habían caracterizado sobresalían, entre otros, las grandes extensiones de tierra casi incomunicadas por la falta de vías de comunicación. Para darnos una idea de la proporción territorial de la que estamos hablando, cabe señalar que los municipios que forman parte de la Costa de Jalisco comprenden una extensión de 17,272 kilómetros cuadrados, lo que representa un 21.97% del total de la superficie del Estado, mientras que la región Costa Norte, con una superficie de 5,959.23 kilómetros cuadrados representa el 34.50% del total de la región Costa de Jalisco.

Cuadro 2. Superficie de los municipios enclavados en la región Costa Norte

Municipio	Superficie en km ²
Jalisco	78,599.00
Tomatlán	2,657.50
Cabo Corrientes	2,001.06
Puerto Vallarta	1,300.67
Total	5,959.23

Fuente: INEGI, Información geográfica.
www.inegi.gob.mx, consultada en septiembre de 2007.

El amplio territorio de la Costa Norte presentaba otro problema que venía arrastrando, como ya lo señalamos anteriormente, desde la época colonial: baja densidad de población, deficiencia o casi inexistencia de equipamiento e infraestructura, así como de servicios de salud y educación.

Ante este panorama, es importante destacar que las políticas regionales enmarcadas en el contexto nacional, durante la década de 1950, si bien

5 Álvarez, *op. cit.*, p. 22.

Cuadro 3. Población asentada en la región Costa Norte

Municipio	1900	1910	1921	1930	1940	1950
Jalisco	1'153,891	1'208,855	1'191,957	1'255,346	1'418,310	1'746,777
Tomatlán	7,751	8,232	7,921	4,631	5,078	5,806
Cabo Corrientes						4,363
Puerto Vallarta			4,574	10,245	10,471	10,801
Total Región Costa Norte						20,970

Fuente: INEGI, Censos de Población.

no lograron una transformación radical en el territorio de Puerto Vallarta, sí fueron el preámbulo de las transformaciones que se vendrían suscitando de manera paulatina en los siguientes años.

Estos cambios llevaron a Puerto Vallarta a constituirse en un centro integrador de la economía regional, a ocupar un lugar importantísimo en la economía no sólo del Estado sino también a nivel nacional desde la década de los años ochenta del siglo xx, cuando el Puerto alcanzó una posición envidiable en el país derivada de la actividad del turismo.

La Costa de Jalisco y el gobierno de Agustín Yáñez

Con base en lo anterior, podemos señalar que fue durante la administración de Agustín Yáñez⁶ cuando se empezó a vislumbrar una cierta expansión económica dentro del Estado que respondió, en cierta medida, a la política federal.

A nivel nacional se planteó como meta alcanzar un desarrollo equitativo en las diversas regiones del país, mientras que en Jalisco la Secretaría de Economía se propuso como objetivo equilibrar el desarrollo de las regiones al interior del Estado, pues a pesar de que en términos generales Jalisco tenía un peso significativo en la economía del país, al interior del Estado se observaban grandes asimetrías.

6 Agustín Yáñez fue gobernador de Jalisco de 1953 a 1959.

Para sustentar el peso que Jalisco tenía a nivel nacional, el 30 de noviembre de 1955, José Rogelio Álvarez, vocal ejecutivo de la Comisión de Planeación de la Costa de Jalisco, señaló lo siguiente:

El Estado tiene un lugar prominente en la vida económica del país, como se podrá advertir considerando algunos de los siguientes datos: en el orden de la agricultura Jalisco es el principal productor maicero de la República, habiendo logrado incrementar su producción en los últimos 3 años, de 500 mil a 850 mil toneladas anuales, Esto supone que de cada 5 mexicanos, uno come maíz o usa los productos derivados de este cereal, gracias al esfuerzo de los jaliscienses [...] podría afirmarse que Jalisco, junto con Veracruz, es el Estado de producción agrícola más abundante. En el orden de la ganadería, hasta antes de que se presentara en México la fiebre aftosa, que cambió totalmente las relaciones entre los volúmenes ganaderos, los valores de la producción y el número de cabezas por entidad federativa, Jalisco ocupa los primeros lugares en ganado porcino, y animal de trabajo, colmenas y aves; y los segundos en las especies vacuna y caballar. Puede ahora considerársele, junto con Chihuahua y Veracruz, uno de los tres principales estados ganaderos de la República. En el orden industrial, Jalisco ocupa de los segundos a séptimos lugares en volúmenes de producción, según se trate de las industrias zapatera, de productos químicos, de productos alimenticios o azucarera; pero el hecho fundamental es que Jalisco, incluyendo naturalmente al Distrito Federal, tiene el máximo volumen de capital invertido en la industria, aun cuando se trate de unidades de muy baja productividad, con equipos anticuados y muy dispersas en cuanto a su localización.⁷

A pesar de estos indicadores, en Jalisco los retos en materia de desarrollo regional eran mayúsculos. Una de las primeras medidas que se tomaron para aumentar la producción de satisfactores básicos, fue dividir el Estado en siete zonas y determinar “con precisión científica, la eficiencia del área jalisciense de temporal, lo que significa un gran progreso para nuestra agricultura”.⁸

7 Álvarez, *op. cit.*, p. 136.

8 *1er. Informe del Estado de la Administración Pública de Jalisco que rinde ante la H. XL Legislatura el Lic. Agustín Yáñez, el día 1 de febrero de 1954*, p. 15.

Lo que se pretendía con la regionalización era que hubiese un equilibrio en el desarrollo de las regiones entre sí, “a condición de otorgarles un tratamiento peculiar y diferente, según sea su territorio, sus recursos y el modo y proporción en que se produzca, se transporte y se intercambie”.⁹

Con tal fin, fue creado un organismo encargado de planear el desarrollo económico a partir de estudios minuciosos que por primera vez se hicieron en la Costa de Jalisco para conocer sus características y aprovechar su potencial económico.

La Comisión de Planeación de la Costa de Jalisco

La Comisión de Planeación de la Costa de Jalisco (CPCJ), fue la responsable de llevar a cabo todo el proyecto; este organismo fue creado por acuerdo del gobernador Agustín Yáñez el 21 de septiembre de 1953 y publicado en el periódico oficial *El Estado de Jalisco* el 6 de octubre de 1953.

El programa regional propuesto por la CPCJ logró conjugar los distintos factores que permiten llevar a buen término una buena planificación regional, ya que surgió con base en necesidades específicas y recursos específicos de cada una de las zonas de la Costa, es decir, tomó en cuenta “su territorio, sus recursos y el modo y proporción en que se produzca, se transporte y se intercambie; pero a la vista de incesante superación”.¹⁰

Agustín Yáñez señalaba en su informe de 1956 que la doctrina que había guiado la incorporación de la Costa a la economía nacional se podía traducir en los siguientes postulados: como territorio en expansión; fuente en gran escala de materias primas, hoy encarecidas o insuficientes; campo potencial para inversiones altamente remuneradas y, finalmente, área de desahogo a presiones demográficas. Bajo esta óptica, la Costa representaba para Jalisco

9 3er. Informe del Estado de la Administración Pública de Jalisco, que rindió el C. Gobernador Constitucional, Lic. Agustín Yáñez, el día 1 de febrero de 1956, p. 34.

10 Comisión de Planeación de la Costa de Jalisco. *Barra de Navidad, estudio de un área*. Guadalajara, 1958, p. 7.

la solución a los problemas de reacomodo de la población excedente, de abasto de materias hoy encarecidas o insuficientes, de creación de nuevas promociones industriales, de fluidez en el transporte hacia nuevos mercados, de aprovechamiento rigurosamente técnico de áreas vírgenes y atracción turística en gran escala y, en suma, de la expansión que el Estado y la Nación requieren si ha de elevarse de modo sensible el nivel de vida de los mexicanos.¹¹

En términos generales, se puede señalar que la CPCJ fungió como el primer organismo planificador, promotor y coordinador, el cual logró “movilizar y multiplicar en gran escala los recursos federales aplicables al área del proyecto”,¹² y que el gobierno federal jugó un papel importante por su participación en el proyecto a través de inversiones gubernamentales significativas, lo cual era indispensable para que el programa obtuviera resultados positivos.

Los frutos esperados por la CPCJ serían resultado de los esfuerzos por lograr “la más alta meta de planificación: determinar, fundándose en el examen de datos físicos, humanos y económicos, el destino óptimo de cada hectárea, de cada peso y de cada esfuerzo; todo referido a la exigencia de conseguir el máximo nivel de vida para cada mexicano”.¹³

El territorio sobre el cual trabajó la CPCJ estaba conformado por siete regiones económicas: la región Caxcana, la de Los Altos, la denominada cuenca de Chapala o bajo Bajío, El Altiplano, la cuenca del Armería, la Costa y la región Sur.

La planeación a partir del conocimiento previo de la región sería el pilar que permitiría lograr la integración de la región de la Costa al desarrollo del Estado, pues ésta se había quedado rezagada por el desconocimiento del medio físico, “condición ineludible de todo programa que se proponga tener efecto en la ocupación o en el remodelamiento del uso del suelo”.¹⁴

11 Comisión de Planeación de la Costa de Jalisco. *Anuario*, 1955. Guadalajara: febrero de 1956, p. 9.

12 Comisión de Planeación de la Costa de Jalisco. *Anuario*, 1956. Guadalajara, Jalisco, noviembre de 1957, p. 11.

13 *Ibid.*, p. 17.

14 Álvarez, *op. cit.*, p. 29.

Esto se logró con la implementación de nuevas tecnologías que permitieron conocer integralmente su territorio, pues su geografía accidentada había impedido que todavía a mediados del siglo xx, buena parte del mismo se encontrara aún incomunicado, por la falta de vías de comunicación, lo cual había sido uno de los principales obstáculos para el desarrollo.

El aislamiento de la región de la Costa se reflejaba también en la baja densidad poblacional, la casi inexistente industria y el predominio de actividades agrícolas tradicionales. Con excepción de unas cuantas actividades como lo había sido la plantación Montgomery (1924-1931), instalada en terrenos del municipio de Puerto Vallarta, se utilizó tecnología un poco más especializada. En la mayoría de las tierras se seguían empleando elementos de trabajo rudimentarios y practicando la ganadería de ramoneo.

El segundo paso, después del reconocimiento del territorio, consistió en planear una serie de acciones tendientes a lograr el desarrollo económico de la región. Para la zona de Puerto Vallarta incluida en la Costa Norte, destacan la ampliación y creación de carreteras, el mejoramiento tanto del puerto como del aeropuerto, el tendido de vías férreas, la ampliación del sistema de energía eléctrica, el desarrollo de un núcleo forestal, la creación de escuelas que fomentaran la enseñanza técnica y finalmente la instalación de infraestructura turística, proyectos que estaban todos estrechamente relacionados y enfocados a lograr ese fin.

La integración territorial de Puerto Vallarta

La administración de Yáñez tenía claro que para impulsar programas de desarrollo regional era indispensable contar con vías de comunicación eficaces; por ello, desde que asumió la gubernatura del Estado hizo hincapié en que lo primero que debía solventarse era el problema de la falta de caminos y se propuso terminar “cuanto antes el de Barra de Navidad, al mismo tiempo que prosiguen los de la costanera y de Puerto Vallarta, que formarán el triángulo vital de las comunicaciones en aquella rica comarca”.¹⁵

15 *1er. Informe del Estado de la Administración Pública de Jalisco que rinde ante la H. XL Legislatura el Lic. Agustín Yáñez, el día 1 de febrero de 1954, p. 43.*

Cabe resaltar que hasta 1955 el único camino transitable que tenía una extensión de 125 kilómetros,¹⁶ y sólo en época de estiaje (cinco meses al año), hacia Puerto Vallarta, era el que partía de Tepic hacia Compostela, Las Varas, Valle de Banderas y San José, para penetrar en el territorio de Jalisco por Ixtapa.

A principios de 1956, (7 de febrero), se logró por primera vez, llegar por vía terrestre hasta Puerto Vallarta, “sin salir de territorio de Jalisco, llegó [una comitiva del gobierno del Estado] a Puerto Vallarta, desde Guadalajara [...] poniendo así en servicio el camino abierto desde Mascota y cuya utilidad para la economía de la región se advirtió desde luego”,¹⁷ quedaba así abierta, aunque de manera incipiente, la comunicación a lo largo de la Costa, con excepción del nudo montañoso de Cabo Corrientes, ubicado entre El Tuito y Puerto Vallarta. La perspectiva que se tenía de esta carretera costera era que en el futuro sería “una de las carreteras más bellas y ricas del mundo”.¹⁸

La carretera Barra de Navidad-Cihuatlán que logró comunicar el Altiplano con la Costa se concluyó en su primera fase en el año de 1958 y representó una gran inversión por parte del gobierno federal y estatal, mientras que los particulares se sumaron al mismo mediante donaciones o trabajo.

Otro proyecto, aunque fallido, que intentó poner en marcha la CPCJ fue la instalación de un ramal del ferrocarril que partiendo de Tetitlán, Nayarit, se extendería 98 kilómetros hasta llegar a Puerto Vallarta, el cual facilitaría la transportación de los recursos agrícolas, frutícolas, forestales y ganaderos de la región Costa Norte. El anterior proyecto reduciría la distancia entre Guadalajara y Puerto Vallarta a tan sólo 301 kilómetros.

La realización del proyecto beneficiaría dos zonas de influencia, una directa y otra indirecta: la primera comprendía los municipios de Puerto Vallarta, Cabo Corrientes, Tomatlán, Talpa de Allende, Mascota y San Sebastián y parte de la zona de cultivo de Valle de Banderas; la segunda in-

16 El camino entre Tepic y Puerto Vallarta abarcaba 125 kilómetros de los cuales 38 estaban pavimentados, 30 eran de terracería y 42 eran difíciles de transitar incluso en tiempo de secas.

17 *4to. Informe del Estado de la Administración Pública de Jalisco, que rindió el C. Gobernador Constitucional Lic. Agustín Yáñez, el día 1 de febrero de 1957*, p. 40.

18 *Ibid.*, p. 42.

cluía los puertos del Pacífico y el de Nogales en lo que respecta a “la carga de movimientos registrados de mercancías, cuidadosamente seleccionadas como productos destinados a la exportación o procedentes de la importación”.¹⁹

El interés por realizar este proyecto no era nuevo. Los anteriores gobiernos sabían de antemano que el ferrocarril era el medio idóneo para trasladar la producción de la región de la Costa a los centros de consumo y acelerar el movimiento económico de la misma, sin embargo, este fue uno de los proyectos que sólo quedaron en el tintero.

El Plano Regulador de Puerto Vallarta, concluido en el año de 1955, fue prioritario para su posterior desarrollo. Ahí quedaron plasmados tres elementos, íntimamente relacionados, que fueron y siguen siendo prioritarios para el desarrollo de la actividad turística en Bahía de Banderas: el puerto (también llamado marina), el aeropuerto y un fraccionamiento residencial. La conclusión de estas tres obras detonó el posterior crecimiento de la actividad turística en Bahía de Banderas.

La potencialidad que irradiaba Puerto Vallarta como un posible destino turístico se refleja en las acciones federales y estatales, pues fueron éstas las que impulsaron los

proyectos de Marina, de Comunicaciones y de la Compañía Mexicana de Aviación, relacionando las obras portuarias con el nuevo aeropuerto, próximo a construirse, y con el fraccionamiento residencial para el cual ha adquirido terreno una compañía subsidiaria de la Mexicana de Aviación, hecho que atestigua la gran potencialidad de Vallarta, pues hace un año, al tomar el servicio por gestiones del Gobierno ante Comunicaciones, como lo informamos en su lugar, la Compañía lo hizo con reservas; en pocos meses el éxito obtenido la ha obligado a multiplicar vuelos y a hacer inversiones importantes.²⁰

La planeación urbana en los destinos turísticos por parte de los gobiernos municipales debe ser uno de los pilares si se pretende alcanzar niveles

19 Comisión de Planeación de la Costa de Jalisco. *Anuario*, 1956. Guadalajara, Jalisco, noviembre de 1957, p. 20.

20 *3er. Informe del Estado de la Administración Pública de Jalisco, que rindió el C. Gobernador Constitucional, Lic. Agustín Yáñez, el día 1 de febrero de 1956*, p. 35.

de desarrollo sustentable. Planear el crecimiento a largo plazo, respetando el entorno natural de Puerto Vallarta, que es finalmente el producto que vende este destino, hubiera evitado el crecimiento desordenado del mismo.

La comunicación aérea también fue punto de atención de este gobierno, pues durante 1954 se gestionó ante la Secretaría de Comunicaciones el establecimiento de servicios aéreos responsables en la ruta a Puerto Vallarta, ya que los concesionarios anteriores los habían suspendido de manera repentina. Hay que recordar que desde 1940 se contaba con una pista de aterrizaje rudimentaria.

Lo que se pretendía ahora era construir un aeropuerto internacional que diera cobijo al mayor número de vuelos tanto internacionales como nacionales. Debido a esta situación, en 1956 y por iniciativa del Gobierno de Jalisco y la Compañía Mexicana de Aviación se empezó a construir el nuevo aeropuerto, obra a cargo de la Secretaría de Comunicaciones, cuyo costo sería de diez millones de pesos e incluía la estación de pasajeros y el camino para conectar el aeropuerto con la población.

El proyecto del aeropuerto incluido en el plano regulador de Puerto Vallarta (1955) se especificó tanto la ubicación de la pista, como el señalamiento de los accesos y la arquitectura de los servicios.²¹

La creación de un puerto de altura en Vallarta se plasmó también en el Plano Regulador de 1955; la visión a futuro de lo que representaría para el desarrollo económico de la región el establecimiento de esta obra motivó al Gobierno de Jalisco a gestionar la realización de un estudio para determinar la ubicación, la longitud y las obras exteriores de protección: olas, mareas, vientos y corrientes, para construir un puerto que tendría capacidad de mover alrededor de 50,000 toneladas de carga.

La proyección que se hizo sobre los beneficios que redituaría el que la región contara con un puerto de esta naturaleza, casi triplicaba el tráfico marítimo que se realizaba a mediados del siglo xx, ya que hasta antes de la

21 La importancia que representaba para el Estado, la construcción del aeropuerto de Puerto Vallarta se ve reflejada en el informe de 1957, en el cual Yáñez menciona que hasta ese momento se habían gastado en dicha obra un total de \$4,605,779.32 pesos, y que los trabajos realizados ese año consistían en la terminación de las terracerías, el primer revestimiento de la pista principal, la localización del camino de acceso con longitud de 6,836 m, que había sido ya desmontado y compactado para iniciar las terracerías.

construcción del puerto, alcanzaba apenas las 18,500 toneladas, las cuales ingresaban por la playa de los muertos.

Estaba previsto concluir los estudios sobre la factibilidad del puerto antes de que concluyera el año de 1958, y se había presupuestado una inversión de 15 millones de pesos para iniciar la primera parte de la obra,²² la cual logró realizarse diez años después, durante el gobierno de Francisco Medina Ascencio.

El Puerto nunca llegó a ser comercial puesto que se convirtió en un punto de arribo de cruceros internacionales; no obstante, su participación en la economía de la región es significativa.

El suministro regular de energía se hizo realidad en Bahía de Banderas, en el año de 1957, cuando la Comisión Federal de Electricidad por medio de la Junta Estatal de Electrificación de Nayarit “estableció con el Gobierno de Jalisco las bases para proporcionar servicios permanentes de luz y fuerza motriz a las poblaciones del área de Valle de Banderas”.²³

La electrificación de esta área, benefició a un total de 19,700 personas residentes en el municipio de Puerto Vallarta, y en las poblaciones nayaritas de San José del Valle, San Juan de Abajo y Valle de Banderas; tiempo después, el servicio se extendió a Ixtapa y Las Juntas.

Entre los proyectos productivos que la CPCJ impulsó en Puerto Vallarta, destacan la unidad forestal y aserradero La Palapa para la explotación de los recursos naturales y el aprovechamiento de las materias primas, que formaron parte del proyecto económico integral de la región de la Costa Norte. Tan fue así que, para facilitar la extracción de la madera, se construyeron 35 kilómetros de carretera entre La Palapa y Puerto Vallarta.

Para incrementar la producción agrícola se rescataron las obras hidráulicas localizadas en la cuenca baja del río Ameca que habían sido construidas a finales de la década de los años veinte por la compañía Montgomery y que habían sido abandonadas al cierre de la compañía. Además, se instalaron en Puerto Vallarta y Mascota establecimientos que ofrecían equipos agrícolas a los campesinos.

22 Comisión de Planeación de la Costa de Jalisco. *Anuario*, 1957. Guadalajara, Jal., 1958, p. 59.

23 *Ibid.*, p. 43.

El establecimiento de escuelas de capacitación o Centros de Educación para el Desarrollo Económico Regional beneficiaría a los jóvenes en dos sentidos: ganarse la vida en el corto plazo y contribuir al desarrollo económico del país desde su contribución local. Lamentablemente este proyecto no se concretó en ese momento.

Infraestructura turística

En el Informe de Gobierno de 1956, es donde, quizá, por primera vez queda plasmada la importancia que iría adquiriendo Puerto Vallarta a lo largo de los años, y cómo se le veía como un lugar que podría llegar a consolidarse como un centro articulador de los municipios aledaños, es decir, de Cabo Corrientes, San Sebastián, Talpa y Mascota, pero además del vecino municipio de Compostela, Nayarit²⁴ el cual por razones obvias no podía mencionar el ejecutivo estatal por quedar fuera de su jurisdicción.

Puerto Vallarta y Barra de Navidad, desde la perspectiva del gobierno federal y estatal, serían los lugares donde aflorarían las dos nuevas ciudades turísticas del Pacífico mexicano; la belleza de sus recursos naturales, aunados a la infraestructura que se instalaría en ellas coadyuvaría al desarrollo regional de la Costa. Yáñez aludía al respecto lo siguiente:

Novedad significativa aconteció cuando las terracerías de un camino de primer orden tocaron, por vez primera en la historia de Jalisco, el litoral del Océano: playas de suave pendiente, regular y rítmico oleaje, arena firme y fina, alternan con elevaciones montuosas; acantilados resueltos en rocas multicolores crean un capricho de formas marinas incomparables; lagunas, arroyos y esteros forman barras al desembocar y extienden sus aguas en limpios y amenos estanques; los promontorios se precipitan al mar y después afloran en crestones que la erosión secular ha modelado: meandros que forman seno cuando entra el mar a tierra entre montañas; vegetación lujuriosa, fauna estridente, inaprensible; calor y sol; violencia de color y luz en paisaje

24 El municipio de Compostela se dividió en 1989, quedando los pueblos de la margen norte del río Ameca, que forman parte de la Bahía en el municipio de Bahía de Banderas, Nayarit.

majestuoso. Dos nuevas ciudades alojarán muy pronto la demanda que suscitó el descubrimiento: Barra de Navidad y Puerto Vallarta.²⁵

Dentro de ese plan integral de desarrollo, la actividad turística ocupaba ya un lugar importante, de tal suerte que el Plan Regulador de Puerto Vallarta elaborado en 1955 se fue reestructurando con el fin de hacer posible que la actividad turística se fuera consolidando.

En el informe de la CPCJ de 1958 se observa cómo el proyecto turístico estaba planeado a largo plazo; se menciona, por ejemplo, que las obras de infraestructura que estaban en proceso de construcción, es decir, el nuevo aeropuerto, el camino de liga a la población y las obras marítimas “presentarán posibilidades amplísimas para invertir en albergues y fraccionamientos modernos en tan alta escala como lo requiera la necesidad de cubrir la demanda de la población local y la que se deriva de inversiones inmobiliarias suscitadas por el turismo nacional y extranjero”.²⁶

Se vislumbraba que la actividad turística así como el desarrollo de las demás actividades productivas exigirían ampliar la zona urbana para aliviar las presiones de la comunidad residente y, construir habitaciones hoteleras para satisfacer la demanda en el mediano y largo plazos.

Las irregularidades en la tenencia de la tierra eran vistas como un obstáculo que entorpecía la actividad turística, se requería por tanto solucionar de inmediato esas anomalías. En la década del cincuenta, la única propiedad legalmente constituida era la zona urbana, delimitada hacia el norte por el antiguo panteón y el parque Hidalgo; al sur, por el cauce del arroyo del Cuale, al oriente, por los cerros de La Cruz y El Vigía; y al poniente por el océano Pacífico. Fuera de esta zona, “las tierras son ejidales y están sujetas, sólo en el texto de la ley pero no en la práctica, a las limitaciones de dominio que establece el Código Agrario”.²⁷

En otras palabras, Puerto Vallarta presentaba un serio problema que requería de una solución inmediata, sobre todo, porque el lugar debía re-

25 Comisión de Planeación de la Costa de Jalisco. *Barra de Navidad: estudio de un área*. Guadalajara, 1958, p. 7.

26 Comisión de Planeación de la Costa de Jalisco. *Anuario*, 1957. Guadalajara, Jal., 1958, p. 27.

27 *Ibid.*, p. 28.

unir uno de los requerimientos que le darían solidez al futuro desarrollo turístico de la región: seguridad en el régimen de la tierra.

El aumento de población en la década de los años cincuenta del siglo xx fue resultado de la nueva dinámica económica que se suscitaba en la región. Puerto Vallarta pasó de 10,801 habitantes en 1950 a 12,731 en 1955 y a 15,462, en 1960. Esta nueva coyuntura aumentó la demanda de terrenos para fincas urbanas, pero además se requería de la legalidad de los terrenos para poder introducir los servicios públicos indispensables.

Para regularizar la tenencia de la tierra en Puerto Vallarta la CPCJ propuso cuatro acciones que beneficiarían tanto a la comunidad agraria, como al Ayuntamiento, a los usuarios de terrenos irregulares y a los futuros compradores de lotes urbanos:

1. Adjudicación a favor del Ayuntamiento de Puerto Vallarta, mediante la aplicación del procedimiento expropiatorio fundado en razones de interés público, de las áreas ejidales 5 de Diciembre y Emiliano Zapata, a las que se atribuye, al margen de la ley, el carácter de colonias, y que van: la primera, con superficie de 186,538 m² que comprende calles y 237 lotes, desde el antiguo panteón y el parque Hidalgo hasta la vena de Camarones; y la otra —214,715 m² en 91 solares y 105,135 m² en calles—, desde el cauce del arroyo del Cuale hasta el lugar denominado El Púlpito.

2. Titulación inmediata a los miembros de la comunidad de Puerto Vallarta en posesión de parcela de los predios que actualmente ocupen; y adjudicación en venta a los colonos no ejidatarios en posesión de solares, de los terrenos en donde hayan fincado; en cuyo caso el Ayuntamiento fijaría un precio por m² a niveles comerciales, pero tomando en cuenta los derechos ya adquiridos de *facto*. El producto de estas ventas se invertiría en la construcción de los servicios municipales en ambas zonas.

3. Los lotes no ocupados y una nueva área perimetral de expansión quedarían como patrimonio del Ayuntamiento y servirían de base para futuras promociones en los términos del plano regulador. Sobre estos excedentes de propiedad municipal podría encauzarse fácilmente la inversión privada hacia la construcción de varias supermanzanas residenciales, hoteles y centros turísticos.

4. Aparte de las superficies a que aluden los puntos anteriores, es previsible que la mayor área de expansión turística de Puerto Vallarta se extien-

da al sur de El Púlpero sobre la montaña y el mar. Se trata también de terrenos ejidales respecto a los cuales grupos de inversionistas proyectan promover permutas que salven las actuales limitaciones de dominio que frenen la capitalización privada. La CPCJ se propone patrocinar estos impulsos siempre que se ajusten a los términos del plano regulador y que impliquen ventajas de interés general para la comunidad de Vallarta.²⁸

Dentro de ese escenario la CPCJ había empezado ya a realizar un “estudio muy importante para el turismo nacional, en el que mediante análisis comparativos, especialmente con los casos de Acapulco y Veracruz, fija las necesidades previsibles para la planeación turística de la costa jalisciense”.²⁹

A partir de dicho estudio fueron planeadas tres zonas turísticas: Barra de Navidad-Tenacatita, Careyes-Chamela y Puerto Vallarta, asignándole a cada una de ellas el siguiente potencial turístico, que se determinó por la accesibilidad y el atractivo de cada una de ellas, 55% a la primera zona, 20% a la segunda y 25% a la última, es decir a Puerto Vallarta.

Además de determinar el potencial turístico de estas tres zonas, se diseñó un programa para satisfacer la demanda de los turistas en cuanto a los alojamientos que esta actividad requeriría a mediano plazo (cinco años) y a largo plazo (veinte años).

La proyección que se hizo fue que en cinco años se requería de un total de 1,270 cuartos, de los cuales 315 se localizarían en Puerto Vallarta, 215 en Careyes-Chamela y 730 en Barra de Navidad, mientras que a largo plazo se requerirían 2,290 cuartos, correspondiendo a Puerto Vallarta un total de 570, a Careyes-Chamela 460 y a Barra de Navidad 1,260 cuartos.

Es quizá en este punto donde la Comisión de Planeación de la Costa de Jalisco se equivocó, pues el desarrollo turístico que logró alcanzar Puerto Vallarta a lo largo de la segunda mitad del siglo XX y hasta la actualidad se llevó con creces a los otros dos destinos jaliscienses.

El potencial turístico de la región de la Costa así como el número de habitaciones que se requerirían se fijó tomando como referencia a Acapulco,

28 *Ibid.*, p. 29.

29 5to. Informe del Estado de la Administración Pública de Jalisco, que rindió el C. Gobernador Constitucional Agustín Yáñez, el día 1 de febrero de 1958, p. 55.

uno de los destinos turísticos más antiguos, que según los miembros de la Comisión tenía características muy similares con la costa jalisciense, entre las cuales destacan las siguientes:

a) ausencia de ferrocarril, que es el vehículo del turismo popular; b) raquíto desarrollo portuario e industrial; c) playas y sitios con belleza natural típica de las costas del Pacífico. Se precisó después la correlación entre Guadalajara y el Distrito Federal, para calcular el potencial turístico y las necesidades de hospedaje. Considerando que las necesidades de Acapulco en relación con el turismo es de 3,640 cuartos, se estableció la demanda potencial de la Costa de Jalisco en 1,270 cuartos, calculados a partir de una población actual de 500,000 habitantes de Guadalajara y de acuerdo con la proporción observada en el puerto guerrerense: 46.1% de viajeros procedentes de la capital, 13.2% del interior y 40.7% del extranjero.³⁰

Otro proyecto turístico realizado por la CPCJ tenía como fin aprovechar al máximo los 300 kilómetros que comprende el litoral jalisciense. El proyecto consistía en utilizar Manzanillo y San Blas, que hasta ese momento eran los destinos turísticos más concurridos por los tapatíos, como “estaciones de embarque para un servicio de transportes marítimos de recreo que incluirían en su itinerario cuando menos 18 sitios de turismo potencial de primer orden en el litoral jalisciense”.³¹ Este es el antecedente de la actual escalera náutica del Pacífico mexicano.

Además del atractivo que representaba el viaje por sí mismo, lo cual lo hacía costeable, se agregaba al proyecto un beneficio más que consistía en construir una serie de albergues “en varios puntos de abrigo, con la doble característica peculiar de tener, de una parte, todo el confort moderno y, de la otra, estar situados en lugares inaccesibles, abruptos, adyacentes a la selva en bahías y ensenadas espectaculares [...]. El éxito económico de este servicio parece obvio y contribuirá seguramente al desarrollo de cada una de las poblaciones que toque en su ruta escalonada”.³²

30 Comisión de Planeación de la Costa de Jalisco. *Anuario*, 1957. Guadalajara, Jal., 1958, p. 64.

31 *Ibid.*, p. 31

32 *Ibid.*, p. 32.

A pesar de lo atractivo del proyecto, nunca se llevó a cabo; sin embargo, cabe mencionar que en la actualidad existe la propuesta de aprovechar las costas del Pacífico mexicano mediante el proyecto de construcción de la escalera náutica que consiste, precisamente, en establecer una serie de marinas a lo largo de la costa.

Con base en lo anteriormente expuesto, podemos decir que aunque los proyectos, las obras, los estudios y los trabajos realizados en la región de Puerto Vallarta se fueron realizando de manera paulatina, se debe reconocer que fueron los cimientos, por demás sólidos, del desarrollo turístico de la región.

A diferencia de lo que se cree localmente con respecto al proceso del desarrollo de esta actividad turística en Puerto Vallarta, es decir, que fue producto de la promoción de una película *La noche de la iguana*, o que, es un destino que mágicamente surgió para satisfacer las necesidades de ocio de la población demandante, consideramos que el desarrollo turístico se gestó dentro de una política de desarrollo regional, planificada y con continuidad.

La anterior afirmación la podemos sustentar señalando que en el informe de 1957 rendido por la CPCJ, se destaca ya la importancia que tendría la inversión inmobiliaria para la actividad turística, pues se requería construir “albergues y fraccionamientos modernos en tan alta escala como lo requiera la necesidad de cubrir la demanda de la población local y la que se deriva de inversiones inmobiliarias suscitadas por el turismo nacional y extranjero”.³³

El impulso de los años cincuenta

A manera de conclusión, podemos afirmar que lo expuesto anteriormente es muestra del impulso que se le dio a la región de la Costa durante la administración de Agustín Yáñez. El presupuesto asignado para desarrollar las acciones trazadas no dejan mentir: un total de 215 millones de pesos fueron invertidos durante el sexenio, de los cuales 72 millones provinieron de inversiones privadas; lo anterior demuestra que el proyecto de incorpo-

33 *Ibid.*, p. 27.

rar esta región al Estado resultaba muy prometedora tanto para el gobierno como para los particulares.

Los resultados favorables logrados en la década de los años cincuenta fueron producto de una política de planeación integral de desarrollo económico del Estado, que tomó en cuenta a los actores sociales. El inicio de las obras del aeropuerto internacional y del puerto de altura, así como la construcción de nuevas carreteras, caminos vecinales, algunas escuelas y un hospital rural en Puerto Vallarta, construido en 1958, aunado a las brigadas sanitarias que estaban a cargo de mejorar las condiciones de salud de la población, son una muestra de que efectivamente el proyecto incluía no sólo el aspecto económico, sino que incidía en todos los ámbitos de la sociedad.

V. La percepción de los turistas de cruceros sobre la calidad de los servicios en Puerto Vallarta

Carlos Gauna Ruiz de León
Carlos Rogelio Virgen Aguilar
Miguel Ángel Velazquez Ruiz

Introducción

Puerto Vallarta es uno de los destinos turísticos que más diversificación de medios de transporte de arribo tiene en el país, gracias entre otros a que se ha consolidado el turismo de cruceros, una vez que se realizaron obras de adecuación de las instalaciones portuarias al construirse un área de atraque adicional a las dos existentes, además de que se hicieron adecuaciones de infraestructura en todas las instalaciones de la terminal.

Por otro lado la consolidación de la ruta Pacífico mexicano, ha permitido que año con año crezcan el número de cruceros que arriban a puertos mexicanos en esa ruta, además de la próxima puesta en operación de la primer ruta que hará home port en nuestro país, ampliando con ello las posibilidades de turismo en el país.

La Universidad de Guadalajara a través del Centro de Estudios para el Desarrollo Sustentable (CEDESTUR) del Centro Universitario de la Costa ha desarrollado un proceso de investigación desde el 2003, con el patrocinio de la Administración Portuaria Integral (API) de Puerto Vallarta, para conocer la percepción que tienen los turistas de cruceros y de usuarios de embarcaciones locales, sobre el destino turístico, las empresas que prestan servicios turísticos y sobre el trabajo de API Puerto Vallarta, esto ha servido a dicha empresa pública para integrar los resultados en sus procesos de calidad y de mejora continua.

Es importante comentar que este estudio se enmarca dentro del Proyecto “Observatorio turístico del Pacífico medio mexicano” que se trabaja en coordinación de otros cuerpos académicos de universidades de los estados de Colima, Jalisco y Nayarit, principalmente.

Durante el periodo de estudio se han realizado cuatro tomas de información, cuyos resultados se han presentado para el año 2003, el año 2004, el periodo 2005-2006 y 2007-2008. Además que se trabaja con el siguiente proyecto que abarcara el periodo 2009-2010.

El turismo es una de las actividades sociales que más requiere conocer la percepción de sus usuarios, para mantener, incrementar o recuperar el lugar que guarda con respecto a su participación de mercado. Por ello cada vez más se usan mecanismos de investigación de mercado para conocer de una manera certera la opinión de los turistas con respecto a su estancia, las actividades que realizan y sus intereses y preferencias. Ya sea como mecanismo de recompra “*La probabilidad de futuras compras o renovaciones de los contratos de servicios*” (Szymanski y Henard, 2005), o como forma de transmisión de emociones a potenciales clientes en su lugar de origen “*El individuo suministra información, emisor de la comunicación, que representa una auténtica fuente de marketing*” (Bone, 1992).

Antes de tomar la decisión de viajar, el individuo forma sus expectativas iniciales tomando como referencia su percepción del destino turístico. Confirmada la decisión de viajar, la persona vive todo un conjunto de experiencias turísticas en el destino que evaluará a través de su juicio de satisfacción.

Dentro de los procesos de planeación en la actividad turística es importante que los tomadores de decisiones conozcan de primera mano la opinión de los turistas, por lo que este tipo de investigaciones son de utilidad para los gobiernos (en cualquiera de sus niveles, los empresarios que trabajan directa o indirectamente en este segmento, y para los investigadores por que se convierte en un insumo fundamental para sus análisis y estudios.

Objetivos

Aportar información sistematizada, que pueda ser confrontada, con estudios con la información que aportan las diversas entidades privadas y públicas sobre el fenómeno turístico en lo particular y social en lo general y que sea una fuente documental para validar estudios teóricos con poco sustento de validación empírica.

Antecedentes y breve justificación

De acuerdo con el estudio denominado “Estudio del Perfil del Mercado 2004” publicado por CLIA (Asociación Internacional de Líneas de Cruceros) (CLIA, 2005), las tres principales navieras de cruceros (Carnaval Corporation & PLC, Royal Caribbean Internacional y Star Cruises/NCL); contarán en su flota de 125 barcos con 226,029 camas, lo que nos lleva a analizar tres hechos fundamentales caracterizan a los cruceros turísticos:

- Es una modalidad más del conjunto de los viajes del ocio, siendo su competidor directo las vacaciones en centros turísticos terrestres.
- Es un producto en expansión, de manera que a medida que se crea oferta se genera paralelamente la correspondiente demanda. De ello se deduce su carácter hasta la fecha acíclico, lo que lo hace económicamente muy atractivo.
- Está inmerso en un proceso de proyección mundial de la experiencia adquirida en el mercado estadounidense. Este mercado fue el que diseñó el concepto moderno de cruceros turísticos, tanto desde el lado de la oferta como de la demanda.

En el año 2004 México se recibieron 6'256,221 cruceristas, un millón más que el año anterior, en que se recibieron 5'237,822 pasajeros, (Administración Portuaria Integral API, 2008), lo que significó un incremento del 19.6% en relación con el año anterior y en el año de 2005 se recibieron 6'537,783 visitantes con tan solo un incremento del 4.4%, por la disminución de registrada en la vertiente del Golfo de México y el Mar Caribe, a causa de los huracanes que azotaron la región, especialmente Wilma (véase cuadro 1).

En el año 2005 se contabilizó por primera vez los cruceros ecoturísticos que salen de La Paz (home port) y duran siete días por el Mar de Cortés tocando las islas del Golfo de California (Espíritu Santo, San José, Isla Coyote, San Francisco, Isla Partida e Isla Cerralvo) y las islas del parque marino de Loreto (Isla del Carmen, Coronado y Danzante), así como los puertos de Loreto, Puerto Escondido, Cabo San Lucas, San Carlos y algunas veces llegan a Santa Rosalía, Pichilingue, B.C.S. y Guaymas, Sonora; representando una demanda de 13,506 visitantes.

Cuadro 1. Serie histórica de pasajeros en cruceros en México

Puerto	1998	1999	2000	2001	2002
Pacífico	1,174,469	1,228,869	1,304,832	1,309,158	1,699,811
Golfo de México y el Caribe	1,414,813	1,727,969	1,884,533	2,022,392	3,020,295
Total	2,589,282	2,956,838	3,189,365	3,331,550	4,720,106

continuación...

2003	2004	2005	2006	2007	2008
1,749,629	2,293,116	2,915,876	2,617,559	2,926,608	3,157,406
3,488,193	3,969,737	3,621,807	3,565,294	3,551,055	3,068,478
5,237,822	6,262,853	6,537,683	6,182,853	6,477,663	6,225,884

En el año 2005 se incluyen los pasajeros de los cruceros ecoturísticos.

Fuente: Administración Portuaria Integral API, 2008.

México logró incrementar en lo que va del presente siglo la llegada de cruceristas en casi un 100%, ya que en el año 2000 se recibieron 3'189,365 turistas que llegaron en cruceros y para el año 2008 se recibieron 6'225,884.

La variación porcentual histórica de los pasajeros en México marca su mayor incremento del año 2001 al año del 2002 con un incremento del 41.7%, dándose los menores incrementos del año 2000 al 2001 (4.5%) y del 2004 al 2005 (4.4%) que se explica por los acontecimientos del 11 de septiembre, la primera y de la temporada de huracanes la segunda.

En el año 2007 se recibieron en el Pacífico 2'926,608 visitantes, en tanto que en el golfo de México y el mar Caribe se recibieron 3'551,055 pasajeros, cifra menor que en 2005 que fue de 3'621,907 personas.

En 2008 se logra la cifra record en el Pacífico de 3'157,406 pasajeros; superando a los que se recibieron en el golfo de México y el Caribe, que fue de 3'068,478, para alcanzar los 6'225,884 cruceristas en total, que es inferior a 6'537,683 que se obtuvo en el 2005.

Puerto Vallarta recibió en el año 2008; 279 cruceros con 597,144 cruceristas, lo que significó un promedio de 2,164 pasajeros por arribo, siendo el mejor año en cuanto al número de cruceros y en el número de viajeros, superando al 263 embarcaciones que se recibieron en 1992, pero que tan sólo trajeron 268,590 pasajeros, lo que representó 1,021 pasajeros por arribo (API, 2008).

Cuadro 2. Movimiento histórico de Puerto Vallarta, Jal. (1990-2008)

Año	Embarcaciones	Pasajeros	Pasajeros por arribo
1990	181	178,310	985
1991	221	201,103	910
1992	263	268,590	1,021
1993	197	212,104	1,077
1994	144	164,967	1,146
1995	100	128,464	1,285
1996	97	133,095	1,372
1997	96	142,824	1,488
1998	128	207,280	1,619
1999	117	205,131	1,753
2000	124	235,131	1,896
2001	120	239,090	1,992
2002	173	362,248	2,094
2003	164	324,850	1,981
2004	210	420,186	2,001
2005	259	543,518	2,099
2006	235	503,391	2,142
2007	234	503,495	2,151
2008	279	597,144	2,164

Fuente: Administración Portuaria Integral API, 2008.

Metodología

De acuerdo con la información proporcionada por la API Puerto Vallarta, el número de visitantes que arriban en cruceros al destino ha sido en el año de 2003 de 324,850; 420,186 en el 2004; 543,518 en el 2005; 503,391 en el 2006; 503,495 en el 2007 y 597,144 en el 2008 y lo hicieron en 164 embarcaciones en el 2003; 210 en el 2004; 259 en el 2005; 235 en el 2006; 234 en el 2007 y 279 en el 2008, los cuales vienen durante todo el año, teniendo una mayor afluencia en los meses de noviembre a marzo, debido a que muchos de estos cruceros hacen la ruta a Alaska durante el periodo de primavera-verano, y en otoño-invierno lo cambian hacia el Pacífico mexicano (API, 2008). Con base en esta información, se aplican en promedio 400 encuestas que representan la muestra representativa del universo con un porcentaje de certidumbre del 95% y un margen de error de $\pm 5\%$.

De acuerdo con la determinación de la muestra para poblaciones finitas, la siguiente es la ecuación a desarrollar, según lo determina (Zikmund y D'Amico, 1993).

$$n = \frac{NZ_{\alpha}^2 pq}{d^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 pq}$$

n = tamaño de la muestra

N = total de la población a investigar

$Z_{\alpha}^2 = 1.96^2$ (cuando la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada de respuesta (en este caso es del 50% = 0.5)

$q = (1 - p)$ proporción no esperada (en este caso $1 - 0.5 = 0.5$)

d = error estadístico (para este caso es de 5% = 0.05)

Sustituyendo:

$$n = \frac{184,384 * (1.96)^2 (0.5 * 0.5)}{(0.05)^2 * (184,384 - 1) + (1.96)^2 * (0.5 * 0.5)}$$

$$n = 384$$

Además de que se determina las muestras con características polietápicas, de acuerdo con los siguientes parámetros, el 50% para cada sexo, un número proporcional por cada crucero de acuerdo con las veces que arriba a la terminal marítima, que se distribuirá durante el periodo de levantamiento que se realiza durante seis meses.

Es importante mencionar que la selección de los usuarios a encuestar se realiza dentro de las instalaciones de API, en el momento que regresan de la visita de día que realizan al destino, ya sea con algún tour operador o de manera independiente, la selección se realiza de forma espontánea a quien permita la realización de la encuesta.

Una vez realizada la entrevista, se captura la información en un fichero de SPSS con la finalidad de obtener los resultados de la investigación.

De la información generada en los cuatro estudios realizados se puede generalizar tanto el perfil del visitante como la percepción que tiene del destino:

Principales hallazgos de investigación con sus respectivas implicaciones prácticas y teóricas

Los turistas que visitan Puerto Vallarta por cruceros son en su mayoría personas entre 31 y 64 años, representando en promedio el 70% de los entrevistados, los jóvenes, entre 18 y 30 años sólo representan el 11% y los adultos mayores de 64 años son el 19%, es importante mencionar que este indicador se acerca al del perfil general del turismo que visita el destino, por lo que puede considerarse un mercado de personas adultas, siendo un rubro importante los adultos mayores de 64 años, por lo que el destino deberá de crear una oferta de servicios adecuada a este tipo de turismo.

El nivel de escolaridad de los visitantes de cruceros esta representado en 44.5% por las personas que solo han terminado la preparatoria, 22.5% con estudios de secundaria, 20.0% con estudios profesionales, el 8.7% con maestría el 2.5% con doctorado y un 1.7% con estudios de primaria.

De acuerdo con el estado civil de los turistas de crucero, el segmento que más lo utiliza son los casados, representando en promedio el 71%, los solteros son el 21%, por 3.5% de los viudos y los divorciados el 4.5%, lo cual implica un mercado familiar, ya que el 71% en promedio lo hace con familiares, 22% con amigos, un 5% lo hicieron solos y un 2% con compañeros de trabajo, lo que se corrobora con la información de que el 60% de los turistas viajan en grupos de dos personas, el 21% en grupos de tres a cuatro personas y el 10% en grupos de más de cinco personas.

La ocupación de los visitantes de cruceros es dominado por los profesionales con el 32.5%, mostrando el segmento que se ha mantenido a través de los cinco años del estudio, ya que ha fluctuado entre el 25 y el 37%; los jubilados representan el 28.5%, los empleados representaron en promedio el 19% y en menor medida se encuentran los ejecutivos con el 6%, las amas de casa con el 3% y los estudiantes con el 4%; los que se dedican a otras actividades son el 6.5%; los profesionistas, los empleados y los estudiantes muestran un comportamiento similar al del turismo en general que visita el destino, no así los jubilados que son más los que visitan al destino en los cruceros.

En la estructura de la demanda de los visitantes que arriban en los cruceros a Puerto Vallarta, el 84% provienen de los Estados Unidos, el 7% de Canadá, el 9% del resto del mundo y tan solo el 1% de México; esta

estructura no es privativa de los cruceros que arriban a este destino, sino que es reflejo del movimiento mundial de cruceros.

California es el estado de la Unión Americana que aporta el mayor número de viajeros que arribaron a Puerto Vallarta, con el 66% en promedio, que al igual que en el turismo en general es el principal mercado emisor, seguido de Texas con el 7%, el 4% en Washington, el 2% en Illinois y el 21% restante de los demás estados de la Unión Americana.

Los ingresos anualizados, medidos en dólares, de los visitantes a Puerto Vallarta, que arriban en cruceros es de la siguiente distribución, los que dijeron ganar más de cien mil dólares al año, que corresponde a los ingresos medios altos en los Estados Unidos; representan al 13% de los visitantes, el 12% dijeron tener ingresos anuales entre ochenta y 100 mil dólares, el 26% entre 60 y 80 mil dólares anuales, el 26% tiene ingresos anuales entre 40 y 60 mil dólares, el 17% entre 20 y 40 mil dólares anuales y el 5% tiene ingresos menores de 20 mil dólares anuales.

A partir del gasto promedio diario y del número de acompañantes se determinó el gasto promedio diario por turista de crucero siendo este de \$62.24 dólares por turista, este es determinado para el año 2003 de \$60.5 dólares, para el año 2004 de \$62.50 dólares, para el año 2005/2006 de \$63.50 dólares y de 63.04 para 2007/2008 por turista.

Lo que nos indica que convertido a pesos (según la cotización de trece pesos por dólar) tienen un gasto de 893.00 pesos en promedio, tomando en consideración que no gastan en hospedaje y comida por ser servicios que tienen prepagados a bordo del crucero, su gasto se ve reflejado en pago de servicios turísticos por la bahía, terrestre y marítima, actividades recreativas y compra de artesanías, joyería y recuerdos, compra de artículos varios, particularmente agua y enseres de supermercado; que comparado con el gasto que realiza el turismo extranjero en el destino, reportado por la Secretaría de Turismo de Jalisco (SETUJAL, 2009) y que incluye hospedaje, alimentos, bebidas, diversiones, compras y transportación local que es de 70 dólares, puede señalarse que si bien no es bajo, si se considera que se debe de buscar que este sea mayor diversificando los recorridos turísticos y creando, promoviendo y poniendo en valor los atractivos con que cuenta el destino.

Uno de los elementos que debe de buscar todo destino turístico, es la repetitividad del viaje por parte de los turistas que lo visitan, ya que con

esto disminuyen los costos de la promoción y muestran la satisfacción de las expectativas del consumidor y con ello la fidelización; de los turistas que nos visitaron en los cuatro años que se ha realizado el estudio, el 64.7% de ellos es la primera vez que visitan Puerto Vallarta, dato similar al del turismo en general que arriba al destino y el 35.3% ya habían venido con anterioridad, datos que son alentadores, pues el turista esta regresando.

De los visitantes que han venido anteriormente el 8.2% lo hizo hace un año, el 6.8% dos años, el 4.8% hace 3 años, el 4.3% había venido hace 4 años y más de 5 años el 9.8%.

Cuadro 3. Perfil del consumidor

Variable	Datos	%
Sexo	Masculino	50.2
	Femenino	49.8
Edad	31 A 64	70.0
	Más de 60	19.0
Estado Civil	Casado	71.0
	Soltero	21.0
Escolaridad	Preparatoria	44.5
	Secundaria	22.5
Ocupación	Profesional/Técnico	32.5
	Jubilado	28.5
País de residencia	EE. UU.	84.0
	Canadá	7.0
Estado de residencia	California	66.0
	Texas	7.0
Ingreso familiar (USD)	Entre 60,000 y 80,000	26.0
	Entre 40,000 y 60,000	26.0
Última vez que visitó PVR	Entre 1 y 5 años	9.8
	Menos de un año	8.2
Forma del viaje	Familiares	71.0
	Amigos	22.0
Número de personas	Dos	60.0
	Tres/Cuatro	21.0
1a. vez que visita PVR	Si	64.7
	No	35.3

Nota: Este cuadro sólo contiene los principales datos de la encuesta.

En la encuesta de los dos últimos años, con la intención de profundizar en el conocimiento del perfil de los usuarios de cruceros que visitan Puerto Vallarta, se incluyeron algunas preguntas, que se consideraron importantes y que han arrojan información valiosa.

Los turistas, que arribaron a Puerto Vallarta y es la primera vez que lo hacen en crucero son el 55% de los entrevistados.

Del 45% que habían viajado con anterioridad en cruceros mostraron una preferencia en el 48% a viajar por el Caribe, 17% a Alaska, el 3% en Europa, el 2% en Asia; el 13% ya habían tomado el crucero del Pacífico, y un 17% no especificaron cual había sido su destino.

Un análisis de las características de la demanda señala un alto número de primerizos, esto es de turistas que realizan un viaje en crucero por primera vez, y el que atrae a todos los segmentos de la población, especialmente en los mercados más desarrollados (Estados Unidos y Canadá). Al contrario de lo que en principio pudiera parecer, no es un tipo de vacaciones privativo de la tercera edad, ni de las clases económicas más pudientes, como lo demuestra la edad media del crucerista, que se sitúa en los 46 años, y los ingresos medios por unidad familiar (aproximadamente 50,000 dólares para el caso de Estados Unidos). Esto se consigue ofertando itinerarios cada vez más cortos y, por tanto, de menor precio de adquisición, y muy adaptados a los gustos y exigencias de todos los segmentos de población.

El garantizar la satisfacción plena de los turistas, no es solo un objetivo del Programa Nacional de Turismo, sino el objetivo de todo destino turístico, porque de manera específica, en la experiencia turística, el proceso de satisfacción no difiere al de otros productos y servicios, ya que “éste puede concebirse como el juicio que se deriva de la comparación entre las expectativas iniciales del individuo y su percepción de la experiencia turística” (Chon y Olsen, 1990) (Echtner y Ritchie, 1991) y del que depende en gran medida el que aumente la posibilidad de que los turistas retornen.

Es por ello que se busco conocer la percepción de los cruceristas de Puerto Vallarta, dividiéndose la opinión de las personas entrevistadas en 6 apartados, que enmarcan las cuestiones naturales, ambientales y de atención por parte de la comunidad receptora:

- En cuanto a los atractivos naturales el 60% señalaron que son excelentes y el 38% son buenos y regulares el 2%.

- En lo referente al clima señalan que es excelente en un 58% y bueno el 39%, regular al 2% y al 1% malo; lo que corrobora la ubicación geográfica privilegiada del destino por su latitud.
- En lo referente a la limpieza del destino el 49% opina que es excelente y el 40% que es buena; 9% de regular y 2% de mala, esta ha sido una de las quejas recurrentes de los turistas en Puerto Vallarta, la necesidad de poner un mayor énfasis en los aspectos de limpieza del destino.
- Una de las actividades más importantes que realizan los cruceristas en los destinos turísticos es la de los recorridos turísticos, los que en el caso de Puerto Vallarta los califican un 52% como excelentes y el 41% como buenos, el 4% como regulares y malos el 3%; que si bien cualifican bien al destino estos deben de mejorar en cuanto a la calidad y diversidad, ya que pueden ser los elementos que hagan que el turista regrese.
- Los destinos turísticos son demandados por los turistas por sus atractivos, su clima, el ser amigables con la naturaleza a través de la limpieza, lo que se complementa con los recorridos turísticos pero, sobre todo, en la atención a los turistas y la hospitalidad por parte de los prestadores de servicios turísticos y los habitantes del lugar, los que son calificados en el primero de los casos como excelente en un 62% y en un 35% como buena, regulares el 2% y malos el 1%.
- En lo referente a la hospitalidad el 69% la señalan como excelente, el 29% como buena y el 2% como regular.

El conjunto de las calificaciones anteriores determinan que el 94% de los cruceristas entrevistado declaren que regresarían a Puerto Vallarta; prefiriendo el 50% que lo harían en crucero y el 43% en avión y que el 92% lo recomendarían a otras personas como destino turístico.

Un asunto crucial es la seguridad de los visitantes, en este rubro el 70% de los visitantes se sintieron seguros en el destino, un 10% sintieron cierto nivel de inseguridad y el 20% restante no quiso dar respuesta a esta pregunta. Es importante comentar que una de las principales recomendaciones que reciben dentro del crucero es lo referente a la seguridad personal, por lo que se les sugiere evitar salir de las áreas turísticas y contratar servicios de forma personal, en lugar de utilizar los servicios que se contratan dentro de las instalaciones del barco antes de bajar al destino.

Un asunto relacionado con este es la información que reciben para la práctica de actividades turísticas, en lo que se refiere a prácticas marinas, como buceo y snorkel, los prestadores de servicios, les informan sobre los procesos de seguridad y los turistas perciben en más del 95% que la información es adecuada y en cuanto a la percepción de la seguridad en las actividades es del 80% favorable y sólo un 10% siente que no fueron seguras las actividades, por el tipo de equipo o la forma como se realizó la práctica.

Cuadro 4. Índice de satisfacción de los cruceristas a Puerto Vallarta

Calificación	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Atractivos naturales	60	38	2	0
Clima	58	39	2	1
Limpieza	49	40	9	2
Recorridos turísticos	52	41	4	3
Atención	62	35	2	1
Hospitalidad	62	29	2	0

Fuente: Investigación propia.

Conclusiones

- Hasta el año del 2008 la actividad de cruceros, en Puerto Vallarta, se podría considerar como una industria con “buena mar y mejores vientos”, situación que se ha visto afectada desde principios de este año de 2009, por lo que será necesario hacer valer todas las fortalezas del destino, a través de un plan estratégico que involucre que todos los sectores relacionados con el quehacer de esta actividad.
- El perfil de los consumidores revela una estabilidad en cuanto al tipo de visitantes de cruceros que se tiene en Puerto Vallarta, debiéndose tratar de promover otros segmentos, sobre todo, en lo referente al monto de ingresos, procurando una mayor derrama económica.
- Deberá de promoverse la evaluación y seguimiento de la información sobre el grado de satisfacción de los turistas de cruceros en Puerto Vallarta, ya que en promedio, menos del 60% lo considera excelente, detectándose un bajo nivel en los aspectos de limpieza y calidad en los recorridos turísticos.

- En necesario que la Secretaría de Turismo de Jalisco, en coordinación con el Ayuntamiento y otras instituciones calificadas de Puerto Vallarta, promuevan el seguimiento de la estadística de cruceros, así como la realización de estudios de satisfacción, de efectos económicos y otros temas que se consideren de interés sobre la Industria de Cruceros en particular y el turismo en general.
- Impulsar el desarrollo competitivo y el mejoramiento de los productos y servicios turísticos y complementarios que se ofrecen al mercado de cruceros, fortaleciendo la integración de los atractivos naturales y culturales, la maximización de los beneficios en el desarrollo de las comunidades receptoras y el retorno de los visitantes.
- Impulsar la competitividad de Puerto Vallarta como destinos turísticos; en coordinación con el gobierno federal, estatal y municipal, con el concurso del sector privado y la Industria de Cruceros, promoviendo acciones que mejoren su diferenciación y la creación de experiencias únicas para el visitante; así como que propicien una mayor derrama económica y el regreso de los visitantes, para mejorar el impacto local de los flujos de cruceros.
- Promover acciones para fomentar, diversificar y mejorar la oferta de productos y servicios disponibles en los destinos para el público de cruceros, haciéndola más acorde a las necesidades y gustos del consumidor.
- Fomentar el desarrollo de operadores turísticos receptivos calificados, propiciando condiciones de equidad y libre competencia con los más altos estándares de calidad.
- Desarrollar una estrategia para Puerto Vallarta como destino, en función de su grado de madurez y la ruta en que se encuentra, a fin de aminorar la presión que en algunos destinos ha tenido esta industria sobre la infraestructura instalada, los recursos naturales, culturales y sociales de las comunidades.

Bibliografía

Administración Portuaria Integral (API) (2008). *Estadísticas 1998-2008*. México: Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

- Asociación Internacional de líneas de cruceros (CLIA) (2005). *Estudio de perfil del mercado 2004*. Nueva York: CLIA.
- BONE, P.F. (1992). Determinant of word-of-mouth communications during product consumption. *Advances in consumer research*, 100-110.
- CHON, K.S. y M.D. Olsen (1990). Applying the strategic management process in the management of tourism organization. *Tourism Management*, vol. 11, núm. 3, pp. 206-213.
- ECHTNER, C.M. y J.R. Ritchie (1991). The Meaning and measurement of destination image. *The journal of tourism studies*, vol. 2, núm. 2, pp. 2-12.
- Secretaría de Turismo de Jalisco (SETUJAL) (2009). *Anuario Estadístico 1988-2008*. Guadalajara: SETUJAL.
- SZYMANSKI, D.M. y D.H. Henard (2005). Customer Satisfaction: a meta analysis of empirical evidence. *Journal of the academy of marketing science*, 777-786.
- ZIKMUND, W. y M. D'Amico (1993). *Mercadotecnia*. México: CECSA.

VI. Puerto Vallarta más allá del paraíso

Paraíso e infierno, dos concepciones antagónicas de un mismo lugar

Patricia Núñez Martínez
Marco Antonio Merchand Rojas

El mito sobre el paraíso utilizado desde una perspectiva naturalista, es decir exótica y provocativa a la vez, en el sentido de que despierta la inquietud por conocerlo, fue utilizado en los Estados Unidos de Norteamérica desde mediados del siglo XIX, con el fin de llamar la atención y la mirada hacia ciertos lugares que desde el punto de vista económico tenían o representaban una posibilidad para obtener ganancias.

A lo largo del siglo XX, en muchos países del mundo incluido México, el concepto se utilizó sobremanera en la actividad turística, sobre todo, desde finales de la segunda guerra mundial cuando una serie de factores, entre ellos la diversificación de los medios de comunicación, el abaratamiento de las tarifas aéreas, las facilidades para la circulación internacional de pasajeros, la integración de regiones a partir de la construcción de más y mejores carreteras y la disponibilidad de tiempo libre para el ocio, se conjugaron y lograron que dicha actividad se convirtiera en uno de los renglones más importantes de la economía de varios países, por lo que representa la captación de divisas que derivan precisamente de esta actividad.

Sin embargo, el concepto ya había sido empleado desde mediados del siglo XVIII por algunos exploradores científicos también conocidos como viajeros, quienes empezaron a estudiar y difundir las peculiaridades de los territorios que iban recorriendo.

Lo anterior no fue fortuito pues precisamente en esa centuria ocurren una serie de cambios que llevan al hombre a ver el mundo de manera diferente. En esta nueva visión de mundo, la naturaleza, la razón y el progreso se imponen ante el mundo metafísico. Se trataba de conocer lo desconocido, de dominar la naturaleza, de imponerse sobre ella para así poder controlar también el territorio, es decir, se requería primero conocerlo para luego

dominarlo y en la medida en que esto ocurría, la relación entre naturaleza y hombre se tornaba también en una relación de poder. “El dominio de la naturaleza no sólo se vio reflejado en la exploración y la investigación con propósitos políticos y/o económicos, sino también, en aspectos que tienen que ver con el territorio en su conjunto y, a partir de aquello, de esta nueva disposición para enfrentarlo y, desde ese punto de vista, de comprenderlo”.¹ La observación y valoración de lo distinto también jugaron un papel importante en esta nueva visión de mundo.

Este trabajo tiene como fin hacer una serie de reflexiones en torno al significado que se le ha dado al concepto de paraíso en la actividad turística y como éste ha sido ampliamente explotado, e incluso hoy día, sigue siendo uno de los ingredientes preferidos que los promotores del turismo incluyen en la promoción de los ahora tan competitivos destinos turísticos.

En primer lugar abordaremos, desde el punto de vista paisajístico, las distintas concepciones que sobre el término paraíso se han manejado, para luego hacer un análisis del mismo en su relación con la actividad turística en el ámbito internacional y más específicamente en el destino turístico Puerto Vallarta, donde el término empezó a manejarse, incluso antes de que este fuera reconocido como tal y finalmente, analizar como un mismo lugar puede ser percibido desde dos vertientes distintas, pues mientras para unos puede ser un paraíso, para otros puede ser algo parecido al infierno.

Conceptualización del paraíso

El concepto de paraíso se ha ido modificando en la medida en que el hombre ha cambiado su forma de ver al mundo, no obstante, sigue siendo una de las razones que lo motivan a querer descubrirlo, conocerlo y disfrutarlo. El vocablo viene del avéstico *pairidaçza* que significa cercado circular, término que fue usado para referirse a los jardines reales.² “Las alfombras persas eran, en su origen, representaciones de jardines. El jardín es una alfombra

1 Andrés Núñez. “La invención del territorio”. *Patrimonio Cultural*, núm. 33, 2004, p. 22.

2 Diccionario de la Real Academia Española.

en la que el mundo entero cumple su perfección simbólica. La alfombra es un jardín móvil que se mueve a través del espacio, y en las culturas más nómadas va siempre con su dueño”.³

En el ámbito de la religión, el término fue empleado en las metáforas de los Textos Sagrados, las cuales “hacen pensar en un cielo próximo a través de las notas terrenales como el exotismo, la luminosidad del paisaje y el placer de los sentidos”.⁴ En el antiguo testamento, paraíso significa jardín de delicias donde Dios colocó a Adán y Eva.⁵

La existencia del paraíso terrenal siguió estando en el imaginario del mundo medieval; el descubrimiento de América (1492), en buena medida tuvo esos tintes, Colón creía que el paraíso se encontraba en las Indias, y más tarde el conquistador de México, Hernán Cortés continuaría con esa idea, pues después de conquistar la capital mexicana y posteriormente al pueblo tarasco, sus huestes incursionaron en dirección al poniente (océano Pacífico) en busca de tres objetivos: encontrar un lugar adecuado para establecer un astillero para de ahí zarpar en busca de las costas asiáticas, localizar los yacimientos de donde los tarascos obtenían oro y plata y encontrar las enormes riquezas del país de las Amazonas, un paraíso habitado por mujeres de extraordinaria belleza.

A partir de lo anterior podemos señalar que desde tiempos remotos los paraísos han estado íntimamente relacionados con el paisaje, concepto que tiene una serie de acepciones; y que es visto por los estudiosos desde dos posturas; algunos lo conciben como una forma estática predominantemente visual de la naturaleza, y otros le incorporan el elemento cultural.

Entre los primeros podemos mencionar a Milton Santos, quien señala que paisaje es el conjunto de cosas que el hombre percibe a través de los sentidos, mientras que César Dachary y Arnaiz Burne consideran que paisaje es todo “lo que la vista abarca y está formado por volúmenes, movi-

3 Sonia Berjman. “El paisaje y el jardín como elementos patrimoniales”. Cátedra UNESCO de Turismo Cultural. UNTREF/AAMNBA, Buenos Aires, Argentina. www.turismocultural.org.ar

4 Ángeles Rubio Gil. “El turismo del futuro: agente de conservación y desarrollo”. *Saberes*. Revista de estudios jurídicos, económicos y sociales, vol. 1, 2003. España: Universidad Alfonso X El Sabio, p. 2.

5 Real Academia Española.

mientos, colores, sonidos y olores, entre otros. Por ello es que su dimensión es la de la percepción”.⁶

La diferencia que encuentran entre paisaje y naturaleza es casi nula, ven entre el paisaje y la sociedad a la naturaleza, la cual se diferencia del paisaje en que ésta “es algo más que esto, porque ésta en su larga relación con el hombre ha sido transformada, humanizada o culturizada a través de la técnica. Coinciden con la propuesta que hace Bertrant sobre el paisaje, quien lo define como «un mediato entre naturaleza y sociedad. Tiene como base una porción de espacio material que existe en tanto que estructura y sistema ecológico, independiente de la percepción”.⁷

Carl Sauer y John Jackson coinciden en el concepto de paisaje al considerarlo “como un compuesto de elementos estructurales, que resulta de la impronta humana y sirve de contexto a su vida”, sin embargo, Mari-José Amerlinck considera que la postura de estos autores difiere en varios puntos, pues Sauer le da más peso a los factores naturales que a los humanos al definir al paisaje como “algo visual y distante o al menos un telón de fondo particular, y no como lo propone la más reciente postura fenomenológica, el resultado de una interacción constante de los seres humanos con objetos y eventos”.⁸

Por su parte, César Naselli considera que el paisaje no sólo es naturaleza sino también imagen, al respecto señala que paisaje

es la interpretación que tiene un observador de un territorio que lo rodea en el cual se siente (...) comprometido (...) esa metáfora de la realidad designada como paisaje y que por guardar una distancia con esa realidad, es una imagen (...) es grupal si es compartida, o personal en caso contrario, pero de

- 6 Alfredo A. César Dachary y Stella Maris Arnaiz Burne. *Desarrollo y turismo en la Costa de Jalisco*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-CUCOSTA-COECYTJAL, 2004, p. 6.
- 7 Alfredo A. César Dachary y Stella Maris Arnaiz Burne. *Desarrollo y turismo en la Costa de Jalisco*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-CUCOSTA-COECYTJAL, 2004, p. 8.
- 8 Mari-José Amerlinck. “Paisaje o entorno: exploración del concepto de Landscape”, en *Revista del Seminario de Historia Mexicana*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, vol. IV, núm. 2, verano de 2003, p. 21.

todos modos cultural y por lo tanto histórica (...). El paisaje es, pues, el territorio imaginado y descrito, expresado.⁹

Berjman reafirma que el paisaje es “la representación mental del mundo por medio de la mirada del hombre. Esta mirada se puede materializar en la pintura, en la fotografía, en la literatura, en el proyecto o en el recuerdo, o sea en la memoria”.¹⁰

En este mismo tenor, Eduardo Martínez de Pisón, expone que el paisaje es en primer lugar, la forma del territorio pero además un legado y, por ende, un patrimonio de especial entidad. Por tanto, el paisaje no es sólo lugar, sino también imagen, pues éste “no reside sólo en la naturaleza, en la historia, en la estructura social, sino también en la cultura. Es pues, un hecho, una forma geográfica, más su conocimiento, un modo de relación con aquélla, de entenderla”.¹¹

Sostiene que el paisaje no es sólo una vista, un panorama, sino una forma estructurada, una configuración constituyente, es decir que, en la medida en que se pasa del paisaje general a ver su interior se puede observar paisajes más pequeños relacionados entre sí.

En el paisaje interviene una infinidad de componentes y de miradas y bajo esa lógica se puede decir entonces que el paisaje pasa a ser una construcción social pues logra integrar los componentes naturales y los sociales, los primeros materializados en la estructura del territorio y los segundos se pueden observar desde el interior del territorio.

En síntesis, Martínez de Pisón concluye que “el paisaje es, pues, la misma realidad geográfica, la formalización del sistema, totalizada, que reposa en una estructura espacial y que está nutrida por sus representaciones, imágenes y sentidos”.¹²

9 Cit. por Sonia Berjman. “El paisaje y el jardín como elementos patrimoniales”. Cátedra UNESCO de Turismo Cultural. UNTREF/AAMNBA, Buenos Aires, Argentina. www.turismocultural.org.ar

10 Sonia Berjman. “El paisaje y el jardín como elementos patrimoniales”. Cátedra UNESCO de Turismo Cultural. UNTREF/AAMNBA, Buenos Aires, Argentina. www.turismocultural.org.ar

11 Eduardo Martínez de Pisón. “El concepto de paisaje como instrumento de conocimiento ambiental”, en Valentín Cabrero Diéguez, *et al. Paisaje y medio ambiente*. Salamanca: Fundación Duques de Soria-Universidad de Valladolid, Grupo Endesa, 1998, p. 17.

12 Eduardo Martínez de Pisón. “El concepto de paisaje como instrumento de conocimiento ambiental”, en Valentín Cabrero..., p. 21.

En la actividad turística el paisaje juega un papel primordial, pues dicha actividad ha contribuido a la generación de múltiples paisajes, aunque también es cierto que, desde la perspectiva de los consumidores, ha acabado con muchos de ellos.

Esta actividad, ha tomado como recursos turísticos, lugares de extraordinaria belleza, según la percepción de los turistas y los ha transformado, en periodos relativamente cortos, en paisajes no gratos para el consumo y en infiernos para la mayoría de los residentes de esos lugares. Bajo esa óptica el concepto de paisaje turístico hace alusión a lo que el hombre percibe a través de los sentidos, por tanto no debe concebirse como algo estático, ya que el hombre influye en su transformación ya sea de manera positiva o negativa.

En otras palabras podemos señalar que cuando un espacio determinado se convierte en un producto turístico, las probabilidades de que este fracase son mayúsculas si carece de una planeación territorial incluyente en donde se tomen en cuenta tanto las necesidades de la actividad turística como las necesidades de la población local, pues si bien es cierto que en las fases de despegue y crecimiento de los destinos turísticos se marcan los lineamientos para llevar a cabo la urbanización, ésta casi nunca responde a las necesidades locales sino a intereses externos que se empeñan en urbanizar esos espacios para convertirlos en un producto turístico, lo que conlleva a la gestación de esas enormes asimetrías que se puede palpar en los destinos turísticos, paraísos de exclusividad y disfrute para algunos y de marginalidad y miseria para otros.

A partir de lo anterior, queda más claro como el paisaje refleja socioespacialmente y de una manera clara esa dualidad paraíso-infierno, pues el primero sin el segundo no existe, en otras palabras, se puede decir que en los destinos turísticos la mitad de la belleza depende de la naturaleza y la otra mitad de la persona que la mira.

Los paraísos turísticos son, por tanto, aquellos lugares en donde la naturaleza juega un papel predominante y en donde, además, se conjuga la aventura y la sensualidad que provoca conocer lo desconocido en un mundo sin riesgo. Desde que el turista planea su viaje sabe que encontrará algo nuevo en esos paraísos pero también sabe que contará con aquellos elementos a los que está acostumbrado a vivir en su cotidianidad. Desde este

punto de vista el turista se diferencia del viajero, pues este último se enfrenta no solo a lo desconocido sino también al peligro.

El paraíso desde las posturas teóricas del turismo

Algunos teóricos del turismo, entre ellos Richard William Butler, sostienen que los destinos turísticos pueden estudiarse mediante un modelo estructurado a partir de etapas sucesivas, que se conoce con el nombre de “Ciclo de Vida”. De acuerdo con esta teoría los destinos turísticos de sol y playa, que son los que han utilizado el concepto de paraíso para su promoción, pasan por cinco fases: la primera denominada etapa de Exploración, se caracteriza por la poca afluencia de turistas en el destino; en la fase dos o de “Involucramiento”, los turistas y la comunidad local cuentan con una reducida infraestructura, en la siguiente, se da un rápido crecimiento del destino, por ello, esta etapa se denomina como etapa de Desarrollo; luego se presenta un proceso de “Consolidación”, durante la cual la oferta turística sobrepasa la demanda, y finalmente, la etapa de Estancamiento del destino, o bien, el Rejuvenecimiento a partir de una reingeniería del mismo.

En este modelo el concepto de paraíso se gesta desde el inicio del proceso y va adquiriendo fuerza en la medida en que se consolida, pero a la vez que el destino se consolida el paraíso se degrada, aunque los involucrados en la actividad turística tratan de ocultarlo para poder seguir ofreciéndolo como si este no hubiese cambiado.

Por su parte la teoría de la Autodestrucción del Turismo desarrollada por Holder, H., propone que la evolución de un destino turístico pasa por cuatro fases:

Fase I. Un sitio remoto y exótico ofrece reposo y solaz y suministra un refugio a gente pudiente que vive aislada del resto de la población local.

Fase II. La promoción turística atrae turistas de medios más modestos que viene también en búsqueda de tranquilidad y solaz, pero también para imitar a los ricos. Se construyen más estructuras hoteleras y facilidades turísticas para atraer un número creciente de turistas. Todo ello transforma las caracte-

rísticas originales del sitio de un “refugio paradisíaco” a una serie de urbanizaciones con las consecuencias e impactos correspondientes.

Las poblaciones locales se convierten en empleados del turismo, en muchos casos abandonando la producción agropecuaria, ganando más en el proceso. Los turistas ricos buscan otros sitios. El aumento del flujo turístico hace inevitable la interacción entre los turistas y las poblaciones locales, llevando a una serie de consecuencias socioculturales, consideradas en general como negativas. El incremento en número de cuartos de hotel lleva a una oferta que supera la demanda y a una consecuente disminución de precios y a un deterioro del “producto”.

Fase III. En el país o en la región ya se practica el “turismo de masa”, atrayendo un público con patrones más bajos de poder económico y de comportamiento social. Esto lleva a la degradación social y al deterioro medioambiental del sitio turístico.

Fase IV. A medida que el sitio se hunde bajo el peso de la fricción y del conflicto social y la producción de basura y contaminantes, huyen los turistas dejando detrás de ellos las infraestructuras turísticas abandonadas, las playas y los entornos estropeados y una población local incapaz de retomar su estilo de vida original.¹³

Desde este modelo, el paraíso en principio es para una élite reducida, en la siguiente fase ese paraíso tiene que ser compartido por una sociedad que trata de imitar a los pudientes, así el paraíso primigenio tiene que adaptarse a los nuevos requerimientos de infraestructura con las consecuencias e impactos correspondientes. En la tercera etapa el paraíso se masifica y por tanto, se consolida, pero a su vez, inicia un proceso de deterioro. Finalmente, en la cuarta etapa, ese paraíso profundamente transformado y en buena parte desdeñado por el turista se convierte en un infierno para la población de acogida por la serie de problemas socioeconómicos, ambientales y culturales que se presentan, sin embargo, los promotores turísticos en su afán de seguir explotando los destinos los siguen promoviendo como si el tiempo no

13 Cit. por Adriana María Barbosa Jasso. “Cuatro casos de análisis comparativos de destinos turísticos de playa en México”. Ponencia presentada en la Universidad Autónoma de Sinaloa, Escuela de Turismo, 2004.

hubiese transcurrido y nada hubiese pasado, cuando en realidad poco o casi nada ha quedado de ellos.

Otra perspectiva teórica basada ya no en el turista sino en el viaje mismo ha sido trabajada por Joaquín Fernandois quien propone una tipología de evolución del viaje. Este autor afirma que primero se desarrolla la etapa de la exploración en la que el factor riesgo prevalece ante lo completamente desconocido, enseguida se presenta la etapa del viaje, la cual se realiza en una época de mínima seguridad, pero donde los viajeros tienen un espíritu abierto para descubrir las maravillas del lugar, y finalmente, en una tercera etapa se encuentra el turismo, a partir del cual se “instala la vulgaridad, aunque nadie podría negar el derecho de centenares de millones de personas a desplazarse para obtener satisfacciones banales pero inocuas”.¹⁴

Los primeros paraísos

El término paraíso turístico empieza a tener esta connotación desde mediados del siglo XIX. No obstante, se empieza a gestar desde 1768, a partir precisamente de la observación que hiciera un viajero europeo, de nombre Louis-Antoine de Bougainville, sobre la isla de Tahití en el Pacífico meridional. A su llegada quedó impresionado no sólo del paisaje sino que el recibimiento que le dieron “hombres de aspecto soberbio y mujeres jóvenes y desnudas”¹⁵ lo inspiraron a la creación del término paraíso, al respecto escribió: “Pensé, que me había transportado al Jardín del Edén”.¹⁶

Douglas y Douglas sostienen que a pesar de que este viajero no fue el primer europeo que pisó la isla de Tahití, “si consiguió que su descripción llegase hasta hoy e influyese en los promotores del turismo y en los redactores de los anuncios. Se había abierto el Paraíso, y el término, o una variación

14 Joaquín Fernandois. “Viaje ¿perdido o recuperado?”, Revista *Patrimonio Cultural*, núm. 33, 2004, p. 11.

15 Norman Douglas y Ngaire Douglas. “No era un paraíso corriente: Imaginería visual en el surgimiento del turismo en las islas del Pacífico”, *Revista Española del Pacífico*, en www.cervantesvirtual.com.

16 Cit. por Douglas y Douglas, *op. cit.*

de éste, se convirtió, con el tiempo, en la más manoseada expresión del vocabulario de los viajes, en particular de los viajes en las islas del Pacífico”.¹⁷

Casi un siglo después, en 1866 Mark Twain contribuiría al posterior posicionamiento de Hawaii, precisamente utilizando el concepto de paraíso. A manera de ejemplo transcribiremos una de sus narraciones contenidas en sus *Letters from Hawaii*. “Para mí estos aires perfumados siempre están soplando, sus mares de estío centellean al sol, el latir de los rompientes golpea en mis oídos; puedo ver sus riscos enguarnaldados, el salto de sus cascadas, las plumas de sus palmeras adormecidas en la orilla”.¹⁸

Aprovechando que el término paraíso provocaba en las personas una motivación que los invitaba a trasladarse a esos paraísos, Estados Unidos de Norteamérica no dudo en adoptar el término dentro de la actividad turística para lograr beneficios sustanciosos. De tal suerte que para finales del siglo XIX, este país movido por intereses eminentemente económicos ya había convertido a Hawaii en uno de los destinos turísticos más visitados por los norteamericanos.

Por su parte, la escritora y viajera británica Isabella Bird contribuyó al afianzamiento del término con la siguiente frase ¡Bello paraíso del Pacífico!, se refería por supuesto a las islas de Hawaii. Esta frase incluso fue adoptada para dar nombre a una de las primeras revistas populares editada en Honolulu, a través de la cual se promocionaba Hawaii, pero también fue utilizada como slogan por la organización Thomas Cook, una de las primeras empresas dedicadas a promover el turismo de masas.

La aparición del concepto se vio reforzada, en aquellas épocas, mediante la impresión de tarjetas postales o fotografías de los paisajes turísticos que se deseaban mostrar ya con un fin eminentemente económico; las guías turísticas y la producción de películas contribuyeron también a que en el corto plazo y, junto con la aparición de las líneas aéreas más baratas, mejoramiento en las vías de comunicación y disponibilidad de tiempo libre de la clase trabajadora hicieron posible el surgimiento del turismo de masas en los Estados Unidos, sobre todo, después de la segunda guerra mundial.

17 *Idem.*

18 *Idem.*

En España, las guías turísticas resaltaron también la imagen de los paraísos, no solo mediante la utilización de imágenes sino que fortalecieron las imágenes mediante los textos que “juegan con la sensualidad de las palabras: luz, sol, jardines... son alusiones usadas frecuentemente para llevar al lector a imaginar un escenario, una tierra paradisíaca”.¹⁹

En ese sentido se puede señalar que los medios de difusión utilizados para promocionar los paraísos están cargados de representaciones, pues transmiten la mirada subjetiva de quien los produce, en otras palabras muestran una realidad imaginada. Dentro de la actividad turística, los símbolos o iconos con sus significados, tienen la función de provocar deseos que al hacerse realidad contribuyen al crecimiento económico de quien los domina.

La proximidad con los Estados Unidos y la estrecha relación y dependencia de México hacia ese país, explica en gran medida el surgimiento y desarrollo de muchos de los paraísos turísticos mexicanos, como es el caso de Acapulco o de Puerto Vallarta.

Desde mediados del siglo xx, el término paraíso ya había sido adoptado en México para promocionar los destinos turísticos. Luis Spota, escritor mexicano asentó en una de sus obras costumbristas más leídas que México y en especial el puerto de Acapulco, eran “casi un paraíso”. En los años 30 Acapulco era todavía un pueblo de pescadores, sin embargo, en poco tiempo una buena parte de los países del mundo sabían ya de su existencia: sus recursos naturales como el sol, las playas cálidas y sus paisajes comparados con el paraíso, atrajeron a turistas extranjeros. Los documentales que se hicieron sobre este Puerto y las películas que se filmaron ahí, destacaban precisamente sus encantos.

El paraíso de Puerto Vallarta

Puerto Vallarta se encuentra ubicada en la costa de Jalisco y forma parte del territorio de la llamada Bahía de Banderas. El límite norte de la bahía es Punta Mita, lugar donde termina la sierra de Vallejo, al sur finaliza en Cabo

19 Manuel Hijano del Río y Francisco Martín Zúñiga. “La construcción de la identidad andaluza percibida y proyectada como reclamo turístico: los libros de viaje y las guías turísticas del siglo xx (1920-1979)”, en *Revista HMic*, núm. V, 2007. <http://seneca.uab.es/hmic>.

Corrientes, hasta donde llegan las últimas estribaciones de la sierra del Cuale, en el centro se localiza Puerto Vallarta. La conjunción en este territorio de tres elementos: la sierra tupida, el océano y los ríos que desembocan en el mar, dio pie a que la Bahía de Banderas fuera considerada como una de las más grandes y hermosas del mundo, mientras que a Puerto Vallarta se le comparara con el paraíso.

No se puede afirmar que Puerto Vallarta haya sido un paraíso prístino hasta antes de la llegada del turismo, ya que el territorio había sido intervenido desde el mismo instante en que los vecinos se asientan ahí (1851), y empiezan a modificar el medio ambiente, sino que ese paisaje sufrió una transformación más acelerada, a partir de la década de los años cincuenta del siglo xx, en la medida en que un factor externo, en este caso el turismo, empieza a penetrar en el territorio. Territorio que hasta entonces había sido compartido sólo por los residentes locales, los inmigrantes que llegaban en busca de nuevas oportunidades, los parientes, amigos y unos cuantos comerciantes que de vez en cuando arribaban al lugar para hacer algún negocio.

Desde su creación y hasta la década de los años treinta del siglo xx, Puerto Vallarta se caracterizó por tener una economía basada en un modelo agrícola-minero debido a la relación que tenía con varios pueblos aledaños, ubicados en la parte alta de la Sierra Madre Occidental, entre ellos el Cuale, San Sebastián del Oeste y Mascota.

La ubicación geográfica de Vallarta fue un factor estratégico para el desarrollo minero de los pueblos serranos, puesto que éstos requerían de un lugar en la costa que les facilitara, por una parte, distribuir parte de su producción mineral y, por la otra, introducir grandes cantidades de sal para el beneficio de la plata, además de otro tipo de productos que requerían estos pueblos.

Pero a partir de la segunda década de dicha centuria, la actividad minera enfrentó serias dificultades originadas por la caída internacional de los precios de la plata, y ya entrada la década de los treinta tiene lugar un cambio en la reestructuración del territorio nacional originado por la Reforma Agraria. Estos dos sucesos dieron lugar a la gesta de un nuevo modelo económico en esta región, basado en la agricultura y el comercio.

La actividad turística se empieza a gestar desde la cuarta década del siglo xx, aunque de manera doméstica con la instalación de los primeros

hoteles, sin embargo, ya se vislumbraba que esta región sería a la larga un emporio de la economía regional y aunque tuvieron que pasar un poco más de tres décadas, lo anterior se hizo realidad, a tal grado que desde la década de los ochenta el nuevo modelo económico en Puerto Vallarta está sustentado en el turismo.

Desde entonces y de manera paulatina el turismo ha ido modificando el paisaje de esta región, como resultado de la acción del hombre sobre el territorio. Transformación que se acentuó por el turismo de masas y por la carencia de una planificación sustentable que ha sido una constante en el crecimiento de Puerto Vallarta y su región.

Los primeros cambios en el paisaje

Según la versión oficial Puerto Vallarta conocido anteriormente como Las Peñas se fundó en 1851, su establecimiento obedeció a que geográficamente era la entrada más benévola hacia la zona minera del Cuale, San Sebastián, Los Reyes y Mascota. En pocos años, se fue posicionando gracias al papel que empezó a ejercer como centro aglutinador de las actividades económicas de la región al convertirse en el punto de entrada y salida de los productos que se comercializaban tanto en la región como fuera de ella.

Ese atributo económico, aunado a la cancelación de San Blas (1873) como puerto de altura, propició que en 1886 se aprobara la apertura de Las Peñas como puerto para el comercio de altura y cabotaje. Autorización que respondió, en buena medida, a los argumentos de la solicitud, entre los que destacan que Las Peñas y sus alrededores “son en toda verdad un paraíso, al que sólo hace falta una población grande, laboriosa y rica que lo disfrute”.²⁰ Subrayaban que a diferencia de otras zonas costeras, en este lugar no existían las plagas de insectos, “el jején apenas se conoce, los zancudos son escasos y en cuanto a los alacranes, ese terror de toda la Costa de Jalisco, y de toda la occidental del país, allí no se mencionan”.²¹ Además agregaban que no había esteros, lagunas ni grandes humedales, dejaban entrever que

20 AHJ, G-5-885-PVU/591.

21 *Idem.*

de todos los pueblos costeros ubicados entre el puerto de Manzanillo y el de San Blas, el mejor era Las Peñas.

Bajo esta óptica, el paraíso era visto no como un producto de consumo turístico, sino como fuente de recursos que podrían aprovecharse para lograr el desarrollo de las actividades económicas de la región.

Sin duda, esta última acepción del paraíso, respondió más a intereses económicos de grupos locales, es decir, justificar que el territorio era propicio para el establecimiento de dicho puerto, lo cual se traduciría en ganancias para unos cuantos. Por otra parte, cabe señalar que muchos de los negocios que se llevaban a cabo en el lugar, debido a la lejanía y a las pocas vías de comunicación, se realizaban a espaldas del gobierno; el contrabando y los negocios ilícitos eran una práctica que se venía realizando en la Bahía de Banderas desde siglos atrás.

En las primeras décadas del siglo xx, la economía de esta región estaba sustentada en actividades eminentemente agrícolas y ganaderas, tenía una población (1913) muy reducida que apenas alcanzaba los 3,500 habitantes en el Puerto y 1,320 en el resto de localidades de la Comisaría Política de Las Peñas.

Un cambio importante ocurriría en 1925 con la instalación, en el Municipio de Puerto Vallarta, de la empresa bananera Montgomery Fruit Co. La plantación impactó no sólo el aspecto económico sino también el demográfico y el paisajístico. Más empleos y mejores salarios se tradujeron en un atractivo para los inmigrantes. Sin embargo, la plantación modificó también el paisaje que fuera descrito en 1913 por Leoncio R. Blanco “altísimas y elegantes palmeras de tronco robusto y esbelto, entrelazando sus penachos tan estrechamente que interceptan los rayos del sol, formando arcadas y bóvedas caprichosas y fantásticas como de una inmensa catedral que tuviera infinidad de naves”.²² También formaban parte de ese paisaje, una gran cantidad de árboles y arbustos que servían de refugio a una infinidad de aves como guacamayas, loros, urracas, tórtolos y pájaros de distintas formas y colores.

22 Leoncio R. Blanco. “Fragmento del Informe rendido al Sr. Lic. Don José López Portillo y Rojas, Gobernador del Estado de Jalisco, por el que suscribe”, en *Revista de la Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística*. Guadalajara, 1919, p. 52.

A pesar de que el paisaje sufrió modificaciones por la instalación de la plantación, las áreas aledañas al pueblo y el pueblo mismo conservaron esas extraordinarias riquezas que tanto gustan al turismo de sol y playa: mar, sol, clima, vegetación exuberante, favoreciendo la gesta de la actividad turística en Puerto Vallarta desde los años cuarenta del siglo xx, que incluso ya se promocionaba en el extranjero. La revista neoyorquina *Modern Mexico*, de junio de 1942 anunciaba la línea Transportes Aéreos de Jalisco que volaba a Vallarta.²³ La promoción a nivel nacional hacía hincapié en que Vallarta era un paraíso, “A los ojos del viajero, se asoma la belleza de este rincón jalisciense, verdadero paraíso desconocido, como alguien le llamara en sentido poético. Todo en él se aúna para ofrecer al turista que llega nostálgico del horizonte gris de la altiplanicie, la prodigiosa urdimbre del paisaje costeño, sus calles aseadas y rectas, su clima delicioso”.²⁴

La descripción que hiciera sobre Puerto Vallarta, en el año de 1948, Juan Yáñez enviado especial de la *Revista Guadalajara*, refleja esa percepción del paraíso,

la selvática vegetación parece desafiar a la civilización del poblado, pero cede y rinde el tributo que la decisión del hombre le exige. Contemplamos, mientras navegábamos, frente a la costa, interminables huertas cuyas palmeras impenetrables miraban con indiferencia nuestra exploración. Muchas alternándose en el litoral con inmensas fajas rocosas, nos hacen prever en meditada fantasía, cientos de lujosas mansiones y vistosos hoteles, conectados por vastas redes de carreteras bordeando y surcando la montuosa ondulación de su estructura terrestre.²⁵

La visión de Yáñez sobre lo que sería Puerto Vallarta fue premonitoria, lo concebía a futuro como un moderno paraíso “la belleza del panorama es

23 Carlos Munguía. *Panorama Histórico de Puerto Vallarta y de la Bahía de Banderas*. Guadalajara: Secretaría de Cultura Jalisco, 2003, p. 103.

24 J. Carlos Rodríguez. “Puerto Vallarta, ruta del progreso jalisciense”, en *Revista Nacional*, abril de 1947, Guadalajara.

25 Juan Yáñez. “Tierra de Promisión”, en *Guadalajara. Revista Gráfica de Occidente*, vol. II, año II, núm. 14. Guadalajara, 1 de septiembre de 1948, p. 49.

incomparable y tenemos la certeza de que, al correr del tiempo, Puerto Vallarta significará uno de los primeros centros turísticos de América”.²⁶

Agregaba en otros párrafos que en el futuro sería “el primer puerto realmente importante en nuestras costas occidentales, hasta ahora menospreciado y aislado de los centros productores a pesar de que la situación de la Costa del Golfo ha sido siempre precaria, porque su mayor extensión pertenece al tipo lagunar, y por lo mismo poco aprovechable”.²⁷

La benevolencia del clima, un factor muy rentable en los destinos turísticos fue también descrito en aquella publicación; sin embargo, es preciso señalar que en la actualidad, la situación climatológica se aleja cada día más de aquella percepción

sencillamente agradable para el viajero porque la temperatura asciende en días calurosos, cuando más hasta treinta y un grados a la sombra, y en el invierno desciende hasta veinte grados. El Valle de Banderas, bajo esa faja montañosa que rodea la bahía, está regado por el río de Ameca; en una extensión recta de sesenta kilómetros, baja mil metros hasta el plan. Es tal la fuerza de esta precipitación, que resolverá con facilidad los problemas eléctricos y potables.²⁸

Para utilizar y aprovechar el paisaje vallartense dentro de la actividad turística, se requirió de la participación directa del Estado que implementó y ejecutó una serie de programas de desarrollo regional. En la década de 1950 y gracias al apoyo gubernamental, Vallarta pudo por fin sentar las bases de lo que sería su futuro desarrollo. Se impulsó la construcción del aeropuerto internacional, de nuevas carreteras y caminos vecinales para conectar a Vallarta con el resto de Jalisco. La ampliación del sistema eléctrico, de agua, escuelas, centros de salud, comunicación telefónica, etc., derivaron en un espacio más habitable y agradable que poco a poco se fue ofreciendo como un producto turístico.

Antes de que finalizara esta década, se publicó la primera Guía del Turista de Puerto Vallarta (1957), en la cual se ofrecía esa imagen paradisíaca

26 *Idem.*

27 *Ibid.*, p. 55.

28 *Idem.*

del lugar, los hoteles se anunciaban con los siguientes lemas: “a solamente unos pasos de su habitación. Facilidades para la caza y la pesca”; “un ambiente de distinción dentro de un clima exquisitamente tropical”, “frente al mar, playa privada”. Un año más tarde, la compañía Mexicana de Aviación mediante la promoción de sus viajes todo pagado (VTP), subrayaba que Vallarta había sido para los fundadores del lugar “el escenario y la atmósfera de su pródigo paraíso” y que en esos momentos (1959) “Puerto Vallarta [era], (...) un paraíso virtualmente intacto”.

La infraestructura carretera y el aeropuerto internacional, puesto en marcha en 1968, facilitaron el acceso al destino y es en esta década cuando se construyen los primeros hoteles de lujo e inicia la construcción de apartamentos, casas residenciales y se instalan las primeras sucursales bancarias. La promoción se hacía por diversos medios, desde impresión de folletos, documentales y organización de eventos en el lugar.

En la década de los setenta el gobierno federal, a través del Fideicomiso Puerto Vallarta, inició el proceso de legalización de la tierra, con lo cual se dio certeza a los inversionistas y es entonces cuando se empieza a construir en la parte norte del pueblo la denominada Zona Hotelera, una serie de hoteles muy distintos a los tradicionales y junto a ellos se inició el proyecto del primer centro comercial,²⁹ en los terrenos que habían sido utilizados anteriormente como galeras para dar cobijo a los cientos de trabajadores de la construcción.

Durante estas dos décadas, sesenta y setenta, el paisaje del pueblo urbano seguía conservando su tinte rural, pues a pesar de que en 1968 obtuvo la categoría de ciudad, Vallarta continuó preservando sus rasgos campiranos. En 1970 se publica el *Manual de Información Turística del Estado de Jalisco*, donde aparece, en primer lugar, un promocional del Departamento de Turismo del Gobierno de Jalisco, en donde se señala a Vallarta como “Un verdadero mar de la tranquilidad en la tierra”.³⁰

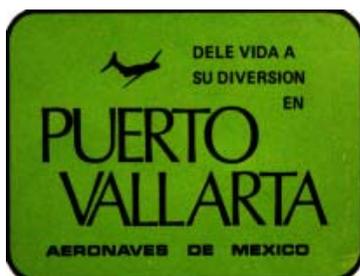
29 Plaza Caracol, fue el primer centro comercial de Puerto Vallarta se inauguró en 1988, está ubicado frente a la denominada Zona Hotelera.

30 *Manual de Información Turística*. Departamento de Turismo. Guadalajara: Gobierno del Estado de Jalisco, 1970.



Fuente: *Manual de Información Turística*, 1970.

La guía turística contiene además un anuncio de Aeronaves de México, con el siguiente lema: “Dele vida a su diversión en Puerto Vallarta”.



Por su parte, la línea aérea Air West lo promociona así, “Puerto Vallarta es ... playas de oro en el mar ... encanto colonial y relajación... emoción del paracaidismo o el submarinismo. Margaritas por el océano... recoletas calas... música alegre y gente encantadora... de verdad... un paraíso redescubierto”. El Camino Real se anunciaba como “un elegante y confortable hotel de la costa del Pacífico, el nuevo Camino Real. Está ubicado estratégicamente en una preciosa playa privada, soleada, de arena clara, con aguas templadas y tranquilas, rodeada de palmeras y protegida por dramáticos

acantilados que junto con el imponente océano ofrece espectaculares paisajes”,³¹ lo cual indudablemente, refleja esa idea de paraíso.



Fuente: *Manual de Información Turística*, 1970.

En la siguiente fotografía se puede observar cómo se promocionaba Puerto Vallarta en la década de los años setenta, resaltando la vegetación exuberante y las playas con palapas rústicas.



Fuente: *Manual de Información Turística*, 1970.

31 *Manual de Información Turística*. Departamento de Turismo. Guadalajara: Gobierno del Estado de Jalisco, 1970.

Para ese año, el aeropuerto internacional aunque no estaba terminado en su totalidad, ya prestaba servicios a varios vuelos extranjeros y nacionales, por ejemplo, la línea aérea Air West volaba de Las Vegas, Phoenix, Tucson, La Paz y Mazatlán a Puerto Vallarta, los días martes, viernes, sábado y domingo.

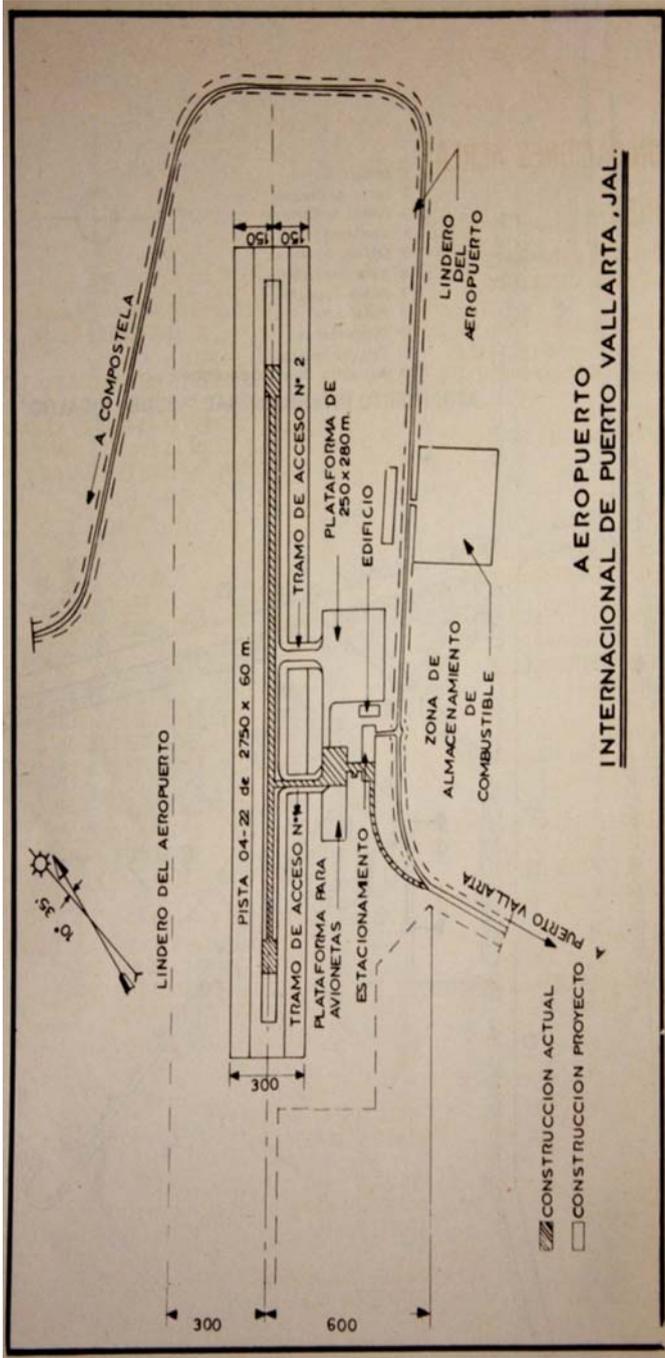
Por su parte, Mexicana de Aviación lo hacía de Los Ángeles a Puerto Vallarta y de Puerto Vallarta a Guadalajara todos los días, excepto los miércoles, mientras que Aeronaves de México volaba de Puerto Vallarta a Guadalajara los martes, jueves y sábados. Como se puede notar, había más vuelos internacionales que nacionales en esa década lo cual se traducía en un mayor número de turistas extranjeros.

Sin embargo, la gran transformación de Vallarta se da en la década de los ochenta. Si para 1983 Puerto Vallarta ofrecía ya un total de 5,700 habitaciones concentradas en 70 hoteles, esta oferta fue ampliada con la construcción de Marina Vallarta (1985-1993), la cual vino a transformar el paisaje de una porción del destino y a reactivar el turismo de masas para la clase de ingresos altos, pues ahí fueron construidos hoteles de categoría superior.

El proyecto incluyó la construcción de varios hoteles, departamentos, zonas comerciales, vivienda, una plaza comercial, campo de golf, marina para más de 300 veleros, zona escolar y, una infraestructura urbana perfectamente diseñada y muy superior a la del asentamiento del pueblo tradicional.

Los cambios radicales

Uno de los factores que influyó sobremanera en el crecimiento urbano de Puerto Vallarta, desde mediados de la década de los ochenta, fue sin duda la construcción de Marina Vallarta que requirió de una abundante mano de obra tanto para su construcción como para su posterior funcionamiento. Un gran número de migrantes de distintas partes, no solo aledañas al destino sino incluso de diversas partes del país, llegaron para quedarse, es decir, una vez concluidas las obras de la Marina, decidieron asentarse aquí de manera permanente, pero también llegaron para quedarse, los prestadores de servicios turísticos; la participación de ambos grupos se vio reflejada en el crecimiento urbano.



Fuente: *Manual de Información Turística*, 1970.

Marina Vallarta marcó la diferencia entre el Vallarta tradicional y el Vallarta moderno, influyó en la transformación del paisaje, contribuyó a la consolidación del turismo de masas y al crecimiento urbano y demográfico lo que coadyuvó a acelerar la problemática social.

Llegar a Vallarta significó para muchos, llegar al paraíso. Algunos prestadores de servicios turísticos llegaban incluso contratados por algún hotel, las condiciones económicas eran muy buenas “pensábamos que siempre iba a ser así, hasta abajo del colchón guardábamos los dólares, pero no fue así”.³²

En la medida en que el turismo se masificó, el paraíso se degradó y los beneficios económicos se redujeron, lo cual repercutió principalmente en la clase trabajadora, la cual, sobre todo ahora, enfrenta no sólo las consecuencias del estancamiento de la actividad turística, sino que además se ve inmersa en la problemática ambiental y sociocultural que deriva precisamente de dicha actividad.

En ese sentido es que afirmamos que mientras para el turista Puerto Vallarta puede seguir siendo un paraíso, para la clase trabajadora éste se ha convertido más en un infierno, la reducción de turistas así como los ingresos que se perciben por esta actividad han influido en ello, lo cual se refleja en la falta de empleo, ingresos bajos, sobreoferta de mano de obra, privatización de playas, saturación de tránsito vehicular, inexistencia de una política turística basada en el desarrollo sustentable, ambientes naturales deteriorados, prostitución, aumento de robos, etc. son el pan de cada día.

La promoción del paraíso

No obstante, el paraíso se sigue promocionando como se hacía en las décadas pasadas, es decir, como si no se hubiese transformado, es común encontrar en sitios de la web, descripciones que dan cuenta de ello. A manera de ejemplo presentamos las siguientes:

la belleza de Puerto Vallarta está íntimamente vinculada con su envidiable entorno en Bahía de Banderas, en la Riviera del Pacífico mexicano. La sierra

32 Entrevista realizada a María Guadalupe González Bautista, el 6 de octubre de 2008.

madre rodea la bahía, una de las más grandes de México, con su belleza tropical, y a la vez protege y proporciona vistas increíbles del mar. Desde lo alto se aprecian los parques, las calles empedradas, el malecón con sus edificios blancos y techos de teja, así como muchos otros encantos que hacen de Vallarta una ciudad única.

Analizando el párrafo anterior podemos señalar que en la actualidad, no se puede apreciar ningún parque, por la sencilla razón de que la autoridad municipal dio su consentimiento para destruirlos y en su lugar hacer estacionamientos, los edificios frente al malecón han dejado de ser representativos del Vallarta tradicional, muchas de las construcciones antiguas se han demolido y en su lugar se han levantado construcciones modernas, los antiguos techos de teja roja casi han desaparecido.

Con respecto a la montaña se puede señalar que gran parte de ella, antaño cubierta por vegetación, ahora está ocupada por casas y altos edificios; a lo largo de la costa quedan unos cuantos accesos a la playa, la gente ya no puede caminar en el pueblo con la tranquilidad que lo hacía, en fin, problemas que se pueden observar con tan sólo mirar alrededor.

Bienvenido a Puerto Vallarta, la ciudad más amigable del mundo. Localizada entre los estados de Nayarit y Jalisco, en el corazón de Bahía de Banderas, la bahía más grande de México, la segunda más grande del continente americano y una de las más bellas y profundas del planeta. A raíz del interés suscitado en 1963 por el rodaje de la película "La Noche de la Iguana" dirigida por John Huston, Puerto Vallarta ha crecido hasta convertirse en uno de los principales destinos turísticos de la costa del Pacífico mexicano. Su éxito, se debe tanto a la calidad de su infraestructura hotelera y de sus servicios turísticos como a las condiciones idóneas de su clima y la amabilidad de sus habitantes. Puerto Vallarta es a la vez un pueblo tradicional, el tercer puerto turístico más grande de México y una ciudad cosmopolita que atrae cada año a más de 200 cruceros y más de 3 millones de visitantes! Su aeropuerto internacional "Aeropuerto Internacional Gustavo Díaz Ordaz", ofrece conexiones con las principales ciudades de América del Norte, de Canadá y con las ciudades mexicanas de Guadalajara, León, México D.F. y San José del Cabo. Lugar de contraste entre lo colonial y lo moderno, la selva y la costa, la diversión y la tranqui-

lidad. Puerto Vallarta ofrece a sus visitantes una extendida variedad de actividades y lugares de increíble belleza que convertirá sus vacaciones en una experiencia inolvidable.

Otras descripciones que encontramos en la página web se centran en resaltar las características paradisíacas de Puerto Vallarta en los siguientes términos:

visitar una de las más cálidas ciudades con sabor a pueblo del Pacífico mexicano; con tejas rojas, calles empedradas y un ambiente de paz y tranquilidad se convierte en una gran experiencia de vida. Sus paradisíacas playas de cálidas aguas son ideales.

— Conocer Puerto Vallarta es una experiencia única para quienes buscan la belleza exuberante de su naturaleza indómita y la magia de uno de los destinos más mexicanos de nuestro país. La ciudad más amigable del mundo.

— Entre la costa del Pacífico y las montañas de la Sierra Madre Occidental, este paraíso tropical deslumbra al visitante.

— Isla del río Cuale. La naturaleza refleja un multicolor ambiente formado por mariposas tornasoladas, garzas blancas, buganvillas, camichines, azaleas, helechos gigantes y un sinnúmero de flores así como puentes colgantes para cruzar el sonoro río Cuale.

O bien, en la web, hay preguntas como la siguiente: ¿Es fácil manejar en la ciudad de Puerto Vallarta? La respuesta que se da es, “Sí, porque a diferencia de las grandes urbes, el tránsito de Puerto Vallarta es apacible y calmado, ajeno a la congestión y a los bocinazos. Conducir en este paraíso costero es una actividad agradable y placentera que se centraliza en los 5 kilómetros de su vía principal”.

No obstante, en la figura siguiente se puede observar que ya desde mediados de los noventa del siglo xx, el tráfico vehicular era una realidad en Puerto Vallarta. Javier Santos, reportero del periódico *Tribuna de la Bahía* hacía alusión a ello en los siguientes términos: “Antes, la contaminación y el ruido eran en otras ciudades: ahora ya se sienten en Vallarta”.³³

33 Javier Santos. *Tribuna de la Bahía*, Puerto Vallarta, Jal., 1996.

Sin duda, la mayor parte de estas descripciones no corresponden al presente, la problemática socioeconómica de Vallarta afecta no solo a los residentes de este destino turístico sino incluso a los turistas, la inseguridad, el congestionamiento vehicular, el descuido de calles y camellones, la construcción de edificios que rompen con la arquitectura de antaño, el cierre de gran cantidad de negocios son sólo una muestra de lo que comparten los residentes con los turistas.

Conclusiones

Puerto Vallarta fue y sigue siendo todavía aunque con menor fuerza un paraíso para los turistas pero también un paraíso sobreexplotado por los touroperadores, hoteleros y comerciantes de servicios turísticos. Incluso, el acondicionamiento del espacio geográfico que fue evolucionando hasta convertirse en la ciudad turística de Puerto Vallarta, se debió en buena parte a ellos, pero sobre todo a los primeros quienes controlan y manipulan una parte importante del turismo, a tal grado que incluso son los que deciden que espacios turísticos se consumirán y quienes deciden, también, las condiciones que debe reunir un destino turístico para incluirlo en su catálogo y así garantizar que se ofrecerá en el mercado turístico internacional.

Pero que ha representado el paraíso para la clase trabajadora, para la mayoría de los habitantes de esta ciudad turística? Si bien es cierto, que para algunos, no todos, en un principio se le concibió así, no pasaron muchos años en que empezaran a sentir cómo ese paraíso se iba transformando en un espacio completamente opuesto.

La pervivencia de lo que queda del paraíso, sólo será posible bajo el paradigma del desarrollo sustentable, definido según la Organización Mundial del Turismo (1993), como un modelo de desarrollo económico tendiente a lograr los siguientes objetivos: *a)* mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, *b)* facilitar al visitante una experiencia de alta calidad, *c)* mantener la calidad del medio ambiente, en síntesis el disfrute del paraíso por todos los actores.

VII. El imaginario turístico de Puerto Vallarta

César Gilabert Juárez

El imaginario turístico es una condensación del imaginario social referido al hecho turístico (Hiernaux-Nicolas, 2002: 8); o sea, el conjunto de creencias, ideas, representaciones e interpretaciones en torno al proceso social de viajar, en especial por motivos de ocio, y regresar al lugar de partida en un lapso perentorio.

Asimismo, para fines prácticos, podemos desagregar el imaginario turístico en tres vertientes: el imaginario político del turismo; el imaginario de la oferta; y el imaginario de la demanda, cada uno genera sus propios idearios, pero entre los tres hay retroalimentación y afectaciones constantes. De hecho, no hay uno independiente de los otros dos.

El imaginario político del turismo comprende todo lo que se refiere al establecimiento de las reglas de juego básicas para la institucionalización de las actividades turísticas; es un proceso complejo que incluye tanto la elaboración de la política pública sectorial por parte del gobierno como la definición del encargo social por parte del Estado y, por extensión, la latencia o inconsciente de la institución del turismo. Para que el Estado y cualquier forma de autoridad político legal tengan la oportunidad formal de intervenir en la regulación, promoción y protección del turismo, crean una justificación de su rectoría: una gama amplia de propósitos y metas explícitas que ligan el turismo a producciones imaginarias sociopolíticas más amplias, que aluden no sólo a la dimensión económica, sino a derechos sociales (derecho a las vacaciones, al ocio y la recreación, y como parte del bienestar, la salud y la equidad sociales). Además cabe todo lo que concierne a las nociones de progreso, desarrollismo y globalización, con lo cual se introducen en la lógica de las actividades turísticas conceptos como los de competitividad, calidad, formación de clusters, etc. Últimamente, se ha incorporado también la

exigencia de sustentabilidad, no sólo como un elemento de protección del ambiente, sino como un nuevo criterio de calidad que genera ventajas competitivas para quienes cumplen con dichos estándares “verdes” en la prestación de bienes turísticos. De esta manera, políticamente, se explicita el encargo social del turismo: ser palanca de desarrollo regional, fuente de empleo y recolector de remesas de divisas. Y más allá de ese encargo, surge un nivel implícito, no declarado, de que esos efectos económicos contribuyan a la paz social, al crecimiento armónico de las regiones del país y, sobre todo, al control político, de modo que ciertos grupos, fortalecidos como gestores de las actividades turísticas, de pronto acceden a posiciones estratégicas para tomar decisiones relevantes sobre el futuro de los destinos turísticos, afectando no sólo a los turistas, sino a la población residente de los destinos.

Los resultados sumarios del proceso turístico, más allá de la numeralia de las actividades, sobrepasan los intereses de los actores involucrados, ya que el turismo no sólo es una actividad económica, sino que es un fenómeno complejo que involucra factores diversos: ecológicos, sociales, psicológicos, culturales... Consiguientemente, de los diseños institucionales intencionales para activar el sector turístico, surgen incontables manifestaciones no calculadas, efectos inesperados e incluso consecuencias no deseables: es a lo que nos referimos como latencia e inconsciente de la institución.

El imaginario de la oferta alude al conjunto de idearios elaborados por los productores de bienes turísticos, desde la prestación de servicios básicos hasta la mercadotecnia. Incluye no sólo a los gestores directos, sino a la población receptora que acepta su vocación mediante un “ethos” que aprecia cualidades relacionadas con la hospitalidad: la calidez, la cortesía, la dignidad de servir, etc. No obstante, son los gestores directos quienes frecuentemente se asumen como creadores de sueños a partir de la construcción de paraísos artificiales y que, para venderlos, deben interpretar, cuando no dirigir o redireccionar la evolución de los gustos turísticos. Son ellos, acaso sin saberlo, los encargados de encubrir las aristas más punzantes del proceso turístico: sus procedimientos electivos del turista por clases, desde el ascenso al avión; y con las estrellas en los hoteles; y los tenedores en los restaurantes; y los puntos de viajero frecuente, así como salas de espera VIP, inaccesibles para los usuarios promedio. Una estratificación que es acepta-

da socialmente, pero a la que no le va mal edulcorarla con herramientas mercadológicas a fin de encubrir la discriminación y la exclusión implícitas. Y es que, en efecto, el turismo es tremendamente discriminatorio, no de forma intrínseca, sino en la medida en que está hecho del mismo material que el resto de las relaciones sociales inmersas en la globalización: prácticamente todas responden a los patrones de la producción y del consumo capitalista. En consecuencia, los mejores consumidores de bienes turísticos pertenecen a sociedades que han alcanzado alto desarrollo, a los que deben añadirse las elites de los países subdesarrollados, que para fines prácticos no se distinguen ni etnográficamente, puesto que los iguala el poder de su cartera: todos hablan el mismo idioma cuando portan los dólares suficientes. Asimismo, la idea de competitividad llega a la cima con la oposición entre el turismo de lujo y el turismo de masas.

Una limitante para el gran mercado global es que el turismo de lujo no abarca todo el mercado potencial, especialmente en una era en que las innovaciones tecnológicas permiten construir, por ejemplo, aviones con capacidad para transportar más de 700 personas, lo que tarde o temprano hace descender los precios a un punto accesible a clases medias e incluso más bajo. En todo caso, los gestores tienen así incentivos para impulsar otros segmentos en los que la exclusividad se va haciendo, por grados, más flexible e incluyente, pero siempre partiendo de algunas premisas irreductibles: no todas las personas pueden viajar; no todos los que viajan son turistas; en fin, no todos los seres humanos son sujetos del mercado turístico.

Finalmente, el turismo de la demanda o de los consumidores fue tipificado por el ya citado Hiernaux-Nicolas mediante cuatro idearios básicos de la cultura de Occidente: la conquista de la felicidad, el deseo de evasión, el descubrimiento del otro y el regreso a la naturaleza. Personalmente, yo agregaría el deseo de afirmación o identidad, un ideario en el que se concreta la búsqueda de reconocimiento por parte del otro; junto con la búsqueda de prestigio y la afirmación del estatus, el deseo de crecer o expandirse a través del conocimiento adquirido por la exposición ante costumbres y maneras de vida diferentes, todo lo cual acaba por convertirse en autoconocimiento. Quizá una expresión coloquial lo resume mejor: “tener mundo”, ese don de trato social que no se adquiere en la casa ni en la escuela, ni siquiera en los libros, sino únicamente viajando.

Los productores de bienes turísticos no pueden actuar con independencia de estos idearios, así como tampoco pueden desatender las directrices del imaginario político. Quizá esta retroalimentación se palpe mejor a través de los cambios de la demanda y de la oferta una vez que se introdujo el imperativo de la sustentabilidad y, a la par, se establecen normas nuevas (surge el universo de las regulaciones ISO), entonces florece una nueva cultura que hace que los turistas se vuelvan más aprensivos y hasta quisquillosos en todo lo que se refiere al tratamiento del entorno por parte de los prestadores de servicios y de la comunidad receptora en general. En rigor, los actores que venden los bienes turísticos no expanden su conciencia ecológica por la exigencia de la sustentabilidad, pero ahora tienen más clara la diferencia entre el turismo tradicional con su modelo típico de sol y playa, y el turismo sostenible, que abre una serie de oportunidades con segmentos nuevos: el turismo ecológico, el turismo rural, el turismo aventura o vuelta a la naturaleza, el turismo de salud, incluso el turismo culinario, con sus rutas de vinos, quesos, etcétera.

En la actualidad, Puerto Vallarta vive del turismo. Basta recorrer la vía de ingreso hasta el malecón para obtener evidencia contundente al respecto, por lo que nadie en sus cabales se atrevería a contradecir tal afirmación: una realidad que no merecería discusión, de no ser porque el modelo turístico que ha imperado es ya insostenible. De manera que si no se introducen cambios sustanciales para revertir el proceso decadente, será igualmente apropiado afirmar lo contrario: Puerto Vallarta está muriendo a causa del turismo.

La cuestión es que para el análisis de la ciudad destino o enclave turístico en este caso particular, salta también a la mirada una disparidad de elementos que hacen pensar que no sólo existe el Puerto Vallarta manifiesto con su abundante emplazamiento de espacios para el turismo, sino una multiplicidad de Puertos Vallarta imaginados y latentes.

De hecho, la ciudad real resulta impenetrable si no es prefigurada desde esas ciudades imaginarias que creemos atisbar con claridad y certeza como habitantes o usufructuarios del lugar. Lo que aparece como más real —sea auténtico o ficticio— indica la existencia del imaginario instituido, que por ser hegemónico tiende a organizarse y compactarse orgánicamente (así se crean distintas condensaciones del imaginario social: ideologías, uto-

pías, mitos), de modo que es la fuente de la que abreven la mayoría de las opiniones acerca de los temas torales de la comunidad, por ejemplo, la importancia del turismo para Puerto Vallarta, y cuyas recurrencias se convierten rápidamente en lugares comunes, por eso se les confunde con el sentido común y ciertamente es difícil desprenderse de las impresiones más próximas a nuestros sentidos. Si cada semana vemos cruceros de quinta generación atracados en la marina, uno no puede sino pensar que de ellos descienden miles de turistas cada temporada, y que en sus efímeros paseos derraman varios millones de dólares en la comunidad, y por lo mismo es fácil —aunque no necesariamente exacto— suponer que tales visitas son buenas para Puerto Vallarta (Gauna y Virgen, 2005).

Bajo tal perspectiva —la del imaginario instituido— las actividades y los acontecimientos cotidianos del municipio no sólo son legibles, sino que aparecen como resultados lógicos y casi naturales. Y si algo por la fuerza de la costumbre es consensuado como benéfico, resulta difícil desacreditarlo pese a las evidencias de que en los hechos produce consecuencias perjudiciales, puesto que para lo negativo hay explicaciones especiales, o más bien, racionalizaciones *ad hominem* para justificar semejantes desviaciones, pensando, a veces sin fundamento, en que con los ajustes adecuados todo volvería a la normalidad. Pero mientras no haya pruebas contundentes para la población acerca de la presión que ejercen los cruceros sobre la capacidad de carga del destino, es fácil suponer que con correctivos como cobrar impuestos de ingreso a estos viajeros se restablecería si no el equilibrio ecológico, por lo menos el económico; y que si no se ha hecho antes se debe a que los planes no estaban bien hechos o simplemente no se cumplen, y eso es así porque hay autoridades corruptas; o bien, hay quienes explican el estado actual de cosas atribuyendo al pasado una fuerza inercial indómita que nos encadena a los rezagos sociales ancestrales, y por lo tanto ningún problema del presente puede resolverse de un día para otro... Sea lo que fuere, allí está el Puerto Vallarta que no sale en los folletos de promoción, así excluido del imaginario turístico: la contaminación, la ineficacia para resolver la recolección de residuos o los problemas de movilidad y tránsito; aunado a la desigualdad social y todos los efectos de la marginación y la pobreza.

Y si los defectos del crecimiento desigual y de la degradación ecológica no nos alarman, en parte se debe a la mayor coherencia de las ideologías

dominantes, y ellas cincelan frases del tipo: siempre ha sido así, pasa igual en todas partes, aquí las cosas se hacen de este modo, todo lo cual constituye un referente cristalizado y macizo que repele lo fragmentario, inasible y disperso de los sueños y fantasías individuales, cuyas resistencias no alcanzan a formar un tejido social para convertirse en el imaginario alternativo capaz de instituir otras reglas de juego para corregir, reparar, resarcir, desaparecer, o al menos disminuir los efectos perversos del desarrollismo y la globalización.

En otras palabras, aceptamos la ciudad real porque se confunde con la parte del imaginario que llamamos sentido común, a partir de lo cual hay cosas que resultan obvias e inobjetables y que no podrían ser de otra manera, como si los imaginarios turísticos fueran una puesta en escena prefabricada para contemplar la realidad, que de otro modo sería caótica e imposible de discernir y regular. En suma, la realidad es un constructo social, es decir un imago con valor social y moral que representa, simboliza o retrata el mundo exterior. Entre otras razones, por eso cuesta trabajo pensar a Puerto Vallarta más allá de la consagrada idea de que es un destino turístico.

El imago (*eikón*) entendido como representación de la realidad exterior y la idea (*eidón*) o imagen mental creativa conectan a través de la experiencia sensible, pero además interpretan la realidad; es decir, lo que vemos, creemos y pensamos no son sólo copias de la realidad, sino interpretaciones creativas de la misma. Digamos, la representación mental interna es activa, inteligente, y no sólo reactiva —fisiológica— de lo que pasa exteriormente. Además, las ideas necesitan términos y conceptos para ser transmitidas y evocar para otros las experiencias sensibles individuales, con la formación de enunciados y códigos de lenguaje aquéllas se socializan, formando una condensación más elaborada de las percepciones individuales, que algunos denominan: representaciones colectivas.

Tampoco puede decirse que el imaginario social es un bloque ordenado, sistemático e inclusivo de ideas y representaciones mentales diversas y divergentes; por el contrario, el “sentido común” dominante prefiere defender y apostar por la inconsistencia antes que aceptar que afuera o más allá de él hay capacidades para pensar diferente a lo instituido. Por eso cuesta romper el imaginario del monocultivo del turismo y la idea consustancial de que Puerto Vallarta, como comunidad, tiene que enfocar el máximo de recursos

y energía a la promoción del turismo. No sólo porque es lo mejor para crecer, sino prácticamente lo único.

La interlocución con los imaginarios alternativos es siempre conflictiva porque, desde lo instituido, se parte de la negación de lo instituyente o por instituir, en ese sentido no existe. Sólo el imaginario admitido es consumible en tanto que se articula, expresa y fluye por canales instituidos.

Al contrario: los fragmentos del imaginario alternativo, sin la suficiente cohesión y organicidad, no pueden ser discutidos ni validados socialmente para instituir; consiguientemente, suelen adoptar formas secretas, silentes, elípticas y hasta clandestinas. Por esta razón, los imaginarios alternativos atraviesan largas temporadas de incompreensión. Ni siquiera la oposición política los absorbe y, por lo tanto, da igual si es un partido u otro el que ostenta el poder, al final todos los políticos gobiernan bajo el mismo imaginario desarrollista; y por eso el disenso, más allá de la diferenciación política —por ejemplo, ser de derechas o de izquierdas— es irrelevante. Cuando por alguna movilización social se llega a incomodar a las autoridades, en lugar de atender la demanda, es frecuente que tales acciones sean calificadas como insubordinación y por lo mismo son criminalizadas. De este modo, toda divergencia es provisionalmente sometida por las representaciones sociales instituidas, garantizando un devenir estable de la vida cotidiana, aunque en perpetua tensión. Así, la institución imaginaria de la sociedad genera referentes de estabilidad y orden que encauzan la percepción y las creencias del habitante promedio, aunque alrededor haya un montón de señales de inseguridad, ineficacia, corrupción o incluso desorden.

Sobre la realidad de Puerto Vallarta —sin entrar en honduras epistemológicas— se ha sobrepuesto una adjudicación que goza de amplio consenso: es un destino turístico. Desde luego, lo es; pero el municipio no se agota allí, es más que eso y podría dedicarse, explorando su potencial, a muchas otras cosas más que ser enclave turístico. La concordancia o escisión entre lo real y lo imaginado no sólo es fuente de controversias filosóficas, sino que aterriza palmariamente en conflictos políticos y económicos. Lo imaginado no se mueve en los parámetros de lo verdadero y lo falso, sino en lo que es instituido y lo que apenas está por instituirse, por eso la institución imaginaria de la sociedad invariablemente genera una distorsión que arroja luz sobre ciertos procesos y hechos sociales (p.e., Puerto Vallarta es

una ciudad destino); al tiempo que oscurece otros aspectos (la parte del municipio que no tiene que ver con el turismo). Así se generan los imaginarios alternativos que contradicen o chocan con la versión ampliamente aceptada y difundida.

El convencimiento de que Puerto Vallarta es un destino turístico no es una cuestión de percepción ni una conclusión meramente especulativa, incide en asuntos medulares y concretos, como la manera en que se ejerce el presupuesto municipal. Facilita, por ejemplo, la suposición de que la inversión en obras que atraigan turistas tiene prioridad sobre el gasto social y obras con efectos distributivos.

En síntesis, hay muchas formas de pensar Puerto Vallarta, pero hay un imaginario dominante que lo concibe como un enclave turístico y lo presenta como una realidad avasalladora y hasta ineludible. Es decir, hay una manera socialmente construida que instituye e impone pautas sobre cómo describir el entorno, y que influye sobre las decisiones de lo que hay que hacer para vivir aquí, y por lo tanto se traduce en las relaciones económicas predominantes del municipio, perfilan el vocacionamiento de la comunidad, con el que los habitantes se identifican incluso si están en desacuerdo.

El imaginario instituido, en tanto que procesamiento social de los intereses y conflictos de los actores relevantes, de forma más profunda y abarcadora que la ideología entendida bajo la idea marxiana de falsa conciencia, dicta los cánones sobre lo que se debe y conviene hacer para mantener a Puerto Vallarta como un destino turístico, mismo que no tendría razón de ser si no es competitivo y exitoso, y debe cumplir además con el encargo político y social de ser un polo de desarrollo regional y mejorar la calidad de vida de la población. Al menos esa fue la coartada del gobierno federal para decretar la expropiación de los ejidos que se convertirían en espacios turísticos en la Bahía de Banderas. Acuerdos por los que no poca gente se enriqueció mediante el control monopólico del financiamiento y de la propiedad de la tierra desde las respectivas instancias del gobierno, así como por el beneficio espurio obtenido por los gestores económicos mediante la intermediación y sobre todo por la especulación; pero debido a esos mismos acuerdos, muchos ejidatarios fueron despojados de sus tierras, inclusive los que recibieron algún pago por ellas, generalmente a precios ridículos. Asimismo, las supuestas virtudes desarrollistas del turismo fueron

la justificación para solicitar cuantiosos créditos a la banca internacional a fin de financiar la infraestructura turística. Tal fue el camino que introdujo la política federal para todos los destinos, siempre creyendo que eso traería crecimiento económico, generación de empleo y acopio de divisas, independientemente de que los planes y las gestiones gubernamentales y privadas fueran ineficientes, deficitarias o de plano erradas.

No es que todos los habitantes por fuerza piensen igual, de hecho no detecté una identidad vallartense a partir de la población autóctona; además, la mayoría de los residentes viene de fuera, y lo más que se articuló con su inmigración fue una cultura de frontera, de entrada y salida continua, o cuando más estacional. Lo que encontré es que turistas y habitantes utilizan referentes comunes para pensar esta ciudad destino, pero con idearios diferentes, como se sigue de la división del imaginario turístico.

Llama la atención el hecho de que tanto en el nivel identitario como en el mercadológico sigan apareciendo elementos que ya no existen o desaparecieron, para ofrecer una “realidad” paradisíaca al menos en los folletos de promoción. Por ejemplo, “el pueblito de pescadores, pintoresco y típicamente mexicano” para referirse a Puerto Vallarta es algo que en definitiva desapareció hace varias décadas, precisamente, debido a la modernización de la ciudad por la vía del turismo. Eso es lo mismo que le ha pasado a la mayoría de los pueblitos que se han convertido en enclaves turísticos; unos más exitosos que otros; algunos se quedaron trancos y otros más fracasaron estrepitosamente. En esta región de la costa occidental operó un mismo modelo de evolución turística, pero con diferentes resultados: Barra de Navidad, Puerto Vallarta y Bahía de Banderas.

Y si en la actualidad hay apuro por el futuro inmediato de Puerto Vallarta es porque ahora estamos presenciando las consecuencias de lo que antes no fue pensado: los límites del crecimiento, el límite de la capacidad de carga, la conurbación desordenada con Nuevo Vallarta que está “satelizando” el viejo Vallarta empujándolo a la modalidad de dormitorio del Centro Integralmente Planeado de Nayarit; y por último, Puerto Vallarta merodea el umbral definitivo de la sustentabilidad, porque la mayoría de los sistemas ecológicos del municipio están tensionados y en peligro inminente.

Con todo y con eso, si se piensa con urgencia en la reingeniería del turismo es porque los turistas han dejado de visitarnos, prefiriendo otros

destinos, y en particular la oferta de la Riviera Nayarita. Es decir, no es una urgencia marcada por la falta de sustentabilidad y no pesa la motivación de mejorar la calidad de vida de los residentes, sino el mero descenso de la competitividad y con ello las pérdidas y la depreciación de lo invertido. La paradoja de Puerto Vallarta es que, como destino turístico, se está autodestruyendo. Acá es frecuente escuchar los llamados a la medida precisamente para “no estrangular a la gallina de los huevos de oro”. Eso lo escuché como parte de un argumento para defender la restauración y recuperación del centro histórico. Una medida pertinente, pero que sólo puede ser paliativa, porque lo cierto es que el desarrollo se comió el pueblito pintoresco. Por lo mismo resulta irónico que, a pesar de no existir como tal, el pueblito típicamente mexicano permanece activo en el imaginario de la oferta, utilizándose como estrategia de mercadotecnia para comercializar una imagen idílica tan cara a los vallartenses: el paraíso.

No es accidental el éxito alcanzado por Manuel Lepe y su endógeno estilo naïf, cuyas pinturas se convirtieron en un fascinante promotor del pueblo. Se dice que varios miles de visitantes extranjeros vinieron con el propósito expreso de conocer su obra; al mismo tiempo, Manuel Lepe catalizó el talento de varias generaciones de artistas plásticos locales, incluso hubo quienes se limitaron a copiarlo. Generó, pues, un nuevo factor de identidad idealizando el pueblo pintoresco con el poder cautivante de su obra.

Parece trivial, pero con base en estas creencias y percepciones de que el turismo es la razón de ser de Puerto Vallarta se definen las políticas municipales, las agendas empresariales y los modos de vida de la población residente, con un mayoritario núcleo inmigrante que vino expresamente a vivir aquí para aprovechar la oferta de empleo abierta por la actividad turística. Así se impone en el imaginario sociopolítico, por desgracia, la urgencia de buscar a toda costa el desarrollo del turismo, incluso fomentando prácticas no sustentables para mantener un crecimiento espurio, es decir, que se sostiene para la ganancia de unos cuantos, pero con un costo depredador para los recursos ambientales y para la población.

Para quienes enfatizan la concepción del enclave turístico, con su mentalidad aparentemente progresista, les resulta lógico subordinar aspectos sociales y ecológicos si no se traducen en una mayor actividad económica; los más convencidos —y ello es especialmente peligroso si además son po-

líticos profesionales que alcanzan puestos de autoridad— llegan al exceso de creer que pueden desentenderse de las objeciones éticas y ecológicas si al final logran atraer inversiones millonarias. Allí están todas esas torres habitacionales, algunas levantadas tan cerca del mar, que son monumentos de lo que no debe hacerse. Sin embargo, el argumento principal se centra en que si se atraen dólares y se generan fuentes de empleo, entonces el impacto ambiental pasa a un nivel subordinado. Si al final de cuentas resulta un daño ecológico, se admite como un costo que ha merecido la pena a cambio del difuso bien social que produce la inversión en el imaginario de la demanda. Y, para colmo, por la misma razón, esos costos se trasladan a toda la comunidad considerándolos externalidades, o sea, una salida conceptual para nombrar una infamia equivalente al término militar “daño colateral”, empleado para referirse a los civiles que mueren asesinados durante una operación castrense. Es así que las consecuencias ecológicas de secar un estero, talar un manglar, pavimentar una montaña o mover toneladas de arena de la playa, se las toma, digámoslo tímidamente, como costos de transacción, cuyo resarcimiento casi nunca sale de los bolsillos de los particulares que los provocan con sus gestiones económicas.

A manera de conclusión:

El problema de fondo es que la especialización de una comunidad en una sola rama productiva, por venturosa que haya sido y prometedora que luzca de cara al futuro para determinados imaginarios turísticos, entraña tanto fortuna como peligros. Por lo mismo, es frecuente que tal proceso acabe en desastre para las arcas públicas, además de los irreversibles impactos ecológicos y los daños sociales, más la deuda externa e interna para varias generaciones.

En este sentido, es necesario analizar el turismo en su mudable polivalencia, revisar su imaginario político para dejar de pensar sólo el lado luminoso de la generación de empleo y el supuesto desarrollo regional. Hay que verificar que esas consecuencias virtuosas existan, aunque al poco de investigar más bien se descubre que no aportan todo lo positivo que se les atribuye desde el imaginario turístico. En efecto, la actividad turística es una

excelente fuente de empleo, pero dependiendo de su gestión y de las cambiantes correlaciones de fuerzas. Hay que considerar la inestabilidad del mercado internacional del turismo, los cambios de gustos y preferencias turísticas y la mutabilidad del imaginario de la demanda, lo cual afecta la estabilidad del empleo, y en su caso, vale advertir que la generación de empleos puede ir acompañada de una caída de su remuneración; y de un momento a otro, requerir alta cualificación, excluyendo grandes núcleos de mano de obra dispuesta, pero que carecen de la oportunidad para capacitarse o simplemente para completar la educación básica. Del mismo modo, un enclave puede ser una palanca de desarrollo; es capaz de activar el sector de la construcción y demandar mano de obra sin calificación, pero esas ofertas temporales pueden dislocar la estructura de la población local por la llegada en masa de inmigrantes de bajos recursos, y eliminar estrategias productivas alternas al sector turístico. Finalmente, el asunto de las divisas puede alimentar la más triste de las ilusiones creadas por el encargo social asociado al turismo, debido a que el grueso del gasto del turista, con pasmosa facilidad, puede ser secuestrado por los operadores mayoristas, dejando apenas migajas a la comunidad receptora.

En consecuencia, es de vital importancia explorar los riesgos del turismo y, en su caso, detectar los efectos francamente perniciosos. Si Saramago afirmó que: “el turismo es como una abeja, da miel pero pica”. El turismo moderno, especialmente el de masas, se acerca más al símil de una abeja africana: pica más fuerte —incluso puede llegar a ser mortal en un ataque masivo— y apenas aportan escasa miel, de nula calidad para el consumo humano, dicho sea de paso. Esto suele pasarle a los destinos que avizoran el declive y en la desesperación favorecen la proliferación descontrolada de paquetes todo incluido; alientan los tiempos compartidos, más otras tácticas comerciales a final de cuentas depredadoras, con la intención de aumentar el número de visitantes, a sabiendas de que eso se logra al costo de depreciar el destino.

La idea misma de turista, en el imaginario de la oferta, destaca al sujeto que trae el dinero del que vivirán los residentes que lo atienden directamente, más la derrama económica consecuente. No es que esto sea necesariamente falso, sino que así se pauta el entramado de prejuicios, valores y orientaciones que reducen la visión de las múltiples relaciones sociales a un

sola y estrecha dimensión, de modo que no se ven otras posibilidades de evolución productiva, reproduciendo tanto en la conciencia colectiva como en la individual la convicción de que el monocultivo de turismo es lo mejor que le pudo pasar a Puerto Vallarta. Por consiguiente, y mientras no haya contra-argumentos inteligentes respaldados con una organización social muy activa, el principal esfuerzo del municipio y del resto de los órdenes de gobierno, no puede ser otro que el de empeñarse en atraer turistas, trabajando principal o exclusivamente en el número de ellos, porque es lo más fácil y alcanzable.

Incluso aceptando la premisa de que se vive del turismo, resulta erróneo pensar que el número absoluto de visitantes es la solución, dejando a un lado variables igualmente definitorias: el gasto del turista, la duración de la estancia, la frecuencia de su retorno, la remuneración del empleo, más otros indicadores acerca del estado de la infraestructura turística. Todo ésto ahora es accesible a la vista de cualquier interesado mediante la elaboración de observatorios turísticos.

Se puede incrementar el número de turistas, pero no por ello aumentar los ingresos ni acrecentar las fuentes de empleo; en cambio, el aumento en masa de visitantes inexorablemente deteriora y desvaloriza la capacidad instalada de los servicios turísticos al sobrecargarla, ya sea en la lógica puramente económica, o bien, considerando factores ecológicos y sociales que confirmarían lo ruinoso del enfoque unidimensional.

Por supuesto, es importarte observar las actividades y flujos turísticos y aplicar métodos para cuantificarlos y asimismo traducir los resultados en ganancias y pérdidas económicas. Por eso destaco el papel de los observatorios turísticos; pero la cuantificación, con todo lo que tiene de positivo establecer un sistema de pesos y medidas del fenómeno, no constituye un puerto de llegada, sino un punto de partida. La cuestión, en todo caso, es que tarde o temprano hay que descifrar los aspectos cualitativos que caracterizan el auge y la caída de la actividad turística; el éxito y declive de una ciudad destino en particular; y su efecto biopolítico sobre el desarrollo de la región a que pertenece.

Por esta razón resulta fundamental no sólo concentrarse en el turismo de Puerto Vallarta en su vertiente más destacada como actividad económica dominante y definitoria de la vocación de la comunidad, sino dedicarle

tiempo y esfuerzo al conocimiento del pasado del municipio y a la compleja dinámica que produjo la configuración social presente, por ahora, es verdad, anclada en el turismo, pero que precisa urgentemente de una reingeniería turística y, sobre todo, vocacional, para abrir otros horizontes productivos capaces de aprovechar lo alcanzado por las actividades turísticas, añadiéndole nuevas cadenas de valor; además, urge explorar otras clases de encadenamientos productivos autocatalíticos para garantizar la sustentabilidad de Puerto Vallarta más allá del comportamiento de la demanda, y en general del mercado mundial de turismo.

Bibliografía

- CÉSAR ARNAIZ, Fernanda (2007). *Ciudades turísticas, desarrollo e imaginarios Careyes y Nuevo Vallarta*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-CUCosta.
- CÉSAR DACHARY, Alfredo y Stella Maris Arnaiz Burne (2002). *Globalización, turismo y sustentabilidad*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-CUCosta.
- (2005). *Turismo rural: Modelos y propuestas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-CUCosta.
- (2006). *Bahía de Banderas a futuro: Construyendo el porvenir 2000-2025*. (2da. ed.). Guadalajara: Universidad de Guadalajara-CUCosta.
- (2006). *Territorio y Turismo: Nuevas dimensiones y acciones*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-CUCosta.
- GAUNA RUIZ DE LEÓN, Carlos y Carlos Rogelio Virgen Aguilar (2005). *Estudio sobre la satisfacción de los usuarios de los servicios turísticos en la terminal marítima de Puerto Vallarta*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-CUCosta.
- (2007). “El turismo de cruceros en Puerto Vallarta y la sustentabilidad”, en Javier Orozco Alvarado (coord.). *Problemas socioeconómicos de México en la globalización*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-CUCosta.
- GILBERT, César y Virginia Martínez (2008). *¡La isla se queda!* Guadalajara: Universidad de Guadalajara-CUCosta.

- GÓMEZ NIEVES, Salvador (2005). *El desarrollo turístico imaginado: Ensayos sobre un destino del litoral mexicano*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- (2006). *Turismo sustentable: La industria del mito y la fantasía*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- HIERNAUX-NICOLAS, Daniel (2002). “Imaginarios sociales y turismo sostenible”, en *Cuaderno de Ciencias Sociales*, núm. 123, Flacso, Costa Rica, pp. 7-35.

VIII. Riviera Nayarit: los efectos del “desarrollo”

Carlos Rogelio Virgen Aguilar

Introducción

En la costa sur del estado de Nayarit, hoy denominada “Riviera Nayarit” impulsada por el Gobierno del estado, como modelo para alcanzar el desarrollo de la entidad, existen dos poblaciones: Emiliano Zapata y Nuevo Corral del Risco, que han quedado atrapadas entre el desarrollo y la marginación. Han perdido gran parte de su atractivo, donde se combinan la disminución de la afluencia turística, por la falta de una fisonomía e identidad propia, la pérdida de las playas, el que no tenga nuevos atractivos, la captación de un creciente número de inmigrantes y el que se hayan convertido en poblaciones dormitorio de los trabajadores de la construcción.

Muchos de sus problemas nacen por la falta de fuentes de empleos permanentes y bien remunerados, la precaria normatividad y su aplicación por parte de las autoridades, la falta de claridad en las acciones que llevan a cabo los diferentes actores. Aquí se puede ver la combinación de impactos ambientales con los sociales y económicos.

Los centros turísticos plantean grandes problemas, derivados de las desigualdades y grandes deudas sociales, y el área de Punta de Mita no es la excepción, por lo que este estudio pretende realizar un diagnóstico económico-social, desde el punto de vista de los indicadores de la sustentabilidad en el turismo, de las poblaciones de Nuevo Corral del Risco y Emiliano Zapata en Punta de Mita, Nayarit, así como evaluar la problemática que presentan estas poblaciones, desde una perspectiva económico-social, para hacer la detección de áreas de oportunidad ante la situación encontrada.

Para la realización del estudio, se llevó a cabo una investigación documental, tanto bibliográfica como hemerográfica, principalmente de aque-

llos escritos, publicaciones y documentos oficiales que dieran sustento a la investigación, además de una minuciosa revisión de páginas Web gubernamentales y otras de interés o relevantes.

Igualmente se realizó una investigación de campo, integrada por dos encuestas y entrevistas, la primera de ellas con el objeto de obtener información veraz, objetiva y precisa en los rubros de población y vivienda y la segunda fue diseñada para conocer la opinión y permitir la evaluación de los pobladores de los temas analizados y descritos a lo largo del presente trabajo.

Debido al interés de presentar las diferentes versiones y visiones de los diferentes actores implicados en el desarrollo local, se realizaron entrevistas a diferentes personas cuyo trabajo y participación resulta fundamental en la transición por la que está atravesando el área analizada, y a quienes agradecemos su valioso tiempo y la información proporcionada, así como el patrocinio de Punta de Mita Foundation.

Ubicación geográfica del área de estudio

El estado de Nayarit es un estado costero que posee una gran diversidad ambiental y que concentra una gran variedad de ecosistemas, desde los montañosos con bosques de pino-encino, hasta extensos humedales con manglares en su zona costera. Ubicado en el Occidente del país, sobre la costa; limitando al norte con los estados de Sinaloa y Durango; al este con Durango, Zacatecas y Jalisco; al sur con Jalisco y el océano Pacífico y al oeste con el océano Pacífico y Sinaloa.

Estado de Nayarit, ocupa una superficie geoestadística estatal de 27,862 km² que representa 1.4% de territorio nacional; con una población de 949,684 habitantes (INEGI. II Censo de Población y Vivienda 2005).

El municipio de Bahía de Banderas se localiza en la zona costera al suroeste del Estado, entre las coordenadas 21° 03' y 20° 44' de latitud norte, así como 104° 58' y 105° 32' de longitud oeste. Hacia el norte limita con Compostela; al este y al sur con el estado de Jalisco; al sur y al oeste con el océano Pacífico.

Con una superficie de 785.28 km² lo que representa el 2.7% de la superficie estatal. Con una población de 83,739 habitantes durante los últimos diez años ha tenido una tasa de crecimiento media anual de 4.14%; su cabecera municipal es Valle de Banderas (INEGI. II Censo de Población y Vivienda 2005).

El área de investigación está conformada por las localidades de fraccionamiento Emiliano Zapata y Nuevo Corral del Risco dentro de la zona conocida como Punta Mita, ubicada al poniente del municipio de Bahía de Banderas localizado al sur del estado de Nayarit; limitando al norte con el municipio de Compostela; al Sur y al Oriente con el estado de Jalisco, al poniente con el océano Pacífico.

Antecedentes

La región de Bahía de Banderas fue durante muchos años un territorio aislado, olvidado o desconocido, al igual que la mayor parte de las costas mexicanas, situación que comenzó a cambiar a partir de los años cuarenta y cincuenta, con la denominada “marcha al mar”. Un largo camino que empezó en México en los años cuarenta se cristalizó el 1 de febrero de 1953, cuando el presidente Adolfo Ruiz Cortines anuncia la iniciación de la política de “marcha al mar” con la finalidad de llevar a las zonas costeras los excedentes de la población del altiplano y lograr un mejor aprovechamiento y desarrollo de los recursos marítimos de sus más de 11 mil kilómetros de costas, la creación y mejoramiento de 70 puertos, la creación de flotas pesqueras y la intensificación en general del comercio marítimo, las comunicaciones interoceánicas, el enlace del Altiplano a las costas; se sanearon los litorales en coordinación con las Naciones Unidas y se erradicó el paludismo.

A lo largo de 50 años las costas del Pacífico mexicano han logrado un cambio significativo, transformando a algunas regiones en zonas de amplias perspectivas de desarrollo, sobre todo en la conocida como el Pacífico medio mexicano, en la que destaca el llamado triángulo de oro, compuesta por los estados de Jalisco, Colima y Nayarit.

De esta zona destaca Bahía de Banderas, que si bien inició su desarrollo a partir de Puerto Vallarta, que se ha posicionado como el más mexicano de los destinos de playa, ha provocado la expansión a Nayarit.

Antes se tuvo que resolver un añejo problema que impedía su despeje, la tenencia de la tierra, situación que se resolvió hacia el final del periodo presidencial del licenciado Gustavo Díaz Ordaz (1970),

“Se declaraba la utilidad pública para el desarrollo habitacional y turístico en los terrenos que circulan la Bahía de Banderas, ubicados en las costas de los Estados de Nayarit y Jalisco y mejoramiento de los centros de población de Puerto Vallarta, Jarretaderas, Bucerías, Cruz de Huanacastle, Higuera Blanca, Sayulita, La Peñita de Jaltemba, Las Varas y El Capomo así como sus fuentes propias de vida” mediante el decreto de expropiación en favor del Gobierno Federal, fundamentado en: art. 27 constitucional; 33, 187, 192, 195, 289 Código Agrario y 11, 12 y 15 Reglamento para la Planeación, Control y Vigilancia de las Inversiones de los Fondos Comuneros ejidales el cual fue publicado en el Diario Oficial de la Federación de fecha 10 de Noviembre de 1970 (DOF, 1970).

Este decreto especifica las superficies de los terrenos, considerados para el fomento de las actividades turísticas y habitacionales, los que quedan distribuidos de la siguiente manera:

Cuadro 1. Superficie expropiada para la creación del fideicomiso Bahía de Banderas (1970)

Nombre	Extensión expropiada
Jarretaderas	382
Bucearías	440
Cruz de Huanacastle	375
Higuera blanca	1,083
Sayulita	544
Peñita de Jaltemba	799
Las Varas	184
El Capomo	329
Puerto Vallarta	1,020
Total	5,156

Fuente: Elaboración propia con datos del Diario Oficial de la Federación.

En el ejido de Higuera Blanca fueron expropiadas 1,083 hectáreas correspondiente al 12.60% del territorio dotado como propiedad ejidal y al ejido Puerto Vallarta 1,020 hectáreas, de los otros siete ejidos, se expropiaron en promedio 9.8% de las superficies ejidales; siendo el que contó con mayor porcentaje de expropiación el ejido de Jarretaderas con 38.12% y el de menor superficie expropiada el ejido de Sayulita con un 5.63%.

El total de las superficies expropiadas, en el municipio de Compostela y municipio de Puerto Vallarta, fueron depositadas en un solo Fideicomiso para ambos estados (Nayarit-Jalisco) denominado "Bahía de Banderas" (FIBBA), declarándose el 9 de febrero de 2003, la conveniencia del manejo autónomo del Fideicomiso por parte de Jalisco y Nayarit, ordenándose la segregación del FIBBA al municipio de Puerto Vallarta, Jalisco (DOF, 1973).

Por otra parte, el Gobierno del Estado de Nayarit en concordancia con los objetivos del Gobierno Nacional, comenzó con la planeación de las actividades económicas de su territorio, impulsando de manera prioritaria las actividades turísticas; tal es el caso del Plan de Desarrollo Turístico Nayarit, Complejo Costa Alegre (Compostela), en el año de 1971 en donde el entonces Gobernador del Estado Lic. Roberto Gómez Reyes (GEN, 1971) declaró:

Sabido es que somos admirablemente afortunados en cuanto a paisajes naturales; que las proyecciones con respecto al aumento de divisas por concepto del turismo, para el país, son prometedoras. Este Gobierno tomó la determinación de solicitar, al jefe del Departamento de Asuntos Agrarios y Colonización, la expropiación de las tierras que ofrecieran mejores condiciones para ser aprovechadas con fines turísticos en la costa sur del estado.

Esta iniciativa fue la consecuencia de considerar en primer término, que dichas áreas, por ubicarse sobre el litoral, no son propias para fines agrícolas, por lo menos con la rentabilidad que es de esperarse si son dedicadas para explotaciones turísticas.

En segundo lugar, por la obvia razón de que tales recursos no puedan ser debidamente aprovechados con inversiones raquíticas y temerosas, generalmente hechas con criterio más de usura que con actitudes visionarias y realmente cooperadoras con el mejoramiento ambiental de nuestros paisajes.

Dicho plan es uno de los primeros instrumentos que establece los propósitos del rumbo que el turismo tomaría en las diversas zonas del Estado, pero en especial para Compostela, con la propuesta de “La ruta del Mar Sur” integrada por las playas de: Chacala, La Peñita de Jaltemba, Rincón de Guayabitos, Los Ayala, Monteón, San Francisco, Sayulita, Punta de Mita y Bucerías debido al atractivo, riqueza y potencial turístico con que cuentan.

Esto sería sólo el inicio de los esfuerzos realizados por el Gobierno del Estado de Nayarit por alcanzar el desarrollo de la zona de la costa, a través de grandes proyectos de inversión, sobre todo en el área de Punta de Mita, como lo son, entre más de 60 proyectos, el desarrollo de Nuevo Vallarta y Litibú, impulsado por FONATUR.

El desarrollo sustentable

México presenta grandes asimetrías, derivadas de un crecimiento desigual, donde existen zonas marginadas y otras que se han integrado a una economía de mercado nacional e internacional, con actividades muy dinámicas como el turismo y la construcción. En el caso de Bahía de Banderas, donde a partir de la década de los noventa se han venido implementando diferentes estrategias para buscar un desarrollo más equilibrado, tomando en cuenta la fragilidad de los ecosistemas costeros y la necesidad de que el desarrollo llegue a todos los grupos sociales.

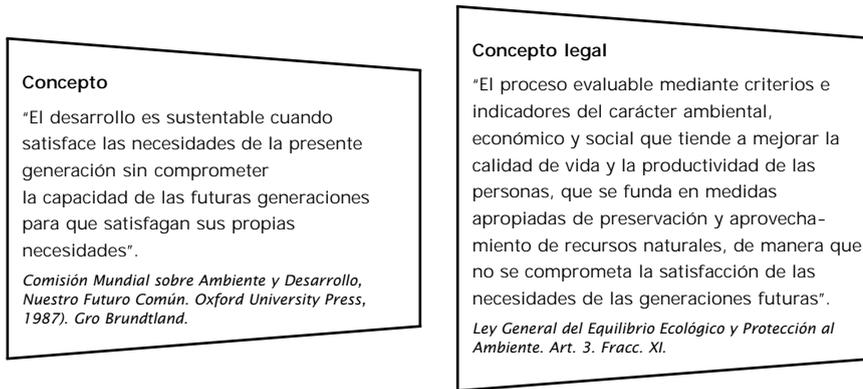
Ésta visión se da a partir de un nuevo paradigma, el desarrollo sustentable, que se viene consolidando desde la última década del siglo pasado y que, pese a todas las limitaciones que pueda tener, es la propuesta más viable para lograr armonizar el entorno ecológico con el económico y el social.

La propuesta del desarrollo sustentable, surge a partir de posiciones de expertos que trabajaban para o con los principales organismos internacionales, especialmente las Naciones Unidas. En 1987, la ONU a través de su Secretario General, encarga a la ex Primer Ministro de Suecia, Gro Harlem Brundtland, que organizara una comisión de expertos para que den una respuesta definitiva a la larga polémica que se dio en los setenta sobre el desarrollo y el “otro modelo alternativo”. Los resultados fueron presentados en 1987, y así quedó para la posteridad el Informe Brundtland, común-

mente conocido como nuestro futuro común, base de éstos nuevos planteamientos.

En este informe se señala de manera definitiva el “modelo alternativo”, discutido una década atrás, el cual se denominará desarrollo sostenible y se define como “El desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad para que las futuras generaciones puedan satisfacer sus propias necesidades” (César y Arnaiz, 2002).

Figura 1. Conceptualización del desarrollo sustentable



Fuente: Elaboración propia con base en la Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente y El Centro de Información de las Naciones Unidas.

Lo interesante del mismo es que encuentra en la pobreza, ocasionada por un modelo basado en el crecimiento, el centro de la problemática que abordara este nuevo modelo alternativo. No se trata de crecimiento poblacional incontrolado, según la visión Malthusiana del mundo, sino de grandes masas de población marginada, que sin educación ni servicios se reproducen sin control, por lo que se afirma que la causa del crecimiento incontrolado está en la pobreza.

Esto significa, buscar un desarrollo que permita reducir las asimetrías sociales, que reduzca la desigual relación entre los países ricos y pobres, motor que profundiza la asimetría, todo esto dentro de una economía dominada por el mercado.

La definición del desarrollo sustentable o sostenible, es prácticamente indiscutible, ya que nadie puede cuestionar la necesidad de dejar a las próximas generaciones un planeta habitable. De ahí que fuera aceptada mayoritariamente y a partir de dicho consenso se comenzara a dar una larga serie de interpretaciones, que hacen de éste concepto y sus derivados una sucesión de propuestas con orientaciones a veces contradictorias y otras muy sesgadas a intereses muy parciales.

Una nueva visión de la sostenibilidad debe de plantear la relación hombre-naturaleza, ya que ésta última debe dejar de ser el eje del problema para convertirse en un elemento importante. Pero el centro del debate es el hombre y más específicamente los grandes grupos marginados; por ello, el desarrollo humano se transforma en un elemento central en el paradigma de la sostenibilidad.

El desarrollo del turismo y el paradigma de la sustentabilidad hoy tienen necesidad de una complementariedad, ya que esta compleja actividad ha dejado de ser un complemento de las economías para erigirse en una de las actividades más importantes del planeta y, en muchos casos el único modelo que tienen muchos países y áreas geográficas, en su proceso de adecuación a la economía mundial, dominada por los servicios.

Sólo entendiendo que el turismo es un modelo propio del desarrollo, que se ubica dentro del marco del capitalismo mundial, se puede pensar en la sustentabilidad, ya que ésta, no puede ser reducida a una parte de la actividad cuando existe hoy una visión integral del desarrollo sustentable, que asocia al desarrollo humano con el económico y el manejo del capital natural.

El turismo, hoy en día, se expande con base en un modelo que podría denominarse “modelo inmobiliario” y que en México está en la base del desarrollo turístico.

En México, el modelo inmobiliario tiene en la actualidad dos formas, las que se definen a partir de la intervención del Estado. Por un lado el modelo inmobiliario que impulsó por más de tres décadas FONATUR, los denominados centros integralmente planeados, y por otro los que se dan a partir de la inversión privada.

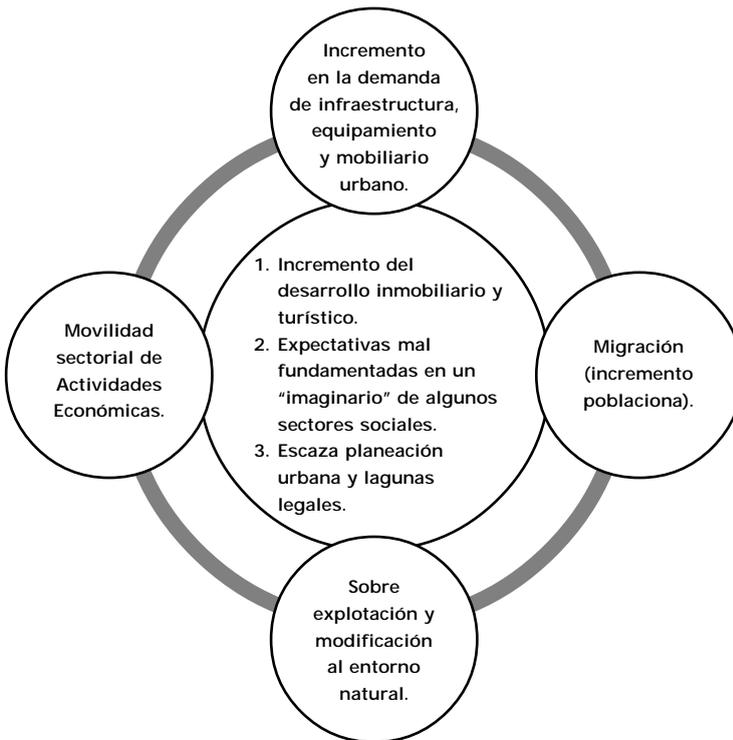
En este caso, inicialmente hay una combinación de acción del Estado, como son los fideicomisos y la creación del megaproyecto de Nuevo Vallar-

ta y, por el otro, la propia dinámica que le dan los inversionistas privados a partir del movimiento de mercado.

En la actualidad, en Bahía de Banderas se tiene un dominio absoluto del modelo inmobiliario en sus dos versiones, la que plantea el Estado, que en este caso es el proyecto del CIP de Litibú y Riviera Nayarit y por el otro, la gran especulación de tierras por parte del sector privado nacional e internacional.

Existiendo la necesidad de considerar, la dotación de infraestructura, tanto educativa como social, recreativa y de salud, así como el equipamiento en general, como un tema básico en la planeación del desarrollo, ya que sin él se pone en juego el equilibrio ambiental, económico y social del destino.

Figura 2. Problemática en las localidades de Nuevo Corral del Risco y Emiliano Zapata



Fuente: Elaboración propia.

La falta en la estructura de equipamiento generará los elementos que harán posible un círculo vicioso: más población, menos servicios, más deuda social, más conflictos, más inseguridad, más drogadicción, más vulnerabilidad del destino, abaratamiento del mismo y pérdida de competitividad; todo ello es posible al irse acumulando los problemas de diferentes tipos, por lo que se deben de llevar a cabo planes y programas de desarrollo, que propicien un desarrollo endógeno, que brinden a los pobladores la oportunidad de integrarse al desarrollo y en los que el municipio deberá ser la nueva unidad de gestión, de la que se espera puedan implementar una planeación del desarrollo turístico sustentable.

De igual manera, se hará evidente, la pérdida de la presencia del Estado y por otra el cambio de actores, que serán los empresarios y las propias organizaciones de la sociedad civil. Uno de los retos más importantes será la organización, el cambio de mentalidad, la conjunción de esfuerzos y la formación de recursos humanos, que es quizá el problema estructural más complejo que estas dos poblaciones debe enfrentar en el futuro, si se quiere lograr del desarrollo sustentable del turismo.

Problemática del área

En el periodo de 1970-1994 existieron dos asentamientos en la zona objeto de estudio denominada Punta de Mita: 1. Corral del Risco (viejo), ubicado en la Punta de la Bahía, carente de traza urbana e infraestructura dado su carácter de irregular y, 2. Emiliano Zapata ubicado en la zona que actualmente corresponde al centro de población Nuevo Corral del Risco.

Ambas localidades hacen necesario el análisis de sus antecedentes; que aunque cercanas geográficamente muestran características de origen muy diversas.

El origen de Emiliano Zapata se establece a partir de 1953 como centro de población que forma parte de la organización, administración y estructura del comisariado ejidal de Higuera Blanca, en donde la tenencia de la tierra prevalece en términos ejidales.

Por otra parte, Corral del Risco es identificado como un asentamiento irregular, cuyo origen puede establecerse en el año de 1970 con una pobla-

ción de 7 personas; en 1980 la población incrementó a 91 personas, para 1990 fueron 479 personas la que habitaban el poblado (Real, 1999).

Corral del Risco debe su nombre a la característica principal del lugar, ya consistía en un corral natural de risco, con dimensión suficiente para atracar las lanchas y proporcionarles seguridad para evitar que fueran destruidas por las corrientes del mar, considerando que en ésta parte de la plataforma continental convergen las corrientes marinas del océano Pacífico y el Mar de Cortés (Real, 1999).

Durante el periodo de 1970-1994 los pobladores de Corral del Risco se apropiaron del uso y destino del suelo, dadas las características geográficas naturales de este espacio a través de actividades de pesca (escollera natural de la Punta) y agrícolas. Hacia finales de este periodo la utilidad geográfica de este espacio pasaría a ser dirigido a partir del orden estatal.

En el año de 1988 mediante decreto (DOF, 1988) se ceden los derechos y obligaciones del Gobierno Federal al Gobierno del Estado de Nayarit sobre el FIBBA dando autonomía estatal sobre la administración del patrimonio del Fideicomiso para el desarrollo de la actividad turística. Situación que se vio reflejada en el Plan Estatal del Desarrollo (1988-1994) a través del Plan Sectorial "Plan Maestro para el Desarrollo Integral del Turismo", donde se establece la Zona I Bahía de Banderas como la principal zona turística del estado.

Los objetivos del impulso turístico expresado en el Plan de Desarrollo Estatal del Gobierno de Celso H. Delgado (1988-1994), aunado a la gran extensión territorial del municipio de Compostela, demandó la creación de un nuevo eslabón en la división político-administrativa del Estado, por lo que el 13 de diciembre de 1989 se crea un nuevo municipio (número 20) en la zona sur del territorio actual de Compostela, que se denominaría Bahía de Banderas (Periódico Oficial del Estado de Nayarit, Decreto No. 7261, 1989).

El ordenamiento y planeación municipal del territorio se hizo necesaria, dando como resultado que para 1990 el Plan Municipal de Desarrollo Urbano de Bahía de Banderas, contemplara como áreas de Reserva Urbana a las localidades de Nuevo Corral del Risco y Emiliano Zapata, que permitirían dar respuesta al impacto demográfico que generarían los desarrollos turísticos esperados en la zona Punta de Mita.

La suma de estos elementos (La autonomía estatal sobre el FIBBA, el Plan Maestro para el Desarrollo Integral del Turismo, el ordenamiento y planeación del territorio), facilitaron la ejecución de las estrategias empresariales encaminadas a la inversión en proyectos turísticos, reafirmando que dichos capitales demandan territorios funcionales y rentables con el fin de detonar el desarrollo económico y social de la zona donde se implantan.

Como el caso del Grupo Desc S.A. de C.V. que en el rubro inmobiliario integra desde 1984 al experimentado grupo desarrollador inmobiliario Dine a través de las empresas Cantiles de Mita S.A. de C.V. y Puerto Mita S.A. de C.V.

Este grupo diseñó un megaproyecto urbano-turístico denominado “Costa Banderas” que se desarrollaría en la zona conocida como Punta Mita.

La adquisición de la propiedad para el desarrollo “Costa Banderas” se efectuó bajo la escritura no. 11381 del 28 de Junio de 1990, ante la fe del Lic. José Luis Bejar Notario Público No. 13 del Estado de Nayarit, donde:

Se transmite el dominio de los terrenos en los que se encuentra el asentamiento irregular Corral del Risco, dicha superficie fue patrimonio del fideicomiso Bahía de Banderas según decreto de expropiación del 10 de Noviembre de 1970 y estos se transmiten en dicha escritura a la empresa Cantiles de Mita S.A. de C.V., libres de todo gravamen y se compromete en caso de evicción según se manifiesta en la cláusula quinta de la escritura, estos predios fueron invadidos cuando eran patrimonio del FIBBA (Convenio de Reubicación, 1993).

La ejecución del megaproyecto “Costa Banderas” hizo inminente la reubicación de Corral del Risco, acción procedente en términos normativos de la Ley General de Asentamientos Humanos (Capítulo V “De las regulaciones a las propiedades en los centros de población”) y la Ley de Asentamientos Humanos y Desarrollo Urbano para el Estado de Nayarit (Capítulo II “De la Regulación de la tenencia de la tierra”).

De manera general, estas disposiciones dan reconocimiento a los asentamientos irregulares en predios ejidales o comunales, proponiendo como estrategia de regulación de la tenencia de la tierra, la concertación de un convenio de reubicación en la reserva territorial para el desarrollo habitacional; considerando la ejecución de las obras de infraestructura, equipamiento

o servicios urbanos que requiera el asentamiento humano correspondiente, mediante sistemas de acción por colaboración o mejoras.

Apegados a estas disposiciones existentes, los pobladores de Corral del Risco (100 familias) y la empresa del proyecto Costa Banderas, concertaron el “convenio de reubicación” de fecha 17 de Junio de 1993, en Punta de Mita, donde están reflejados sus intereses.

En este documento se establecieron los lineamientos para la ejecución de las obras de infraestructura, equipamiento y servicios urbanos que existen actualmente en el centro de población “Nuevo Corral del Risco”. Las cuales buscaron satisfacer las necesidades en cuatro aspectos: Vivienda (casa habitación), educación (jardín de niños y escuela primaria), servicios urbanos (capilla) y actividades económicas (escollera, servicios a pescadores, cooperativas).

Retomando el orden histórico, es hasta 1994, en que se crea Nuevo Corral del Risco, insertándose en el orden territorial con tal importancia que logra consolidarse como centro de población, reconocido dentro de la jurisdicción municipal; geográficamente se localiza al noreste de la Punta de la Bahía, permitiendo así el pleno desarrollo del proyecto urbano-turístico en Punta Mita.

La zona de estudio representa un área con atributos de valor natural e histórico que aseguran la factibilidad económica de proyectos de desarrollo turístico.

Las políticas de Estado incentivan la inversión de capitales privados en proyectos turísticos, ofreciendo flexibilidad en acuerdos y normas para que se desarrollen, procurando el crecimiento económico que asegure el bienestar y desarrollo de la población residente.

Los asentamientos irregulares generan un grave problema de tenencia y posesión de la tierra (propiedad), que frecuentemente produce sensaciones de injusticia entre los asentados de manera irregular y por otro lado demanda al Estado la propuesta de soluciones de vivienda y fuentes de empleo para la población.

La concertación y establecimiento de acuerdos en Punta de Mita para la implantación del Desarrollo Turístico “Punta Mita” y la planeación de la vida económica de los pobladores de la región se encuentran contenidos en el Convenio de Reubicación (1993).

De los compromisos derivados de este convenio se puede establecer que han sido cumplidos los 6 puntos centrales del documento, el cual no muestra fecha límite para la terminación y entrega de las obras citadas.

Los indicadores de sustentabilidad para destinos turísticos

La Secretaría de Turismo de México ha establecido (Sectur, 2000), en lo referente al desarrollo turístico, que los destinos mexicanos enfrentan problemas ambientales y sociales. Ejemplos son, los crecimientos urbanos desordenados alrededor de los grandes centros turísticos, el deterioro del entorno ecológico y la pérdida de identidad cultural, lo cual no se debe únicamente al rápido crecimiento de estos sitios sino a la falta de una política de planificación integral.

Así mismo, los fenómenos del deterioro ambiental y socioculturales que parecen acompañar a los destinos y regiones turísticas del país, afectan no únicamente al destino como tal sino que además, contribuyen a la pérdida de competitividad en el mercado. A la vez que los problemas ambientales son complejos, imprevisibles e interdependientes, esto obliga al sector turístico a trabajar sobre una base multidisciplinaria e interdisciplinaria.

Reconociendo, que han existido limitaciones en los esfuerzos llevados a cabo hasta la fecha, para integrar los conceptos de la sustentabilidad del turismo, por lo que han tenido escasos resultados. Además la falta de políticas claras de desarrollo regional da lugar a la coexistencia de distintas realidades del país, dentro de un mismo modelo de desarrollo.

Siendo necesario señalar, que los aspectos positivos del turismo han generado beneficios económicos que se reflejan fundamentalmente en términos de empleo, captación de divisas y participación en el PIB; estos beneficios no han sido suficientes para detonar integralmente procesos de desarrollo y alternativas económico-sociales en esas regiones, se sostienen como enclaves turísticos en el mejor de los casos, pero son insuficientes para apoyar el desarrollo de sus entornos.

En concordancia con la Agenda 21 del turismo, emitida por la Organización Mundial del Turismo (OMT), y con el objeto de tener una evaluación

permanente ha diseñado la Agenda 21 Local para Municipios Turísticos, para cuya implantación se requiere de diferentes instrumentos para medir y monitorear las condiciones de cada destino turístico. Uno de los principales instrumentos para tal fin es el sistema de indicadores de sustentabilidad, de los cuales existen diversas propuestas de indicadores que han sido elaboradas por instituciones internacionales y nacionales. Una de las variables es el aspecto ambiental, señalando la necesidad de incorporar otros aspectos relacionados con las comunidades, la economía y la cultura de los destinos turísticos.

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), un indicador es un valor derivado de parámetros generales que describe el estado de un fenómeno dado; donde una de las variables es el aspecto ambiental, señalando la necesidad de incorporar otros aspectos relacionados con las comunidades, la economía y la cultura de los destinos turísticos; entre los más conocidos están los elaborados por la misma OCDE y la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1996).

El mantenimiento de la sostenibilidad del turismo estudia concretamente cómo lograr la sostenibilidad en este sector. Para ello, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1996) considera tres aspectos importantes del desarrollo turístico sostenible: gestión de los impactos ambientales del turismo, gestión de los impactos socioeconómicos, y mantenimiento de la calidad del producto y de los mercados turísticos.

Para cumplir con esta tarea es necesario definir un Modelo de Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo, en los destinos mexicanos, que integre:

1. Análisis de propuestas de Indicadores elaboradas por organizaciones nacionales e internacionales.
2. Programa de formulación de Indicadores para el Turismo, en diferentes destinos tipo, con la participación de expertos y actores locales.
3. Análisis de Viabilidad de los Indicadores Desarrollados.
4. Diseño del Modelo considerando el establecimiento de límites, escalas y criterios de ponderación.
5. Articular un Modelo Participativo que fomente la aportación de los actores locales y que propicie acuerdos de concertación, para su aplicación.
6. Seguimiento permanente.

La Secretaría de Turismo de México considera que por las diferencias que existen entre la gran variedad de destinos turísticos en México, se requiere un análisis por tipo de destino (playa, centro urbano, ciudad colonial, pueblo mágico, aventura), con el propósito de seleccionar cinco destinos que reúnan las condiciones de representatividad más adecuadas para el desarrollo y aplicación del sistema; tomando como base el Modelo de Indicadores, formular un Sistema en consenso con actores de cada uno de los destinos seleccionados, a fin de que cómo se desarrolle un Sistema a la medida para cada destino y se llevará a cabo su aplicación, incorporando medidas para contar con una evaluación permanente realizada por el mismo destino.

El Sistema de Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo está formado por 4 grandes temas: Medio ambiente, Entorno socioeconómico, Turismo y Desarrollo urbano, con objetivos específicos para cada uno de ellos, los cuales se derivan en indicadores.

Los indicadores propuestos por la Secretaría de Turismo, para cada tema:

- Medio ambiente: Agua, energía, aire, desechos. Educación ambiental.
- Entorno socioeconómico: Beneficios económicos e Impacto social.
- Turismo: Demanda y oferta turística.
- Desarrollo urbano: Planeación turística, urbana y ambiental, Desarrollo urbano integral e Imagen urbana.

Los que servirán de marco para el análisis de las poblaciones de Nuevo Corral del Risco y Emiliano Zapata.

Cuadro 2. Agenda 21 para el Turismo Mexicano (Sector)

Tema	Objetivos
1. Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> — Promover el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales. — Proteger y conservar los recursos naturales. — Evaluar la interacción entre la actividad turística y urbana del destino y el medio natural (consumo de recursos y disposición de residuos).
2. Entorno socioeconómico	<ul style="list-style-type: none"> — Dimensionar los beneficios que se generen en el destino, a fin de mejorar la calidad de vida de la población. — Evaluar el impacto generado por la actividad turística en la preservación de los valores de las comunidades locales.

continúa página siguiente...

viene de la página anterior...

3. Turismo	<ul style="list-style-type: none"> — Dimensionar el grado en que los establecimientos turísticos responden al desarrollo sustentable. — Promover la conservación del atractivo turístico y natural.
4. Desarrollo urbano	<ul style="list-style-type: none"> — Evaluar el grado de desarrollo urbano (infraestructura, equipamiento y vivienda de la población). — Identificar procesos de planificación que permitan un desarrollo territorial ordenado en lo ambiental, turístico y urbano.

Fuente: Elaboración propia con información de la Secretaría de Turismo Federal (Sector).

Cuadro 3. Indicadores de sustentabilidad para las poblaciones de Corral del Risco y Emiliano Zapata

Tema	Subtema	Indicador	Variable
1. Medio ambiente	<i>Agua</i>	<ul style="list-style-type: none"> — Disponibilidad de agua — Tratamiento de agua 	<ul style="list-style-type: none"> — Presión sobre el recurso hídrico — Tratamiento de aguas residuales (nivel, calidad, reuso).
	<i>Desechos</i>	<ul style="list-style-type: none"> — Manejo y disposición 	<ul style="list-style-type: none"> — Sistema de recolección.
2. Entorno socioeconómico	<i>Beneficios económicos</i>	<ul style="list-style-type: none"> — Empleo — Contribución a la economía local 	<ul style="list-style-type: none"> — Empleo en el sector turístico
	<i>Impacto social</i>	<ul style="list-style-type: none"> — Impacto en la población — Presión demográfica — Seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> — Nivel de bienestar — Tasa de crecimiento de la población — Percepción de la seguridad del destino
3. Turismo	<i>Oferta turística</i>	<ul style="list-style-type: none"> — Estado del atractivo 	<ul style="list-style-type: none"> — Conservación / calidad del atractivo natural (playa)
4. Desarrollo urbano	<i>Desarrollo urbano integral</i>	<ul style="list-style-type: none"> — Cobertura de servicios básicos — Estado de la vivienda — Imagen urbana 	<ul style="list-style-type: none"> — Agua potable — Alcantarillado — Energía eléctrica — Vivienda precaria — Infraestructura, equipamiento y mobiliario

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por la Secretaría de Turismo Federal (Sector).

Indicadores de sustentabilidad en el área de estudio

Con el objeto de analizar los indicadores de sustentabilidad para el turismo, en las poblaciones de Nuevo Corral del Risco y Emiliano Zapata, se aplicó la metodología diseñada por la Secretaría de Turismo de México, analizándose los 4 subtemas y 34 de las variables.

Cuadro 4. Ponderación dada al análisis de las variables de sustentabilidad aplicadas

Evaluación	Relación
Condiciones favorables	67 a 100
Atención preventiva	34 a 66
Atención prioritaria	0 a 33

Fuente: Elaboración propia con base en información de la Sectur.

La metodología establece, para la evaluación cualitativa de las variables, una puntuación del 0 al 100, indicando que existe una condición favorable cuando el puntaje obtenido es entre 67 y 100; atención preventiva cuando las valoraciones son entre el 34 y 66, por lo que se debe de estar alerta, y la atención prioritaria cuando los resultados del análisis determinan valores entre 0 y 33 puntos, en estos casos, son situaciones que se deben de atender de inmediato.

La evaluación cualitativa se obtiene del análisis, por parte del grupo de investigación, de la información y la observación de las diferentes variables.

En el tema Medio ambiente, se analizaron 8 variables, registrándose 2 que requieren atención prioritaria, ambas relacionadas con los desechos, se registraron 4 evaluaciones cualitativas que requieren atención preventiva, las cuales deberán de ser atendidas antes de que ocasionen conflictos mayores, estas variables están relacionadas con el agua y la eficiencia en la recolección de basura. Se cuentan con dos variables en condiciones favorables, el tratamiento de aguas residuales y la existencia de un relleno sanitario.

En el Entorno socioeconómico, que engloba 11 variables; se detectó dos con evaluación cualitativa favorable 18%; cuatro (36%), con requeri-

Cuadro 5. Análisis de variables en el área de estudio en el rubro de Medio ambiente

Subtema	Variable	Evaluación cualitativa
Agua	— Disponibilidad de agua	Atención preventiva
	— Presión sobre el recurso hídrico	Atención preventiva
	— Tratamiento de aguas	Condición favorable
	— Reuso del agua tratada	Atención preventiva
Desechos	— Eficiencia del servicio de recolección	Atención preventiva
	— Existencia de relleno sanitario conforme a la norma	Condición favorable
	— Volumen de reciclado de desechos	Atención prioritaria
	— Programa para el manejo de residuos peligrosos	Atención prioritaria

Fuente: Elaboración propia con base en los indicadores de la Sector.

miento de atención preventiva y 45% (5) que requiere atención prioritaria. Estas variables están relacionadas directamente con las necesidades de la población como son salud, seguridad, recreación, asistencia social y crecimiento de la población.

En el tema de Turismo presenta en la evaluación 4 variables, de las cuales el 75% de dichas variables, requieren una atención preventiva y el 25% requiere atención prioritaria urgente, porque la playa es el principal atractivo y en la actualidad está deteriorada, se ha perdido y no ha conservado su calidad, esta variable tiene relación directa con las otras tres, ya que dependen del impacto que causa el atractivo, por lo cual se ha detectado que los montos de afluencia han disminuido, la derrama económica es baja, por la falta de atractivos, promoción, facilidades y oferta complementaria, registrándose además una marcada estacionalidad de la demanda.

En el tema de Desarrollo Urbano, fueron analizadas 11 variables, de las cuales 5 requieren atención preventiva y 6 presentan condiciones favorables. Las variables que presentan condiciones favorables están relacionadas con la cobertura de los servicios básicos en las viviendas. Las variables que requieren atención preventiva, se refieren a la imagen urbana y a los planes y programas de desarrollo, los que deben atenderse urgentemente porque tienen relación con la imagen del destino.

Finalmente, la evaluación general reporta que en el 29% de las variables analizadas indica condiciones favorables, el 47% requieren atención preventiva, el 24% atención prioritaria. La situación que muestra la evalua-

Cuadro 6. Análisis de variables en el área de estudio en el Entorno socioeconómico

Subtema	Variable	Evaluación cualitativa
Empleo	— Nivel de desempleo	Condición favorable
	— Estabilidad en el empleo	Atención preventiva
Impacto en la población	— Contribución a la economía local	Condición favorable
	— Niveles de bienestar	Atención preventiva
	— Instalaciones de salud	Atención prioritaria
	— Servicios de salud	Atención preventiva
	— Espacios de ocio y recreación	Atención prioritaria
	— Educación	Atención preventiva
	— Guarderías	Atención prioritaria
Presión demográfica	— Tasa de crecimiento de la población	Atención prioritaria
Seguridad	— Percepción de seguridad del destino	Atención prioritaria

Fuente: Elaboración propia con base en los indicadores de la Sector.

Cuadro 7. Análisis de variables en el área de estudio en el rubro de Turismo

Subtema	Variable	Evaluación cualitativa
Demanda turística	— Montos de la afluencia	Atención preventiva
	— Derrama económica	Atención preventiva
	— Estacionalidad de la demanda	Atención preventiva
Estado del atractivo	— Conservación de la calidad del atractivo	Atención prioritaria

Fuente: Elaboración propia con base en los indicadores de la Sector.

Cuadro 8. Análisis de variables en la población de estudios en el rubro de Desarrollo urbano

Subtema	Variable	Evaluación cualitativa	
Planes y programas	— Planes de desarrollo urbano decretados	Atención preventiva	
	Cobertura de servicios básicos	— Disponibilidad de agua entubada dentro de la vivienda	Condición favorable
Estado de la vivienda	— Servicio de drenaje en la vivienda	Condición favorable	
	— Luz eléctrica en la vivienda	Condición favorable	
	— Servicio sanitario en la vivienda	Condición favorable	
	— Servicios sanitarios con conexión de agua	Condición favorable	
	— Índice de vivienda precaria	Condición favorable	
	Imagen urbana	— Percepción de la imagen arquitectónica y paisajística	Atención preventiva
	— Infraestructura	Atención preventiva	
— Equipamiento	Atención preventiva		
— Mobiliario urbano	Atención preventiva		

Fuente: Elaboración propia con base en los indicadores de la Sector.

ción, de acuerdo con el sistema de indicadores para la sustentabilidad, que es preocupante, ya que no se logra al menos el 50% de condiciones (variables) favorables, lo que puede ocasionar un deterioro acelerado de dichas condiciones, por lo que se concluye que las poblaciones de Nuevo Corral del Risco y Emiliano Zapata no son un destino sustentable.

Cuadro 9. Evaluación final de las variables de sustentabilidad en el área de estudio

Evaluación	Evaluación cualitativa	Relación (resultado porcentual de la evaluación obtenida)
— Condición favorable	Condición favorable	29%
— Atención preventiva	Atención preventiva	47%
— Atención prioritaria	Atención prioritaria	24%

Fuente: Elaboración propia con base en los indicadores de la Sectur.

La opinión de los pobladores de Nuevo Corral del Risco y Emiliano Zapata, es importante para conocer la percepción de los indicadores de sustentabilidad, por ello es relevante mostrar que los entrevistados externaron su parecer sobre los impactos del turismo y la actividad inmobiliaria, al señalar que han sido muy importantes para la economía regional y la creación del empleo, aunque mencionan que no todos los empleos que se han creado son bien remunerados. Sin embargo, en general, existe una visión positiva en los aspectos económicos, lo que comprueba la paradoja del modelo de desarrollo prevaleciente en la zona, en donde se combinan bondades y defectos, al privilegiar el ámbito económico.

La percepción cambia en los aspectos sociales y ambientales al señalar que requiere una atención preventiva en los efectos negativos sobre las tradiciones populares y la cultura y la implantación de otros modos de cultura diferentes a los propios de los habitantes de la comunidad de acogida, en los daños al medio ambiente natural por la suciedad de playas y ríos y en los daños al medio ambiente natural y en la pérdida de lugares de playa por erosión, construcciones y modificaciones de las áreas naturales.

Percibiendo la necesidad de acciones prioritarias en lo relativo a la proliferación del alcoholismo, la drogadicción, la prostitución, así como en los efectos negativos sobre la pérdida de la identidad cultural.

Cuadro 10. Análisis de los impactos del turismo y el desarrollo inmobiliario en el área de estudio según la opinión de sus pobladores

Opinión sobre	Evaluación
— La economía regional	Condición favorable
— La creación del empleo	Condición favorable
— La creación del empleo bien remunerado	Atención preventiva
— En la proliferación del alcoholismo	Atención prioritaria
— En la proliferación de la drogadicción	Atención prioritaria
— En la proliferación de la prostitución	Atención prioritaria
— En los efectos negativos sobre las tradiciones populares y cultura	Atención preventiva
— En los efectos negativos sobre la pérdida de la identidad cultural	Atención prioritaria
— En la implantación de otros modos culturales diferentes a los propios de los habitantes	Atención preventiva
— En los daños al medio ambiente natural por la suciedad de playas y ríos	Atención preventiva
— En los daños al medio ambiente natural y en la pérdida de lugares de playa por erosión, construcciones y modificaciones de las áreas naturales	Atención preventiva

Fuente: Elaboración propia con base en los indicadores de la Sector.

Cuadro 11. Análisis de variables sobre economía en el área analizada según la percepción de sus habitantes

Variable	Evaluación cualitativa
— Costo de la vida	Atención prioritaria
— Los productos básicos	Atención prioritaria
— La ropa	Atención prioritaria
— La vivienda	Atención prioritaria
— Las diversiones	Atención prioritaria

Fuente: Elaboración propia con base en los indicadores de la Sector.

Igualmente tienen la percepción de que el costo de la vida es alto, tanto en los productos básicos, como en la ropa, la vivienda y las diversiones, por lo que requiere una atención prioritaria.

En lo relativo a los servicios con que cuentan sus viviendas, tienen condiciones favorables en lo relativo a la dotación de agua potable, drenaje y servicios sanitarios con dotación de agua y con condiciones preventivas en la recolección de basura.

La problemática social es evaluada por los habitantes de Nuevo Corral del Risco y Emiliano Zapata como preventiva en los aspectos de: violencia,

Cuadro 12. Análisis de variables de vivienda en el área analizada según la percepción de sus habitantes

Variable	Evaluación cualitativa
— Agua potable	Condición favorable
— Drenaje	Condición favorable
— Electricidad	Condición favorable
— Servicios sanitarios con conexión de agua	Condición favorable
— Recolección eficiente de basura	Atención preventiva

Fuente: Elaboración propia con base en los indicadores de la Sectur.

Cuadro 13. Análisis de variables sobre la problemática social en el área analizada según la percepción de sus habitantes

Variable	Evaluación cualitativa
— Alcoholismo	Atención prioritaria
— Drogadicción	Atención prioritaria
— Prostitución	Atención prioritaria
— Seguridad	Atención prioritaria
— Violencia	Atención preventiva
— Vialidades	Atención preventiva
— Transporte público	Atención preventiva

Fuente: Elaboración propia con base en los indicadores de la Sectur.

Cuadro 14. Análisis de variables sobre los servicios públicos en el área analizada según la percepción de sus habitantes

Variable	Evaluación cualitativa
— Agua potable	Atención preventiva
— Recolección de basura	Atención preventiva
— Policía	Atención prioritaria
— Alumbrado público	Atención preventiva
— Servicio público	Atención prioritaria
— Emergencias	Atención prioritaria
— Servicios Médicos (Clínicas de Salud, Hospital Regional)	Atención prioritaria
— Separación de basura	Atención prioritaria

Fuente: Elaboración propia con base en los indicadores de la Sectur.

vialidades y transporte público, en tanto que el alcoholismo, drogadicción, prostitución y seguridad, las perciben como problemas graves, que requieren atención prioritaria.

Los servicios públicos son percibidos en forma preventiva, en las variables de: agua potable, recolección de basura y alumbrado público, considerando que requieren atención prioritaria, los servicios de policía, servicios públicos, emergencias, servicios médicos y separación de la basura.

Considerado dentro de los índices de bienestar social, los lugares de esparcimiento en su población; que además son consideradas de vital importancia por los entrevistados; son evaluados como que requieren una atención prioritaria, la existencia de parques públicos con actividades recreativas y con atención preventiva la dotación de parques y jardines y campos deportivos.

Cuadro 15. Análisis de variables sobre los servicios públicos sobre los lugares de esparcimiento en el área analizada según la percepción de sus habitantes

Variable	Evaluación cualitativa
— Jardines públicos	Atención preventiva
— Parques públicos con actividades recreativas	Atención prioritaria
— Campos deportivos	Atención preventiva

Fuente: Elaboración propia con base en los indicadores de la Sector.

Como resultado de la evaluación final, de acuerdo con las 39 variables analizadas, e obtuvieron los siguientes resultados:

Cuadro 16. Evaluación final de las variables de sustentabilidad analizadas por los pobladores de Nuevo Corral del Risco y Emiliano Zapata

Evaluación	Situación	Relación
— Condiciones favorables	Condición favorable	15%
— Atención preventiva	Atención preventiva	36%
— Atención prioritaria	Atención prioritaria	49%

Fuente: Elaboración propia con base en los indicadores de la Sector.

Con condiciones favorables el 15%, con atención preventiva el 36% y con requerimiento de atención prioritaria el 49%, lo que significa que el destino, de acuerdo con la percepción de sus habitantes, no es un destino sustentable y requiere de parte de las autoridades y de la sociedad en general, atender los diferentes elementos a fin de evitar que el destino se siga deteriorando.

Finalmente y a manera de conclusión se puede señalar el área de Punta de Mita se ha transformado y que las poblaciones de Nuevo Corral del Risco y Emiliano Zapata, presentan una compleja problemática económica, social y ambiental, derivadas de las desigualdades y grandes deudas sociales, los que deben de superarse a fin de lograr un desarrollo equilibrado, que garantice su sustentabilidad.

Los grandes retos que presenta su problemática, derivadas en gran parte del desarrollo inmobiliario, son la implementación de un modelo que permita lograr el desarrollo equilibrado, tomando el cuenta la fragilidad de los ecosistemas y la necesidad de que el desarrollo llegue a todos los grupos sociales, esto significa, buscar un desarrollo que permita reducir las asimetrías sociales, representadas por la pobreza, el alto costo de la vida, la falta de educación, la carencia de empleos permanentes y bien remunerados, la inseguridad y el aumento de la drogadicción, el alcoholismo y la prostitución. Así como recuperar su atractivo, que ha perdido, por carecer de una fisonomía e identidad propia, la pérdida de las playas, el que no tenga nuevos atractivos, la captación de un creciente número de inmigrantes y el que se hayan convertido en poblaciones dormitorio de los trabajadores de la construcción.

Existe la necesidad de considerar, la dotación de infraestructura, tanto educativa como social, recreativa y de salud, así como el equipamiento en general, como un tema básico en la planeación del desarrollo, así como la creación de una normatividad pertinente y su aplicación por las autoridades y la claridad en las acciones que llevan a cabo los diferentes actores.

Bibliografía citada

- INEGI (2006). Estados Unidos Mexicanos, II Censo de Población y Vivienda 2005.
- OMT (1996). “Guía Práctica para el Desarrollo y Utilización de Indicadores de Sostenibilidad en Turismo”. Organización Mundial de Turismo. Madrid, España.
- CÉSAR Y ARNAIZ (2002). *Globalización, Turismo y Sustentabilidad*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-CUCosta.
- SECTUR (2000). “Política y Estrategia de Desarrollo Turístico Sustentable”, Documento en consulta. México: Sectur.

Publicaciones oficiales

- Diario Oficial de la Federación (1973), “Decreto por el que se reforma el artículo quinto del 10 de Noviembre de 1970, relativo a la expropiación de terrenos ejidales en los Municipios de Compostela, Nay. y Puerto Vallarta, Jal. Y crea un fideicomiso traslativo de dominio con el nombre de Bahía de Banderas, 09 de Enero de 1973, Poder Ejecutivo Federal.
- REAL, M. (1999). “Efectos de la aplicación de políticas de desarrollo turístico regional: la reubicación de una población pesquera. El caso del Corral del Risco, Nayarit, 1990-1998”, Tesis de Maestría, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, México D.F.
- Diario Oficial de la Federación (1970). “Decreto de expropiación en favor del Gobierno Federal la superficie ejidal del Municipio de Compostela, Nayarit de 4136 hectáreas y 1026 hectáreas del Municipio de Puerto Vallarta, Jalisco”, 10 de Noviembre de 1970. Poder Ejecutivo Federal.
- Gobierno del Estado de Nayarit (1994). “Programa Estatal de Turismo”, Coordinación Consultiva Estatal de Turismo.
- Gómez Reyes Roberto (1971). “Plan de Desarrollo Turístico Nayarit, complejo Costa Alegre”. Gobierno del Estado de Nayarit.
- Municipio de Bahía de Banderas, Nayarit (1993). “Convenio de reubicación que celebran las empresas Cantiles de Mita S.A. de C.V. y Puerto Mita S.A. de C.V. (Proyecto Costa Banderas), los beneficiarios del proyecto de reubicación, con el comité de solidaridad para la reubicación del asentamiento irregular “Corral del Risco”, “el Fideicomiso Bahía

- de Banderas”, y la delegación de la “Secretaría de Desarrollo Social en el Estado”, 17 de Junio de 1993. Atención preventiva
- Periódico Oficial (1989). “Decreto 7261 se crea un nuevo Municipio en la zona sur del territorio del actual Compostela, que se denominará Bahía de Banderas, quedando integrado en la base de la organización política y administrativa del Municipio libre en el Estado de Nayarit”, 13 de Diciembre de 1989, Gobierno del Estado de Nayarit.
- Periódico Oficial (1993). “Decreto 7667 Autorización del Plan Municipal de Desarrollo Urbano de Bahía de Banderas, Nayarit, así como los Planes de Desarrollo de 12 centros de población”, 21 de Agosto de 1993, Gobierno del Estado de Nayarit.
- Periódico Oficial (1999). “Decreto 8218 Autorización al Plan de Desarrollo Urbano de los Centros de Población de Higuera Blanca, Emiliano Zapata y Nuevo Corral del Risco, Municipio de Bahía de Banderas, Nayarit”, 25 de Agosto de 1999, Gobierno del Estado de Nayarit.
- Periódico Oficial (1999). “Decreto 8181 Ley de Asentamientos Humanos y Desarrollo Urbano para el Estado de Nayarit”, 19 de Mayo de 1999, Gobierno del Estado de Nayarit.
- Periódico Oficial (2002). “Decreto 8430 Aprobación del Plan de Desarrollo Urbano del Municipio de Bahía de Banderas, Nayarit”, 01 de Junio del 2002, Gobierno del Estado de Nayarit.
- Periódico Oficial (2002). “Decreto 8453 Autorización al Plan Parcial de Desarrollo Urbano Turístico denominado ‘Punta Mita’ del municipio de Bahía de Banderas, Nayarit”, 20 de Noviembre del 2002, Gobierno del Estado de Nayarit.
- Plan Estatal de Desarrollo Nayarit 2005-2011
- Plan de Desarrollo Urbano del Centro de población “Nuevo Corral del Risco”. 2008. No Publicado.

Páginas web

- www.bahiadebanderas.gob.mx
- www.itainayarit.gob.mx
- www.inegi.gob.mx
- www.nayarit.gob.mx
- www.secturturismo.gob.mx

www.sectur.gob.mx

www.turismonayarit.com

www.tunay.gob.mx

http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_231_programa_nacional_dehttp://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_8763_agenda_21_para_el_tu

IX. Los costos sociales del turismo en un municipio en transición

El caso de Bahía de Banderas, Nayarit

Luz Angélica Ceballos Chávez
Bertha Alicia Villaseñor Palacios
Carlos Rafael Rea Rodríguez

El turismo es uno de los modelos de desarrollo con mayor capacidad para transformar pueblos y culturas. Cualquier destino turístico, sea rural o urbano, que se localice en la costa, la montaña o el valle, reciba turismo nacional o extranjero, es vulnerable a profundas transformaciones no sólo en lo económico, sino también en lo físico y lo social.

Generalmente han sido los efectos económicos del turismo los que con mayor frecuencia se han descrito, ya que comparados con los impactos físicos y sociales, son más fáciles de medir; desde hace más de ocho décadas se tienen registros sobre los mismos y existe la creencia de que el turismo produce cuantiosas ganancias en periodos de tiempo cortos, lo que lo posiciona como una alternativa viable para solucionar problemas económicos (Santana, 1997).

Sin embargo, el desarrollo de la actividad turística viene acompañado de otros efectos también importantes, como son los sociales, que dependen de un conjunto de factores como el tipo y la tasa del crecimiento turístico, la proporción entre visitantes y residentes, las tendencias estacionales y la resistencia de la comunidad receptora (Jenkins, 1997) y tienden a reestructurar la sociedad (Prod'homme, 1985), por lo que su atención es necesaria.

Sostiene Krippendorf (1987) que los efectos sociales del turismo son tan significativos que su análisis debería anteceder a cualquier otro. Murphy (1985) afirma al respecto, que el sector turístico debe ver más allá de sus propios intereses y los de sus empleados y tomar en consideración los efectos sociales que causa sobre las localidades receptoras.

Generalmente estos efectos, a diferencia de los económicos, son negativos (Arnaiz, 1989) y dan lugar a cambios inmediatos y significativos en la calidad de vida (Santana, 1997), por lo que requieren estrategias de gestión

para contenerlos y atenuarlos, ya que de no tomarse las medidas necesarias, la población de las localidades receptoras puede llegar a asumir actitudes hostiles hacia el turismo y los turistas y generar un ambiente donde estos últimos perciban el rechazo y se deteriore la imagen del destino, con la consiguiente reducción de los beneficios económicos.

El presente ensayo aborda algunas reflexiones en torno a los impactos sociales del turismo en el municipio de Bahía de Banderas, identificados durante la realización del proyecto de investigación “Sociedad y religión en un municipio en transición. El caso de Bahía de Banderas”, en el marco del Programa de Doctorado en Ciencias para el Desarrollo Sustentable, del Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara.

Para el levantamiento de los datos, se utilizaron técnicas cualitativas como la entrevista personal a profundidad, que permitió precisar conceptos y obtener una gran cantidad de información sobre el tema y la observación participante, mediante la cual fue posible explorar ambientes, contextos, subculturas y la mayoría de los aspectos de la vida social (Grinell, 1997). Asimismo, técnicas cuantitativas como la encuesta, que ayudó a recopilar información sobre una parte de la población, con el propósito de identificar y conocer la magnitud de los problemas que se conocían en forma parcial o imprecisa (Rojas, 1981).

El turismo. ¿Empleo, riqueza y bienestar social?

Durante la década de 1960, el turismo, un fenómeno masivo de grandes consecuencias económicas, sociales, culturales y ambientales (César y Arnaiz, 2002), considerado como el mayor movimiento pacífico de personas (Greenwood, 1972), era visualizado como la panacea a todos los problemas del mundo en vías de desarrollo; en ese sentido, organizaciones y organismos internacionales —como la Organización de las Naciones Unidas y el Banco Mundial— orientaron gran parte de sus esfuerzos a persuadir a los países con economías emergentes, sobre las bondades de potenciar esta relativamente joven actividad. Como resultado de ello, muchos países pobres impulsaron el turismo sin la realización de los estudios necesarios que garantizaran su viabilidad (Jurdao, 1992).

Se creía que el nuevo modelo mundial en expansión, generaba empleo y riqueza, brindaba la posibilidad de comunicación entre culturas aun distantes geográficamente, propiciaba la conservación de las bellezas naturales y conducía por consiguiente, a cambios sociales positivos (Jurdao, 1992: 18). No obstante, diez años más tarde, la falacia de esta ideología quedó al descubierto, cuando economistas, sociólogos y antropólogos, denunciaron los indeseables efectos de un desarrollo turístico sin planificación ni control en los países pobres.

Actualmente el estudio de la actividad turística en diversas regiones del mundo, ha mostrado que dicha ideología aún se mantiene en un gran número de países del orbe, incluyendo México. En Bahía de Banderas, Nayarit, un municipio donde la actividad turística empezó a desarrollarse a partir de 1970, con la creación del Fideicomiso del mismo nombre, el turismo ha generado una gran cantidad de empleos, sobre todo, en la industria de la construcción, pero con salarios muy por debajo del índice inflacionario existente. Los únicos que se han enriquecido con las cuantiosas inversiones en la región, son los desarrolladores, quienes con extraordinaria rapidez han recuperado sus capitales y obtenido grandes ganancias.

Por otra parte, debido a la inexistencia de una adecuada planificación y control de la actividad turística, existen graves problemas sociales que demandan la atención de gestores públicos e inversionistas, así como de la sociedad en su conjunto, por el impacto de los mismos en la calidad de vida de la población residente y el futuro a mediano plazo, de dicha actividad.

Desde los tres órdenes de gobierno, se promueve a la Riviera Nayarit, donde se encuentra Bahía de Banderas, como la tierra de las oportunidades para los nayaritas y al turismo como la actividad económica que permitirá resolver en el destino, el problema del desempleo y los ingresos, agudizados durante los últimos meses por la profunda crisis global que a todos afecta.

Se intenta con ello, persuadir a la población de que es afortunada porque extranjeros del primer mundo han escogido sus playas, sus montañas y sus pueblos para disfrutar los días de ocio, establecer en la región una segunda residencia o invertir y generar los empleos que la población demanda.

El Estado difunde, a través de los diferentes medios de comunicación, que otorga autorización únicamente a aquellos proyectos que no afectan el paisaje ni los recursos naturales y que los inversionistas coadyuvan de manera

importante en la consecución del desarrollo no sólo mediante la generación de un gran número de empleos, sino también por la canalización de una importante cantidad de recursos para el mantenimiento de escuelas, parques, plazas y calles de las localidades, sin mencionar que con ello, estos nuevos actores han adquirido un papel preponderante en la toma de decisiones, con el consiguiente desplazamiento en este ámbito, de la población receptora.

Este discurso ha despertado incluso en los pobladores de otros municipios turísticos de la Entidad, el deseo de que los turistas lleguen también a sus localidades y con ello puedan salir de la pobreza. Han creído lo que escuchan porque desconocen lo que realmente sucede en las comunidades de Bahía de Banderas, donde los efectos negativos de la actividad no han sido previstos. Anhelan en ese sentido, transitar a la mayor brevedad posible, hacia la ansiada modernidad que les promete la llegada del turismo, aunque ello implique el abandono de actividades que han sido factor de identidad y cohesión comunitaria, reciban gente extraña a su idiosincrasia y cultura y adopten otras costumbres y valores.

Piensan que el anhelado futuro se encuentra en el turismo y que éste es sinónimo de bienestar, pero nada más erróneo cuando su desarrollo se ha dejado en manos del mercado. En Bahía de Banderas se crea la infraestructura que demandan los nuevos proyectos, lo cual genera empleos, pero esto no se traduce para la población nativa y la migrante que se traslada del interior de la entidad y otros estados de la República para vender su fuerza de trabajo, en mejores condiciones de vida.

La segregación a la periferia de la población nativa, que ha vendido su tierra y tiene que alquilarse como servidumbre de los extranjeros, así como las colonias marginales para migrantes, carentes de servicios básicos y donde se vive en el hacinamiento y la insalubridad, nos muestran la diferencia entre ser extranjero con dinero y ser un habitante común de las localidades turísticas, que necesita trabajar en ocasiones hasta por más de doce horas diarias, para la manutención de su familia.

Bahía de Banderas, al igual que muchos otros destinos turísticos en el mundo, constituye un ejemplo de la devastación social que el turismo puede propiciar cuando los impactos indeseables de esta actividad no son considerados en la planificación del desarrollo, lo cual nos lleva a ineludibles reflexiones. ¿Cómo concientizar a los gestores públicos sobre la necesidad

de recuperar las localidades? ¿Será posible modificar el modelo de desarrollo turístico? ¿Hasta cuándo se instrumentarán medidas efectivas orientadas a revertir al menos en cierta medida, la afectación de la vida comunitaria? ¿Es el desarrollo sustentable una alternativa viable en la región?

Los impactos sociales del turismo en Bahía de Banderas

Bahía de Banderas, el municipio más joven de Nayarit (fue creado en 1989), se encuentra situado al sur-oeste de la entidad y 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. Cuenta con una superficie de 77,334 hectáreas, se ubica entre las coordenadas 21° 32' de longitud oeste, en el extremo sur-oriental del Golfo de California y se localiza en la bahía del mismo nombre, considerada de singular belleza.

Debido al desarrollo de la actividad turística, a partir de la década de los ochenta vive un importante proceso de transformación, donde la otrora sociedad agraria existente, está siendo sustituida por una nueva sociedad urbana, plural y diversificada (César y Arnaiz, 2006).

Dichos cambios están estrechamente relacionados con el incremento geométrico de la población, propiciado por los flujos migratorios de otros municipios del estado (El Nayar, Santiago Ixcuintla, Tepic) y de diferentes partes de la República (Chiapas, Oaxaca, Guerrero, Michoacán, Jalisco, México y Veracruz) que tienen como destino el municipio, por la gran cantidad de empleos que genera la industria de la construcción y atraen a campesinos sin tierra que desean huir de la miseria y la marginación.

Tenemos así que del año 2000 al 2005, el número de personas que vivía en el municipio se incrementó de 59,808, equivalente al 6.5% del total que habitaba en la entidad, a 83,739, que corresponde al 8.81%. Asimismo, de 144 localidades existentes ahora se cuenta con 155.

El turismo ha sido en Bahía de Banderas un poderoso agente de cambio que ha modificado la personalidad social e individual de las localidades, debido a los impactos de la actividad. Si bien es cierto que las nuevas fuentes de empleo han retenido a los jóvenes en sus localidades y ayudado al

ingreso de las mujeres al ámbito laboral (lo que le da cierto grado de independencia ante su marido e hijos), los empleos son mal remunerados debido a la baja cualificación de la población, son a tiempo parcial (estacionales), o bien, temporalmente inestables y de carácter cíclico.

Aunado a ello, se han soslayado los impactos sociales del turismo, que han afectado la situación, condición y calidad de vida de la población anfitriona (Muñiz Picardo, 1993) y generalmente son influidos por factores económicos y ambientales (OMT, 1995).

Los impactos sociales del desarrollo de la actividad turística en Bahía de Banderas, se han reflejado en la estructura de la sociedad, el entramado social, la naturaleza de las relaciones interpersonales, la organización social, el ritmo de la vida social, la división del tiempo entre el trabajo y el ocio y su incidencia en la familia, la inmigración, la división del trabajo, la estratificación, la movilidad social y la distribución del poder.

Las localidades de estudio:

Lo de Marcos, San Francisco y Sayulita

Debido al desarrollo de la actividad turística y los profundos cambios que por este motivo se observan en la dinámica comunitaria, fueron seleccionadas para su estudio las localidades de Lo de Marcos, San Francisco y Sayulita, ubicadas en la zona costera de Bahía de Banderas y donde el sector terciario domina la actividad económica.

En dichas localidades, aunque el turismo ha sido fuente de ingresos, sostienen Noronha (1977), De Kadt (1991) y Cohen (1983), pues ha incorporado a un gran número de mujeres a la población económicamente activa, mejorado la infraestructura, los servicios y urbanizado las localidades (Mc Kean, 1976), no todos los efectos han sido positivos.

Al igual que en otras regiones del país y del mundo, el turismo ha generado inflación, lo cual no sólo aleja a los turistas, sino que afecta a la misma población, como lo plantean César y Arnaiz (2002). Este proceso inflacionario se ha vinculado con la especulación del suelo que ha expulsado a los habitantes de sus pueblos y los ha confinado a las periferias, al mismo tiempo que elimina otras alternativas productivas como la agricultura.

Según la encuesta aplicada, las personas se emplean fundamentalmente en la construcción, como empleados en los servicios turísticos, la administración y limpieza de residencias de extranjeros y se dedican al comercio y los oficios, pero no todos gozan de prestaciones. El 56.6% de los entrevistados ganan menos de 4 500 pesos al mes, no tienen prestación alguna en su trabajo y sólo el 18% es beneficiario de servicios médicos, vacaciones y prima vacacional.

Por otra parte, de acuerdo con los planteamientos de Cohen, las comunidades locales cada vez se involucran más en los sistemas internacionales con la correspondiente pérdida de autonomía local. En Lo de Marcos, San Francisco y Sayulita, se observan inversiones extranjeras que desde los insumos hasta las políticas de oferta de servicio están determinadas por el exterior. En ese sentido, el bienestar de la comunidad, llega a depender de factores externos sobre los que no tiene control alguno (Greenwood, 1972).

La información recabada durante la investigación, coincide en cuanto a las relaciones interpersonales, con los planteamientos de Andronicou (1979), según los cuales el turismo conduce a la pérdida de solidaridades y paralelamente al incremento del individualismo, así como al surgimiento de estrés y conflictos.

Los pobladores de Lo de Marcos, San Francisco y Sayulita, refieren en las entrevistas, nostalgia de las relaciones sociales existentes antes de la llegada de los turistas, la pérdida de la capacidad para disfrutar la compañía de los otros, compartir lo que se tenía y el trabajar juntos por objetivos comunes. Ahora, a la mayoría de las personas no les importa el bienestar de los demás, sino únicamente el beneficio propio, en ese sentido nadie espera algo del otro. Aunado a ello, se vive con la incertidumbre y angustia de no tener el control sobre su propia vida ni la de los hijos, cuyos patrones de conducta han cambiado significativamente.

Respecto a la división del trabajo, los resultados de la investigación son similares a los obtenidos por Boissevain (1979) y Swain (1995) quienes sostienen que el turismo afecta fundamentalmente al sector femenino, ya que la creación de nuevos empleos proporciona trabajo a las mujeres en los hoteles y la oferta de servicios turísticos, pero también en la prostitución, lo cual incide en la división del trabajo y la estructura familiar (Noronha, 1977).

En la región de estudio, las mujeres tienen más oportunidades de empleo, pero también la posibilidad de dedicarse al comercio sexual que es demandado por los turistas. Es posible también, que debido a la independencia económica que les da el contar con un empleo, el grado de infidelidad en que incurren las mujeres es alto, lo cual ha conducido a violencia intrafamiliar y divorcios.

Se da también en las localidades, un proceso de estratificación en el que la población nativa se encuentra al final de la pirámide, según lo argumentan De Kadt (1991) y César y Arnaiz (2002). El dinero se ha convertido en criterio de estratificación, de tal forma que en la punta de la pirámide se encuentran los inversionistas, luego los extranjeros ricos, posteriormente la población nativa con tierra, más bajo los nativos sin tierra y por último los migrantes, quienes son considerados personas no gratas y por lo tanto padecen discriminación incluyendo los hijos pequeños.

Estos últimos se encuentran en una situación de extrema vulnerabilidad, ya que las comunidades nunca les llegan a considerar como miembros de las mismas (el 78% de los entrevistados considera que su llegada no beneficia a las localidades destino). Si bien es cierto muchos de ellos se dedican a trabajar para ganar unos cuantos pesos, no pocos optan por delinquir lo cual refuerza en los nativos, la percepción que no deben establecer con ello una relación de iguales, ni en el plano personal ni en el comunitario.

Incluso no son considerados por el gobierno municipal en la instrumentación de sus programas sociales ni se crean estrategias para incorporarlos a las tareas comunitarias. No se les invita a participar y tampoco son sujetos de beneficios que el gobierno federal otorga a las localidades.

Por otra parte, la relación que en las localidades de estudio se ha establecido entre turistas y población anfitriona, coincide con la caracterización que Sutton hace de la relación turista-receptor, a la que define como una serie de encuentros entre turistas que buscan diversión y los receptores que tienen la función de servirlos (Sutton, 1967). En Lo de Marcos, San Francisco y Sayulita, la población nativa se ha convertido en servidumbre de los turistas extranjeros, ya que al vender sus tierras, lo único que les queda por ofrecer es su fuerza de trabajo.

Es importante mencionar al respecto, que en las localidades referidas, la relación turista-anfitrión, conforme a lo planteado por la (UNESCO, 1976:

82), se sustenta en una experiencia desigual y desequilibrada, ya que la población nativa se siente inferior ante turistas extranjeros que compran sus tierras, construyen residencias, son dueños de negocios, viven en áreas privilegiadas de las localidades (por sus paisajes e infraestructura), se relacionan sin intermediarios con las autoridades locales y son sus empleadores.

La percepción de la población local en torno al desarrollo turístico, señalan Doxey (1975), Butler (1980), Getz (1983) y Allen (1988), está directamente relacionada con el grado de desarrollo turístico. Plantean estos autores, que con niveles de desarrollo bajo y moderado, como es el caso de las localidades de estudio, el turismo es percibido como sumamente beneficioso para las comunidades receptoras pero en la medida que el desarrollo aumenta, la percepción de los residentes tiende a descender. En Bahía de Banderas la población considera que el turismo trae muchos beneficios, aunque hay cierta conciencia de los impactos negativos. Sin embargo, no se llega todavía a una actitud de irritación hacia los turistas.

Según el modelo de análisis de los procesos de interacción turista-residente, elaborado por Butler en 1974, las actitudes de los residentes pueden ser favorables o desfavorables y sus comportamientos activos o pasivos. A partir de esta tipología, las localidades de Bahía de Banderas se ubican en la de una actitud favorable con apoyo agresivo al turismo.

Aunque son identificados por la población los efectos indeseables de la actividad turística, se sigue viendo a ésta como una gran oportunidad de mejorar sus condiciones de vida. Muy probablemente esta percepción de la actividad haya incidido en las altas calificaciones que otorgaron a las autoridades y servidores públicos (Gobernador del Estado, Presidente Municipal, Presidenta del Sistema DIF Municipal y Director de COPLADEMÚN), quienes les han prometido la promoción permanente de sus localidades como destinos turísticos en el ámbito internacional, pese a que consideran no han atendido los graves problemas que las aquejan.

Las opiniones recabadas coinciden también con la perspectiva teórica que se fundamenta en el balance de las representaciones sociales (social exchange theory), según la cual las reacciones de los residentes hacia el turismo dependerá de la forma en que se presente el estado de cuentas de costos y beneficios, en relación con los efectos del turismo experimentados por la población nativa.

La hipótesis del modelo afirma que se da una actitud positiva cuando los beneficios percibidos en oposición a los costos, son satisfactorios o están equilibrados. En Bahía de Banderas, según lo expresado por las personas entrevistadas, los beneficios personales pesan más que los costos, ya que consideran que el turismo es su futuro y la panacea para resolver todos los problemas de sus comunidades.

Otro de los efectos sociales observados es el efecto demostración (*demonstration effect*), mediante el cual la población receptora se siente atraída por el comportamiento y modas de consumo de los turistas. En la región de estudio, la población ha modificado sus actitudes, comportamientos y valores, a través de la observación y contacto con los turistas, generalmente extranjeros provenientes de Estados Unidos, Canadá, Alemania, Venezuela, Colombia, Argentina y Chile, lo que coincide con lo planteado por Jenkins (1982) quien como resultado de sus investigaciones ha sostenido que cuando en la actividad turística hay un desequilibrio entre turistas y locales, la influida es la población receptora y no los turistas.

Los más vulnerables al efecto demostración, son los jóvenes (Murphy, 1985), ya que con relativa facilidad adoptan la cultura de los turistas. Con el turismo se han adoptado por los jóvenes de la región, patrones de comportamiento distintos a los de la generación de sus padres, en función del nuevo modelo presentado por el turismo. Muestran un rechazo a la sociedad tradicional y adoptan nuevos patrones de conducta mucho más permisivos, que les generan conflictos con los padres y han modificado el orden social de las comunidades.

Por otra parte, también se ha dado un cambio importante en la conducta moral de los pobladores. Aunque no pueden adjudicarse totalmente al desarrollo de la actividad turística, graves problemas como la drogadicción, el alcoholismo, la delincuencia, prostitución, violencia intrafamiliar, abuso de infantes y embarazos a edades tempranas, sí ha tenido que ver el turismo, con que dichos problemas se hayan agravado. En Bahía de Banderas, las adicciones, los homicidios a la luz del día por inmigrantes y púberes de las localidades, así como actos violentos contra los extranjeros, es una muestra de que no es exagerado hablar de efectos sociales cuya atención es urgente.

Además, con el turismo la vida en las localidades se ha transformado vertiginosamente. Las localidades eminentemente rurales de Bahía de Ban-

deras se han urbanizado, cuentan con un gran número de negocios que ofrecen servicios a los turistas a través de distintos giros comerciales y se ha dado un crecimiento importante de la inmigración propiciada por los empleos que se ofertan en la industria de la construcción y los servicios.

Sin embargo, no existe en la región, una inversión en servicios sociales proporcional al crecimiento económico que se ha dado. La inversión pública que los tres órdenes de gobierno han hecho en materia de educación, salud y servicios para la población, no es suficiente si se considera que son localidades con una creciente población debido a los procesos migratorios. La afluencia de emigrantes da lugar a asentamientos irregulares que ejercen presión sobre la prestación de servicios, mismos que no son proporcionados adecuadamente.

En cuanto al acceso a los nuevos puestos de trabajo, se observa discriminación hacia la población nativa, ya que la industria turística contrata para las labores de mayor responsabilidad y con los mejores sueldos, a profesionales que movilizan de otros lugares, mientras que la población nativa, poco cualificada debido a los bajos niveles educativos existentes en el municipio, es contratada con bajos salarios.

En Bahía de Banderas la mayoría de las personas tiene cursada únicamente la primaria y en menor medida la secundaria. Destaca que el 21.6% de las personas encuestadas reveló que no sabía leer ni escribir y el mismo porcentaje, que únicamente había cursado la primaria. Sólo el 5% mencionó que contaba con estudios de licenciatura.

No se cuenta además, con instituciones educativas de nivel medio superior y superior, por lo que los jóvenes, si desean continuar su educación formal, tienen que trasladarse a otras localidades del municipio, donde se encuentran la Universidad Tecnológica y el Instituto Tecnológico del Mar, o bien, a la ciudad de Puerto Vallarta que alberga al Centro Universitario de la Costa, de la Universidad de Guadalajara, lo que implica para las familias, una erogación económica que por sus ingresos les es difícil sufragar.

Un factor adicional que sin duda ha incidido en esta decisión, ha sido el que la mayoría de los profesores no muestran interés alguno en establecer con los padres de familia, una relación que favorezca los procesos de enseñanza-aprendizaje. Varios profesores son originarios de otros municipios y sólo esperan la oportunidad de que les sea concedido un cambio de adscripción para irse de las localidades.

Por otra parte, en materia de salud se tienen rezagos importantes. Los servicios con los que se cuenta en las localidades son muy limitados, ya que las clínicas de salubridad existentes en Lo de Marcos, San Francisco y Sayulita, sólo atienden enfermedades no graves. Las personas necesitan trasladarse a San Francisco para ser diagnosticadas por especialistas cuando la enfermedad así lo amerita.

Sin embargo, pese a que el Hospital General de San Francisco atiende tanto a personas de la región como del estado de Jalisco, los recursos canalizados al mismo son exiguos. Hasta hace unos cuantos meses —que se realizó la ampliación del hospital, éste contaba con la misma infraestructura de hace tres décadas cuando se construyó, un cupo para 25 personas, con seis camas de ginecología y seis de cirugía y una distribución de pacientes por sexo, pero manteniendo separado a pediatría. Además, el personal médico ha sido insuficiente para la atención de la demanda en salud y permanentemente hay desabasto de medicamentos.

Han aparecido también casos de lepra (la cual requiere de condiciones de pobreza para adquirirse y expandirse: mala calidad del agua, deplorables condiciones de salud e higiene y desnutrición) que no han sido debidamente atendidos, ya que a los pacientes les han sido suspendidos los medicamentos.

Destaca en este rubro, que sólo el 23.5% tiene acceso a servicios médicos, lo cual muestra la situación de desprotección en que se encuentran las comunidades ante enfermedades y accidentes que pueden requerir incluso, atención hospitalaria.

La información recabada coincide además con los planteamientos de César y Arnaiz (1987), quienes argumentan que existe una relación entre el desarrollo del turismo y el incremento de nuevos movimientos religiosos, ya que en las regiones turísticas se suscitan profundos cambios que conducen a condiciones de anomia en su población, por la pérdida de valores y referentes de significado y sentido de vida.

Se observa en Bahía de Banderas, una tendencia al incremento de las adhesiones hacia los nuevos movimientos religiosos, fenómeno que también se presenta en el resto del país y del mundo, lo que contradice lo pronosticado por la teoría de la secularización, según la cual la religión tendería a desaparecer, o bien, quedaría relegada al ámbito de lo privado (Bastián, 2004).

Por otra parte, las orientaciones doctrinarias de los distintos movimientos existentes (testigos de Jehová, bautistas, pentecostales, interdenominacionales y católicos), limitan una participación comprometida de los miembros, en la solución de los problemas sociales. Convencidos de que es más importante predicar que hacer trabajo comunitario a través de la asociación, la gestión y la demanda, los grupos religiosos se mantienen hasta cierto punto ajenos a las comunidades, limitando sus procesos de interacción a las acciones de proselitismo orientadas a la adhesión de nuevos miembros.

Por último es importante mencionar que para el habitante de Bahía de Banderas el turismo no ha constituido una posibilidad de comunicación cultural, ya que es inexistente una relación enriquecedora entre turistas-población nativa. Para la población anfitriona el turista sólo constituye una fuente de ingreso y para el turista mano de obra barata que le hará grata su estancia en el destino turístico.

Conclusiones

Generalmente se acusa al turismo de propiciar vertiginosas y profundas transformaciones en las sociedades de las localidades destino. Aunque por lo regular esta actividad es impuesta por factores externos en función de imperativos económicos, los efectos sociales que la actividad en sí misma conlleva, se han venido incrementando a partir del presente siglo en complejidad y contradicción (Santana, 2006).

Con el desarrollo de la actividad turística, Bahía de Banderas se ha transformado en un destino turístico internacional cuya población se ha beneficiado con un mayor número de empleos; pero también está padeciendo los efectos sociales negativos de la actividad, debido a que no fueron previstos mediante una planeación efectiva de la misma.

El turismo como agente de cambio puede mejorar el nivel de vida de las poblaciones receptoras a través del empleo y las actividades empresariales generadas alrededor del mismo. Para ello es necesaria la instrumentación de estrategias de gestión que contengan y atenúen los efectos negativos de la actividad turística, de tal forma que las localidades receptoras no asuman una actitud hostil hacia ésta y los turistas, que esperan del destino una

atención de acuerdo con las expectativas que los tours operadores les han generado.

Para las regiones turísticas es de fundamental importancia optimizar el desarrollo de la actividad, fomentando los efectos positivos y minimizando los negativos. La problemática de las localidades de Lo de Marcos, San Francisco y Sayulita que mostró el estudio, evidencia la necesidad de una adecuada planificación de la actividad turística, que incluya la participación responsable y comprometida de la ciudadanía. La población debe opinar sobre las propuestas de desarrollo y participar en su ejecución.

Tratar de lograr este compromiso, implica la voluntad de mantener desde la gestión pública, canales permanentes de comunicación, para que las comunidades estén debidamente informadas respecto a los beneficios potenciales de la actividad y las posibilidades que deben tener todos, de participar en el sector y que de esta forma el turismo se convierta en una iniciativa de desarrollo.

Existen regiones de países capitalistas centrales en los que se desarrollan satisfactoriamente modelos de turismo de excelencia, controlados y con impactos mínimos en la población y el entorno (César y Arnaiz, 2007). Es necesario pensar que no existen imposibles.

Según la Organización de las Naciones Unidas, la sustentabilidad es un planteamiento viable que debe ser considerado para enfrentar el futuro con una mayor certidumbre y, la participación de la sociedad civil en este escenario de búsqueda, no debe descartarse al igual que la planeación estratégica.

Plantear en la actualidad el desarrollo del turismo dentro del paradigma de la sustentabilidad es sumamente necesario, ya que esta compleja actividad ha dejado de ser un complemento de las economías, para erigirse en uno de los modelos más importantes del planeta y en muchos casos, el único modelo que tienen muchos países en su proceso de adecuación a la economía mundial dominada por los servicios (César y Arnaiz, 2002).

En países emergentes como el nuestro, el turismo se ha constituido en una de las opciones de desarrollo, pues ha demostrado la capacidad de transformar y asumir la función de locomotora de un país o región. Debido a que en las regiones turísticas, casi la totalidad de los impactos sociales son negativos, no debe postergarse la búsqueda de la sustentabilidad.

Bibliografía

- ALLEN, R.P. Long, R. Perdue and S. Kieselbach (1988). *The impact of Tourism Development on Residents' Perceptions of Community Life*. Journal of Travel Research.
- ANDRONICOU, A. (1979). "El turismo en Chipre", en De Kadt, E. (comp.), *Turismo: ¿pasaporte al desarrollo?* Madrid: Endimiión.
- ARNAIZ BURNE, Stella Maris (1989). *Análisis de los principales aportes teóricos al estudio del turismo*. Cancún: Universidad de Quintana Roo.
- BASTIAN, Jean-Pierre (coord.) (2004). *La modernidad religiosa: Europa Latina y América Latina en perspectiva comparada*. México: Fondo de Cultura Económica.
- BOISSEVAIN, J. (ed.) (1979). *Coping with tourists: European reactions to mass tourism*. Providence: Berghahn.
- BUTLER, R. (1975). *Tourism as an agent of social change. Tourism as a factor in Nacional and regional development*. Ocassional Paper 4 Dep.of Geography. Trent University.
- Censo General de Población y Vivienda 2000. INEGI. México.
- CÉSAR DACHARY, Alfredo y Stella Maris Arnaiz Burne (1987). *Estudio explorativo de la religión en el Estado de Quintana Roo*. Cancún: Universidad de Quintana Roo.
- (2002). *Globalización, Turismo y Sustentabilidad*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- (2006). *Territorio y Turismo*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- (2007). "El turismo: ¿desarrollo o crecimiento? El caso de Cancún", en Primer Simposio sobre Turismo y Desarrollo. Mar de Plata.
- COHEN, E. (1983). *Hill tribe tourism*. Oxford: Univ. Press.
- Conteo de Población y Vivienda 2005. INEGI. México.
- DE KADT, Emmanuel (1991). *Turismo ¿pasaporte al desarrollo?* Madrid: Endimiión.
- DOXEY, G.V. (1975). *Leisure tourism and Canada' Aging population tourism in Canada: Selected issues an options*. P.E. Murphy ed. Geographical Series. Victoria: University of Victoria.
- GETZ, D. (1983). *Planning for tourism business districts*. Annals of Tourism Research.

- GREENWOOD, D.J. (1972). *Tourism as an agent of change. A spanish basque Case*. Ethnonoly.
- GRINELL, R.M. (1997). *Social work research and evaluation: quantitative and qualitative approaches*. (5a. ed.). Illinois: Itasca.
- JENKINS, C. and Henry, B. (1982). "Government involvement in Tourism in Developing countries". *Annals of Tourism Research*.
- JURDAO ARRONES, Francisco (comp.) (1992). *Los mitos del turismo*. Madrid: Endimión.
- KRIPPENDORF, J. (1987). *The holiday makers. Understanding the impact of leisure and travel*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- MATHIESON, A. y Wall, G. (1990). *Turismo: Repercusiones económicas, físicas y sociales*. México: Trillas.
- MC KEAN, Ph. F. (1976). "Tourism, culture, change and culture conservation in Bali", en Banks, D.J. (ed.). *Changing identities in Modern S.E. Asia and World anthropology*. La Haya: Mounon.
- MUÑIZ PICARDO, A. (1993). *Evaluación del impacto social*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Costa Rica/ Humanitas.
- MURPHY, P.E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. London: Routledge.
- NORONHA, R. (1977). *Social and cultural dimensions of tourism: a review of the literatura in english*. Washington: World Bank.
- Plan de Desarrollo Municipal de Bahía de Banderas (1990).
- PROD' HOMME, J.P. (1985). "¿Turismo tentador, turismo destructor? Algunos aspectos sociológicos de los aspectos del turismo sobre el desarrollo", en vv. AA., *El turismo en Canarias*. La Laguna: Universidad de La Laguna.
- REYNOSO Y VALLE, A. y P. de Regt, J. (1991). "Problemas iniciales: desarrollo turístico planificado en Ixtapa-Zihuatanejo", en De Kadt, E. (comp.), *Turismo: ¿pasaporte al desarrollo?* Madrid: Endimión.
- ROJAS SORIANO, R. (1981). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- SANTANA, Agustín (2006). *Antropología y Turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona: Ariel.
- SHARPLEY, R. (1994). *Tourism, tourists and society*. ELM. Huntingdon.
- SUTTON, W.A. (1967). "Travel and understanding. Notes on the social structure of touring", en *Internacional Journal of Comparative Sociology*.
- SWAIN, M.B. (1995). *Gender in Tourism*. *Annals of Tourism Research*.

X. La insostenibilidad del turismo residencial

Bertha Alicia Villaseñor Palacios
Luz Angélica Ceballos Chávez

El proceso de globalización actual, ha dado lugar a profundas transformaciones en los estilos de vida de los ciudadanos del mundo, lo cual ha generado nuevas necesidades de esparcimiento, movilidad y posesión de bienes fuera de la geografía de sus lugares de origen y vivencia cotidiana.

Este fenómeno se encuentra estrechamente relacionado con los intensos procesos de urbanización que se tienen en las grandes ciudades, la flexibilización de la jornada laboral y los importantes avances tecnológicos que durante las últimas décadas se han venido dando. Los ciudadanos del mundo desarrollado (sobre todo en su etapa jubilatoria) buscan nuevas alternativas —como la inversión en bienes inmuebles— para desplazarse en periodos vacacionales y días no laborables, a destinos turísticos donde no únicamente pueden disfrutar de una segunda residencia de su propiedad en lugares con bellos paisajes, sino también que la misma les reditúe un beneficio económico (exento del pago de impuestos) por la renta de la misma, a familiares, amigos o personas conocidas dispuestas a pagar por una estancia agradable.

El turismo residencial, que puede definirse como aquel por el cual las personas acuden a un destino o una localidad que no es forzosamente turística per se, donde tienen la posesión por compra, renta o préstamo de un inmueble en el cual pernoctan y realizan actividades de ocio o esparcimiento (Hiernaux, 2005: 4), surge a finales de la década de los setenta en la Europa mediterránea, asociado a las condiciones de bienestar de los países que conforman dicho continente (Aledo *et al.*, 2007).

La confluencia en determinados puntos geográficos del planeta, de recursos naturales, climas cálidos, playas, una cultura atractiva por su gastronomía, tradiciones, costumbres, rituales y fiestas, es sumamente atractiva

para personas que viven en bonanza económica producto del Estado de bienestar.

Durante los últimos años se ha dado un crecimiento importante de esta actividad, debido a la movilidad de las personas en el proceso de globalización (Urry, 2000) y el desarrollo tecnológico. Sin embargo, sus efectos en las economías, las sociedades locales y el paisaje humano y físico (que generalmente evidencia una importante mutación) han sido motivo de estudio y análisis.

En el presente documento se abordan resultados parciales del proyecto de investigación “Sayulita un pueblo turístico. Experiencia de transición en el municipio de Bahía de Banderas, Nayarit (1989-2008)” realizado en la localidad de Sayulita, municipio de Bahía de Banderas (de 2007 a la fecha), mismos que permitieron identificar las características del turismo residencial en el poblado y analizar los impactos que éste genera en la economía, la sociedad y el medio ambiente.

Sayulita, un pequeño pueblo turístico

Sayulita, una pequeña localidad de apenas 2,318 habitantes en el 2005, según INEGI, ubicada en la costa oeste de México, a tan sólo 35 minutos al norte del Aeropuerto Internacional de Puerto Vallarta, se distingue de otros poblados aledaños por poseer vastos relieves, altas olas idóneas para el surfing y bellos paisajes.

En la década de los sesenta del siglo pasado, fue construida la primera vivienda frente a la playa, la cual se usó por la dueña, su familia y sus amigos (una artista plástica de Guadalajara) como segunda residencia durante los fines de semana y periodos vacacionales. Dicha propiedad la heredó de su padre, un general revolucionario que recibió el terreno de 270 metros cuadrados, como pago por los servicios prestados en la revolución.

Destaca el texto contenido en un pendón colocado a la entrada de la propiedad que muestra la negativa de la dueña a vender.



Primera casa en la playa

A partir del despegue de la actividad turística, que data de la década de los noventa, su población se ha incrementado notablemente debido fundamentalmente a dos factores: los flujos migratorios provenientes de otros municipios de la entidad y diversos estados de la República como Chiapas, Guerrero, Oaxaca y Jalisco (quienes llegan a la localidad a emplearse fundamentalmente en la industria de la construcción), de algunos países latinoamericanos y los que se dan de otros países del mundo como Estados Unidos y Canadá. En el siguiente cuadro se muestra la evolución de la población de la localidad a partir de 1910.

Cuadro 1. Sayulita. Población total según su categoría (1910-2005)

Año	1910	1920	1930	1940	1950	1960
Categoría	Rancho hacienda	Rancho hacienda	Rancho hacienda	Ejido	Ejido	Ejido
Población	30	127	341	316	211	391

continuación...

Año	1970	1980	1990	2000	2005
Categoría	Ejido	Ejido	Indefinido	Indefinido	Indefinido
Población	861	994	1,135	1,675	2,318

Fuente: INEGI 2005. Cuadro de elaboración propia.

La llegada de los primeros extranjeros

A fines de la década de los sesenta arribaron a Sayulita los primeros extranjeros (aficionados al beisbol, el futbol y el surf) quienes fueron bien recibidos, sobre todo, por los varones de la comunidad, que consideraban una deferencia el que personas provenientes de otros países escogieran Sayulita para construir y vivir en la localidad por temporadas. Éstos convivían además con los hippies, quienes trataban de romper con los patrones tradicionales, acercarse a la naturaleza y la población residente. Eran grupos desertores del estrés (César, 2007) que mostraron a la localidad un mundo que por su aislamiento desconocían.

A través de los extranjeros, en Sayulita se conocieron otras culturas y por consiguiente paulatinamente se vivió un proceso de aculturación que modificó los valores, tradiciones y costumbres comunitarias. Los nuevos visitantes propiciaron además que otros extranjeros —sobre todo norteamericanos y canadienses— escogieran Sayulita para vacacionar o adquirir una segunda residencia.

El poblado en los años noventa

Sayulita era en los años noventa un pueblo virgen, con vegetación abundante rodeado de pequeñas montañas (donde hoy se han construido las segundas residencias de los extranjeros, áreas cerradas que pueden considerarse exclusivas). Y polvorientas calles transitadas por un reducido número de vehículos.

El ambiente era alegrado por sones latinoamericanos y afroamericanos y los bailes de hippies y surfistas que tomaban a la plaza del lugar como principal centro de reunión.

Los pescadores eran en esa década pieza clave de la economía del pueblo mientras que la oferta de servicios turísticos estaba todavía muy incipiente. Fue hasta 1995 cuando se estableció el restaurante Don Pedro y el Camping de el Camarón, posteriormente se establecieron los restaurantes Olas Altas y Sayulita, los hoteles Sayulita, Villa Amor, El Costeño y el Tía Adriana's (propiedad este último de extranjeros y al que se le conoce fuera

del país como la Casa de la buena salud). Se abrieron también pequeñas tiendas y negocios de bienes raíces.

Sayulita a principios del siglo XXI

Para el 2000, el turismo residencial se posiciona como una de las modalidades más exitosas comparado con el turismo industrial de paquetes de hotel, sol y playa. Sayulita se convierte así en un destino sumamente atractivo para invertir en la construcción de bienes inmuebles que son usados por los extranjeros como segunda residencia, y para obtener ganancias mediante la renta o venta posterior —cuando el destino se encuentra sobrevaluado— de tal forma que el propietario logra un importante beneficio económico de su inversión inicial. Por este motivo, inmuebles que se construyeron a finales de los noventa actualmente tienen hasta un cuarto propietario.

En la localidad existe hoy en día una creciente demanda de suelo que ha inducido la presencia natural de diversos eslabones propios de los centros turísticos como las empresas inmobiliarias, las constructoras y los promotores que compiten por la oferta de suelo y la edificación de bienes inmuebles dando lugar a la especulación, que se diferencia de otras mercancías, en que no puede ser trasladada debido a que tiene una localización fija, lo cual le confiere privilegios monopolistas al propietario (Harvey, 1977: 163-165). Esto determina que se rijan por la ley de la oferta y la demanda, sin que necesariamente exista una correspondencia con su valor real.

Este modelo es producto de los promotores inmobiliarios, sin que tengan injerencia alguna los expertos ni representantes del sector turístico o la iniciativa empresarial en este sector.

Otro eslabón de la cadena es el conformado por los prestadores de servicios turísticos, quienes se han convertido en los nuevos actores sociales de la comunidad y junto con los turistas inciden en la transformación de la economía y la cultura local.

Los actores políticos involucrados en el ramo, se encargan por su parte, de facilitar —a cambio de beneficios personales— las gestiones necesarias, aún cuando ello implique una gran laxitud en la reglamentación que regula

los trámites. Ello explica que en Sayulita haya una importante devastación de los recursos naturales exista contaminación escénica, se está dando una extinción galopante de la montaña y se vendan las tierras comunales.

Por otra parte, el turismo residencial ha carecido de una debida planificación tanto turística como urbanística. En cuanto a la población local, la ambición que ha mostrado al vender su tierra al precio más alto posible, ha permitido constatar la hipótesis de que los ejidatarios de la localidad vende porque no le otorgan a su patrimonio el valor que realmente tiene.

El sector inmobiliario

Según estudios realizados por la Secretaría de Turismo, la Riviera Nayarit (costas del Estado donde se encuentran las ubicadas en el municipio de Bahía de Banderas) se ha convertido en un imán para los turistas extranjeros estadounidenses y canadienses interesados en adquirir una segunda residencia en México. Declaró recientemente la AMPI (Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios) sobre la Riviera Nayarit, que el crecimiento del negocio de los bienes raíces ha sido exponencial durante los últimos años y se ha convertido en el canto de sirenas de muchos inversionistas que buscan dinero rápido, fácil y sin compromisos. Hace además una fuerte crítica al sector de bienes raíces por no participar en los planes de desarrollo urbano, infraestructura y actualización que elaboran e instrumentan las autoridades locales y estatales.

Para los hoteleros, el turismo residencial conforma un sector extrahotelero ya que mientras ellos pagan sus impuestos y contribuyen con su aportación económica el desarrollo del municipio, las inmobiliarias rentan propiedades sin que sus dueños paguen por ello, lo cual los convierte en competencia desleal, pues utilizan sus viviendas como alojamiento dando lugar a una baja utilidad y grandes impactos ambientales en los destinos turísticos (Aledo *et al.*, 2008).

Actualmente existen en la localidad doce negocios de bienes raíces, tres de ellos clandestinos, que operan sin regulación ni supervisión alguna. Si bien es cierto que algunos cumplen con los requisitos legales para operar, existen otros donde se observan irregularidades y corrupción, ya que cuan-

do un ejidatario muestra reticencia a vender, el presidente del Comisariado Ejidal le persuade de estar cometiendo un error con su actitud, o bien, los terrenos son vendidos más de una vez o se omite especificarle al comprador los requisitos legales para la construcción en zonas de baja densidad.

Por otra parte, hay empresas que ofrecen los inmuebles tanto por la red como a través de revistas de circulación internacional. En dichos negocios participan personas nativas de la localidad que fungen como puente entre el inmobiliario y los ejidatarios (la base del turismo residencial se encuentra en la especulación del suelo) para que éstos vendan sin desconfianza. Finalmente, quienes fijan el precio de venta son los inmobiliarios y el comprador paga mucho más de lo que verdaderamente vale la propiedad.

En la mayoría de las operaciones realizadas por el sector inmobiliario, se evade el pago de impuestos y según la AMPI, esta situación irregular evidencia una falta de compromiso social. Manifestó recientemente la Asociación, que en el 2008 se vendieron mil millones de dólares pero sólo cuatro agencias de las 50 que existen en el municipio de Bahía de Banderas, reportaron sus ventas. Señaló además, que del total de las ventas realizadas, el 50% se hacen a norteamericanos, el 40% a mexicanos y el 10% a canadienses.

Las vidas juntos siendo diferentes

En un pueblo turístico como Sayulita, las cotidianidades se viven de acuerdo con la cosmovisión y sentido de vida de los diferentes actores sociales (Hiernaux, 2005) que de forma natural forman diversos grupos y subgrupos.

La población local

En este grupo se encuentran aquellos que llegaron primero al poblado, así como sus hijos y nietos. Antes del 2000 eran el grupo mayoritario en el pueblo pero para el 2008 fueron rebasados en número por el turismo residencial aunque es importante mencionar que no existe un censo de los mismos ni tampoco de los migrantes del interior del Estado y del país.

La mayor parte de la población local se encuentra asentada en el corazón de la localidad y cuenta con todos los servicios públicos (agua potable,

drenaje, luminarias, recolección de basura y un centro de salud). Su ubicación es privilegiada ya que sus viviendas incrementan constantemente su valor, en ese sentido algunas de las personas nativas han optado por vender las propiedades y se han ido a ocupar terrenos que se encuentran cruzando el pueblo, a un costado de la carretera que conecta el entronque de la carretera con Litibú, donde construyen nuevas viviendas de varias habitaciones, con un estilo arquitectónico copiado a las viviendas de los extranjeros.

Antes de que el suelo adquiriera un alto valor, en la localidad los pobladores se trataban como una gran familia donde las diferencias se encontraban en las edades y los gustos por las ocupaciones que realizaban voluntariamente, sin el control de un reloj ni de un patrón. Actualmente esto no existe.

A partir del crecimiento del turismo residencial se han profundizado las diferencias entre la población residente a la que se puede dividir en poseedores y desposeídos de tierra, situación que modificó sus estilos de vida, relaciones interpersonales, valores, necesidades, intereses y actitudes. Ahora la población es individualista y sólo en caso de eventos donde compiten los jóvenes de la localidad (como los de surf), todos participan y pareciera que existe solidaridad.

Quienes no cuentan con tierra trabajan en la industria de la construcción, en la oferta de servicios turísticos, en la pesca, o bien se dedican a delinquir, situación que pone en tela de juicio lo aseverado por gran parte de la población en cuanto a que son los hippies y migrantes los responsables de robos y pleitos en la comunidad.

Destaca el espíritu emprendedor y visionario de algunos pobladores locales que han creado una oferta de servicios competitiva que capta la demanda de turismo extranjero y nacional de alto poder adquisitivo que llega a la región en busca de actividades de recreación (paseos a caballo, pesca deportiva y canopy).

Hay también otros negocios establecidos por pobladores locales —como las tiendas de autoservicio— los restaurantes y cenadurías, a través de los cuales entran en contacto con los extranjeros y los migrantes. Para ellos el turismo es una fuente de riqueza y están convencidos de que es necesario evitar los impactos negativos que esta actividad económica trae consigo.

Consideran que es importante cuidar la vegetación de la localidad, aunque el proceso de urbanización se ha dado con tanta rapidez que la percepción de los cambios ha sido muy lenta, en ese sentido, pocas veces se reúnen los pobladores para abordar problemas que conduzcan a una solución de los mismos, con el argumento de la falta de tiempo, las enemistades existentes, las diferentes filiaciones políticas y la diferencia de intereses entre los grandes y pequeños empresarios.

Los turistas residenciales

Se les llama turistas residenciales a los individuos que compran o arriendan una finca (de su propiedad), sea bungalow, departamento o casa. En Sayulita la mayoría de los turistas residentes proviene de Estados Unidos, Canadá, México, Latinoamérica y Europa y sus edades fluctúan entre los 35 y los 65 años.

Determinar el número de propiedades del turismo residencial es difícil ya que se carece de un levantamiento catastral. Según información vertida por las personas entrevistadas, quien posee el dato preciso es la persona responsable de administrar el agua potable, pero lo mantiene en secreto. Más difícil aún es determinar el número de turistas residenciales o usuarios estacionales.

Los turistas residenciales han formado barrios cercanos a los asentamientos de población local, pero sin mezclarse con ella. Los primeros que llegaron se establecieron a lo largo de la línea de la playa y algunos en ciertos lunares del pueblo, el resto querían vivir en la selva y contar con vista al mar. Ello trajo como consecuencia que en menos de diez años la montaña quedara deforestada y se modificara el paisaje natural y la biodiversidad.

Por otra parte es importante destacar que la montaña nunca ha sido un obstáculo para que las propiedades del turismo residencial cuenten con todos los servicios. De ello se han encargado los gestores públicos. Muestra de ello es que en el 2009 se aprobó la construcción de 640 metros de pavimento para hacer más cómodo el camino que necesitan recorrer quienes cuentan con una propiedad o alquilan un bien inmueble en las zonas exclusivas del turismo residencial, ubicadas al oriente de Sayulita y conocidas como El Nansal, Vista Hermosa y el Pedregoso.

Por lo regular la estancia del turismo residencial es por unas cuantas semanas al año, sólo algunos residentes permanecen hasta cinco meses. El resto del tiempo Sayulita tiene pocos turistas lo cual afecta la economía de la localidad ya que no hay empleo.

Los empleos directos que se generan durante este tiempo consisten en limpieza de casas habitación, servicios de jardinería y pintura, que no cuentan con prestaciones sociales. Algunos propietarios contratan los servicios de una persona para que les administre la llegada de los turistas estacionales, el mantenimiento del inmueble y el pago de los trabajadores.

Además el gasto del turista residencial es menor que el del turista que se hospeda en un hotel ya que adquiere los víveres en las tiendas de auto-servicio existentes en Puerto Vallarta, por lo que sus divisas no se quedan en el país ni en la localidad. Cuando gastan lo hacen en bares y actividades de recreación y sólo marginalmente en restaurantes.

Los efectos económicos del turismo residencial se han reflejado en el incremento del empleo, sobre todo, en el ramo de la construcción y los servicios, la especulación del suelo y la inflación.

En cuanto a la fidelidad que los turistas muestran hacia el lugar, las personas entrevistadas coincidieron al señalar que la contaminación visual y por ruido optarán por cambiar su destino vacacional por otro que sea virgen, ya que en Sayulita se han perdido los atractivos que motivaron su llegada: la playa, la montaña, sus calles de tierra, la convivencia en las familias, la vida comunitaria y su diversidad ecológica.

Los migrantes

La población de migrantes muestra una gran heterogeneidad debido a su procedencia. Algunos son surfistas, mochileros, así como hippies artesanos (chilenos y colombianos), sin apego a los territorios por donde van transitando. La mayoría de ellos buscan lugares que les ayuden a evadirse de los múltiples problemas que evidencian las grandes ciudades y los roles que la sociedad capitalista impone a sus habitantes.

Los argentinos se dedican por lo regular a la prestación de servicios (restaurantes, bares, instrucción de yoga), y la mayoría renta locales pequeños para negocios y vivienda pagando de renta en temporada baja de 4,000

a 6,000 pesos, y en temporada alta una cantidad superior a los 8 mil pesos. Sus hijos estudian en el Colegio Idea Verde de Sayulita, o bien, en instituciones educativas de Bucerías.

Aunque se carece de estadísticas oficiales sobre el número exacto de estos migrantes, las personas entrevistadas consideran que para el 2008 radicaban en la localidad alrededor de unas 120 familias.

La promoción del turismo por el Estado

La promoción del turismo como actividad económica, se remonta al año de 1993, cuando era gobernador del Estado Celso Humberto Delgado Ramírez y presidente del Ejido Epifanio Cruz, quien tuvo la iniciativa de convocar a una reunión ejidal con el propósito de informar a los ejidatarios sobre las ventajas económicas que podía redituárles la venta de sus improductivas tierras. Posteriormente solicitó la cooperación de los ejidatarios para la realización de un documental promocional que mostraba en todo su esplendor al paradisíaco poblado.

Para el estreno del audiovisual (en el estadio de beisbol), fue invitada toda la población con la finalidad de generar en los habitantes de Sayulita, nuevas expectativas respecto a su futuro y acabar con la oposición de los pocos que aún dudaban de los beneficios del proyecto. Cinco meses después —sin la asesoría previa de las autoridades del Estado— se inició la venta de grandes extensiones de tierra.

Debido a la falta de orientación adecuada y al poco o nulo conocimiento del idioma inglés, los ejidatarios no pudieron realizar ventas directas, lo cual propició el enriquecimiento de unos cuantos (intermediarios y especuladores) que llegaron a la localidad para adquirir propiedades a bajo costo y revenderlas.

El precio de hasta 6 mil dólares por hectárea, que se llegó a ofrecer en la primera etapa de compra-venta, parecía una cifra muy alta por lo que la mayoría de ejidatarios decidieron vender. Sin embargo, esta aparente bonanza los convirtió en consumidores de los bienes suntuarios que siempre habían deseado pero no habían podido adquirir, por lo que en poco tiempo

dilapidaron el dinero obtenido por la compra-venta de sus tierras y se convirtieron en los servidores de los extranjeros, por un salario miserable.

Conclusiones

El turismo residencial constituye actualmente una modalidad turística con impactos significativos en las localidades receptoras, debido a sus efectos negativos en la economía, el ambiente y la sociedad. Los turistas residenciales sin traba alguna por los gestores públicos, la normatividad establecida o la población nativa, llegaron a Sayulita, compraron, devastaron, construyeron y obtienen importantes ganancias sin que porcentaje alguno de las mismas permee a la población local.

El poblado, considerado en otros tiempos un paraíso escondido, se ha convertido en un lugar contaminado por construcciones diseñadas fuera de toda planeación urbanística, con afectación en los ecosistemas y fuertes problemas con el abastecimiento del agua. ¿Cómo revertir una situación donde los directamente perjudicados son los que nacieron y crecieron en Sayulita? ¿Hasta qué punto pueden mantenerse modelos de desarrollo turístico insostenibles y que esto no incida en la huida de los turistas del poblado como destino? Es evaluar los costos y escasos beneficios del turismo residencial, para tomar decisiones que no únicamente detengan la depreciación que se está padeciendo en el poblado, sino que convierta al turismo en un modelo de desarrollo que signifique para la sociedad local, un factor de mejoramiento de las condiciones de vida.

Referencias

- ALEDO, Antonio, Tomás Mazón y Alejandro Mantecón (2007). "La insostenibilidad del turismo residencial", en David Lagunas (coord.). *Antropología y turismo*. México: Plaza y Valdés.
- CÉSAR DACHARY, Alfredo y Stella Maris Arnaiz Burne (2006). *Territorio y turismo. Nuevas dimensiones y acciones*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-CUCosta.

- HARVEY, Daniel (1977). *Urbanismo y desigualdad social en México*. Madrid: Siglo XXI.
- HIERNAUX, Daniel (2005). La promoción de turismo residencial en México, en *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, IX (194), 5.
- INEGI (2005). II Censo de Población y Vivienda 2005.
- NAREDO, J.M. (1998). *La burbuja inmobiliaria-financiera en la coyuntura económica reciente*. Madrid: Siglo XXI.
- RAYA MELLADO, Pedro (2001). *Turismo residencial en Andalucía*. Sevilla: Consejería de turismo y deportes de la Junta de Andalucía.
- URRY, J. (2000). Mobility and proximity, en *Sociology*, 36 (255), 255-274.

Impactos y dimensiones del Turismo
terminó de imprimirse en marzo de 2010
en los talleres de Ediciones de la Noche,
edicionesdelanoche@gmail.com
Guadalajara, Jalisco, México.

Composición tipográfica: Laura Biurcos Hernández.

Tiraje: 700 ejemplares.