



Centro de Investigación
y Desarrollo Ecuador



Investigación en Turismo

reflexiones y casos de estudio



Ministerio
de Turismo



Coordinador:
José Lázaro Quintero Santos

Investigación en turismo: reflexiones y casos de estudio

José Lázaro Quintero Santos

Rector de la UTC
Ing. Hernán Yáñez Ávila MSc.

Director del CIDE
Lic. D. Max Olivares Alvares

Vicerrector de la UTC
Ing. Guido Yauli

Director Adjunto
PhD. José Lázaro Quintero

Director Área
Dr. MSc. Enrique Estupiñan

Directora Académica
Ing. Liliana Figueroa

Director de Carrera de Ecoturismo
MSc. Paul Fuentes

Directora Financiera
Ing. Gabriela Mancero

Investigación en Turismo: Reflexiones y casos de estudio

Coordinador: PhD. José Lázaro Quintero Santo

ISBN 978-9942-20-737-1
1° Edición, Enero 2015

Edición con fines académicos no lucrativos.
Impreso y hecho en Ecuador

Diseño y Tipografía: Lic. Pedro Naranjo Bajaña

Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, integra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquiera otro, sin la autorización previa por escrito al Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador (CIDE).

PhD. José Lázaro Quintero Santos - Coordinador

Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador
Cdla. Martina Mz. 1 V. 4 - Guayaquil, Ecuador
Tel.: 00593 4 2037524
<http://www.cidecuador.com>

Relación de autores

Coordinador

PhD. José Lázaro Quintero Santos

Autores

Alba E. Gámez Vázquez

José Lázaro Quintero Santos

Bartolo Cruz-Romero

Juan Daniel Lepe-Ríos

Carlos A. Santovenia Pérez

Luis Fernando González-Guevara

Diego M. Calvopiña Andrade

Manuel Ángeles Villa

Ernesto Manuel Conde

María del Carmen Navarro

Ernesto Vázquez Morquecho

Mauricio Zavala Cordero

Edgar Allan Mercado Flores

Rafael Covarrubias Ramírez

Fatima Maciel Carrillo González

Thiago Duarte Pimentel

Jacquelyn Pacheco J.

Índice

Prólogo..... 9-10
Lic. Max Olivares Álvarez

Capitulo I. Investigación científica y metodologías en el turismo

**1.1. Crecimiento del turismo versus investigación científica:
sus principales obstáculos..... 12-22**
PhD. José Lázaro Quintero Santos

**1.2. Método ODIT (observación, desarrollo e ingeniería turística) y
su uso para la planificación estratégica y el desarrollo de los
destinos turísticos..... 23-38**
PhD. Thiago Duarte Pimentel

1.3. Formación universitaria y científicidad del turismo... 39-53
MSc. Carlos A. Santovenia Pérez

Capitulo II. Recursos, atractivos y vocación turística

**2.1. Inventario y potencial turístico de los recursos naturales.
Caso de estudio:
los manglares de la bahía de banderas, México..... 55-68**
MSc. Bartolo Cruz-Romero
MSc. Luis Fernando González-Guevara
MSc. María del Carmen Navarro-Rodríguez

Biol. Juan Daniel Lepe-Ríos

2.2. Modelos para la integración de atractivos turísticos para su aprovechamiento..... 69-81

M.c. Mauricio Zavala Cordero

2.3. Aspectos que determinan la vocación turística de un destino..... 82-104

***M.c. Mauricio Zavala Cordero,
Dr. Ernesto Manuel Conde Pérez,
M.a. Rafael Covarrubias Ramírez***

Capitulo III. Agroturismo, reconfiguración urbana y turismo

3.1 Diseño de una granja escuela agro ecoturística en el Centro académico experimental Rumipamba (CADER). Salcedo, Cotopaxi..... 106-122

Jacquelyn Pacheco J.

3.2 Turistización y reconfiguración urbana. Apuntes para el análisis del caso de la Paz, Baja California Sur, México..... 123-141

***Dr. Manuel Angeles Villa
Dra. Alba E. Gámez Vázquez***

3.3 Turismo: una experiencia de vida..... 142-160

MSc. Diego M. Calvopiña Andrade

Capítulo IV. Sostenibilidad, ordenamiento territorial y actividad turística

4.1. Turismo sustentable en zonas costeras: un análisis en bahía de banderas, México..... 162-174

MSc. Bartolo Cruz-Romero

Biol. Juan Daniel Lepe-Ríos

Dra. Fátima Maciel Carrillo González

4.2 Gestión del turismo en zonas rurales: ordenamiento territorial comunitario y reconversión productiva en la sierra de la gigante, baja california sur (México)..... 175-197

Lic. Ernesto Vázquez Morquecho

Dra. Alba E. Gámez Vázquez

4.3 La actividad turística en el estado de Michoacán..... 198-215

Dr. Horacio Mercado Vargas

Lic. Edgar Allan Mercado Flores

Prólogo

El Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador, en coordinación con las diversas entidades nacionales e internacionales ha desarrollado los siguientes congresos:

- En el 2010: En la Ciudad de El Puyo, los días 18, 19 y 20 de Agosto, se desarrolló el I Congreso Internacional de Turismo y Hotelería, con la temática “El turismo sostenible: perspectivas y oportunidades”. Contó con la presencia de expositores invitados de Argentina, Bolivia, Colombia, Cuba, México y Ecuador.
- En el 2011: En la ciudad de Guaranda, los días 13, 14 y 15 de julio, la Universidad Estatal de Bolívar fue la sede del: II CONGRESO INTERNACIONAL DE TURISMO Y HOTELERIA.
- En el 2012: El III Congreso Internacional de Turismo y Hotelería se desarrolló en la ciudad de Esmeraldas, este evento fue organizado por la Universidad Técnica Luisa Vargas Torres y la Pontificia Universidad Católica Sede Esmeraldas y el apoyo del Ministerio de Turismo.
- En el 2013: La ciudad de Puyo fue nuevamente, sede del IV Congreso Internacional de Turismo y Hotelería, el mismo contó con la presencia de 500 participantes, y con la presencia de expositores invitados de España, Portugal, Venezuela, Cuba y Brasil, como también expositores de diferentes universidades del Ecuador.
- En el 2014: La ciudad de Latacunga fue sede del V Congreso de Hotelería, Turismo y Ambiente, el mismo reunió a expositores de diferentes latitudes de Latinoamérica.

El desafío planteado de estas versiones, era sistematizar las conferencias y ponencias en artículos para su respectiva publicación, en este sentido quiero resaltar el aporte académico del compilador: Ph.D. José Lázaro Quintero Santos, quien durante varias semanas asumió esta labor que hoy con beneplácito presentamos. Investigación en turismo: reflexiones y casos de estudio, el mismo es resultado de las conferencias y ponencias del V Congreso de Hotelería, Turismo y Ambiente.

Investigación en turismo: reflexiones y casos de estudio, está compuesto por 12 artículos, los mismos están agrupados en los siguientes capítulos: Investigación científica y metodologías en el turismo, Modelos para la integración de atractivos turísticos para su aprovechamiento, Turistización y reconfiguración urbana. Apuntes para el análisis del caso de la Paz, Baja California Sur y Sostenibilidad, ordenamiento territorial y actividad turística.

Cada vez más son los gobiernos que se sensibilizan respecto a la importancia del turismo en nuestros países, ya que el turismo se constituyó hoy en día en una de las principales actividades económicas más destacables de ámbito mundial, con perspectivas de un crecimiento continuo durante los próximos años. La Organización Mundial del Turismo, para el 2020 proyecta 1600 millones de llegadas de turistas internacionales y un volumen total de ingresos por concepto de dos billones de dólares.

En este sentido, el libro: Investigación en turismo: reflexiones y casos de estudio, pretende ser un aporte que sirva para guiar los procesos de enseñanza - aprendizaje, además pretende ser un material de consulta para otras investigaciones que se lleven más adelante.

Agradecemos el apoyo brindado por el Ministerio de Turismo en todas las versiones organizadas de este evento así como a las diversas universidades, en particular a la Universidad Técnica de Cotopaxi, que fue sede de V Congreso de Hotelería, Turismo y Ambiente.

Max Olivares Alvares
Director General del
Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador

Capitulo I. Investigación científica y metodologías en el turismo

1.1 Crecimiento del turismo versus investigación científica: sus principales obstáculos

PhD. José Lázaro Quintero Santos
Universidad Antonio de Nebrija, Madrid. España
Investigador del Proyecto Prometeo de la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), Quito, Ecuador
jlqacuario@yahoo.es

Resumen

El artículo está basado en las experiencias del autor como académico y profesional del turismo. Se han tomado como base la labor docente e investigativa del autor y los intercambios académicos realizados con profesionales del turismo. Esto ha permitido reflexionar sobre los principales obstáculos al desarrollo de la investigación científica en el turismo y el papel que debe jugar la academia en este sentido.

Palabras Claves

Investigación científica, investigación turística, enfoques conceptuales, desarrollo del turismo, sostenibilidad.

Summary

The article is based on the author's experiences as an academic and professional of tourism. This study provides an insight into author's perceptions of their academic exchanges with tourism professionals. The article has led to reflect on the major obstacles to the development of scientific research in tourism and the role to be played by academia in this regard.

Keywords

Scientific research, tourism research, conceptual approaches, tourism development, sustainability.

Introducción

El turismo ha sido una actividad que con el paso del tiempo ha ido adquiriendo una gran relevancia al punto de convertirse hoy en día en una de las actividades económicas más dinámicas de la economía mundial con perspectivas de seguir una tendencia de crecimiento continuo al menos, durante los próximos 20 años.

Esta misma relevancia del turismo en el contexto de la economía mundial ha hecho que muchos investigadores desde distintas disciplinas se acerquen al turismo para estudiarlo como un fenómeno multidisciplinar que ha generado y genera polémicas desde el punto de vista científico.

En la actualidad muchos profesionales del turismo están preocupados por el impacto que genera el turismo en las regiones receptoras. Esto ha originado diferentes enfoques que abogan por que la práctica del turismo sea respetuosa, ética, de bajo impacto ambiental, que evite la desculturización de los destinos turísticos, que proteja la fragilidad de zonas sensibles que se masifican a favor de intereses mercantilistas que solo buscan la rentabilidad económica de los destinos, que se tenga en cuenta la integración de la población local en la conformación de la oferta turística y que el turismo se desarrolle siguiendo los principios de sostenibilidad en sus dimensiones económicas, socioculturales y medioambientales.

Un tema crucial, polémico y con visiones muy contrapuestas es el vínculo existente entre la investigación científica y el desarrollo del turismo. Interrogantes tales como: ¿Estamos los profesionales del turismo generando investigaciones científicas que permitan hacer ciencia? ¿Cómo definir conceptualmente al turismo en virtud de los diferentes enfoques que existen para estudiar su naturaleza? ¿Sabemos realmente qué es investigación científica y cómo establecer una relación dialéctica entre la academia y la praxis? ¿Estamos contribuyendo con nuevas propuestas a que el desarrollo del turismo sea sostenible, genere desarrollo y un mejoramiento de las condiciones de vida de la población residente? son cuestiones que adquieren una gran relevancia a la hora de abordar esta temática.

Investigación científica

La investigación científica, desde nuestra perspectiva, es un proceso sistémico que pretende encontrar respuestas creativas a problemas prácticos como criterio valorativo de la verdad mediante la construcción teórica del objeto de investigación. Cuando ese proceso está constituido por un conjunto de materias y disciplinas que se integran en el ámbito del estudio y los fenómenos que en ella tienen lugar, entonces, hacemos ciencia.

En el sentido apuntado, la investigación científica es un proceso, por lo tanto, es sistémica y aplica el método científico para obtener información fidedigna que le permita evaluar, entender, verificar, aceptar, rechazar y/o hacer propuestas o generar conocimiento para dar respuestas a nuevas interrogantes y crear nuevas

investigaciones. Se hace ciencia cuanto nos cuestionamos y verificamos qué está pasando y esto nos permite contrastar nuestras hipótesis de trabajo con otras investigaciones y con la aplicación práctica del conocimiento.

La investigación científica se caracteriza por ser Racional, Metódica, Reflexiva, Constante, Ordenada y Crítica. Racional porque se basa en la razón y la lógica y parte de conceptos y razonamientos verificables y no de subjetividad, de prejuicios y condicionantes a priori que desvirtúan el objeto de investigación. Metódica porque se basa en el método científico y utiliza instrumentos que permitan hacer un análisis real y verídico del problema de investigación y las causas y efectos que lo provocan. Reflexiva porque se hace un análisis profundo de todos los elementos que están relacionados con la problemática de la investigación y nos aportan ideas para proponer soluciones creativas. Constante porque el medio que rodea a la investigación está en constante cambio y transformación y hay que estar monitoreando continuamente la interrelación entre las variables de investigación y los escenarios que se van presentando en el proceso de investigación. Ordenada porque hay que seguir una serie de pasos en el proceso lógico del conocimiento que es lo único que nos permite llegar a resultados científicos. Crítica porque juzga de manera objetiva y muestra los resultados tal y como son sin injerencia de juicios de valor.

El gran reto para los profesionales del turismo es cómo abordar la investigación científica teniendo en cuenta las propias características particulares y los diferentes enfoques que se utilizan para definir al turismo.

Enfoques conceptuales del turismo

Definir conceptualmente al turismo no resulta tarea fácil, en razón de las diferentes connotaciones que le caracterizan y las variadas consideraciones a que puede ser sometido en dependencia de la disciplina que lo aborde. Apuntaremos a continuación algunas de las múltiples definiciones recogidas en la literatura científica y que más han sido citadas por los estudiosos del turismo:

“El turismo es la suma de fenómenos y relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada” (Hunziker y Kraf, 1942:12).

“El turismo son los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera de su lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos” (Burkart y Medlik, 1981:50).

“El turismo es el movimiento temporal de la gente por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, e incluye las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas” (Mathieson y Wall, 1982:63).

“El turismo es el conjunto de los fenómenos originados por los viajes...Estos se originan en un mercado, forman y engrosan las corrientes turísticas y se dirigen a los núcleos receptores” (Fernández Fuster, 1985:14).

“El turismo es el conjunto de todos los elementos que participan en la entrega de la experiencia turística, es decir: los turistas o actores de esa experiencia, los elementos geográficos: mercados de origen, zona de tránsito y núcleos receptores y la industria turística: toda la gama de servicios, empresas u organizaciones implicados en la experiencia turística” (Leiper, 1990:22).

“El turismo no es ni un fenómeno ni un simple conjunto de industrias, es una actividad humana que abarca el comportamiento humano, el uso de recursos y la interacción con otras personas, economías y entornos. También implica el movimiento físico de los turistas a lugares distintos de donde viven habitualmente y aunque la mayor parte del turismo de todo el mundo es una forma de esparcimiento que implica, por tanto, el uso discrecional del tiempo de una persona, hay algunas formas de turismo que inevitablemente están vinculadas a obligaciones, como las necesidades del trabajo y la salud” (Adrian Bull, 1994:32).

“El turismo es la medida de dos vertientes indisolublemente unidas: una práctica social y cultural que se justifica por la búsqueda de cubrir necesidades psicosociológicas del placer de descansar, evadirse, descubrir, relacionarse con semejantes, negocios, etc y un sistema económico-industrial formado por los medios de transporte, estructuras hoteleras y zonales, equipamientos diversos, etc., cuyo objetivo es generar actividades económicas, mediante flujos económicos desde el lugar de residencia de los que viajan al lugar donde pasan las vacaciones” (Bayón Mariné y Martín Rojo, 2004:51).

De una u otra forma un denominador común en estas definiciones anteriores es que el turismo implica un desplazamiento de personas a lugares distintos de donde viven habitualmente por un período de tiempo determinado , no obstante, a nuestro juicio, especificar con rigor la naturaleza del turismo significa responder a las interrogantes ¿qué es el turismo? teniendo en cuenta las formas más usuales de definirlo al cuestionarnos: ¿es acaso un fenómeno económico y social?; ¿es un sector económico, con su propia estructura y problemática?; ¿es una industria claramente enmarcada? o ¿es un hecho o actividad con precisos rasgos económicos? En relación a estas interrogantes hay una carencia de investigaciones científicas que profundicen en estas temáticas y permitan abrir un debate científico que enriquezca el estudio de la propia naturaleza del turismo.

Crecimiento del turismo versus investigación científica

El turismo es uno de los sectores de mayor crecimiento en la economía mundial y tiene un impacto económico significativo en la creación de riqueza. Según estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la contribución del turismo como actividad económica al Producto Bruto Mundial asciende a 9%,

generando US\$ 6.6 billones y 260 millones de empleos: (1 de cada 11 empleos son generados por la actividad turística).

En concreto, las llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) crecieron un 5% a escala mundial en 2013, alcanzándose la cifra récord de 1.087 millones de llegadas, después de haberse superado en 2012 la cota de los mil millones (OMT, 2014: 3)

El turismo ha sido una actividad que con el paso del tiempo ha ido adquiriendo una gran relevancia al punto de convertirse hoy en día en una de las actividades económicas más dinámicas de la economía mundial con perspectivas de seguir una tendencia de crecimiento continuo al menos, durante los próximos 20 años. Para 2030 las previsiones de llegadas de turistas internacionales crecerán un 3,3% anualmente entre 2010 y 2030 hasta alcanzar los 1800 millones en 2030 (OMT, 2014:2).

El turismo como sector dinámico hace que muchos países, regiones y localidades vean en esta actividad una fuente importante de recursos económicos que se les permita desarrollarse. No obstante, el crecimiento del turismo no va al mismo ritmo de una investigación científica que corrija, oriente y marque las pautas para un desarrollo sostenible del turismo que sea planificado, integrado, abierto, dimensionado, participativo, duradero y viable.

Planificado en la medida en que desarrolle una estrategia a partir de la información sobre las diversas variables que intervienen en el proceso turístico local, teniendo en cuenta las condiciones presentes y, sobre todo, las perspectivas de futuro. La realidad de muchos destinos turísticos muestra un desarrollo caótico y desordenado del turismo. Benidorm en España es un destino que tiene fama mundial. No obstante, el crecimiento caótico y desordenado le está pasando factura. Montanita en Ecuador es un destino que atrae turistas de diversas partes del mundo. No obstante, la falta de infraestructuras y de una estrategia definida de desarrollo hace que importe más la cantidad que la calidad de los turistas que visitan este destino.

Integrado en la estructura productiva local. El turismo sostenible debe incorporar una óptica integrada del desarrollo que aglutine las variables económica, sociocultural, institucional y ambiental. Se trata, en definitiva, de integrar los factores socioeconómicos y ambientales en la definición de las políticas y los esquemas de planificación y gestión. La realidad muestra que en muchos destinos el turismo no está integrado en la estructura productiva por lo tanto no genera un efecto multiplicador.

Abierto, en el sentido, de que no tiene definidos a priori unos participantes y plazos determinados sino que mantiene un carácter de intemporalidad y permite en cualquier momento la incorporación de nuevos espacios, nuevos recursos o nuevos agentes. Esto requiere de una investigación que permita un proceso de

retroalimentación constante para ir adaptando la oferta turística a las condiciones de la demanda sin perder ni mercantilizar el valor cultural del destino.

Dimensionado porque implica limitar la afluencia de visitantes a las características físicas del espacio local, asegurando la capacidad de regeneración del territorio y la calidad de la experiencia turística y reduciendo la estacionalidad. Muchos destinos turísticos han superado la capacidad de carga y están en peligro de extinción. Un estudio realizado por Leo Hickman¹ afirma que las Ruinas del Templo Angkor Wat en Camboya, el Palacio de Potala en el Tíbet y Venecia ya superan la capacidad de carga y pueden morir de éxito.

Participativo porque se debe contar con la participación activa y el consenso de todos los agentes locales que intervienen en el proceso de desarrollo turístico. La participación en el proceso de desarrollo del turismo no siempre se tiene en cuenta. En muchos destinos el gobierno regional/local planifica un crecimiento del turismo que no tiene en cuenta los intereses de los agentes locales sobre todo de los agentes sociales.

Duradero por cuanto el desarrollo del turismo no se debe basar en el crecimiento ilimitado de la demanda a corto plazo sino procurar conjugar el desarrollo económico con la conservación y el desarrollo del medio ambiente, favoreciendo una oferta turística local de calidad en la que se potencian los valores ambientales y socioculturales. La realidad muestra que el factor económico prima por encima de los otros y los valores ambientales y socioculturales se supeditan al factor económico.

Viable, en la medida en que el turismo tiene que garantizar que el desarrollo local sea económicamente eficaz y que los recursos sean gestionados de forma que se conserven para las generaciones futuras. En este sentido, la investigación científica en turismo debe hacer énfasis en propuestas que fomenten las oportunidades para el futuro respetando la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.

¿Cuáles son los principales obstáculos al desarrollo de la investigación científica en el turismo?

Carácter transversal y multidisciplinar del turismo. Esto hace que en muchas ocasiones abordemos los problemas del turismo sin tener en cuenta la complejidad e interrelación sistémica que existe en el desarrollo del turismo. Muchos investigadores desde distintas disciplinas se acercan al turismo para estudiarlo como un fenómeno multidisciplinar que ha generado y genera muchas polémicas desde el punto de vista científico. El carácter multidisciplinar del turismo exige investigaciones de equipos multidisciplinarios que permitan estudiarlo con enfoque sistémico.

¹ HICKMAN, Leo (2007): "El turista contaminante". Foreign Policy (edición española), nº 22, pp. 28-37.

Pocos vínculos entre el ámbito académico y la realidad práctica de lo que sucede en la estructura del mercado turístico: subsistema empresarial, subsistema regulador, subsistema de soporte. La academia tiene que vincularse con lo que ocurre en el mercado turístico y hacer propuesta para la solución de los problemas que presenta el desarrollo del turismo. En muchas ocasiones los planes de estudios están alejados de los problemas reales que ocurren en la práctica. La teoría es la base de un conocimiento que tiene que ser corroborado en la práctica y, que su vez, nutre y enriquece los conocimientos teóricos.

Deficiencias en la definición de las variables de investigación y en la interrelación entre las mismas que permita estudiar los fenómenos como un todo. La importancia de las variables en el método científico es básica, ya que la finalidad del trabajo científico no es otra que descubrir la existencia de las variables y su magnitud, y probar las relaciones que las unen entre sí.

La falta de estadísticas fiables del turismo que permitan hacer investigaciones para resolver los problemas que se presentan en los destinos turísticos. La investigación científica procura obtener información relevante y fidedigna (digna de fe y crédito), para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento. Un gran hándicap de la investigación en turismo es que en muchas ocasiones los datos no son fiables y no están actualizados. Esto hace que la base sobre la cual hay que construir la investigación no permita hacer un excelente trabajo y el investigador pierda tiempo e interés en investigar.

La ambivalencia de los enfoques conceptuales del turismo que dificultan armar un cuerpo teórico que genere investigaciones científicas. Definir conceptualmente al turismo no resulta tarea fácil, en razón de las diferentes connotaciones que le caracterizan y las variadas consideraciones a que puede ser sometido en dependencia de la disciplina que lo aborde. Así por ejemplo, un economista define el turismo centrándose en el consumo, un psicólogo se interesa más por los comportamientos y motivaciones turísticos y un geógrafo ofrece una definición basada en el territorio. Por otra parte, la clasificación de los productos turísticos se establece en función de las necesidades y/o deseos de los consumidores que satisface o tiene por objetivos satisfacer, por lo tanto, existirán tantos productos turísticos como necesidades a satisfacer. Esto hace que el turismo tenga que recurrir a otras ciencias para armar un cuerpo teórico que le permita hacer una investigación científica.

La confusión entre hacer una consultoría turística para resolver un problema puntual de una empresa turística o un destino turístico y la investigación sistémica que permite hacer ciencia. La investigación científica se caracteriza por ser racional, metódica, reflexiva, constante, ordenada y crítica. En este sentido, los resultados de la investigación no pueden estar sometidos a criterios de conveniencia o no de su publicación o sujetos a intereses particulares de organismos, empresas o individuos.

En muchos casos quien contrata hacer una consultoría no le conviene que salgan a la luz los resultados obtenidos.

La falta de creatividad y profesionalidad que impide generar alternativas para la solución de los problemas y analizarlos desde diversas perspectivas. En ocasiones muchos profesionales del turismo no tienen el conocimiento necesario para hacer una investigación científica. Por tanto, es imposible solucionar los problemas del turismo con creatividad y profesionalidad.

Predomina el enfoque económico sobre otros y viceversa, por lo que no hay enfoques integrales. Cuando un país, una región o localidad decide apostar por el desarrollo del turismo lo hace básicamente teniendo en cuenta el beneficio económico que va a recibir sin importar apenas otras consideraciones. En este sentido, el enfoque económico ha ganado un gran protagonismo a la hora de estudiar el turismo. Por otra, en ocasiones cuando se estudia el turismo desde otros enfoques se deja de lado el enfoque económico. A través de la investigación científica se deben hacer estudios integrales que permitan considerar el enfoque multidimensional y sistémico del turismo.

No se destinan recursos suficientes para la investigación turística y se carece de difusión de los trabajos que se realizan. La falta de financiamiento para hacer investigación científica en turismo es un problema endémico y que afecta a la academia. El turismo a pesar de ser una actividad económica importante que genera empleo, que tiene efecto multiplicador y que está en crecimiento se sigue viendo solo como el desplazamiento de personas que buscan satisfacer servicios de hospitalidad (alojamiento y restauración), servicios de accesibilidad, servicios de transporte y servicios de recreación. En este sentido, no se le da la importancia a la investigación científica en turismo. Por lo tanto, se priorizan otras áreas y no se destinan fondos suficientes para investigación. De la misma forma, cuando se realizan trabajos de investigación no hay recursos para su divulgación.

Los programas académicos adolecen de retroalimentación práctica. En muchas ocasiones la academia se queda en el nivel teórico y no existe aplicación práctica del conocimiento. Esto es una mala formación en el proceso de aprendizaje que impide la formación de personal en investigación aplicada. A su vez, los programas académicos no se nutren de lo que ocurre en la praxis, y por ende, no pueden dar respuestas a los problemas prácticos que demanda la sociedad en el desarrollo del turismo sostenible.

Muchos estudios sobre turismo se limitan a describir cuantitativamente variables como el origen de los turistas, su gasto, los impactos en el territorio, y las manifestaciones del turismo. La investigación científica en turismo debe ir más allá de la descripción cuantitativa de lo que ocurre en los destinos turísticos. Si bien la estadística es un factor clave para la investigación el análisis e interpretación de los resultados es lo que permite determinar el diseño de las estrategias y la toma de decisiones.

Considerar que investigación turística es sinónimo de estadísticas y cifras (premisa de que lo que no es cuantificable no es objetivo), por lo que se han confundido los trabajos de recopilación estadística con investigación. Por ello, es importante conjugar la investigación cuantitativa con la investigación cualitativa. La investigación cualitativa es incluyente e incorpora el contexto en el que tienen lugar acontecimientos políticos, sociales, éticos y culturales que, resultan irrelevantes para la investigación cuantitativa. Los datos cualitativos tienen la capacidad de reparar este desbalance porque aportan información de tipo contextual. Estos elementos son claves para la investigación científica.

Todas estas limitaciones demuestran que el proceso de desarrollo del estudio del turismo necesita estar estrechamente vinculado a la investigación científica y que uno de los retos más apremiantes que tenemos los profesionales del turismo es profundizar en el proceso de conocimiento. Proponer alternativas para superar las actuales dificultades a las que se enfrenta el estudio del turismo es una asignatura pendiente de todos los profesionales del turismo.

Conclusiones

El turismo es una actividad de gran relevancia en el contexto de la economía mundial que se encuentra en una fase de crecimiento sostenido con perspectivas de seguir la misma tendencia en los próximos años. Esto ha hecho que el turismo sea objeto de estudio por parte de la comunidad científica desde diferentes perspectivas. Conceptualmente no hay homogeneidad a la hora de definir el turismo en virtud de las diferentes connotaciones que le caracterizan y las variadas consideraciones a que puede ser sometido en dependencia de la disciplina que lo aborde.

La investigación científica en turismo es aún muy incipiente y necesita mayor impulso y apoyo por parte de la academia, el sector público, el sector privado y la sociedad civil. En este sentido, hay muchos obstáculos que se deben superar para enfrentar los grandes retos de los estudios del turismo. La falta de estímulos para la investigación y el desarrollo del conocimiento teórico del turismo lleva a una improvisada acción en el sector turístico que impide hacer propuestas que permitan el desarrollo del turismo sostenible en los destinos turísticos.

La academia cuya función es ser fuente de conocimientos y de propuestas para resolver los problemas de la sociedad debe asumir un papel protagónico en el intercambio de conocimientos y experiencias entre los profesionales del turismo, a través de eventos, publicaciones, asociaciones, grupos de estudio y redes de información. Por otra parte, se deben formar equipos interdisciplinarios para la realización de investigaciones básicas y aplicadas dentro de una visión estratégica a corto, mediano y largo plazo que permita abrir un debate científico que enriquezca el estudio de la propia naturaleza del turismo.

Referencias bibliográficas

- Albacete, C. A., Fuentes, M. M. (2010). "Difusión de la Investigación Española Sobre Turismo en Revistas Internacionales" en Revista de Análisis Turístico, vol. 9, pp.14-29.
- Alburquerque, Francisco (2004). "Desarrollo económico local y descentralización en América Latina" .En: Revista CEPAL 82, Santiago de Chile, pp. 157-171.
- Antón Clavé, S.; Fernández tabales, F. y González Reverté, F. (2008). "Los lugares turísticos", en A propósito del turismo. La construcción social del espacio turístico. Barcelona, UOC, pp. 103-206.
- Ayuntamiento de Cabo Corrientes, (2001). "Plan de Desarrollo 2001-2020". Estado de Jalisco. México.
- Bayón Mariné, F. y Martín Rojo, I. (2004). "Operaciones y procesos de producción en el sector turístico". Editorial Síntesi, pp. 51.
- Berger, E. (2000). "Economics of Tourism" Institute of Tourism and Hotel Management, Klessheim, Salzburg, Austria, pp.16-17.
- Burkart, A. J. and Medlik, S. (1981). "Tourism: past, present and future. Heinemann. Londo, pp. 50.
- Cederna-Garalur, Asociación (2004). "Desarrollo endógeno de la Montaña de Navarra". Premio de Buenas Prácticas en el Desarrollo Local Sostenible de Navarra 2004.
- Delgado, C. (2010). "Multiconjugado académico para turismo, un programa en contexto". Anuario Turismo y Sociedad, vol. XI, pp. 85-104
- Fernández Fúster, Luis (1985). "Introducción a la Teoría y Técnicas del Turismo". Editorial Alianza. Madrid. España.
- García, A.B. (2011). "La investigación de la formación turística y del mercado laboral en la Comunidad Valenciana: las expectativas de inserción laboral y de formación académica de los alumnos de turismo de la Universidad de Alicante". IX Jornadas Redes de Investigación en Docencia Universitaria, 16 y 17 de junio de 2011, Universidad de Alicante, España.
- Hernández, J.M., Folgado, J.A., Campón, A.M. (2011) "La investigación en turismo en España: una revisión de la literatura a través de las revistas de dirección de empresas". IV Jornadas de Investigación en Turismo, Sevilla 19 y 20 de mayo, 2011, pp. 100-120.
- Hickman, Leo (2007). "El turista contaminante". Foreign Policy (edición española), nº 22, pp. 28-37.
- Hunziker, Walter y Krapf, Kurt (1942). "Fundamentos de la Teoría General del Turismo". Universidad de Berna, Suiza.
- Ivars Baidal, J. (2003). "Planificación turística de los espacios regionales en España". Agencia Valenciana de Turismo. Editorial Síntesis, pp. 27-30..
- Law, R.; Chon, K. (2007). "Evaluating Research Performance in Tourism and Hospitality: The Perspective of University Program Heads" en Tourism Management, Vol. 28, No. 5, pp. 1203- 1211.
- Leiper, N. (1990). "Tourism Systems". Massey University. Department of Management Systems Occasional Paper 2, Auckland.
- Markusen, Ann and Schrock, Greg (2001). "Occupational advantage: Detecting and enhancing occupational mix in regional development. Minnesota: University of Minnesota. Working paper, pp. 256.

- Markusen, Ann. (1996). "Sticky places in slippery space: a typology of industrial districts" *Economic Geography*. Worcester, MA. Clark University. V.72, n.3, pp. 293-313.
- Martínez Cortiña, Rafael (2004). "Economía Mundial y Globalización". Libro-homenaje a Manuel Varela, Prólogo: "El papel de la financiación en la apertura de la economía española". Minerva Ediciones. Madrid, 2004.
- Mathieson A, Wall G (1982). "Tourism: Economic, Physical and Social Impacts". London: Longman.
- OMT (Organización Mundial del Turismo), (2014). "Panorama OMT del turismo Internacional" Edición 2014. Para más información: Sección Datos y cifras en mkt.unwto.org.
- Pulido Fernández, J. I. (2002). "Ordenación, Planificación y Gestión del Desarrollo Turístico en Espacios Naturales protegidos". Documento de Trabajo Serie A No. 200002. Escuela Universitaria de Turismo. Universidad Alcalá de Henares, Madrid, pp. 70 - 71.
- Quintero Santos, J. L.
 (1996). "Los Flujos de Inversión Extranjera Directa hacia América Latina: Cuba un Caso Particular". *Revista Economía y Desarrollo*. No. 2, 1996. Facultad de Economía, Universidad de la Habana, Cuba.
 (1999). "Reflexiones acerca de la Inversión Extranjera Directa en el Turismo hacia los Países en Desarrollo". *Revista Apuntes Enero-Marzo*, 1999. Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo. Ciudad de la Habana, Cuba. Ediciones Balcón.
 (2000). "Potencialidades Económicas del Turismo". *Revista Apuntes Abril- Junio*. Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo. Ciudad de Habana, Cuba. Ediciones Balcón.
 (2003). "Impactos de la política económica en el turismo sostenible. Estudio de Caso: Lanzarote, Islas Canarias, España". Publicación electrónica del Cabildo de Lanzarote. En: www.cabildodelanzarote.com/life/otros.htm
 (2004). "Los impactos del turismo en el desarrollo de las actividades turísticas" *Revista Anales del Museo de América* No. 10. Madrid, España, pp.263 - 274. ARAL
 (2008). "Turismo y desarrollo local en México. El caso del municipio de Cabo Corrientes, Estado de Jalisco". Publicación Conjunta Universidad de Guadalajara, México – Universidad Complutense de Madrid, España. Servicio de Publicaciones Centro Universitario de la Costa, Puerto Vallarta. Estado de Jalisco, México. Primera Edición.
 (2013). "Retos del desarrollo turístico en el cambio de la matriz productiva en Ecuador". *Revista FOCUS* Año 8. Edition 59. November 2013. Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). Provincia del Guayas Ecuador.
 (2014). "Reflexiones acerca de la investigación científica en turismo". *Revista RES NON VERBA*. Revista Ciencia, Innovación y Sociedad del Conocimiento. No.5. Edición Abril 2014. ISSN 1390-6968.
- Vázquez Barquero, Antonio, (2000). "Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual" (LC/R.1964), Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

1.2. El método ODIT (observación, desarrollo e ingeniería turística) y su uso para la planificación estratégica y el desarrollo de los destinos turísticos.

PhD. Thiago Duarte Pimentel
Universidad Federal de Juiz de Fora (UFJF)
thiagodpimentel@gmail.com

Resumen

Bajo la reciente política brasileña de popularización de la ciencia (scientific alphabetization), este artículo tiene como objetivo presentar y discutir, de manera esquemática, el método de planificación y gestión turística titulado *ODIT* – Observación, Desarrollo e Ingeniería Turística. Su concepción busca integrar simultáneamente las premisas de sustentabilidad, participación democrática y autogestión con la utilización de procesos y técnicas formales con vistas a alcanzar eficacia técnica y profesionalizar la acción. Para ejecutarlo se hace uso de cuatro dimensiones: económicas, sociales, éticos y ambientales, que en suma otorgan una visión general de la visita in situ. Cada una de estas dimensiones tiene un rol de indicadores para guiar la recopilación, la sistematización y análisis de datos. Sin embargo, para tornar más precisa posible el análisis, la metodología ODIT divide la información en dos niveles: el nivel del territorio y el nivel de las empresas, con el fin de delimitar los escalas de análisis y de acción.

Palabras claves

Método de Planificación Turística. Destino Turístico. Ingeniería Turística. Experiencia francesa.

Summary

Under Brazil's recent policy of popularizing science (scientific alphabetization), this communication tries to present and discuss, in a schematic way, the method of tourism planning and management titled *ODIT - Observation, Development and Tourist Engineering*. Its design seeks to integrate simultaneously the premises of sustainability, democratic participation and self-management processes with the use formal techniques in order to achieve technical efficiency and professionalize the tourist destination management. To run this method, the economic, social, ethical and environmental dimensions are worked here, what in sum will give an overview of the local analyzed. Each of these dimensions has its own set of indicators, which serves to both guide the data collection and systematize analysis. Yet, to get more control and precision, the ODIT method divides the information into two levels between the territory and the enterprise level, in order to define the scale of analysis and action.

Keywords

Method of Tourism Planning. Tourist Destination. Tourist engineering. French experience.

Introducción

Motivado por la reciente política brasileña (CNPq / MCTI) de popularización de la ciencia (scientific alphabetization), este artículo tiene como objetivo presentar y discutir, de manera esquemática, el método de planificación y gestión turística titulado *ODIT – Observación, Desarrollo e Ingeniería Turística*, formulado por la Agencia Francesa de Ingeniería Turística /AFIT específicamente creada para la planificación y gestión del turismo; además, él proporciona un conjunto de técnicas y procedimientos sistemáticos capaces de guiar el proceso de planificación de una manera profesional y efectiva.

Específicamente pretende se aquí: (1) presentar la metodología ODIT / Observación, Desarrollo e Ingeniería Turística, específica para el turismo; (2) explicar su funcionamiento a través de sus fases y principales características, dimensiones y escalas y, finalmente, (3) ilustrar el proceso de desarrollo de indicadores de turismo, basado en la metodología ODIT, que son útiles para la gestión de destinos turísticos.

A pesar de las discusiones acerca de los datos históricos del inicio del turismo en el mundo – que se entrelaza con la competencia sobre la definición misma de lo que es el turismo – hay, de hecho, un consenso de que la planificación y la organización en esta temática son recientes, asumiendo como punto de referencia la institución de esta nueva fase en el último cuarto del siglo XIX (COSTA, 2001), pero cuya intensificación y uso masivo sólo se producen en la segunda mitad del siglo XX. A partir de ahí, con el crecimiento del turismo, los condicionantes de su desarrollo empezaron a ser cada vez más importantes para la realización de la actividad turística.

Pero, a medida que se intensifica, aumentando su complejidad y la dependencia de los nuevos factores, el turismo ha cambiado la dinámica social y los espacios productivos donde se inserta, por lo que es imprescindible intervenir en la actividad de control de sus efectos perjudiciales y maximizar sus efectos positivos. Desde entonces, varios modelos emergieron para entender el turismo – modelos estos que también pasaron a servir como referencia para la intervención racional (a través de la planeación) en esta actividad – (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2008).

Según Acerenza (2003), uno de los primeros intentos de la gestión del turismo se llevó a cabo en 1948, en la región turística conocida como la costa de Aquitania, en el suroeste de Francia. En ese momento, el entendimiento del tema del turismo se relacionaba con un conjunto de adecuaciones en la infraestructura demandada por el espacio físico de las nuevas actividades públicas. Con el tiempo, se celebraron otras iniciativas en diversos destinos turísticos de todo el mundo y, como estaban aprendiendo de las experiencias anteriores, las mejoras cualitativas estaban siendo asimiladas por una nueva dirección y planificación del turismo.

El proceso de planificación históricamente ha sido tratado como una tarea administrativa². Sin embargo, a menudo, en el turismo este proceso se confunde metonímicamente con la propia gestión en su conjunto. Esta comprensión sintética de la gestión del turismo en términos de una sola actividad, la planificación se ha hecho de manera constante, y puede ser verificada a través del énfasis, a veces excesivo que se tiene sobre las propuestas y los métodos de planificación (STIFITEL, 1985).

Estos métodos fueron muy importantes para la gestión de destinos, permitiendo planificar la actividad mediante la visualización del sistema turístico en su conjunto, creando medios para intervenir y controlar el flujo de turistas, adaptar la infraestructura, calificar el destino turístico, entre otros factores. Por otra parte, en la mayoría de los casos, se limitaron a aplicar los conocimientos de otras áreas – particularmente, la administración y la economía – en el turismo, sin desarrollar a partir de sus propios sistemas turísticos, técnicas, procedimientos y sistemas de información específicos para la gestión de los destinos.

Recientemente, entre finales de 1990 y principios del 2000, una innovadora iniciativa emprendida por el gobierno francés convocó a un grupo de expertos, ya con amplia experiencia en la planificación turística, y elaboró, a partir de una serie de estudios previos, un documento síntesis titulado *Conducir el Turismo Sostenible en Territorios y Empresas: una guía de “saber hacer”*. Este documento elaborado por la Agencia Francesa de Ingeniería Turística (actualmente Agencia de Desarrollo Turístico de Francia/*Atout France*), pasó a servir como referencia metodológica oficial para la planificación turística territorial por varios organismos públicos franceses, como el Departamento de Estado de Turismo y el Ministerio de Planificación Territorial y Medio Ambiente.

Para llevar a cabo las operaciones necesarias de planificación y gestión del turismo para alcanzar el rendimiento turístico francés, la agencia *Atout France* estableció un triple objetivo: a) la promoción del turismo en Francia; b) la realización de las operaciones de planificación del turismo; c) la aplicación de una política de calidad y de competitividad de las empresas. Para lograr estos objetivos, *Atout France* necesitó la integración de dos organismos: 1) la ODIT Francia, inicialmente una asociación de interés público especializada en la planificación del turismo que se ocupaba de la estructura del turismo específicamente con las comunidades locales y los operadores privados; y 2) la *Maison de la France*, agrupación de interés económico a cargo de la promoción del turismo en Francia.

² Es importante destacar que la gestión o administración de una organización o territorio se hace a través de un conjunto de actividades específicas. Henri Fayol, considerado uno de los padres de la administración, propuso en inicio del siglo XX que administrar algo significaba *conducir* algo, es decir, dar la dirección, el sentido (en el momento, se refirió específicamente a las empresas); y que cualquier organización tiene seis funciones: técnico, comercial, financiera, contable, de seguridad y administrativa, siendo esta última la más importante de todas, pues permitía precisamente conducir la organización. La función administrativa, a su vez, es vista como un proceso que se compone de las siguientes actividades de: 1) planificación, 2) organización (de tareas), 3) control, 4) mando y 5) coordinación.

A medida que el Ministerio de Turismo de Brasil ha lanzado recientemente un conjunto de módulos de apoyo para ayudar a los profesionales del turismo para desarrollar la actividad más homogénea en el país, el mismo recurso de institucionalización de métodos de planeamiento – que ya se utilizaba en otros países – es puesto en práctica. Así, considerando las contribuciones múltiples del método ODIT es que se plantea la presentación y discusión de ese método como un caso ejemplar.

Básicamente, estos instrumentos están destinados a "normalizar" el desarrollo del turismo interno, orientando las acciones y las formas en que se llevarán a cabo en una dirección común. Pero, la diferencia de los módulos de funcionamiento Embratur (EMBRATUR, 2007) y el ODIT es que éste tiene algunas características distintivas específicas que pueden contribuir de manera decisiva a la planificación y a la gestión de los destinos turísticos de una manera eficaz y profesional.

En general, hay dos características principales y sus contribuciones. La primera en cuanto a una postura filosófica y teórica, donde se tiene el supuesto de una dinámica para ejercer el proceso de planificación que abarca la participación colectiva y la sostenibilidad, utilizando la mediación de una organización (preferiblemente externa al destino turístico en cuestión), que coordinará el proceso de planificación, lo que garantiza una mayor transparencia y equidad.

Y la segunda se refiere al marco metodológico con el conjunto de indicadores desarrollados específicamente para el turismo, cuyo objetivo es guiar la búsqueda de información sobre el estado actual del turismo local y ofrecer una mayor apropiación, precisión, profundidad y detalle a la propuesta.

Es en este sentido que justifica un mayor contacto y conocimiento de la propuesta metodológica francesa, la cual puede servir de estímulo para repensar las metodologías utilizadas a nivel nacional y, en su caso, su mejora y profundización.

El Método francés ODIT: Observación, Desarrollo e Ingeniería Turística

El Turismo en Francia pasó por un período de rápido crecimiento cuantitativo entre finales de 1950 y finales de 1980³, sin embargo, más recientemente, la industria del turismo francés busca un desarrollo cualitativo para adaptarse al crecimiento de la oferta global. El turismo en este país, a pesar de ser una actividad joven, está cambiándose a la madurez y, poco a poco, comienza a poner la mira en la aplicación empírica de un turismo sostenible en los territorios nacionales que tienen el deseo y otorgan la organización necesaria para lograrlo.

³ Harvey, en *La condición Postmoderna*, muestra la expansión y aceleración del capitalismo en escala mundial; en Francia, Aglietta, Boyer y Lipietz, entre otros, estaban desarrollando los fundamentos teóricos de *la Teoría de la Regulación*, que más tarde se convertiría en una herramienta poderosa para ayudar a comprender las crisis y el mantenimiento del sistema capitalista. En el turismo, Marc Boyer (2003) respalda este punto de vista de los cambios estructurales al considerar el surgimiento y la expansión del turismo de masas como el período coincidente de la difusión mundial del fordismo, llamado de los "treinta años gloriosos".

El turismo sostenible tiene como objetivo proporcionar estancias de calidad a los turistas mientras se busca mejorar la vida de los habitantes, también se interesa directamente por los impactos de las actividades turísticas en el desarrollo del territorio y garantizar beneficios equitativos para las poblaciones locales. En términos de producción, el turismo sostenible visa principalmente desarrollar prácticas que permiten a las empresas turísticas maximizar la creación de riqueza, preservando y optimizando el capital ambiental y humano del territorio, la durabilidad necesaria y los atractivos del destino.

Sin embargo, para que el turismo se desarrolle en los territorios de forma sostenible, tal como propone el método ODIT, un número de factores deben ser tomados en consideración. En primer lugar, se necesita estar consciente de la relación entre el territorio y las empresas ahí ubicadas. Por lo tanto, es necesario observar las prácticas y estrategias de turismo, tanto en escala empresarial como en escala territorial.

En segundo lugar, hay que construir un plan de acción como resultado del proceso de planificación del turismo sostenible en el territorio, de una forma propia y precisa, llevado a cabo sistemática y profesionalmente. El proceso de planificación consiste en la organización de las acciones necesarias para alcanzar los objetivos previamente establecidos. Además es el dispositivo de gestión más importante pues sirve duplamente como elemento de orientación de la acción (plan) y también como herramienta de corrección (evaluación). Por lo tanto, para guiar el desarrollo de un plan de turismo sostenible de conformidad con las necesidades y deseos locales, es necesario el uso de la información recogida con anterioridad desde el territorio y las organizaciones presentes en él.

Por último, ya que el turismo no es una actividad aislada en el territorio, al contrario, ejerce y está influenciado por el entorno en el que opera, lo que podría afectar de manera importante las posibilidades de desarrollo del turismo sostenible. Por lo tanto, la mejor manera de responder a múltiples demandas locales es tener en cuenta la diversidad de actores.

Sin embargo, es muy difícil y poco probable que los actores en toda su diversidad, puedan se articular de manera democrática y equitativa para garantizar el derecho recíproco de expresar sus ideas y reivindicar sus intereses. Por lo tanto, es necesario que alguna entidad (por ejemplo, una firma consultora, una agencia estatal, un centro de investigación o una universidad, siempre que sea posible externa al territorio) lleve el papel de mediador en este proceso.

Ese proceso de mediación (también conocido, en la terminología francesa, como “animación”) de los actores les anima a reflexionar colectivamente sobre sus prácticas de turismo y valorar la diversidad mediante la organización de dispositivos favorables de su expresión, la creatividad y la validación colectiva de las directrices necesarias para lograr el turismo sostenible.

En resumen, constatase que el método ODIT tiene en cuenta distintas premisas – la sostenibilidad local, la participación colectiva, la transparencia– las cuales son reunidas de un modo muy particular poniéndose en marcha a través de una dinámica sistemática y profesional. Para hacer frente a estas y otras cuestiones relacionadas con la experiencia francesa de la planificación y gestión del turismo, a continuación vamos a tratar la lógica del funcionamiento del método ODIT.

Lógica del Funcionamiento de ODIT

Cada modelo de planificación del turismo presenta una secuencia de fases que se deben seguir para el logro de los efectos esperados. Recopilar datos, interpretarlos, diagnosticar problemas y señalar las intervenciones, son pasos que conducen a la formulación de un plan formal, que luego se puede aplicar o no. En el caso de la metodología ODIT, la secuencia de las fases son: 1) el retrato del lugar, 2) el diagnóstico, 3) la definición de los ejes estratégicos, y 4) el plan de acción.

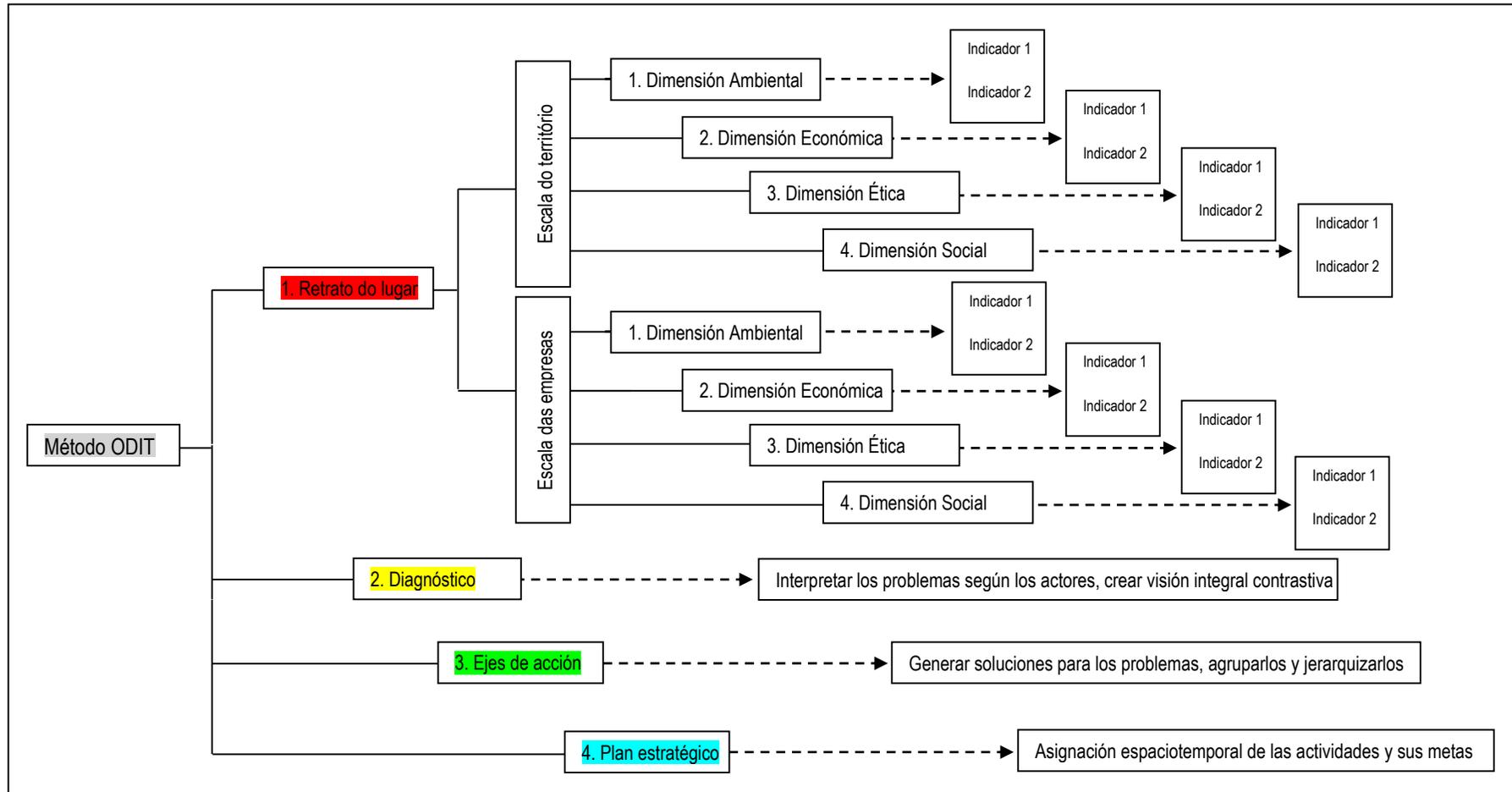
Fase 1: El Retrato del Lugar

La primera etapa de la aplicación del método ODIT es el *Retrato del Lugar*, es decir, la comprensión de la relación entre la actividad turística y la ubicación en el entorno en que ella opera. Su objetivo es identificar con mayor precisión y detalle posible la diversidad de actores - públicos y privados -, sus prácticas (acciones, hábitos, creencias y tradiciones) e intereses, así como las dinámicas existentes en el territorio (¿Cómo suceden las cosas en ese lugar? ¿Quién hace qué tipo de cosa? ¿Cómo se hacen? ¿Con qué frecuencia?).

Lo importante en esta etapa es analizar la diversidad de actores individuales (residentes, turistas, trabajadores, etc.) y colectivos (asociaciones, organizaciones, empresas, etc.) y las prácticas que se asocian con ellos; darse cuenta de su sostenibilidad y el compromiso con el fin de construir colectivamente un conjunto de indicadores para la dirección del turismo sostenible en el territorio.

Sin embargo, dada la diversidad de los actores, hay que tener en cuenta que no siempre se puede comparar diferentes datos. Por ejemplo, la opinión de un habitante de la ciudad es una realidad diferente de la opinión institucional de la municipalidad o de una empresa. Esto habla de un grupo de personas. Por lo tanto, la comparación de la opinión de un individuo o de una organización puede llevar a malentendidos en la interpretación de los datos. Hay que definir parámetros metodológicos para los datos.

Figura 1: Esquema de funcionamiento del método ODIT (AFIT, 2001).



Fuente: elaborado por el autor a partir de las informaciones en el documento AFIT (2001).

Sin embargo, dada la diversidad de los actores, hay que tener en cuenta que no siempre se puede comparar diferentes datos. Por ejemplo, la opinión de un habitante de la ciudad es una realidad diferente de la opinión institucional de la municipalidad o de una empresa. Esto habla de un grupo de personas. Por lo tanto, la comparación de la opinión de un individuo o de una organización puede llevar a malentendidos en la interpretación de los datos. Hay que definir parámetros metodológicos para los datos.

Para evitar este tipo de situación, lo que puede influir considerablemente en el diagnóstico y, por lo tanto en el resultado global del plan de turismo, el método ODIT sugiere dividir la recolección de los datos de la realidad y su análisis en dos niveles: el del territorio y el del ámbito de la empresa, con el fin de delimitar focos de análisis y de acción distinta y no solapante.

En el primer nivel – el análisis territorial – el objetivo es identificar las cuestiones relacionadas con el territorio y el turismo, por los actores. Por lo tanto, la diversidad de lógica y racionalidades de los actores es la guía de esa fase. En el segundo nivel – el análisis de las organizaciones, con énfasis en aquellas turísticas – el objetivo es identificar los tipos de prácticas y sus métodos de evaluación de la sostenibilidad, e identificar posibles mejoras. Este análisis permite prefigurar el modo de organización para facilitar la participación.

En lo que respecta al territorio es preciso profundizar su dinámica con el turismo, la economía, la calidad de vida, entre otros. Existe un mayor enfoque en el turismo, se debe observar la interrelación entre los visitantes y lugareños, que toman ventaja de la oportunidad de desarrollar la ciudad turística económicamente, los impactos de las acciones entre ellos. Saber disfrutar de esta actividad y sus beneficios requiere una planificación, de ser posible dentro de la lógica del turismo sostenible, de manera que todos se beneficien.

Dentro de las empresas se debe analizar e identificar los puntos clave relacionados con el turismo, por ejemplo, cómo se desarrolla en la localidad, se evalúa constantemente en cuanto a su progreso, se está llevando a cabo de una manera sostenible, que se necesita mejorar y cómo hacerlo. Así se desarrollará el turismo con más facilidad, con mejor calidad y con la participación de todos los interesados.

Estas dos etapas culminan en una serie de preguntas clave para la comprensión de las dinámicas locales de turismo, donde:

- Se identificará claramente lo que gobierna el comportamiento de los actores en el territorio y el turismo;

- Se identificará y reunirá a la diversidad de las representaciones en el territorio y caracterizará las prácticas de turismo que dependen de ella;
- Se tendrá en cuenta las formas de llevar a cabo las prácticas turísticas de las organizaciones;
- Se conocerá las expectativas y prioridades de las organizaciones vis-à-vis las políticas territoriales y de las estructuras de supervisión.

Para hacerlo más claro, estos dos niveles se pueden considerar como las células humanas observadas a través de un microscopio: a nivel macro, donde las células buscarían para ver cómo se relacionan entre sí y formar el tejido tendríamos el nivel agregado del territorio; y a nivel micro, es decir, dentro de las células como se producen las operaciones para su manutención tendríamos el análisis de las organizaciones (presentes en el territorio).

Así, en el caso del turismo, el primer nivel, el macro, ocurre la recopilación de datos orientados a las cuestiones de territorio en su conjunto, es decir, la suma de las unidades económicas, productivas, organizativas, sociales, culturales y ambientales en su conjunto que actúan en una determinada zona geográfica, considerada como espacio turístico.

Una forma simple de pensar en el tema es a través de la suma de varios órganos sociales existentes en cada dimensión, así como sus acciones y expresiones. En general, tratamos aquí los diferentes sectores de la sociedad, por ejemplo, el sector primario, secundario y terciario. Otra posibilidad es agrupar estas organizaciones por su finalidad, u organizaciones privadas (con fines de lucro en general), las organizaciones estatales (locales, estatales y federales), las organizaciones públicas y no gubernamentales (ONG, asociaciones civiles, vecinales, etc.)

En el segundo nivel, el micro o de las organizaciones (que son las unidades de producción), la recolección y análisis de datos ocurre dentro de cada entidad colectiva que se mencionó anteriormente. Significa "zoom" y cambie el foco de análisis, vamos a ver lo que sucede dentro de los órganos sociales (empresas, asociaciones, ONG, etc), para ver cómo actúan. Para ello, algunas preguntas son necesarias y fundamentales para entender el funcionamiento de estas organizaciones y, en general, el funcionamiento de la actividad turística en el territorio. Por ejemplo: ¿cuáles son las prácticas de gestión del medio ambiente (dimensión ambiental) que se efectúan?; ¿las empresas consiguen recetas que les permitan reinvertir en el territorio, aumentando, por ejemplo, sus negocios y la creación de puestos de trabajo (dimensión económica)?; ¿Si las relaciones laborales se formalizarán en las empresas, por consecuente los derechos y

condiciones de trabajo serán dignas(dimensión social)?; y ¿Existe transparencia en la información y/o participación de los trabajadores en las decisiones (dimensión ética)?, etc.

Además de estas dos escalas de análisis, el método ODIT propone en la fase *Retrato del Lugar* mediante el análisis dimensional observar la realidad compuesta por la dimensión ambiental, económica, social y de gobierno, que en suma generará el panorama turístico del destino investigado. Para cada uno de ellos hay también un conjunto de indicadores o elementos de medición para el control, como turistas o prácticas socioeconómicas en general que se están desarrollando en el territorio.

Tabla 1: Criterios para el abordaje en las escalas del territorio y de la empresa.

DIMENSIONES	Ambiental	Económica	Social	Ética
CRITÉRIOS	Renovação	Rentabilidade	Reconhecimento	Governabilidade
	Prevenção	Integração Territorial	Inserção	Transparência
	Valorização	Flexibilidade	Prática de Parceria	Solidariedade
	Quadro de Vida	Perenidade	Acessibilidade	Tolerância

Fuente: AFIT (2001).

Los indicadores⁴ son en todas las ciencias, "instrumentos de información" para ayudar a la gestión. Pero, ¿puede entrar otro indicador favorable al desarrollo de las bases teóricas del turismo como una ciencia interdisciplinaria? a modo de ejemplo, se puede citar la capacidad de indicadores ambientales para retratar el potencial del turismo espacial y la capacidad de respuesta de los indicadores para monitorear las acciones e iniciativas de la gestión del turismo.

Es precisamente en este sentido que se inserta la tabla de indicadores en el método ODIT, la cual cumple doble función: ser una herramienta rigurosa para la recopilación de datos y la investigación científica y también proporcionar bases confiables para su control y la gestión del turismo.

⁴ Los indicadores son datos numéricos relativos al menos dos variables y tienen una unidad de medida y de referencia / comparación (OCDE, 1994). Como herramientas de apoyo a las decisiones, los indicadores han simplificado los modelos de la realidad con la capacidad para facilitar la comprensión de los fenómenos, la capacidad de comunicar los datos en bruto y la adaptación de la información a la lengua de los tomadores de decisiones. Las distintas categorías de indicadores se han utilizado en todo el mundo para diferentes propósitos: ambientales, sociales, culturales, históricos, turísticos, entre otros.

De este modo, a través de un conjunto de indicadores para cada dimensión puede recopilarse información que será analizada y retratada cómo los impactos del turismo. A su vez, la suma de los retratos de cuatro dimensiones del lugar (económica, social, ambiental y ética) puede evaluar la magnitud de las empresas turísticas y la escala del territorio, y así obtener una evaluación global del turismo en cualquier destino.

Cada indicador proporciona información específica. Como ejemplo de indicadores turísticos se puede crear un marcador en el "impacto económico del turismo en los locales" con el fin de saber cómo el dinero que entra en el condado sobre la base del turismo afecta a otras actividades. Esto requeriría la obtención de datos sobre el volumen de los ingresos procedentes del turismo y cruzarlos con la cantidad de empresas en el sector primario (agricultura), secundario (industria) y terciario (servicios, con exclusión de su giro) que proporcionan productos para el turismo en un período determinado (por ejemplo, un año).

Tabla 2: Ejemplos de Indicadores de la Dimensión Ambiental en la Escala Territorial.

Cuestión norteadora: el turismo permite la renovación de los recursos ambientales sobre los cuales se apoya? Eses recursos están amenazados por otras actividades realizadas en el territorio?	
Indicadores posibles	Elementos de mensuración (nº absoluto o porcentaje)
Atracción paisajística y biodiversidad	Tasa de cambio de las características paisajísticas
Consumo de la agua	Número de días con cantidad de agua limitada
Cualidad del aire	Número de días con picos de polución
Cualidades sonora y olfativa	Número de empresas pulidoras por zona geográfica
Cualidad arquitectónica	Estado do patrimonio antiguo e moderno
Intensidad turística	Densidad de visitantes en los espacios (m ² o Km ²)

Fuente: AFIT (2001).

Se debe considerar que antes de hacer un indicador es necesario saber quiénes son los proveedores de materias primas y productos para el sector turístico en el municipio. Esta es la información que debe recogerse en el comienzo de la fase 1 (*Retrato del Lugar*), donde identificamos quiénes son las partes interesadas en las empresas de escala y el territorio.

En resumen, hay que destacar que el *Retrato del Lugar* no es lineal y requiere de constante ir y venir de los datos de campo, de observar, clasificar, medir y obtener el mejor resultado posible. Por lo tanto, es esencial para nivelar las cuestiones de

territorio y el turismo; analizar el territorio, su diversidad lo que puede ofrecer al turismo; observar cómo los diferentes sectores de la ciudad interactúan con el turismo y buscan maneras de beneficiarse mutuamente.

Fase 2: El diagnóstico

Su objetivo es interpretar en términos de desarrollo, los signos y las direcciones observadas en el *Retrato del Lugar*. Las señales pueden traducirse en las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades, de acuerdo a los diferentes tipos de actores. Se debe definir la sostenibilidad para interpretar las implicaciones que efectúan las prácticas turísticas en ésta. El diagnóstico se centra en el turismo y en su integración con otros tipos de actividades y sectores. El cual está estrechamente involucrado con:

- Los problemas originalmente identificados, hilo conductor de todo el análisis;
- La calidad de los métodos utilizados para hacer el *Retrato del Lugar*, y su capacidad de tener en cuenta la diversidad de actores y sus representaciones;
- La capacidad de enumerar las "conclusiones" para el diagnóstico de los elementos observados en el *Retrato del Lugar*;
- El control del volumen de información recopilada para generar indicadores de turismo sostenible;
- La forma de organizarse colectivamente para construir y validar las interpretaciones (calidad de animación y la diversidad de la representación).

La experiencia demuestra que las prácticas no son dicotómicas, es decir, exclusivamente sostenibles o insostenibles. Ellas nunca están del todo de una manera, pero sí en su mayor parte. Hacer un diagnóstico, por tanto, no tiene la ambición de realizar un estado del arte del lugar, pero sí observar los actores involucrados y sus acciones que interfieren en el desarrollo sostenible.

Por lo tanto, la etapa del diagnóstico trata de:

- Identificar y validar colectivamente los temas de mayor prioridad para su interpretación. Tratar de validar si la sostenibilidad de las prácticas turísticas responden a cuestiones prioritarias del territorio;
- Fomentar el desarrollo de interpretaciones contradictorias (en el territorio las declaraciones y opiniones son contradictorias), esta discusión implica la argumentación e induce el debate, basado en el

marco de indicadores, con el objetivo de su rectificación y validación colectiva. El objetivo es tomar una dinámica que genere un diagnóstico turístico mínimamente compartido y consensuado;

- Discutir y debatir colectivamente para completar el diagnóstico del territorio turístico. Sobre la base de claros y comunes indicadores, problemas, prácticas y representaciones del trabajo y sobre la diversidad de puntos de vista (interpretaciones contradictorias) que hace posible validar colectivamente el diagnóstico del territorio.

En esta etapa se tiene una lista de sugerencias sobre las “cosas” que deben ser mejoradas en el territorio y los negocios.

Fase 3: Elaboración de ejes estratégicos

A partir del diagnóstico validado por todos los actores involucrados, esta fase define las principales líneas de trabajo para comparar las fortalezas y mejorar las debilidades del turismo. La idea es diseñar acciones que tengan cierto grado de estabilidad en el tiempo, por lo general se utiliza un marco de tiempo de 3 a 5 años como referencia para generar un plan de acción.

Ahora, se tiene que definir colectivamente y priorizar áreas de intervención estratégica en el territorio. Los ejes son los objetivos de desarrollo de los intermediarios del país (por ejemplo, mejorar la calidad del agua, mejorar la rentabilidad del negocio, etc.) se extraen de los puntos identificados en el diagnóstico para ser mejorados.

Para validar los ejes estratégicos a debatir conjuntamente por el grupo local, se necesita:

- Analizar los vínculos entre la sostenibilidad y tipos de prácticas turísticas llevadas a cabo en el territorio y su impacto en la región;
- Proponer ejes estratégicos teniendo en cuenta el conjunto de elementos validados en el diagnóstico;
- Organizar el debate para establecer prioridades y colectivamente validar los ejes estratégicos que deben conservarse para el territorio (la dimensión temporal es de los elementos que requiere de reflexión).

La organización propuesta, vinculada al método de investigación facilita la síntesis, porque en esta etapa los actores tienen dos tipos comunes de referencias: una identificar los tipos de turismo y su práctica con la sostenibilidad, y otra evaluar el impacto de estas prácticas en el desarrollo del territorio. El conjunto es apreciado a partir de una herramienta común: la tabla de indicadores de turismo local.

La jerarquía de los objetivos intermedios (también llamados líneas de acción) debe tomarse en cuenta la cuestión: ¿Si las directrices propuestas permiten atender (corregir/mitigar) las observaciones inicialmente realizadas? así, esta etapa permite relacionar la coherencia de la trilogía del procedimiento: búsqueda / interpretación / metas prioritarias del desarrollo.

Fase 4: El plan de acción

Esta fase consiste en organizar y priorizar en tiempo y espacio las acciones correspondientes a los principales objetivos de desarrollo identificados anteriormente (en la etapa de los ejes estratégicos). La cuestión central en el plan de acción es: ¿las acciones propuestas cumplen el objetivo del desarrollo orientado correctamente (prioridades estratégicas)?

Para aclarar esta cuestión (elaboración del plan de acción y validación de forma colectiva) es útil volver a lo que ya se ha hecho. Por lo tanto, es preciso volver a las constataciones realizadas en el *Retrato del Lugar* el cual está lleno de enseñanzas para el debate de las acciones propuestas adaptadas.

Se recomienda tener una discusión sobre los hechos (por ejemplo, la mejora de la calidad del agua - Eje Estratégico 1 - no puede ser percibido como una prioridad de todos los interesados, los cuales requerirán diferentes acciones para cada uno. Por ejemplo, para ciertos actores puede ser un problema de conciencia, para otros será un problema económico).

La pregunta que surge aquí es ¿si uno puede actuar simultáneamente sobre una serie de instrumentos existentes o sólo unos pocos (uno a la vez)?. Es necesario un análisis sistémico comprometido, así los actores deben desarrollar sistemáticamente el plan para lograr el medio, el elemento humano y la logística necesaria para poner en práctica cada acción de inversión designada.

Seguimiento y evaluación: un proceso transversal

Se realiza dos veces: al final de cada etapa y con una guía para la toma de decisiones. En caso de tener el marco de indicadores se debe buscar la información de registro a lo largo de cada paso, revelando las razones para elegir un camino y al mismo tiempo construir una base de datos del tiempo. Se puede hacer directamente con los actores del marco de indicadores.

Conclusión

Los estudios sobre planificación del turismo pasaran por un largo período de estancamiento, especialmente cuando se trata de teorizar y ampliar el conocimiento sobre el proceso de planificación en sí. El método ODIT se diferencia de otros modelos de la planificación del turismo al guiar la puesta en funcionamiento de la interrelación entre todos los actores que participan en la industria del turismo y la flexibilidad para crear indicadores alineados a la realidad de cada destino. Otros modelos de planificación restringen la participación de las partes interesadas en el proceso (planificación centralizada). Por otra parte, las metodologías de planificación interactiva, a menudo, son más exitosas en contextos individuales, por tanto, no absolutamente reproducibles en otros contextos.

En el caso de ODIT, criterios de flexibilidad para la creación de marcadores y promueve la adaptación del modelo para diferentes contextos. Por otra parte, ODIT excede las acciones de la cartografía y la elaboración de planes rígidos, que proporciona herramientas de análisis para el control y la evaluación de la necesidad de medidas de adaptación, en forma de indicadores de turismo, lo que puede resultar en la toma de decisiones y la aplicación de plan calificado.

Por lo tanto, el mérito de la ODIT metodología representa un avance indiscutible, pero también resaltar algunas limitaciones en que hace falta un progreso, tales como la creación de nuevas dimensiones e indicadores para el análisis. También se recomienda la revisión de su lógica de funcionamiento, para especificar las acciones y profundizar la precisión del proceso. La profundización de la investigación empírica en el contexto de Brasil puede probar y extender la metodología que conduce a un mejor margen para iniciativas estratégicas y lograr resultados beneficiosos en el desarrollo de la visita planeada.

Referências bibliográficas

- AFIT (Agence française de l'ingénierie touristique). *piloter le tourisme durable dans les territoires et les entreprises: guide de savoir-faire*. Paris,(2001).
- AGLIETTA, Michel, *Régulation et crises du capitalisme*. Calmann-Levy. Paris, (1976).
- BOYER, Marc. "História do turismo de massa". São Paulo: Editora EDUSC, 2003.
- BOYER, Michel; SAILLARD, Yves (Orgs.) "Théorie de la régulation. L'état des savoirs". La Découverte, Paris, (1995).
- BOYER, Robert. "La théorie de la régulation: une analyse critique". La Découverte, Paris, 1986.

- COSTA, Carlos. An emerging tourism planning paradigm? A comparative analysis between town and tourism planning. *International Journal of Tourism Research*, nº3, pp. 425-441. (2001).
- EMBRATUR. “Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional” Brasília (DF): MINTUR, (2007). (Módulo Operacional nº4).
- FAYOL, Henri. “Administration industrielle et generale: prevoyance, organisation, commandement”. coordination; controle. Paris: Dunod, 1931. 174p.
- IFEN - Institut Français de l’Environnement.. *Les Indicateurs de Développement Durable – Méthodes et Perspectives*. Orléans: Corbet, Études et Travaux, (1999), pp.145 .
- OECD - Organization for Economic Cooperation and Development. *Environmental Indicators*. Paris: OECD, pp. 124-176. (1994).
- PIMENTEL, Thiago D. (Org). *Plano Estratégico para o Desenvolvimento Sustentável do Turismo no município de Lima Duarte/MG. Relatório Final da Disciplina de Planejamento e Organização do Turismo II*. Versão não publicada. Universidade Federal de Juiz de Fora, julho de 2010.
- PIMENTEL, Thiago D. (Org). *Plano Estratégico Relatório Final da Disciplina de Planejamento e Organização do Turismo II para o Desenvolvimento Sustentável do Turismo no município de Caxambu/MG.. Versão não publicada*. Universidade Federal de Juiz de Fora, julho de 2011.
- PIMENTEL, Thiago D. (Org). *Plano Estratégico para o Desenvolvimento Sustentável do Turismo no município de São Lourenço/MG. Relatório Final da Disciplina de Planejamento e Organização do Turismo II*. Versão não publicada. Universidade Federal de Juiz de Fora, julho de 2012.
- PIMENTEL, Thiago D. (Org). *Plano Estratégico para o Desenvolvimento Sustentável do Turismo no município de Juiz de Fora/MG. Relatório Final da Disciplina de Planejamento e Organização do Turismo II*. Versão não publicada. Universidade Federal de Juiz de Fora, julho de 2013.
- PIMENTEL, Thiago Duarte; CARVALHO, F. C. C. *Fatores Condicionantes do Planejamento e Gestão em Destinos Turísticos: um quadro teórico de análise*. TURyDES (Málaga), v. 1, pp. 1-37. (2014).
- PIMENTEL, Thiago Duarte; CARVALHO, F. C. C. *Mapeando os Modelos de Planejamento Turístico: em busca de refinamento teórico com vistas à intervenção qualificada*. In: X SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO / ANPTUR, 2013, Caxias do Sul (RS). *Anais...* Caxias do Sul (RS): Editora da Universidade de Caxias do Sul / EDUCS. (2013). v. 1, pp. 1-15.
- PIMENTEL, Thiago Duarte; EMMENDOERFER, Magnus Luiz; TOMAZZONNI, Edegar Luis (Org.). **Gestão Pública do Turismo no Brasil: teorias, metodologias e aplicações**. 1. ed. Caxias do Sul (RS): Editora da Universidade de Caxias do Sul / EDUCS. (2014). v. 1, pp. 528.

1.3. Formación universitaria y científicidad del turismo

*MSc. Carlos A. Santovenia Pérez. Profesor Titular.
Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua-León
carlosant@yahoo.com*

Resumen

El artículo hace un análisis de la limitante existente en la formación universitaria en turismo en cuanto a la formación teórica que ofrece, porque aunque se imparten clases acerca de la historia del turismo no se enseña la evolución del pensamiento turístico. Se señala la ausencia de aspectos epistemológicos o filosóficos en los planes de estudio de las carreras universitarias en turismo y las posibles causas de esta situación, y como esto limita el desarrollo del pensamiento teórico acerca del turismo, y por tanto su desarrollo científico. Critica la formación ofertada como instrumental, pues privilegia el saber hacer por encima de la creación de un pensamiento crítico. El artículo propone incluir los estudios sobre teoría del turismo en la formación universitaria como condición necesaria para que los futuros profesionales puedan desarrollar un turismo adecuado a las exigencias del mundo actual.

Palabras claves

Turismo-epistemología-formación universitaria-científicidad del turismo-teoría del turismo

Summary

The article analyzes the existing limitation in university education in tourism on terms of theoretical training offered, although Tourism History classes are imparted the evolution of tourist thought are not. The absence of epistemological or philosophical in the curricula of university courses in tourism and the possible causes of this situation is noted aspects, as this limits the development of theoretical thinking about tourism, and hence its scientific development. Criticizes the training offered as instrumental, as favors expertise over creating critical thinking. The article proposes to include the theory of tourism studies in university education as a prerequisite for future professionals to develop appropriate tourism to the demands of today's world.

Keywords:

Tourism-epistemology-training university-scientific nature of tourism-theory of tourism

Introducción

Uno de los grandes debates alrededor del turismo en los últimos treinta años, es el referido a si el turismo es o no es una ciencia, y junto a este o como parte del mismo la discusión acerca de cuáles son las condiciones que limitan el desarrollo del turismo como ciencia.

Este trabajo no pretende analizar si el turismo es o no una ciencia, sino una de las condiciones que incide en la situación actual de la problemática enunciada anteriormente; en específico, como la formación universitaria contribuye al desarrollo científico del turismo por medio de la preparación que ofrece a los estudiantes que cursan estudios en áreas relacionadas con este campo del quehacer humano.

La pregunta a responder es; ¿cómo la formación que se imparte en las “carreras de turismo” en las universidades, contribuye a generar en los egresados capacidades para aportar nuevas ideas al debate científico sobre el turismo?; partiendo del supuesto de que si los estudiantes universitarios abordan el tema en su preparación adquirirán los recursos para investigar, opinar y publicar sobre este aspecto.

Este estudio, además de la lectura de diferentes trabajos sobre teoría, formación e investigación en turismo, que aparecen citados en la bibliografía anexada al final; contó con una consulta en la que se utilizó como fuente principal la Internet, la cual estuvo dirigida a identificar universidades en cuyas carreras se incluyen componentes académicos que abordan los problemas teóricos del turismo.

Al no contar con el tiempo necesario para hacer una búsqueda exhaustiva y teniendo en cuenta el gran número de sitios a consultar, se seleccionaron algunos países por su reconocida actividad turística y por la tradición en los estudios del turismo. Por lo que se pretendió analizar algunos países europeos que cumplen con esas condiciones como Suiza, Alemania, Francia, Italia y Austria. A los que se agregó España por el auge de la formación universitaria en turismo en los últimos veinte años, primero a nivel de postgrado y después a nivel de grado. En varios casos no se pudo tener acceso a los planes de estudios, en otros; los germanos, el problema del idioma fue una limitante, pues los documentos, en algunos casos, se presentan sólo en alemán y el tiempo no permitió trabajar todas las traducciones necesarias.

Asimismo, en los inicios se intentó abarcar un número considerable de países latinoamericanos, pero no fue posible. Entre las causas está también el no poder acceder directamente a los planes de estudio, lo que limita ofrecer una opinión seria sobre el tema abordado. Por tanto, se decidió concentrar la atención en las naciones de Mesoamérica, de las que tampoco se pudo obtener toda la información deseada.

Al final la muestra terminó siendo integrada fundamentalmente al azar, pues se analizaron las carreras que se pudieron encontrar mientras se hacía la búsqueda tomando en cuenta los países seleccionados.

Se descartaron algunas carreras porque los nombres de los componentes no indicaban claramente el contenido de los mismos y, no se pudo contar con los descriptores para precisarlos.

Información no es conocimiento

En los últimos tiempos se ha intensificado el debate acerca de la ciencia y el turismo o el turismo y la ciencia. Diversos autores; principalmente mexicanos, argentinos, brasileños, norteamericanos, británicos y españoles han escrito y publicado numerosos trabajos más o menos extensos sobre epistemología del turismo, filosofía y turismo, científicidad del turismo y otros aspectos similares.

Sin embargo, este debate, que no siempre está enfocado al problema real que es necesario abordar: cómo hacer para que el turismo sea tratado de una manera realmente científica, el turismo en sí y no sus manifestaciones; se queda circunscrito a un grupo reducido de expertos.

Esto es precisamente lo que se pretende discutir; como se podrá avanzar en el carácter científico del turismo si el *grupo de investigadores* está limitado en su crecimiento cuantitativo y cualitativo; pues los licenciados o graduados de las “carreras de turismo” no reciben una formación que les permita integrarse a ese debate y contribuir con lo que sólo pueden aportar las nuevas generaciones de científicos; nuevas ideas, nuevos enfoques, nuevas visiones que no están al alcance del pensamiento que se puede haber venido anquilosando con los años.

En cualquier campo de la ciencia los estudiantes en las universidades reciben componentes curriculares que se encargan de ponerlos en contacto con los conocimientos teóricos que son el fundamento de su campo de estudio, y con la evolución histórica de esos conocimientos, condición esencial para que puedan comprender el campo del accionar humano en que deben desempeñarse como profesionales. De ambas cosas carece, por lo general, la formación universitaria

en turismo; del análisis de la teoría o de los problemas teóricos del turismo, y del estudio de la historia del conocimiento turístico.

Y esto último es necesario aclararlo; muchas carreras imparten una clase denominada historia del turismo, que se refiere a cómo ha ido desarrollándose la actividad de los viajes, pero no a cómo ha ido evolucionando el conocimiento de los hombres sobre esta actividad.

Los que trabajan en el campo del turismo, como bien ha señalado en varios de sus trabajos el Dr. Francisco Muñoz de Escalona, han tenido que dedicarse a resolver los problemas prácticos cotidianos generados por el veloz progreso de esta actividad y dejaron a un lado los problemas de la teoría. Pero eso ha llevado a una situación, en el turismo, similar a la planteada por T. S. Eliot (Citado por Laurence M. Gould, 1968) al referirse a otros campos de la ciencia *“¿Dónde está la sabiduría que hemos perdido en el conocimiento, y donde el conocimiento perdido en la información?”*

Así pasa con el turismo; sabemos, o creemos saber todo, sobre motivaciones, ingresos, cantidades de viajes, impactos culturales, sociales, etc. pero todavía no estamos seguros de que es turismo. En ese maremágnum de información hemos dejado el conocimiento y la sabiduría.

Este escenario en cuanto a dedicación a teoría y práctica en turismo, puede ser además, una manifestación de lo planteado por Eduardo Nicol refiriéndose a la actitud de los científicos en el campo de la física; *“También es inevitable que, al notarse en una ciencia que falla su base de principios –como en la física actual-, quienes la cultivan propenden a compensar esa deficiencia teórica, que ellos no pueden resolver, poniendo más énfasis del debido en su eficacia práctica, con la cual parece que pudiera asegurarse la garantía de la legitimidad”* (Nicol, 2001, p. 12)

Esto es lo que ha ocurrido en el campo del turismo, los expertos han pretendido conseguir con la ampliación de la actividad turística y una promoción exagerada de sus supuestos éxitos en el desarrollo socioeconómico y la conservación de la naturaleza, lo que no han podido lograr en la búsqueda de una correcta identificación del turismo como actividad económica. He aquí una posible explicación del porqué de la exagerada publicidad del turismo como instrumento infalible para; crear riqueza, el logro de la paz mundial, el combate de la pobreza, o su, en cierta medida abandonada, promoción como industria sin chimenea, y otros eslogan de pura publicidad engañosa.

Una formación instrumental

En el campo del turismo la discusión científica está relegada porque gracias al predominio del “enfoque industrial del turismo”, la preparación de quienes estudian esta carrera en las universidades está sesgada; su orientación fundamental es crear recursos humanos capaces de “saber hacer” todas las funciones que exige la “industria del ocio y la hospitalidad”. O sea, estamos en presencia, como alguien ha dicho, de una “formación instrumental”, que convierte a esos jóvenes en excelentes “herramientas” del sector empresarial.

Mientras, la preparación teórica es débil, los aspectos relacionados con la ciencia en general y la problemática científica del turismo, en particular, son pobres. Esto limita trabajar eficazmente en la solución de todos los problemas que aquejan al turismo actual. Así como poder innovar en el desarrollo de la actividad turística.

Con el fin de tener una idea más concreta de la presencia de la teoría del turismo en la formación universitaria, se revisaron 79 carreras de turismo, de 72 universidades en 14 países; seis europeos y ocho americanos (Ver tabla anexa). De las 79 carreras sólo 19 (24.05 %), cuentan con un componente académico que aborda aspectos referidos a la teoría o la epistemología del turismo. O sea, que poco menos de una cuarta parte de los programas de formación revisados, ponen atención a un elemento que muchos expertos consideran necesario estudiar, discutir y dilucidar para un verdadero avance científico del turismo.

En el marco de este análisis hay un dato muy interesante. Se incluyeron en la muestra 8 universidades mexicanas, de las que 7 cuentan con un componente en el que se abordan problemas teóricos del turismo (teoría del turismo, conceptualización moderna del turismo, conceptualización del turismo, entre otros). Esto explica la abundancia de trabajos de autores mexicanos en el campo de la teoría, filosofía, epistemología del turismo, que podemos encontrar actualmente en la literatura científica del sector; y permitirá que cada vez sea mayor en cantidad y calidad. Analizar en detalle la relación entre ambos aspectos, sería una forma de profundizar en este tema de tanta importancia para el futuro del turismo.

La cubana Lidia Pérez Iglesias (2012), en su trabajo. “El turismo como disciplina científica en la sociedad cubana” plantea que: *“La aplicación de la epistemología a los estudios turísticos es de extrema importancia dado que puede auxiliar en la explicación del fenómeno turístico y, al mismo tiempo, suministrar bases científicas seguras para los investigadores en turismo”*. No entraremos en la discusión de cuanta certeza hay en esta frase, pero queremos plantear que no podrá haber una aplicación de la epistemología como la que se solicita porque, por ahora, es un

campo exclusivo de unos cuantos especialistas, y no se alcanzarán esos niveles de empleo de la epistemología, o demorará mucho alcanzarlos, mientras los problemas teóricos del turismo no se comiencen a abordar en las carreras universitarias relacionadas con el turismo.

Mientras esos nuevos profesionales no puedan sostener un debate amplio y profundo sobre la esencia del turismo y, aportar sus conocimientos para enriquecer el acervo teórico del turismo en sí, este aspecto seguirá estancado en las apreciaciones tradicionales, con los consiguientes efectos limitantes del desarrollo adecuado del turismo.

En ese necesario proceso de implementar una formación universitaria que contribuya al desarrollo científico del turismo es de primordial significación incluir dentro de los aspectos teóricos *la teoría alternativa del turismo* aportada por el Dr. Francisco Muñoz de Escalona.

Para fundamentar este planteamiento aprovecho otra cita tomada del libro de Eduardo Nicol antes mencionado. Al referirse a la crisis de la física, situación muy similar a la atravesada por el turismo, salvando las distancias que existen entre ambos campos del conocimiento, Nicol expresa; “Ninguna solución viable puede intentarse para un problema, si el problema mismo no logra presentarse nítidamente, desbrozado de toda esa maraña de confusiones que en realidad es la crisis, más que un síntoma de ella. Es el método mismo, por consiguiente, y no una inclinación subjetiva a extremar la claridad, el que obliga en la situación presente a denunciar esas confusiones y a preparar la teoría con una investigación histórico-crítica y no sólo positiva o fenomenológica” (Nicol, 2001, p. 13).

De esta cita tomaremos dos elementos como apoyo; el primero cuando se refiere a que la solución viable del problema exige una presentación nítida del mismo “desbrozado de toda esa maraña de confusiones”. Eso es lo que pretende el Dr. Muñoz de Escalona con la teoría alternativa al, “identificar objetivamente el turismo como producto y como actividad productiva” (Muñoz de Escalona, 2010), y que logra con éxito, a mi criterio.

Y el otro, es el de “preparar la teoría con una investigación histórico-crítica”. No cabe mejor título a los estudios de la evolución del turismo en sí y de la evolución de los conocimientos sobre el turismo realizados por el Dr. Muñoz de Escalona y presentados en sus libros *“El turismo explicado con claridad”* y *“Autopsia del turismo. Primera Parte: “El vencimiento de la distancia”* y diversos artículos; derivados en su esencia de su tesis doctoral *“Crítica de la Economía Turística. Enfoque de Oferta versus Enfoque de Demanda”*.

Esta investigación histórico-crítica del turismo va a la esencia del mismo y permite tener una visión global de los problemas teóricos del turismo. No sólo desde el punto de vista de cómo han evolucionado sino que también insiste en una nueva forma de hacer turismo que debe cambiar algunas de las consecuencias de su implementación en la práctica. Y aunque no he realizado un análisis de la teoría alternativa del turismo desde el punto de vista de en qué nivel la misma constituye una “*epistemología crítica del turismo*”; estudio que sería muy interesante y al que invito a los colegas que cuentan con un mayor instrumental desde el punto de vista de la filosofía de la ciencia; discrepo, respetuosamente, con el Dr. Marcelino Castillo Nechar cuando plantea “la ausencia de grandes discursos para su discusión” (Castillo, 2011, p. 532); pues considero que la Teoría Científica del Turismo (Enfoque de oferta), propuesta por el Dr. Muñoz de Escalona es un discurso que merece ser discutido. A no ser que se considere que no es un discurso, lo cual debería ser expuesto con los fundamentos correspondientes, o que se piense que a pesar de ser un discurso, es tan pequeño que no merece ser discutido. No parece que esto sea cierto; puede que no haya ningún otro estudio sobre el tema con la magnitud y profundidad del presentado por Muñoz de Escalona.

En esta cuestión hay otro aspecto que necesita ser profundizado; el de la posible incidencia de determinados factores sociales; intereses de grupos, lo que es políticamente correcto, u otros, que podrían estar limitando la presencia de los elementos señalados en la formación universitaria.

Escasa investigación de la teoría

Sobre la escasa investigación de los problemas teóricos en la universidad no se hizo una búsqueda como la realizada para el aspecto de la formación. Sin embargo, se consultaron diferentes fuentes que aportan datos llamativos por su coincidencia con lo planteado anteriormente.

Dos de esos estudios son el de Daniela Castellucci (2005), de la Universidad de Mar del Plata en Argentina, denominado “Producción académica en turismo. Análisis de monografías de graduación”, y el de Miriam Rejowski, profesora del Curso de Turismo de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de Sao Paulo; titulado, “Investigación en Turismo en las Universidades Brasileñas”.

El trabajo de Castellucci consistió en el análisis de setenta y siete monografías de graduación de la Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, realizadas entre 1998 y 2005. Contiene dos cuadros muy ilustrativos, que se presentan a continuación.

Cuadro 3: Monografías de graduación por Disciplinas

Disciplinas	Cantidad	%
Planeamiento	21	0,27
Sociología	16	0,21
Economía	10	0,13
Marketing	10	0,13
Administración	7	0,09
Geografía	4	0,05
Educación	3	0,04
Derecho	3	0,04
Historia	1	0,01
Filosofía	1	0,01
Arquitectura	1	0,01
Total	77	1

Fuente: Elaboración Propia

Llama la atención (ha sido resaltado intencionalmente), que una sola de todas esas monografías está relacionada con la filosofía. Lo que reduce a un porcentaje muy bajo el tratamiento de los aspectos epistemológicos del turismo en este grupo de estudios.

El otro cuadro, el 4: Monografías de graduación por temas; ayuda a confirmar lo anterior.

Cuadro 4: Monografías de graduación por Temas

Temas	Cantidad	%
Turismo y Servicios Turísticos	22	0,29
Turismo y Desarrollo	18	0,23
Turismo y Gestión	13	0,17
Turismo y Sociedad	11	0,14
Turismo y Medio Ambiente	4	0,05
Turismo y Cultura	4	0,05
Turismo, Tiempo Libre y Recreación	3	0,04
Turismo y Formación	2	0,03
Total	77	1

Fuente: Elaboración Propia

Todo parece indicar que aspectos sobre epistemología del turismo y aspectos relacionados son escasos en este grupo de estudios. Y aunque la autora del citado trabajo plantea (pp.125); “que el Licenciado en Turismo está capacitado para participar en el análisis e investigación conceptual y aplicada del turismo en su carácter integral;...”, los temas reflejan más un tratamiento de aspectos prácticos específicos que son los predominantes en estos estudios de culminación de estudios. Sería muy beneficioso que todos nuestros egresados pudieran poner de manifiesto esas capacidades, si es que las han adquirido.

La información presente en el trabajo de la profesora Rejowski refleja una situación similar a la observada en el de Daniela Castellucci. Como se muestra en la tabla 3 a continuación, están presentes los campos tradicionales de estudio del turismo, con un claro enfoque práctico y aplicado, que constituyen propuestas de solución a problemas empresariales, desarrollo de manuales específicos a partir de modelos generales, propuestas de instrumentos de planificación, análisis de problemas legales casuísticos del turismo en el territorio y otros similares; sin llegar por lo general a tratar como mejorar el nivel científico de los conocimientos del turismo.

Tabla 3:
Investigaciones por area de conocimiento

AREA DE CONOCIMIENTO	INVESTIGACIONES	
	Nº	%
Administración	13	23,7
Arquitectura	1	1,8
Ciencias Contables	1	1,8
Ciencias Sociales	4	7,3
Comunicación	21	38,2
Derecho	1	1,8
Economía	2	3,6
Ingeniería	3	5,5
Geografía	9	16,3
TOTAL	55	100

Fuente: Elaboración Propia

La tabla 4, que clasifica los estudios por asunto en general, también muestra la orientación de los mismos hacia temas prácticos entre los que sobresalen de forma mayoritaria la planificación, el turismo litoral y la hotelería.

Tabla 4:
Clasificación por asunto en general

ASUNTOS EN GENERAL	INVESTIGACIONES	
	Nº	%
Agencia de viajes	3	5,5
Comportamiento turístico	1	1,8
Espacio y turismo	5	9,1
Geografía del turismo	1	1,8
Historia del Turismo	1	1,8
Hotelería	6	10,9
Legislación Turística	1	1,8
Márketing turístico	3	5,5
Planificación turística	7	12,7
Turismo y administración pública	3	5,5
Turismo y economía	3	9,1
Turismo de eventos	1	1,8
Turismo litoráneo	7	12,7
Turismo y medio ambiente	3	5,5
Turismo y percepción	3	7,3
Turismo y propaganda	2	3,6
TOTAL	55	100

Fuente: Elaboración Propia

Estos dos casos; uno argentino y otro brasileño, contribuyen a ilustrar de una forma más amplia la falta del elemento teórico-filosófico del turismo en la formación de los estudiantes de turismo, especialmente en Latinoamérica; partiendo de la base de que la investigación es uno de los componentes esenciales en la preparación de los futuros profesionales. El caso nicaragüense y el de Centroamérica no son muy diferentes, aunque es necesario documentarlos con precisión.

En su trabajo ya mencionado “Epistemología del turismo ¿qué es eso?” (2011), el Dr. Marcelino Castillo Nechar al resaltar el papel de la universidad en la formación de profesionales críticos del turismo expone; “La universidad debe ser el espacio por excelencia de la crítica a los problemas de la sociedad, en el que sus educandos tengan las condiciones necesarias para desarrollarla y se aliente en ellos esa capacidad reflexiva, enjuiciativa y transformadora de los problemas que plantea el turismo”. Precisamente eso es lo que debe hacer la universidad, pero para formar esas capacidades debe introducir a los jóvenes en el estudio de los problemas epistemológicos del turismo, y su aplicación a la investigación.

Para culminar esta reflexión haremos una última cita del trabajo de Dr. Castillo Nechar: “La universidad debe fomentar e invertir en un pensamiento crítico social

que tenga ideas y no solo tecnología”; la cual aprovechamos para reafirmar que eso es precisamente lo que necesitamos: profesionales críticos y no apéndices de la computadora de la recepción del hotel. .

Conclusiones

La formación universitaria en turismo requiere de una mayor presencia de los aspectos teóricos del mismo como parte de la preparación impartida, condición necesaria para fortalecer la comunidad científica del turismo y mejorar los conocimientos a poner en práctica.

La preparación en los aspectos teóricos del turismo debe ser puesta en práctica por medio de la investigación, con el fin de introducir a los nuevos profesionales en la producción de conocimientos relevantes en esta área.

Los estudios sobre la formación epistemológica que reciben los estudiantes latinoamericanos y la incidencia de esta en el desarrollo del conocimiento científico del turismo, constituyen un campo promisorio para el intercambio investigativo de los docentes en turismo de la región.

Referencias bibliográficas

- Castellucci, Daniela. (2005). “Producción académica en turismo. Análisis de monografías de graduación” En: Aportes y transferencias, año/vol. 1, número 009. Universidad Nacional de Mar del Plata. Mar del Plata, Argentina, pp. 117-128
- Castillo Nechar, Marcelino y Maribel Lozano Cortés. (2006). “Apuntes para la investigación turística” Universidad de Quintana Roo. Chetumal. México.
- Castillo Nechar, Marcelino. “Epistemología crítica del turismo ¿qué es eso?” En: Turismo em Análise. Vol. 22, n. 3. Dezembro 2011.
- Gould, Laurence M. (1968). “La ciencia y el humanismo de nuestro tiempo” En: “El Correo de la UNESCO”. Febrero, 1968. Año. XXI. París, pp. 4-10
- Jafari, Jafar. “El turismo como disciplina científica”. En: Política y Sociedad. (2005), Vol. 42 Núm. 1, pp. 39-56
- Muñoz de Escalona, Francisco. (2004). “Autopsia del turismo. Primera Parte: “El vencimiento de la distancia”. Editado por eumed-net; accesible a texto completo en <http://www.eumed.net/cursecon/librería/>
- (2007). “La objetivación unívoca del turismo, meta insoslayable del proceso de científicación”. (Mimeografiado)
- (2003). “El turismo explicado con claridad”. Libros en Red. (www.librosenred.com).

- (2010). "Ciencia y no ciencia en el turismo: respuesta al antropólogo del turismo Maximiliano Korstanje". En: TUR y DES. Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local. Vol 3, N° 8 (septiembre/setembro 2010) www.eumed.net/rev/turydes/
- Nicol, Eduardo. (2001). "Los principios de la ciencia". Fondo de Cultura Económica. México D. F. (5ª. Reimpresión)
- Osorio García, Maribel. (2005) "Hacia la construcción del objeto de estudio del turismo desde una perspectiva materialista crítica". En: PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 3 N° 1, pp.41-61.
- Pérez Iglesias, Lidia. "El turismo como disciplina científica en la sociedad cubana". Tomado de: <http://www.gestiopolis.com/economia/turismo-disciplina-cientifica-sociedad-cubana.htm>. (2012)
- Rejowski, Miriam. "Investigación en Turismo en las Universidades Brasileñas" Gestión Turística. N° 1, pp. 46 - 61
- Rodríguez Leal, Sergio. "Madurez de la investigación científica en turismo en Brasil y en el mundo". En: Estudios y Perspectivas en Turismo. Volumen 15 (2006), pp.81-91

INCLUSIÓN DE COMPONENTES SOBRE TEORÍA O EPISTEMOLOGÍA DEL TURISMO EN CARRERAS UNIVERSITARIAS DE TURISMO (NIVEL DE PREGRADO)				
País	Universidad	Carrera	Aborda el tema	Componente
Francia	Vatel International Bussiness School	Bachelor's degree in International Hotel Management	Si	Turismología
Austria	Fachhochshule-Studiengang für Tourismus-Management/Viena	Diploma Course in Hospitality and Tourism Management	No	
	Tourism College MODUL of the Vienna Chamber of Commerce	CURRICULUM ICHM – CORE COURSES	No	
	University of Applied Sciences/ Fachhochshule Salzburg	Innovation & Management in Tourism. (International Bachelor Program for Tourism Professionals)	Si	Tourism Fundamentals
Italia	Universidad de Bolonia	Economía del Turismo	No	
	Universidad de Turín	CdL in ECONOMIA, GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEL TURISMO	No	
	Università degli Studi di Roma "La Sapienza"	Economia del turismo e delle risorse N.O. Percorso Turismo	No	
	Università degli Studi di Torino	Economia del turismo e mercati turistici	No	
Alemania	Cologne Business School	Bachelor International Tourism Management		
Gran Bretaña	Buckinghamshire New University	BA (Hons) International Tourism Management with Air Travel	No	
		BA (Hons) International Travel and Tourism Management	No	
	Edinburgh Napier University	BA (Hons) Hospitality & Service Management	No	
		BA/BA (Hons) Hospitality And Marketing Management	No	
	University of Surrey	BSc (Hons) International Hospitality and Tourism Management	Si	Tourism Theory in Practice
		BSc (Hons) Tourism Management	Si	Tourism Theory in Practice
	University of Strathclyde	Hospitality and Tourism Management	No	
España	Universidad de Santiago de Compostela	Diploma de Gestión de Empresas Hosteleras	No	
	Universidad de Almería	Diplomado en Turismo	Si	Sociología del Turismo y del Ocio
	Universidad de Córdoba	Grado de Turismo	Si	Sociología del Turismo
	Universidad de Huelva	Diplomado en Turismo	No	
	Universidad Rovira i Virgili	Grado de Turismo	No	
	Universidad Antonio Nebrija	Grado en Turismo	No	
	Universidad Complutense de Madrid	Grado en Turismo	No	
	Universidad de Sevilla	Grado en Turismo	No	
	Universidad Autónoma de Madrid	Grado en Turismo	No	
	Universidad Carlos III de Madrid	Grado en Turismo	No	

	Universidad de Salamanca	Diplomatura de Turismo	No	
	Universidad de Jaén	Grado en Turismo	No	
	Universidad Autónoma de Barcelona	Grado en Turismo	No	
	Universidad de Alcalá	Grado en Turismo	No	
	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Diplomado en Turismo	No	
	Universidad de Almería	Diplomado en Turismo	No	
	Universidad de Cantabria	Grado en Turismo	No	
	Universidad de Granada	Grado en Turismo	Si	Historia Económica y Social del Turismo
	Universidad de las Islas Baleares (Ibiza)	Grado en Turismo	No	
	Universidad José Camilo Cela	Titulado Universitario en Turismo Operativo	No	
Argentina	Universidad de Ciencias Sociales y Empresariales de Buenos Aires	Licenciatura en Turismo	No	
	Universidad de La Plata	Licenciatura en Turismo	No	
	Universidad de Buenos Aires	Técnico en Turismo Rural	No	
	Universidad de Palermo	Licenciado en Turismo	No	
Chile	Universidad de Valparaíso	Gestión en Turismo y Cultura	No	
	Universidad de La Serena	Administración Turística	No	
México	Universidad Autónoma del Estado de México	Licenciatura en Turismo	Si	TEORÍA SOCIOLOGICA Y TURISMO
	Universidad Autónoma de Ciudad Juárez	Licenciatura en Turismo	Si	Teoría del Turismo
	Universidad Autónoma de Chiapas	Gestión Turística	Si	Fundamentos de Turismo
	Universidad Autónoma de Aguas Calientes	Licenciatura en Gestión Turística	Si	Sociología del turismo
	Universidad Autónoma de Guadalajara	Licenciatura en Gestión de Empresas Turísticas	Si	Conceptualización moderna del turismo
	Universidad Autónoma de Puebla	Licenciatura en Administración Turística	Si	Conceptualización del turismo
	Universidad de Guanajuato	Licenciatura en Administración de Recursos Turísticos (1999)	Si	Teoría del Turismo I y II
	Universidad de Quintana Roo	Licenciatura en Turismo (2007)		
Caribe	The University of the West Indies	B.Sc Hospitality & Tourism Management - Hospitality Option	No	
		B.Sc Hospitality & Tourism Management - Tourism Option	No	
		B.Sc International Tourism Management	No	
Guatemala	Universidad del Valle de Guatemala	Licenciatura en Turismo	No	
Costa Rica	Universidad de Costa Rica (UCR)	Bachillerato en Turismo Ecológico	No	
	Universidad Nacional Sede Regional Chorotega (UNA)	Bachillerato en Gestión Empresarial del Turismo Sostenible	No	
	Universidad de Ciencias Empresariales (UCEM)	Bachillerato Turismo y Administración Hotelera	Si	Teoría turística
	Universidad del Turismo (UTUR)	Bachillerato en Administración Hotelera	No	
		Bachillerato en Administración	No	

		de Alimentos y Bebidas		
		Bachillerato en Gestión del Turismo Ecológico	No	
	Instituto Tecnológico de Costa Rica	Bachillerato Gestión del Turismo Sostenible	No	
	Universidad Autónoma de Centro América	Licenciatura en Turismo	No	
	Universidad Latina	Licenciatura en Turismo con énfasis en Hotelería y Restaurante		
El Salvador	Universidad Francisco Gavidia	Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas	No	
	Dr. José Matías Delgado	Licenciatura en Turismo	No	
Nicaragua	American College	Licenciatura en Administración Turística y Hotelera	No	
	Universidad Centroamericana (UCA-Managua)	Gestión y Desarrollo del Turismo	Si	Teoría y Técnica del Turismo I (Orígenes y evolución del turismo contemporáneo)
	Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua)	Licenciatura en Turismo Sostenible	No	
	Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-León)	Licenciatura en Gestión de Empresas Turísticas	Si	Teoría Alternativa del Turismo
	Universidad Central de Nicaragua	Licenciatura en Turismo y Administración Hotelera	No	
	Universidad de Ciencias Comerciales	Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	No	
	Universidad de las Américas (ULAM)	Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	No	
	Universidad del Norte de Nicaragua	Administración Turística y Hotelera	No	
	Universidad Hispanoamericana	Licenciatura en Administración turística y Hotelera	No	
	Universidad Iberoamericana de Ciencia y Tecnología (UNICIT)	Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	No	
	Universidad Metropolitana	Administración Turística y Hotelera	Si	Teoría y Técnica de Turismo I
	Universidad Nicaragüense de Ciencia y Tecnología	Administración Turística y Hotelera	Si	Teoría Turística
	Universidad Politécnica de Nicaragua (UPOLI)	Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	No	
	Universidad Popular de Nicaragua	Administración Turística y Hotelera	Si	Teoría del Turismo Sociología Turística
14 países	72 Universidades	79 Carreras	20 Si	

Fuente: Elaboración Propia

Capitulo II. Recursos, atractivos y vocación turística

2.1. Inventario y potencial turístico de los recursos naturales. Caso de estudio: los manglares de la bahía de banderas, México

*M.C. Bartolo Cruz-Romero
Instituto Tecnológico de Bahía de Banderas
M.C. Luis Fernando González-Guevara
Centro Universitario de la Costa. Universidad de Guadalajara
M.C. María del Carmen Navarro-Rodríguez
Centro Universitario de la Costa. Universidad de Guadalajara
Biól. Juan Daniel Lepe-Ríos
Instituto Tecnológico de Bahía de Banderas
cruzromerobartolo@gmail.com*

Resumen

La valoración de los recursos naturales y artificiales con potencial turístico en los manglares de la Bahía de Banderas, se determinó bajo la metodología de "Inventario de recursos" propuesta por Leno (1993). Los resultados muestran que todos los recursos potenciales se encuentran en conjunto; lo cual les otorga un valor más elevado respecto a la metodología utilizada. Esto no limita las áreas solo al avistamiento y visita de los recursos con mayor jerarquía como las aves, cangrejos, flora, canales navegables, torres de observación y senderos elevados. Al contrario, se considera que el conjunto de todos los recursos con potencial turístico son susceptibles de aprovechamiento bajo esquemas de sustentabilidad mediante programas de turismo asociado a la naturaleza.

Palabras claves

Potencial turístico, manglares, desarrollo sustentable.

Summary

The valuation of natural and artificial resources with tourism potential in the mangroves of the Bay of Banderas, it was determine under the methodology of "Resource Inventory" given by Leno (1993). The results show that all potential resources are together; which gives them a higher regard to the methodology used value. This is not limited only to the sighting areas and visit the most important resources such as birds, crabs, vegetation, waterways, observation towers and elevated walkways. On the contrary, it is considered that the set of all resources with tourism potential are likely to use under sustainability schemes by tourism programs associated with nature.

Keywords

Tourism potential, mangroves, sustainable development.

Introducción

En los últimos años se ha incrementado la densidad de asentamientos humanos; y esto ha provocado la deforestación y el ingreso de diferentes contaminantes a los sistemas estuarinos y recursos naturales que constituyen la zona costera. Las fuentes de deterioro son muy variadas y dependen de cada región, estado y municipio. INE (2005) señala que las perturbaciones principales en México se derivan de la construcción de infraestructura turística, sustitución por campos de cultivo, potreros, camaronicultura, asentamientos humanos y la industria petrolera. Moreno *et al.* (2002) mencionan que estas actividades han reducido las superficies de bosques, selvas y pantanos. De forma particular las cuencas hidrológicas están siendo contaminadas, al igual que los sistemas acuáticos costeros, entre los que se cuentan los manglares. Estos ecosistemas son definidos por Bacon (1980) y Lot y Novelo (1990) como la comunidad que corresponde a la vegetación arbórea o arbustiva que se localiza en zonas maréales de baja energía en bahías protegidas, lagunas costeras, estuarios y deltas de ríos y que ocupa la zona que corresponde al ecotono entre el medio acuático y el terrestre. Whittaker y Likens (1975) y Day *et al.* (1987) sitúan a los manglares entre los sistemas más productivos del mundo; siendo su producción comparable a la de las selvas tropicales y a los cultivos intensivos como el de caña de azúcar con valores entre 30 y 60 ton/ha/año de materia orgánica.

Flores (1990) y Yáñez y Seijo (1991) señalan que el manglar como componente principal de los pantanos costeros, juega también otros papeles ecológicos tales como, descarga y recarga de agua subterránea, control de flujo y reflujos de aguas estuarinas, protección contra la erosión, estabilización costera, retención de sedimentos y nutrientes, como filtro biológico manteniendo la calidad del agua, protección contra fenómenos meteorológicos, estabilización climática de la región, amortiguamiento de los contaminantes de sistemas vecinos, refugio y reclutamiento biológico de numerosas especies comerciales y de valor estético. Cintron y Schaeffer (1981) registran en los trópicos del planeta cuatro familias de mangle con 44 especies, de las cuales 12 de ellas están representadas en América.

Pennington y Sarukhan (1969) reporta para las costas de México cinco especies de mangle: “mangle rojo” *Rhizophora mangle*, “mangle blanco” *Laguncularia racemosa*, “mangle negro” *Avicennia germinans*, “mangle botoncillo” *Conocarpus erectus*; en tanto que Ramírez y Segura (1994) registran “mangle amarillo” *Rhizophora harrisonii* en las costas de Chiapas. Con respecto a la Bahía de Banderas, (compartida por los estados de Jalisco y Nayarit), Estrada (2000) reporta tres especies de mangle: *R. mangle*, *L. racemosa* y *A. germinans*. Sin

embargo el crecimiento de la infraestructura urbana, turística y de servicios públicos ha propiciado que en la región se pierdan y deterioren continuamente los ambientes naturales de los manglares y las especies de flora y fauna asociadas. Por tal motivo es necesario realizar investigaciones que involucren a la planeación turística en las que el análisis de los recursos con potencial turístico como los manglares y la evaluación de sus valores y usos, proporcionen un manejo integral que permitan en primer lugar hacer una autoevaluación partiendo de los impactos y amenazas ambientales de estos sistemas para plantear alternativas dentro del paradigma del desarrollo sustentable a corto, mediano y largo plazo. En un sentido amplio, los sistemas de manglar de Bahía de Banderas, deben ser considerados de suma importancia, tanto por sus características ambientales, como por sus valores estéticos, potencial turístico, cultural y económico; por lo que en este trabajo se pretende dar las bases del potencial turístico de estos sistemas, destacando sus recursos tanto naturales como artificiales, a través de un inventario; además de la necesidad de realizar programas de conservación y aprovechamiento sustentable, que concilien las demandas de diversificación y nuevos segmentos del turismo.

Antecedentes

Desde hace varias décadas los humedales costeros como los manglares, están siendo objeto de usos incompatibles con la conservación de estos ecosistemas (Moreno *et al.* 2002). En la región de Bahía de Banderas ubicada en los municipios de Puerto Vallarta, Jalisco y Bahía de Banderas, Nayarit. Cifuentes, *et al.* (2002) señalan que los sistemas estuarinos: estero El Salado, Boca Negra-Boca de Tomates y Laguna El Quelele, presentan fuertes presiones antropogénicas por el efecto de la mancha urbana en éstas áreas, situación que ha llevado a estos sistemas a un inminente grado de destrucción, reducción y deterioro de sus componentes bióticos y procesos ecológicos. Varios autores señalan que la dinámica del desarrollo regional desde los años 30's en la Bahía de Banderas y en particular sobre los ecosistemas de manglar, han acelerado la reducción del potencial ecológico, económico y turístico (Olveda, 1993; Munguía, 2000; y Cifuentes *et al.* 2002). Por otro lado el Diario Oficial del Gobierno del Estado de Jalisco (2000) señala que el crecimiento urbano y de servicios turísticos en la década de los 70's, así como la construcción de la rada portuaria de Puerto Vallarta han afectado particularmente al estero El Salado. Asimismo Cifuentes *et al.* (2002) mencionan que es también en esa década cuando el desarrollo que hoy conocemos como Nuevo Vallarta y la ampliación del poblado Jarretaderas sobre los terrenos aledaños a la Laguna El Quelele reduce dramáticamente la conexión natural entre estos cuerpos costeros quedando fragmentos relictuales del estero Boca Negra-Boca de Tomates.

Objetivo

- Determinar la valoración de los recursos con potencial turístico de los sistemas de manglar en la Bahía de Banderas, México.

Área de estudio

La Bahía de Banderas se localiza geográficamente entre los 20° 15' y 20°47' Latitud Norte y los 105° 15' y 105° 42' de Longitud Oeste. Los límites morfológicos son al norte Punta de Mita, Nayarit y Cabo Corrientes, Jalisco al sur. Sus costas bañadas por las aguas del Océano Pacífico se dividen con fines prácticos en tres: la costa norte, con una longitud de 24 km, que se extiende desde Punta de Mita hasta Bucerías, Nayarit; la costa este, que mide 39 km y se desplaza desde Bucerías hasta Boca de Tomatlán, Jalisco y la costa sur (52 km) que se dispersa desde Boca de Tomatlán hasta Cabo Corrientes, Jalisco (Cupul, 1998). (Figura 1).

Figura 1. Bahía de Banderas, México.



Fuente: Plan de desarrollo del turismo de Bahía de Banderas.

La bahía presenta con respecto a la línea de costa una longitud aproximada de 115 km y un ancho promedio de 42 km con una profundidad de hasta 200 m en su parte norte y en su parte sur de hasta 1700 m abarcando una superficie total del área de 1,407 km² (Cupul, 1998).

Sistema estuarino El Salado

Se localiza en el Municipio de Puerto Vallarta, Jalisco, México. Se encuentra entre los 20° 39' 21" y 20° 41' 37" Norte y los 105° 13' 34" y 105° 15' 51" Oeste (Figura 2). El estero posee un canal principal de 2 km de largo por 20 m de ancho promedio y una profundidad aproximada de 2 m. La vegetación circundante está compuesta de 140 ha aproximadamente de manglar y cuenta con parches importantes de vegetación de marisma (35,2 ha) y bosque tropical subcaducifolio (1 ha) así como remanentes poco significativos de bosque espinoso y vegetación acuática (Gómez, 1999).

Figura 2. Sitio de muestreo El Salado, Puerto Vallarta, Jalisco, México.



Fuente: Tomado del Plan de Desarrollo Municipal.

Sus componentes de paisaje y de hábitat son favorables para las aves migratorias y el desarrollo del ciclo biológico de mamíferos y reptiles, tales como el cocodrilo de río. El estero se desarrolla sobre el delta del río Ameca y se considera un estero urbano, ya que está rodeado completamente por la ciudad de Puerto Vallarta. Se conecta al océano por una boca permanente que fue modificada durante los años sesenta y ochenta para la conformación de la dársena portuaria y la marina de yates. Presenta un canal principal de 2 km de largo por 20 m de ancho promedio y una profundidad aproximada de 2 m (Cupul, 2000).

Sistema estuarino Boca Negra-Boca de Tomates: Se conforma de dos áreas cuya superficie es de 14,85 y 138 hectáreas, respectivamente (Figura 3). Este sistema se localiza al norte de Puerto Vallarta, entre los 29° 39' y 20° 42' de Latitud Norte y los 105° 15' y 105° 17' de Longitud Oeste y constituye la desembocadura del Río Ameca; es un pequeño humedal costero alimentado por una vena del Río Ameca y que se localiza a menos de 700 m al sur de la desembocadura y se encuentra separado del mar por una barra arenosa, misma que llega a romperse en situaciones de gran descarga pluvial (Cupul, 2000).

Figura 3. Sitio de muestreo Boca Negra – Boca de Tomates, Puerto Vallarta, Jalisco.



Fuente: Tomado del Plan de Desarrollo Municipal

Sistema estuarino El Quelele

Se localiza entre los $105^{\circ} 17'$ oeste y $20^{\circ} 43'$ norte y distante a 15 km hacia el norte de Puerto Vallarta, Jalisco. Tiene un área total de planos lodosos de 100 ha que son inundadas periódicamente por efectos de las mareas, presentando su nivel máximo de agua en la temporada de lluvias (Junio-Octubre) y alcanzando una profundidad promedio de 120 m. Se conecta al océano a través del estero El Chino, cuya boca se modificó al construir la rada portuaria de Nuevo Vallarta, Nayarit. (Cupul, 2000). (Figura 4). Se localiza dentro de una zona climática semicálida subhúmeda donde la temperatura y la precipitación pluvial promedio anual oscilan entre los 26 a 28 °C y los 930,8 a 1,660 mm (García, 1973). El tipo de vegetación dominante es el manglar siendo la principal especie *Laguncularia racemosa* (Cupul, 1999).

Figura 4. Sitio de muestreo El Quelele, Bahía de Banderas, México.



Fuente: Tomado del Plan de Desarrollo Municipal

Materiales y métodos

Los recursos con potencial turístico se determinaron bajo la metodología de “Inventario de Recursos” propuesta por Leno (1993). El método consiste en la elaboración de un listado de recursos y lugares con potencialidad o posibilidades de explotación turística. De esta forma, se establece el inventario de recursos con potencial turístico; definido como un catálogo de los lugares, especies, objetos o establecimientos de interés turístico de cada uno de los sistemas de manglar de la Bahía de Banderas. Debido a que la valoración del potencial turístico de los recursos, por ser de naturaleza diversa e intangible y subjetiva que conlleva toda valoración estética, se utilizaron tres criterios básicos de valoración propuestos por la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT) (Muñoz, 2004) y que consiste en los siguientes puntos:

- 1.- El grado de interés que despierta el recurso sobre la demanda.
- 2.- La rareza u originalidad del recurso.
- 3.- Su disponibilidad en el tiempo.

Así mismo, se incluyeron también las tres categorías de recursos recreativos propuestas por Clawson y Knetsch (1996) definidas por la relación existente entre las características de los usuarios y las características físicas y ecológicas del recurso y se agruparon de la siguiente manera:

1.- *Recursos orientados hacia el usuario*: se caracterizaron por estar situados lo más cerca posible de los núcleos residenciales o en el interior de éstos y por soportar grandes intensidades de uso, se incluyeron zonas de esparcimiento modificadas o creadas por el hombre, como los parques urbanos y las playas.

2.- *Recursos recreativos de tipo intermedio*: comprenden zonas de mayor tamaño que las anteriores, cuyo grado de transformación e intensidad de uso es menor, en general este tipo de recursos requiere de desplazamientos de un día o de fin de semana y aparecen asociados frecuentemente a segundas residencias.

3.- *Esparcimiento basado en el recurso*: abarca las áreas naturales especialmente valiosas desde el punto de vista ecológico o paisajístico, cuya localización es totalmente independiente de la distribución de la población, son de grandes dimensiones y presentan un buen estado de conservación y dada su fragilidad, no admiten grandes intensidades de uso sin peligro de deterioro. Las épocas de mayor utilización son los periodos vacacionales y las actividades que en ellas se realizan son determinadas por la naturaleza del propio recurso. En contraste con las dos categorías anteriores, los recursos incluidos en este tipo pueden

considerarse plenamente como turísticos por los desplazamientos que generan desde grandes distancias y estancias de larga duración. Con base en los criterios y categorías anteriores se elaboró una ficha para cada uno de los recursos con potencial turístico de cada uno de los sistemas estuarinos en la que se registraron las principales características de éstos.

Para obtener esta información se incluyeron los siguientes puntos:

- 1.- Identificación del recurso (Denominación, localización, descripción del recurso, condiciones climáticas, zona turística en la que se integra)
- 2.- Relaciones con otros recursos turísticos y circuitos en los que se integra
- 3.- Infraestructura específica del recurso (técnica, de transporte y urbana)
- 4.- Señalización y accesos
- 5.- Servicios de información
- 6.- Equipamiento turístico y servicios existentes
- 7.- Calendario y horario de utilización
- 8.- Planificación existente
- 9.- Nivel y grado de utilización
- 10.- Tipo y demanda que lo utiliza
- 11.- Propiedad (pública o privada)
- 12.- Organismos responsables de su ordenación, conservación y manejo
- 13.- Características particulares de cada recurso
- 14.- Sus facilidades de acceso y su proximidad a centros emisores de demanda
- 15.- La existencia de actividades incompatibles, en el presente o en el futuro, con la práctica turística.
- 16.- Su aprovechamiento y utilización conveniente

El conjunto de fichas resultantes constituyó el inventario de los recursos con potencial turístico para cada sistema estuarino, lo que permitirá integrar todas las variaciones que experimenten los recursos inventariados y eliminar o añadir nuevos recursos al inventario. Una vez elaborado el inventario se procedió a evaluar los distintos recursos existentes tanto naturales como artificiales, a través del cálculo de la jerarquía primaria por medio de la siguiente ecuación propuesta por Leno, 1993 y Padín, 2007.

$$J = ((X + Y) / 50) * 5$$

Donde:

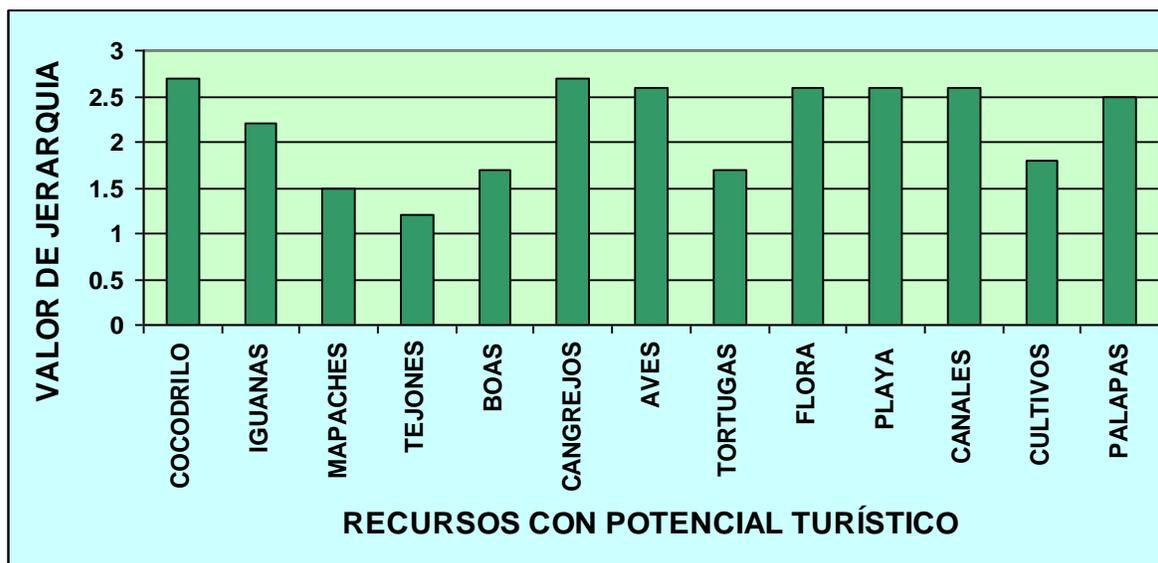
- J = Jerarquía
- X = Factores internos
- Y = Factores externos
- 50 = Punto máximo del total de ítems considerados en la valoración
- 5 = Jerarquía máxima del recurso

Resultados

Los resultados del inventario y la valoración de recursos con potencial turístico para el sistema estuarino El Salado se muestran en la gráfica 1 y corresponden en su mayoría a fauna asociada al bosque de manglar. Para el inventario se registraron 12 tipos de recursos.

Los valores jerárquicos para cada uno de ellos son los siguientes: con un valor de 2.7 los cangrejos se encuentran entre los recursos de mayor importancia, seguidos de las aves con un valor de 2.6, a la flora y los senderos les correspondió un valor de 2.5, los canales, mapaches, torres de observación, boas, iguanas y cocodrilos presentan una jerarquía de 2.1 a 2.3, las zorras y los tejones son los que presentaron menor jerarquía de 1.2 a 1.4 respectivamente.

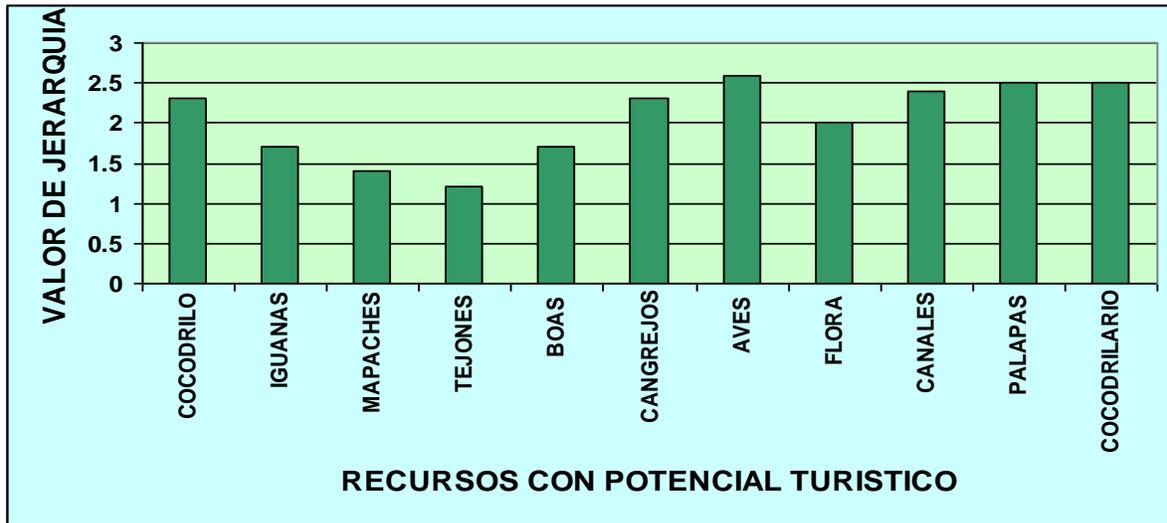
Gráfica 1. Recursos con potencial turístico en el sistema estuarino El Salado



Fuente: Elaboración propia.

En el sistema estuarino Boca Negra – Boca de Tomates, se registraron para el inventario de recursos con potencial turístico 13 tipos de recursos y se muestran en la gráfica 2. Para éste sitio los cocodrilos y cangrejos presentaron el mayor valor jerárquico correspondiente a 2.7, las aves, flora, canales y playa obtuvieron un valor de 2.6, las palapas 2.5, los valores medios correspondieron a los cultivos 1.8, tortugas y boas 1.7, los mapaches y tejones fueron los recursos que presentaron la jerarquía más baja en el sistema 1.5 y 1.2.

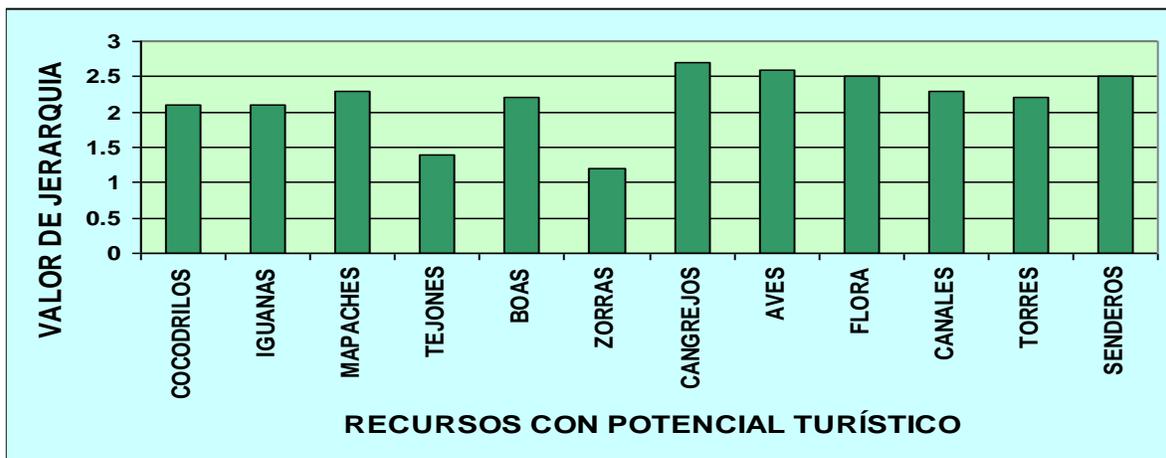
Gráfica2 Recursos con potencial turístico en el sistema estuarino Boca Negra Boca de Tomates



Fuente: Elaboración propia.

En el sistema estuarino El Quelele, se registró la menor cantidad de recursos con potencial turístico de los tres sistemas. Se agregaron 11 recursos al inventario, los cuales se muestran en la gráfica 3. La jerarquía más alta les corresponde a las aves 2.6, seguidas con un valor de 2.5 las palapas y el cocodrilario, los canales presentaron un valor de 2.4, cocodrilos y cangrejos 2.3, la flora se ubica en un valor de 2, iguanas y boas 1.7 y los recursos con la jerarquía más baja son los mapaches y tejones 1.4 y 1.2.

Gráfica 3. Recursos con potencial turístico en el sistema estuarino El Quelele



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

Con los resultados anteriores se obtuvo el inventario y valoración de los recursos con potencial turístico en los sistemas de manglar de la Bahía de Banderas. Para el estero El Salado, el inventario nos muestra que todos los recursos potenciales se encuentran en conjunto; lo cual, le otorga un valor más elevado respecto a la metodología utilizada, esto no limita el área solo al avistamiento y visita de los recursos con mayor jerarquía como las aves, cangrejos, flora, canales navegables, torres de observación y senderos elevados. Las iguanas, mapaches, cocodrilos y boas se ubican en un nivel de jerarquía media. Los recursos de menor jerarquía fueron los tejones y las zorras, a pesar de que se encuentran en el sistema no son identificados como un recurso susceptible de aprovechamiento turístico; debido a que no son fáciles de observar en el campo o requieren de horarios específicos para su avistamiento. Con respecto al sistema estuarino Boca Negra—Boca de Tomates, se inventariaron en su mayoría recursos naturales; y fueron los que presentaron la jerarquía más elevada. Se distinguen por su fácil avistamiento y uso los cocodrilos, aves, cangrejos, playa, canales navegables, flora y palapas; seguidos por las iguanas, boas, tortugas y cultivos; los recursos de menor jerarquía correspondieron a los mapaches y tejones. Para el sistema estuarino El Quelele, la situación ambiental ha sido complicada y contradictoria, por un lado, el cuerpo de agua sustenta la declaratoria de “Área de Preservación Laguna El Quelele” en el Plan de Desarrollo Urbano de Bahía de Banderas (2005) promovida por el Gobierno Municipal; y por el otro, la vegetación de manglar que constituye la mayor parte del sistema ha perdido sus valores y funciones ecológicas a partir de la deforestación registrada. Sin embargo, y junto a estos problemas ambientales al igual que en El Salado y Boca Negra – Boca de Tomates, los recursos con potencial turístico de mayor jerarquía fueron las aves, cocodrilos, cangrejos, canales navegables, palapas y el cocodrilario, la flora en este sitio fue de los recursos catalogados dentro de una jerarquía más baja junto con las iguanas, mapaches, tejones y las boas.

Como se ha discutido anteriormente, el deterioro y la fragmentación de los manglares, con la congruente pérdida de su biodiversidad son de los problemas ambientales más graves en la región de Bahía de Banderas. Ante este esquema, el valor del potencial turístico de los recursos de los sistemas estuarinos y los servicios ambientales que prestan a los ecosistemas adyacentes de esta zona; tendrán que ser garantizados a través de acciones de control del deterioro y pérdida de su calidad ambiental. Por este motivo es imprescindible ampliar y actualizar el conocimiento sobre la biodiversidad y el estado de conservación de los ecosistemas críticos como los manglares, con el fin de proponer y desarrollar estrategias de conservación, manejo, rehabilitación y restauración.

Para ello será preciso buscar opciones de desarrollo integral en la región; que entre otros provoque el tránsito de un enfoque de protección de “los manglares” bajo un esquema insostenible a integrar una red de manglares en la región de la Bahía de Banderas, con esquemas de aprovechamiento sustentable como el turismo asociado a la naturaleza y cuyos nodos serían, El Salado, Boca Negra – Boca de Tomates y El Quelele. Dicha red no debe limitarse a fortalecer relaciones entre estas tres áreas bajo el esquema tradicional de protección radical. Se debe trabajar simultáneamente en la concertación al fortalecer mecanismos para todos los sectores y personas interesadas, ahondar en los estudios sobre los tres sistemas estuarinos de la región de Bahía de Banderas en su parte natural y social, impulsar la elaboración conjunta de un plan sobre el uso del patrimonio natural y el territorio, aplicar herramientas técnicas para restaurar los sistemas, mejorar la producción e incrementar las condiciones de vida locales, y divulgar las experiencias impulsando el intercambio de conocimientos y experiencias entre las poblaciones y autoridades.

De manera general, los sistemas estuarinos de la región enfrentan problemáticas ambientales que, en algunos casos han superado la capacidad de atención de las autoridades gubernamentales correspondientes, lo que evidencia necesariamente la formulación y aplicación de acciones derivadas de políticas ambientales normativas y apegadas a la realidad local de los sistemas en referencia. Sólo así se podrán enfrentar con éxito los múltiples problemas derivados de las deficiencias en la dotación de suelo urbano, infraestructura, vivienda, equipamiento y servicios en general, en el marco de una planificación ambiental que promueva el desarrollo integral y sustentable de la región de Bahía de Banderas.

Referencias bibliográficas

- Bacon P. R. (1980). Methodology for decision making the management of Neotropical Mangrove Ecosystem. En: memorias del seminario sobre el estudio e impacto humano sobre el ecosistema de manglar. Cali Col. 1978, pp. 355–363. Editado por la oficina regional de ciencia y tecnología para América latina y el caribe. UNESCO. Montevideo.
- Cifuentes-Lemus, J.L., J. Téllez-López y J.A. Delgado-Quintana. Estero El Salado: zona de conservación ecológica. Revista Mexicoa. Vol.3. Núm. 1-2. (2001-2002), pp.189.
- Cintron, M. G. y Y. Schaeffer–Novelli. (1981). “Introducción a la ecología del manglar. Documento de trabajo para el seminario sobre ordenación y desarrollo integral de las zonas costeras”. Guayaquil, Ecuador, pp. 20

- Clawson, M. y Knetsch, J.L. (1966). *Economics of Outdoor Recreation*. The Johns Hopkins University press for resources for the future, Baltimore.
- Cupul-Magaña, F. G. (2000). Notas sobre la avifauna acuática de las islas y los humedales costeros de Bahía de Banderas, Jalisco-Nayarit, México, Mexicoa (Revista de Divulgación de Investigación Científica de la Universidad de Guadalajara) Vol. 2 Núm.1, pp. 85-92.
- El Estado de Jalisco. Periódico Oficial. Jueves 27 de julio del 2000.
- Estrada-Durán G. (2000). Estructura y producción de hojarasca del bosque de manglar del estero El Salado, Puerto Vallarta, Jalisco, México. Tesis de Licenciatura. Centro Universitario de Ciencias Biológicas y Agropecuarias. Universidad de Guadalajara, pp.35
- Flores-Verdugo, F.J. (1990). Algunos aspectos sobre la ecología, uso e importancia de los ecosistemas de manglar. En: Temas de oceanografía biológica en México. Universidad Autónoma de Baja California, pp. 21-56.
- Gómez-Graciano, F. S. (1999). "La técnica de análisis de amenazas como instrumento de diagnóstico ambiental del estero El Salado, Puerto Vallarta, Jalisco". Tesis de Licenciatura. Centro Universitario de Ciencias Biológicas y Agropecuarias. Universidad de Guadalajara, pp. 51.
- INE. (2005). "Evaluación preliminar de las tasas de pérdida de superficie de manglar en México. Dirección General de Investigación de Ordenamiento Ecológico y Conservación de los Ecosistemas".
- Leno-Cerro, F. (1993). "Técnicas de evaluación del potencial turístico". Serie Libros sobre Turismo. No. 2. Madrid, España, pp. 261.
- Lot-Helgueras A. y A. Novelo. (1990). Forest wetlands of México, Cap. 12: 287 – 298. E: Lugo A. E., M. Brinson y S. Brown. (Eds) Ecosystem of the world. 15 Forest wetlands. Elsevier. Nueva York.
- Moreno, C., P.; J.L. Rojas G.; D: Zárate L.; M.A. Ortiz P.; A.L. Lara D. y T. Saavedra V. (2002). "Diagnóstico de los manglares de Veracruz: distribución, vínculo con los recursos pesqueros y su problemática". Madera y bosques. Número especial, pp. 61-88.
- Munguía-Fregoso, C. (2000). "Recuerdos y sucesos de Puerto Vallarta". Edit. Carlos Munguía.
- Muñoz, F. (2004). "*El turismo como objeto de conocimiento*" en Contribuciones a la Economía, noviembre 2004. Texto completo en <http://www.eumed.net/ce/>
- Olveda, J. 1993. "Una aproximación a Puerto Vallarta". Colegio de Jalisco. Zapopan, Jalisco. México.
- Padín-Fabeiro, C. 2007. Comunicación personal. padin@uvigo.es
- Pennington T.D. y J. Sarukhan. 1969. Árboles Tropicales de México. ONU FAO. Instituto Nacional de Investigaciones Forestales. México. D.F.
- Plan de Desarrollo Urbano de Bahía de Banderas, Nayarit. 2005.

- Ramírez-García, P. y D. Segura-Zamorano. 1994. "Ordenación de la vegetación de manglar de la laguna Panzacola, Chiapas". Serie Grandes Temas de la Hidrobiología: Los sistemas litorales. UNAM. (2), pp.105-113.
- Whittaker, R.H. y G.E. Likens. 1975. "The Biosphere and Man. *In: Primary productivity of the biosphere.*" Eds, pp.305-23

2.2 Modelos para la integración de atractivos turísticos para su aprovechamiento

M.C. Mauricio Zavala Cordero
Facultad de Turismo de la Universidad de Colima
mauricio@uclm.mx

Resumen

Esta investigación presenta un método para articular atractivos turísticos culturales, la infraestructura y los servicios en diez municipios de la Región Sur-Sureste del Estado de Jalisco. Las etapas en que se sustenta dicha propuesta son identificación, evaluación, cuantificación y articulación. La identificación tiene como propósito delimitar qué elementos del patrimonio cultural tangible e intangible pueden ser considerados atractivos turísticos culturales. La evaluación tiene como determinación comprender las condiciones de la infraestructura de los diez municipios en investigación. La cuantificación tiene como finalidad la precisión numérica de la cantidad de empresas prestadoras de servicios dentro del área de estudio. La articulación idea la última etapa para esclarecer dónde se ubican los atractivos, qué tipo de servicios brindan los municipios y en qué condiciones se encuentra la infraestructura que permite potencializar la actividad turística de la región.

Palabras claves

Atractivo, turismo, oferta, demanda.

Summary

This research presents a method for articulating cultural attractions, infrastructure and services in ten municipalities in the south-east region of Jalisco. The stages in which this proposal is based are identification, assessment, quantification and articulation. Identification aims to define which elements of the tangible and intangible cultural heritage can be considered cultural attractions. The assessment is to understand the conditions determining the infrastructure of the ten municipalities in research. Quantification aims numerical accuracy of the number of service providers within the study area. The idea articulation to clarify the last stage where the attractions are located, what kind of services provided by municipalities and under what conditions is the infrastructure that allows potential the tourism in the region.

Keywords

Attractive, tourism, supply, demand

Introducción

La conveniencia que persigue la integración de oferta turística cultural para el Sur de Jalisco es la de generar de forma coherente, clara y argumentada, una serie de atractivos turísticos culturales asociados a servicios básicos y complementarios que coadyuven para la comercialización a pequeña, mediana y gran escala mediante la integración de atractivos culturales, infraestructura, servicios básicos y complementarios que permitan al visitante la certidumbre acerca del sitio que visita y el producto turístico que adquiere.

La problemática que se dispone a resolver es la impasibilidad en que se encuentra la integración de los atractivos turísticos, infraestructura, servicios básicos y complementarios. Como lo marca Prados (2001) al afirmar que los productos turísticos culturales están llamados a desempeñar un papel fundamental en el nuevo milenio. Se debe entender que esta actividad necesita alinearse a los “principios éticos, sociales, ambientales, económicos y culturales” como lo señala la Carta Internacional sobre Turismo Cultural (1999) del International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) con la finalidad de contribuir a la valorización del patrimonio, la generación de empleos, factor decisivo para futuras inversiones y un papel importante en la cohesión social.

La significación teórica se basa en los principios geográficos de la espacialidad aterrizado en la metodología de catalogación de inventarios turísticos propuestas por el Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR) en su apartado “Manifestaciones Culturales” y “Folklore”. Así mismo, se complementa con la clasificación de la oferta en función de su aprovechamiento y diversificación.

Socialmente coadyuvará a la valoración del patrimonio cultural por parte de la población local, generando con ello un fortalecimiento de la identidad regional y nacional; económicamente, se contribuirá a la diversificación de la actividad económica contribuyendo con esto a la redistribución de la moneda y como una actividad detonadora de alternativas para evitar la migración de poblaciones jóvenes.

Metodológicamente, el documento se basa en la recopilación, análisis e interpretación de datos mediante el método científico para lograr una propuesta de implementación, para ello se diseñaran herramientas metodológicas con rigurosidad científica que permitan su ejecución en el campo de estudio.

El objetivo general de la investigación fue el diseñar un método para articular atractivos turísticos culturales, infraestructura, servicios turísticos para su implementación.

Las preguntas de investigación fueron ¿El Sur-Sureste de Jalisco contaba con recursos culturales factibles de aprovecharse turísticamente? ¿Se contaba en el Sur-Sureste de Jalisco con la suficiente infraestructura, servicios básicos y complementarios para diseñar un modelo que articule los atractivos turísticos culturales, la infraestructura, los servicios básicos y complementarios? ¿Qué opinión tenían diversos actores sociales del Sur-Sureste de Jalisco a cerca de sus costumbres y tradiciones? y ¿Existía una metodología específica para la articulación de atractivos turísticos culturales, infraestructura, servicios básicos y complementarios?

Según la Real Academia Española, método es “el modo de decir o hacer algo”; “modo de obrar o proceder, hábito o costumbre que cada uno tiene y observa”; “obra que enseña los elementos de una ciencia o arte”; procedimiento que se sigue en las ciencias para hallar la verdad y enseñarla”.

Jarrín (citado por Ruíz, 2012) conceptualiza al método como “la forma, manera, modo estrategia de cómo realizar un trabajo investigativo para llegar a la consecución de sus objetivos”.

Sabino (citado por Ruíz, 2012) define al método como “el procedimiento o conjunto de procedimientos que se utilizan para obtener conocimientos científicos, el modelo de trabajo o secuencia lógica que orienta la investigación científica”.

Para efectos de la presente investigación se sigue la conceptualización de método, basada en las apreciaciones anteriores, que define a esto como “las fases sistemáticas a seguir para la consecución de algo”.

Atractivo turístico: atributos que son valorizados para su visita por parte de las comunidades locales y de las comunidades de origen (Bertoncello, 2002).

Atractivo turístico: conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio (Boullon, 1999).

Atractivo turístico: bienes, lugares, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen en el interés de un visitante (Maldonado, 2010).

En el caso de este estudio definiremos al atractivo cultural como el elemento natural o cultural susceptible de ser visitado por los turistas debido a su valor, disponibilidad y accesibilidad.

Servicio básico: son las prestaciones humanas que satisfacen las necesidades fundamentales de los turistas: dormir, comer, desplazarse.

Servicio complementario: son las prestaciones humanas que brindan satisfactores cuya utilidad aumenta la prosperidad de la estancia de los turistas.

Infraestructura: Conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de una organización cualquiera (RAE, 2012).

La cultura es el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

Así lo define la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en la Conferencia Mundial sobre Patrimonio Cultural celebrada en México en 1982.

Turismo Cultural como Actividad Complementaria de Desarrollo

Durante las tres últimas décadas, el turismo de masas fue la mejor forma de gestionar el comercio turístico en cuanto a productividad y obtención de beneficios se refiere, aunque esta tendencia comienza a modificarse de forma cada vez más sustancial en todo el mundo y así se comienza a configurar un nuevo paradigma al que Fayos (1994) denomina la Nueva Era del Turismo donde:

- Las vacaciones son flexibles y los precios de los servicios turísticos son altamente competitivos en relación con los utilizados en las vacaciones estandarizadas.
- La producción de servicios turísticos se guía por las exigencias de los consumidores.
- El marketing se dirige a nichos específicos del mercado con diferentes necesidades, intereses.
- Los consumidores son cada vez más experimentados y con motivaciones más complejas, consideran el entorno y la cultura local como parte de la experiencia turística.
- Las nuevas tecnologías de la información y comunicación han pasado a ser la principal herramienta que proporciona la flexibilidad para crear puentes de interacción entre oferentes y demandantes del Sector Turismo.

Internacionalmente, uno de los principales destinos emisores de turistas, Estados Unidos de América, es prueba contundente del interés progresivo que guarda el

turismo cultural como motivo principal de viaje, como lo expresa Craik (citado por Fernández & Guzmán, 2005) que:

En 1980 el 48% de los turistas estadounidenses que viajaban a Europa tenía como prioridad la cultura, pero diez años después ese porcentaje se elevó a 88%. Incluso, según la Conferencia Ministerial de Océanos y Nuevos Espacios Turísticos que la OMT celebró en Lisboa, el turismo cultural será una de las principales actividades del siglo XXI.

Es correcto concebir la idea de que un mercado emisor como el vecino país del norte ponderará visitar México por sus playas y Europa por su vasto patrimonio acorde a la cuna de la sociedad moderna. Sin embargo, lo que se debe reflexionar es la motivación misma que se menciona anteriormente, que aunada a un mayor nivel de educación, comienza a generar un mercado tolerante a la diversidad cultural e interesado en el conocimiento de las mismas, inclusive al grado de anteponerlo a otro tipo de acicate.

Mientras la actividad turística en México se ha ido expandiendo por las zonas costeras tanto del Pacífico (Océano Pacífico) como del Golfo (Golfo de México), generando una sólida y competitiva infraestructura así como un sello distintivo de servicio brindado a los visitantes, las regiones menos beneficiadas por este flujo de turistas han sido los sitios cuyo principal atractivo es el patrimonio cultural y que se encuentran lejos de los destinos de sol y playa. Este fenómeno se ha ido revertiendo con el paso de los años y en la actualidad, los turistas van fortaleciendo otro tipo de necesidades y gustos que han obligado a los prestadores de servicios turísticos a implementar sobre la marcha nuevos productos para satisfacer esta demanda; una de las acciones concretas es la realización de rutas turísticas, que es la creación de clúster de actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas y que sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico a través del turismo (Briedenhann & Wickens, 2003), cuya implementación basada en atractivos culturales y servicios básicos y complementarios se puede expresar como la diversificación de la oferta turística ya existente.

El turismo cultural se percibe desde distintos ángulos ponderando el sentido económico y social. Parte de la comunidad involucrada en el quehacer turístico identifica en el turismo cultural abordado desde la economía como aquella industria que genera derrama a partir del desplazamiento de personas de su lugar de residencia con motivos afines al conocimiento de las manifestaciones culturales de otras sociedades (coletillas habituales del turismo). Por otro lado, el turismo cultural es vislumbrado, como afirma Singh (citado por Santana, 2003) por la atracción que ejerce "lo que las personas hacen" sobre los turistas potenciales,

que como asiente Hughes (citado por Santana, 2003) “incluye la cultura popular, el arte y las galerías, la arquitectura, los eventos festivos individuales, los museos y los lugares patrimoniales e históricos”, “con el propósito de experimentar la cultura en el sentido de una forma distintiva de vida y participar en nuevas y profundas experiencias culturales, tanto en lo estético como en lo intelectual, emocional o psicológico”: Stebbins (citado por Santana, 2003).

Como lo estima la Carta Internacional sobre Turismo Cultural, por su propia naturaleza, el turismo ha llegado a ser un complejo fenómeno de dimensiones políticas, económicas, sociales, culturales, educativas, biofísicas, ecológicas y estéticas. Se pueden descubrir numerosas oportunidades y posibilidades conociendo la valiosa interacción existente entre los deseos y expectativas de los visitantes, potencialmente conflictivos, y de las aspiraciones y deseos de las comunidades anfitrionas o locales (International Council of Monuments and Sites, 1999).

Es dicha interacción entre los deseos y las expectativas con las oportunidades y posibilidades las que al conjugarse permiten que el turismo se transforme en una actividad productiva y deferente hacia las comunidades receptoras y similarmente atractiva para los turistas.

El turismo cultural puede ser un positivo instrumento de desarrollo local y regional, entendido esto último desde una visión socioeconómica que permita una equitativa distribución de los beneficios, ya sean de carácter económico, social y cultural en las comunidades anfitrionas, reflejado en una mejora de la educación, la formación, la creación de empleo, y la generación de ingresos, colaborando en la erradicación de la pobreza (Toselli, 2006).

En México, el turismo cultural ha venido adquiriendo mayor impulso, realce y organización en el transcurso de los años. Si bien existen bastiones que han sido fundamentales en el quehacer turístico cultural representado en los sitios arqueológicos, que históricamente han sido los lugares que a más visitantes han motivado su desplazamiento, la movilidad de los visitantes hacia destinos de estas características generalmente se acentúa en los mencionados y en las capitales de los estados de la república cuyo bagaje histórico-cultural ha sido partícipe en la conformación de México.

Turismo cultural en México

Las rutas de turismo cultural que mayor impulso ha recibido por parte de las autoridades mexicanas como promotoras y coadyuvantes con empresarios, grupos sociales y gobiernos locales, han sido los programas federales: Mundo Maya (Chiapas, Campeche, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán); Ruta de los Dioses (Oaxaca, Puebla, Tlaxcala, Veracruz de Ignacio de la Llave y Distrito Federal); Tesoros Coloniales (Aguascalientes, Durango, Guanajuato, Michoacán de Ocampo, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas); En el Corazón de México (Distrito Federal, Estado de México, Guerrero, Hidalgo, Morelos y Tlaxcala); Pueblos Mágicos, distinción otorgada por la SECTUR (2011) a cuarenta y tres municipios de la República Mexicana que por su patrimonio cultural y natural son considerado dignos de enaltecer las características de un país de diversidades como México.

El Estado de Jalisco, para fines de integración de oferta turística y diversificación del turismo, gestionó y coadyuvó en la elaboración de rutas para atraer a diferentes segmentos de visitantes con la finalidad de atraer a más turistas. Son productos de esta gestión las rutas: Cristera, Ribera de Chapala, del Tequila, Cultural Guachimontones, Sierra del Tigre, Bicentenario, del Peregrino, Wixarica, del Mariachi, Rulfiana, Vallarta-Costalegre, la reciente Sierra Halo-Volcanes y los mencionados pueblos mágicos, que en dicho Estado son los municipios: Tequila, Mazamitla y Tapalpa.

Es indudable que se realizan esfuerzos por distribuir y motivar el desplazamiento de los turistas por la mayor parte de la entidad y que sean más los municipios impactados por la actividad turística aunque resulta cuestionable la proporción en la que se ven beneficiados todos los municipios que integran alguna de las rutas anteriores y los métodos para mitigar que se generen desproporcionados polos de desarrollo turístico que generen desequilibrio y posteriormente desinterés por parte de los menos agraciados por el turismo.

Metodología

El enfoque de investigación fue cualitativo debido a que se indagó en “situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones” (Hernández Sampieri, Fernández & Baptista, 2010) que fueron de carácter particular en la región de estudio.

A su vez, fue descriptivo el tipo de investigación, que se ocupó de analizar cómo fue y cómo se manifestó el fenómeno y sus componentes (Hernández Sampieri et al., 2003), es por ello que se analizaron las características sociales y económicas

de los municipios previamente delimitados, se valoraron los atractivos culturales que les integran y los servicios que forman el producto turístico cultural de la región (Boullón, 1997).

Se procedió a identificar la situación geográfica del campo de estudio analizando por cada uno de los diez municipios:

- Superficie territorial.
- Cantidad de habitantes.
- Ubicación.
- Orografía.
- Climatología.

Una vez identificadas éstas características, se procedió a revisar el listado del patrimonio cultural de los municipios de estudio previamente identificados en la Propuesta Metodológica para Elaborar Rutas de Turismo Cultural (elaboración propia) donde se describe la ubicación geográfica y características físicas que permitirán orientar al investigador.

Toda vez ubicado el campo, se examinó el patrimonio cultural que poseen los municipios en cuestión para identificar cuáles son atractivos turísticos.

Posteriormente, se procedió a realizar el diseño de la entrevista que se aplicó a un representante de la administración pública, empresas de servicios turísticos, grupos de interés empresarial, personas que poseen recursos turísticos, personas que generan opinión e influencia y grupos sociales locales, éstos personajes fueron localizados previamente y se integraron grupos focales donde se aplicaron las entrevistas a los participantes disponibles. Para ello, se estimó un máximo de sesenta participantes aunque sólo se aplicaron 25 entrevistas por ausencia o inexistencia de actores. Todos los grupos focales fueron sometidos a las mismas preguntas con la finalidad de obtener la percepción de cada municipio y poder identificar las doce percepciones a cerca de la actividad turística.

Posterior a ello, se procedió a cuantificar los servicios básicos y complementarios que existen en los municipios mediante la extracción de información en las dependencias públicas administrativas aunadas a sesiones de observación para recabar información relevante en los instrumentos de observación pertinentes.

Después se analizó la infraestructura de los municipios en cuestión valorando cobertura de carreteras, agua potable, drenaje, aeropuerto, electricidad, telefonía fija, internet.

Se realizó el análisis de los atractivos con los servicios que permitan sustentar la actividad turística. Se plasmará gráficamente la ubicación geográfica de los atractivos tangibles y en matrices de doble entrada el número de organizaciones que fungen como prestadores de servicios básicos y complementarios.

Finalmente, para implementar las actividades mencionadas, se requirió la implementación de procesadores de texto digitales tales como Microsoft Word, Microsoft Excell, Microsoft, Power Point o Microsoft OneNote según fuera el caso. Para la localización de los caminos que confluyen en la región y mostrar gráficamente la ubicación de los atractivos se hizo uso de Google Earth así como los ya existentes en la red por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transporte (SCT) para el desplazamiento propio. El material bibliográfico y/o documental fue consultado en las diferentes bibliotecas públicas de cada uno de los municipios involucrados, así como del Centro Universitario del Sur (CUSUR) de la Universidad de Guadalajara, la Biblioteca de Humanidades del Campus Villa de Álvarez de la Universidad de Colima, a su vez de internet y fuentes vivas de los diferentes sitios.

Los resultados aquí descritos y que contribuyen a la generación del método de articulación, se sustentaron en cuatro etapas: la primera fue la identificación de los atractivos turísticos culturales; la segunda cuantificó los establecimientos de servicios básicos y complementarios definidos previamente; la tercera expresó las condiciones de la infraestructura disponible y la cuarta compendió la opinión de diversos actores activos y/o potenciales de la actividad turística acerca de su percepción sobre el turismo en sus municipios.

Resultados

Para analizar el patrimonio cultural de los diez municipios se utiliza la metodología de catalogación de los inventarios turísticos propuesta por Boullón (1999) que en los apartados “Manifestaciones Culturales” y “Folklore” permite identificar las manifestaciones culturales que se suscitan.

Una vez hecho el análisis se propone por sus características de disponibilidad y accesibilidad los siguientes atractivos turísticos culturales en el campo de estudio.

Debido a las características del presente documento, solo se mencionarán los principales atractivos culturales de acuerdo a su tipo

- *Museos.* Museo de Metalistería “Salvador Silva Ojeda” (Sayula), Museo Sacro “Santuario de Nuestra Señora de la Virgen de Guadalupe” (Sayula), Museo Arqueológico de Culturas del Occidente (MACO) (Zapotlán).
- *Pintura.* Zapotlán y Tuxpan. Murales, exposiciones temporales y oleos

- *Escultura.* Monumento a José Arcadio Zúñiga y Tejeda (Atoyac), Columnario o Paseo de los Hijos Ilustres (Zapotlán), Silvestre Vargas (Tecalitlán).
- *Arquitectura.* Centro histórico y portales (Sayula), El Parián (Sayula), Santuario de Nuestra Señora de Guadalupe y Convento Franciscano (Sayula), Catedral de Santa María de la Asunción (Zapotlán), Templo Parroquial San Juan Bautista (Tuxpan), Parroquia San Miguel Arcángel (Manzanilla de la Paz).
- *Cine.* Aquí no hay nadie (Concepción de Buenos Aires) y De Tripas Corazón (Concepción de Buenos Aires).
- *Lugares Históricos.* Sayula, Ciudad Guzmán (Zapotlán), Mesón de Atenquique (Tuxpan), Mesón El Platanar (Tuxpan), Camino Real de Colima (Sur de Jalisco), Sitio de aparición de la Virgen de la Laja (Manzanilla de la Paz).
- *Manifestaciones religiosas y creencias populares.* El Señor de la Salud (Atoyac), Carnaval (Sayula), Ánima de Sayula (Sayula), Enrosos (Zapotlán), Señor San José (Zapotlán).
- *Ferias y mercados.* Feria Zapotlán (Zapotlán), Feria de las Flores (Mazamitla),
- *Música y danza.* Los sonajeros (Tuxpan), Paixtles (Tuxpan), Moros (Tuxpan), Chayacates (Tuxpan).
- *Comidas y bebidas típicas.* Cajeta de leche (Sayula), Tostadas de carne de cerdo (Zapotlán), Birria de chivo (Tecalitlán), Coaxala (Tuxpan), ponches de aguardiente y de mezcal, tejuino, tepache.
- *Personajes ilustres.* Juan Nepomuceno Carlos Pérez Rulfo Vizcaíno (Sayula), Consuelo Velázquez (Zapotlán), José Clemente Orozco (Zapotlán), Juan José Arreola Zúñiga (Zapotlán), Juan Záizar (Tamazula).

Además de lo anterior, se cuantificaron el número de establecimientos y prestadores de servicios que tienen relación con el turismo. (Ver anexo 1)

Opinión de actores sociales

Dentro de los actores sociales que se localizaron para la realización de las entrevistas, se requirió buscar representantes de: administraciones públicas; empresas de servicios turísticos; grupos de interés empresarial; personas que poseen recursos turísticos; personas que generan opinión e influencia y grupos sociales locales. Ello con la finalidad de obtener las percepciones de actores involucrados directa e indirectamente en la actividad turística.

El instrumento consistió en una entrevista no estructurada de nueve preguntas, las cuales fueron diseñadas con el objetivo de indagar en la opinión que la comunidad local tiene respecto a la actividad turística y sus recursos turísticos culturales.

Conclusiones

A pesar de contar con patrimonio cultural tangible e intangible extenso, sólo entre un 25%-30% se considera un atractivo turístico cultural en los diez municipios de estudio.

La infraestructura carretera de la Región Sur-Sureste presenta como principal valor su conectividad con los mercados de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) y el Estado de Colima.

La mayor carencia dentro de la infraestructura de la Región Sur-Sureste se localiza en la cobertura de agua y drenaje aunque ésta es de entre el 80%-89%.

La mayor variedad de servicios básicos y complementarios se sitúan en los municipios con mayor actividad turística: Mazamitla, Sayula, Zapotlán.

Los actores sociales requieren convivir en sinergia empresarial para poder crear estrategias encaminadas a diversificar la oferta turística.

Uno de los factores por lo que no se ha diseñado un producto turístico cultural en la Región es por la falta de una operadora turística que hilvane atractivos, infraestructuras y servicios.

Los actores sociales son conscientes de los recursos turísticos culturales más concurridos pero carecen de elementos e intensidad para dar un aprovechamiento turístico a éstos.

Referencias bibliográficas

- Acosta, F. R. (2006). Sayula. Archivo Histórico de Jalisco. Año III Núm. 103, 2. México.
- Aguilar, L. 30 de mayo. Aquí no hay nadie. Un Cortometraje de Poncho Esquivias, [en línea]. Guadalajara, México. Recupera el 30 de diciembre de 2010. Disponible en <http://srproductorx.com/index.php/blog/category/1.html>
- Arredondo, P. (2011). Propuesta Metodológica para Elaborar Rutas de Turismo Cultural. Trabajo de grado, Licenciatura en Turismo, Universidad de Guadalajara, Autlán de Navarro, México.
- Arriaga, J. (1987). Tamazula. "Apuntes para su Historia. Nuestra Señora de la Limpia Concepción (del Sagrario) y Cofradía." México: Autor.
- B. García (comunicación personal) (2012, 11 de mayo).
- Boullón, R. (1997) *Planificación del Espacio Turístico*. (3ª Ed.). México: Trillas.

- Briedenhann, J. & Wikens, E. (2003): "Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas. Vibrant hope or impossible dream?" en *Tourism Management*, n° 57, pp. 1-9.
- Comisión Estatal del Agua Jalisco. (2011). *Región Sur 06*, [en línea]. Recuperado el 30 de diciembre de 2011, de <http://www.ceajalisco.gob.mx/reg06.html>
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2010, 24 de marzo). Museo Hermanos Záizar, [en línea]. México: Red Nacional de Información Cultural. Recuperado el 23 de enero de 2011, disponible en http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=museo&table_id=1386&estado_id=14
- Contreras, S. R. (1995). *Nostalgia de Pino y Madroño. Historia de Valle de Juárez*. Primera Edición. COMEP. Universidad de Guadalajara. Guadalajara, México.
- Dolores del Río, M., Anaya, S. y Huematzin, T. (2006). *Arquitectura Popular de la Región Sureste. Entre Adobes, Zacate y Tejas. Arquitectura y Enseres de la Cultura Popular*, pp. 83-92). México. Secretaría de Cultura de Gobierno de Jalisco.
- Fayos, E. (1993). "El Turismo cómo Sector Industrial: La Nueva Política de Competitividad". Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. España
- Fernández, G. & Guzmán, A. (2005). *Desarrollo Regional, Turismo y Rutas Culturales. El Caso del Sudeste Bonaerense*. Argentina. Revista del Foro CEIDIR. N° 6. De <http://perso.wanadoo.es/delocalmx/Ramos05.htm>
- Francisco Sánchez (2012, 11 de mayo).
- Fundación Internacional José Guillermo Carrillo (24 de marzo, 2011). Biografía de Juan José Arreola, [en línea]. Caracas, Venezuela: Madrid, L. M. recuperado el 24 de marzo de 2011, disponible en <http://www.fundacionjoseguillermocarrillo.com/sitio/narraarreola.php>
- Fundación Juan Rulfo (2011). *La Obra. Juan Rulfo Escritor* [en línea]. México. Recuperado el 22 de enero de 2011, disponible en <http://www.clubcultura.com/clubliteratura/clubescritores/juanrulfo/rulfoescritor.htm>
- Fundación Juan Rulfo (2011). *Nota Biográfica* [en línea]. México. Recuperado el 28 de enero de 2011, disponible en <http://www.clubcultura.com/clubliteratura/clubescritores/juanrulfo/cronologia.htm>
- Gil, P. A. (2001). *Estudio del Fenómeno Cultural de la Región Sureste del Estado para la Creación del Instituto de Cultura e Historia Regional. Inventarios de Patrimonio Edificado, Artístico e Histórico*. Tamazula de Gordiano, México. Ayuntamiento de Tamazula de Gordiano 2001-2003.
- Gil, P. A. (2007). *Tamazula a través de los Tiempos. La Festividad Religiosa*. Tamazula de Gordiano, México: Impresos POPS.

- Gil, P. A. (2009). Los Hermanos Záizar. Orgullo de Jalisco y de la Canción Vernácula Mexicana. Semblanzas Biográficas. México: Dirección de Publicaciones del Gobierno de Jalisco.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ª Ed.) México, D.F., México: McGraw Hill Interamericana.
- Historia del Mariachi Vargas de Tecalitlán (2010). Página Oficial del mariachi Vargas de Tecalitlán. México. Recuperado el 15 de febrero de 2011, disponible en <http://www.mariachi-vargas.com/index.php/historia.html>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010). Censo de Población y Vivienda (base de datos) [en línea]. Recuperado el 23 de noviembre de 2011, disponible en <http://www.inegi.org.mx/default.aspx>
- Prados, E. Pérez. 2001. *Turismo Cultural: un Segmento en Expansión*. I Congreso Virtual de Turismo Cultural. Recuperado el día 16 de septiembre de 2011, de http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/elisa_prados.htm
- Secretaría de Turismo Jalisco. (2010). Ruta Cristera. Recuperado el 16 de septiembre de 2011, de http://www.jalisco.gob.mx/wps/portal/!ut/p/c4/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3gzb2djr1AXEwODICdXA0-jwDC_IGcv45AAY_2CbEdFAGFY9OI!/?WCM_PORTLET=PC_7_6KC3JUD400RBE0I2QVNRCJ3JM3000000_WCM&WCM_GLOBAL_CONTEXT=/wps/wcm/connect/portalturisticocultural/contenidosptc/actividadesrutas/rutas/ruta+cristera/ptc_descripcioncristeros

2.3. Aspectos que determinan la vocación turística de un destino

M.C. Mauricio Zavala Cordero
Facultad de Turismo de la Universidad de Colima
mauricio@ucol.mx

Dr. Ernesto Manuel Conde Pérez
Facultad de Turismo de la Universidad de Colima
conde@ucol.mx

M.A. Rafael Covarrubias Ramírez
Facultad de Turismo de la Universidad de Colima
covra@ucol.mx

Resumen

La presente investigación realiza una exploración documental sobre las principales definiciones de vocación, vocación local y vocación territorial, para proponer el término de “vocación turística”. También se analizarán los diferentes aspectos que pueden determinar que un destino pueda considerarse como vocación turística, tomando en cuenta los atractivos, la infraestructura turística, características del destino y la percepción de los actores involucrados. El objetivo propone la disposición de los gestores del turismo una herramienta, que contribuya al perfeccionamiento del proceso de análisis de vocación turística y gestión de destinos turísticos locales, con enfoque al desarrollo local sobre bases sostenibles

Se aborda una metodología propuesta en tres fases: la vocación turística, el diagnóstico del destino y la proyección del destino, en base a diversas premisas relacionadas con la población local que hay que tomar en cuenta.

Palabras claves

Vocación, destino, turismo.

Summary

This research makes a documentary exploration of the main definitions of vocation local calling and territorial vocation to propose the term "tourist vocation." It will also discuss the different aspects that can determine that a target can be regarded as tourist vocation, given the attractions, tourism infrastructure, target characteristics and perceptions of the actors involved. The objective of the proposed disposition of tourism managers a tool that contributes to improving the process of tourism-oriented analysis and management of local tourist destinations, with a focus on local development on a sustainable basis

A methodology is discussed in three parts: the tourist vocation, diagnosis of fate and destiny projection, based on various assumptions relating to the local population to be taken into account.

Keywords

Vocation, destination, tourism

Vocación Turística

Concepto de Vocación turística

El concepto de vocación tiene muchas definiciones y cambia de acuerdo al contexto en el cual se estudie. Debido a esto se inicia este marco teórico con la búsqueda de la definición correcta y adecuada de la vocación turística, ya que hasta ahora no se ha encontrado una definición específica y completa sobre este término; para lo cual se inicia la búsqueda de la definición con la raíz etimológica de la palabra vocación.

El vocablo Vocación procede del latín *vocatio*, *-onís*, que significa *acción de llamar*. (Martínez, 2007). López Bonelli (2003) concuerda con esta definición y además agrega que vocación:

Tiene su correspondencia con el infinitivo latino “vocare” y con el sustantivo *vox* –voz. Su etimología añude al doble significado con que puede ser empleada la palabra: como un llamado de algo o alguien que está fuera del sujeto o como una inclinación que emana de la propia persona, como una voz interior que impulsa hacia determinada actividad.

De acuerdo a estos dos autores la vocación es una llamada, ya sea interna o externa que impulsa hacia determinada actividad. Para especificar si la vocación viene del interior o del exterior Leider & Shapiro (2002) mencionan que “la vocación es una llamada interior que nos impulsa a exteriorizar nuestro talento. La vocación es el destino innato, la semilla de nuestra identidad”. Del mismo modo Mosca De Mori & Santiviago (2011) dicen que: “El concepto de vocación aparece muy ligado al de destino, como algo que se trae, de lo cual a pesar de que el sujeto quiera no va a poder librarse. Como algo fijo e inmutable, inherente al individuo”. Por las definiciones anteriores se toma a la vocación como un llamado interno, algo que el individuo siente desde su interior.

Para complementar esta sencilla descripción de vocación se cita a Vargas André, Fiol, Aciar, & Riveros (2010) quienes sostienen que “la vocación es un conjunto de aptitudes, disposiciones y conocimientos que ponen a cada hombre en condiciones de desarrollar plenamente su personalidad en un estado o profesión concreta”.

Hasta el momento solo se han analizado conceptos de vocación más relacionados con las personas, esto, con el motivo de tener más en claro la definición del concepto, para de acuerdo con dichas definiciones poder aplicarlo al territorio y después a un destino turístico específicamente.

Al realizar la búsqueda de lo qué es la vocación turística se encontró que son muy pocas e incompletas las definiciones que tiene, por lo que surgió la necesidad de buscar términos relacionados, tales como, vocación local o vocación territorial. Para esto se empieza con que:

La vocación local se puede entender como una construcción social que relaciona “la aptitud” –o las condiciones concretas que posee un área geográfica– para ser utilizada, con la “capacidad” que tienen quienes la usan para aprovecharla. La vocación no es suficiente para competir, se precisa conocer el mercado, tomar las decisiones y realizar las inversiones que la transforme en ventaja y genere la sinergia necesaria para impulsar un desarrollo sostenido. (Sanabria Artunduaga, 2010).

De la misma manera que Sanabria; Vargas André, Fiol, Aciar, & Riveros (2010) concuerdan con que la vocación une las aptitudes y capacidades o disposiciones tanto del territorio como de quienes lo habitan, por lo que mencionan que el concepto de vocación (en este caso, territorial) “incluye tanto las aptitudes y disposiciones desarrolladas por quienes son actores de esa construcción socio-espacial, como aquellas condiciones del territorio que se encuentran ocultas, potenciales, por lo tanto no identificadas como factores de desarrollo”.

Estos autores, al unir la definición que anteriormente se presentó de vocación más algunas características del territorio, muestran la vocación territorial como:

El conjunto de aptitudes, disposiciones y potencialidades de un territorio, considerado este como el medio físico socialmente construido, sobre una naturaleza ya dada, del sistema de soporte materiales de una sociedad concreta, como expresión y síntesis históricamente fechada, cambiante, dinámica, contradictoria, de múltiples determinaciones económicas, sociales, políticas y culturales. (Vargas André, Fiol, Aciar, & Riveros, 2010).

Por otra parte Sanabria (2010) también habla sobre la vocación territorial similar al anterior, concordando en que toma en cuenta las potencialidades o riqueza de un territorio, por lo que, menciona que la vocación territorial:

Se articula firmemente tanto en la concepción de la riqueza local, como en las capacidades técnicas y organizacionales de las culturas para explotarla, hacerla perdurable y redistribuirla. Por lo tanto, la competitividad territorial y su evaluación deriva de la manera como los territorios incrementan y gestionan sus dotaciones, capacidades y aptitudes, para garantizar la vinculación al mercado global y, a través suyo, de unas condiciones sostenibles del desarrollo local (p. 80).

Esto dice que, el tener algo que haga especial a un lugar no es suficiente para ser competitivo, sino que se necesita usarlo de manera sustentable, para que se obtengan beneficios económicos, sociales y naturales, al mismo tiempo que se ofrece a las personas de otros lugares para que también puedan disfrutar de ese atractivo o atractivos que determinan la vocación turística de un destino.

Silva (2003) de acuerdo con las dos citas anteriores también menciona la aptitud y características especiales de un lugar como parte de la vocación, por lo que para él la vocación es definida como:

La aptitud, capacidad o característica especial que tiene la localidad para su desarrollo. En definitiva, se trata de buscar qué es lo que hace especial, propio del lugar, como imagen de marca diferenciada a la localidad para potenciar algunas actividades estratégicas que le permitieran impulsar un proceso de desarrollo específico” (p. 18).

Esta definición muestra la importancia de conocer la vocación de una localidad, qué es lo que la hace especial, ya sea natural, cultural o creado por el hombre, para que con este conocimiento se pueda hacer la planeación de proyectos, encaminados a engrandecer dicha característica que hace especial al lugar para que pueda atraer turistas y convertirse en un destino exitoso, que genere beneficios tanto para los empresarios como para la población local.

Con base al análisis de lo que diferentes autores proponen como vocación, se propone como concepto de vocación turística la siguiente:

Vocación turística es la identidad de un lugar, lo que lo hace especial, los atractivos que posee y que junto con las aptitudes, disposiciones y potencialidades con la que cuenta puede ser aprovechada para desarrollar un producto turístico específico, gestionado por quienes habitan en ese territorio y tienen una percepción positiva sobre la actividad turística en su localidad, impulsando y generando así un desarrollo turístico integral y sustentable.

Elementos de la Vocación Turística

Con el fin de estudiar más a fondo la definición de vocación turística se extrae sus elementos para poder saber más a fondo su composición. De acuerdo a la definición que se propone como integración de lo que dicen los diferentes autores antes mencionados, se puede observar que en ella interactúan tres elementos principales, los cuales son: 1) la percepción de los habitantes, 2) el producto turístico y 3) los atractivos del lugar. Estos tres elementos son analizados a

continuación para tener una idea más clara de su importancia dentro de la vocación turística de un destino, ya que de ellos depende que se pueda desarrollar un destino atractivo para los turistas, es decir, se debe tener algo que haga especial al lugar, estos serían los atractivos naturales o culturales, para con estos poder crear un producto turístico que ofrezca a los visitantes o turistas los servicios que puedan satisfacer sus necesidades y les permitan pernoctar en el lugar, pero todo lo anterior tiene que ser desarrollado siempre y cuando los habitantes del lugar estén de acuerdo y tengan una percepción positiva sobre el turismo y los beneficios que les puede proporcionar esta actividad.

Acerenza (2008) hace mención de la importancia de la percepción de los habitantes dentro de la vocación turística y señala que se usan indicadores tanto cuantitativos como cualitativos para discernir el grado de especialización turística de un municipio:

Los indicadores cuantitativos permiten establecer “índices de función turística” del municipio, tanto a partir de la oferta de alojamiento como de la demanda turística.

Los indicadores cualitativos proporcionan otra forma de poder tener una idea del grado de especialización turística del municipio, es mediante el conocimiento de la percepción y la actitud que tiene la población del municipio sobre el turismo. La reacción de los residentes ante la actividad turística en la entidad puede dar una clara idea de la significación del turismo para el municipio.

Estos indicadores muestran que la vocación turística (manejada por el autor como especialización turística) puede ser medida tanto cualitativa como cuantitativamente, la primera mediante fórmulas matemáticas donde se manejen cuestiones estadísticas sobre la oferta y la demanda del producto turístico; mientras que los indicadores cualitativos miden principalmente la percepción y actitud que los habitantes tienen sobre el turismo, ya que son ellos quienes en gran medida deciden si aceptan que los turistas entren a perturbar su entorno o si los rechazan. Aunque debería agregarse también que otro indicador mixto que permita evaluar la cantidad y la calidad de los atractivos naturales y culturales con los que cuenta el destino y que son parte importante de la vocación turística del mismo, ya que sin ellos, el lugar no tendría algo que moviera a los turistas a visitarlo. Ahora se tratarán detenidamente cada uno de los tres componentes de la vocación turística: la percepción de los habitantes, el producto turístico y los atractivos.

Percepción de los Habitantes

Getz (2000) utiliza el término 'percepción' en lugar de 'actitud' y también define la percepción como "el significado que se atribuye a un objeto". Por lo que se puede decir que la percepción es algo subjetivo, ya que cada persona puede tener un significado diferente para la misma cosa, en el caso de la percepción que el habitante tiene sobre el turismo pueden atribuírsele significados diferentes, dependiendo del conocimiento que tenga cada persona a la que se le pregunte sobre la actividad turística que se realiza en su localidad, al gusto que tenga por servir a los turistas o de los beneficios o perjuicios que la actividad de brinde.

La palabra "percepción" de acuerdo a la Real Academia Española se refiere a la "sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos" (RAE, 2012). Dicha impresión es la que el turismo puede causar en las personas residentes de comunidad o espacio geográfico donde se desarrolla un proyecto de esta índole. Tal como lo menciona Acerenza (2008), Covarrubias(2010) dice que:

“La irrupción del turismo en una comunidad puede causar cambios en el comportamiento y actitud de los mismos a través del mecanismo de interacción con los turistas provocando aceptación o rechazo hacia los turistas y las actividades propias del turismo. De tal manera que evaluando el nivel de satisfacción del residente, es posible detectar futuros problemas o molestias.”

Estos dos autores concuerdan en que en el momento en que un lugar decide dedicarse a las actividades turísticas forzosamente va a sufrir cambios, en mayor o menor medida, dependiendo del tipo de turismo que quieran adoptar, pero habrá cambios, tanto de uso de suelo (por la construcción de infraestructura turística), como en el comportamiento de los habitantes, quienes ahora ya no estarán dedicados a las actividades primarias, sino que deberán aprender a brindar un servicio y convivir con personas extrañas, tal vez de otro color de piel u otro idioma, pero que vienen a visitar su localidad y a dejarles una derrama económica, la cual les permitirá tener una mejor calidad de vida. Si los habitantes toman una actitud positiva hacia esta nueva forma de vida, el turismo en el lugar se desarrollará fácilmente y en armonía, pero si no es así, habrá problemas con las autoridades o empresarios porque los habitantes se sienten invadidos o perjudicados por la llegada de turistas a lo que es su espacio para vivir.

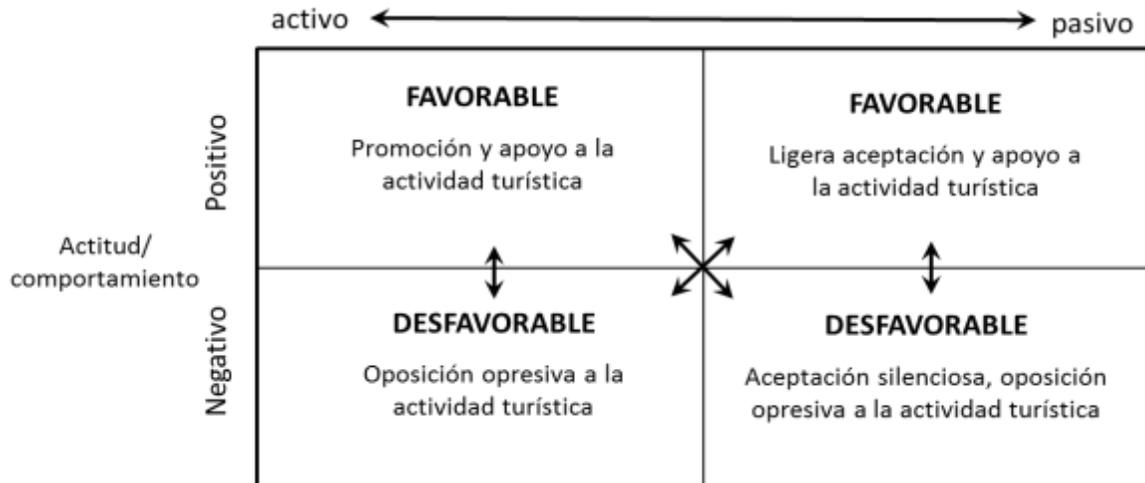
De acuerdo con esto, la OMT (2004) citado por (Covarrubias, 2010) menciona lo siguiente:

La variación del nivel de satisfacción puede ser un indicador de alerta temprana de la existencia de hostilidad o de la posibilidad de que se produzcan incidentes, así como un medio para obtener información sobre problemas y motivos de malestar incipientes antes de que se agraven, por lo que la satisfacción de los residentes con el turismo es fundamental para la sostenibilidad; en casos extremos, la hostilidad de la comunidad ha alejado a los turistas.

Por este motivo la comunicación por parte de los encargados de la cuestión turística en el destino, con los habitantes se debe tratar de que sea constante y que busque la detección de problemas o inconformidades que los locales tengan en cuanto a los turistas, esto con la finalidad de evitar que los habitantes opten por rechazar la llegada de turistas y con esto el desarrollo de la región mediante esta actividad.

Así, es de gran importancia tomar en cuenta el impacto psicosocial que puede llegar a provocar en la población residente. En la ilustración 1 se explican las reacciones que de acuerdo con Crosby (2009), puede tener una comunidad, ya sea de forma pasiva (poco o nada visible) y de una forma activa.

Ilustración 1. Reacciones que puede tener una comunidad hacia el turismo



Fuente: Elaboración propia, en base a Crosby (2009)

Es importante entender cuál es la sensación que provoca el desarrollo turístico en los habitantes ya que puede ser una clave vital para lograr la aceptación convirtiéndose en una fortaleza por medio de la cual contar con el apoyo de la población y lograr el desarrollo efectivo del destino.

Si bien es cierto que el desarrollo de un destino por medio del turismo trae a la comunidad anfitriona desarrollo económico y cultural, en ocasiones abriendo

oportunidades en lugares que se tenía forma de salir adelante; también es cierto el impacto que este puede causar, ya que dependiendo el proyecto a desarrollar, en la mayoría consiste en recibir grandes cantidades de turistas, por lo cual, significa romper sus esquemas mentales, aceptar y conocer el comportamiento de las personas dentro de otras culturas.

Troitiño (2008) menciona que “el turismo juega un papel esencial en el desarrollo de un destino concreto, afectando positiva o negativamente el nivel y la calidad de vida de la población local”. Uno de los impactos positivos y relevantes es que el desarrollo turístico puede llegar a recuperar y preservar elementos del patrimonio que constituye la esencia de su identidad. Así también menciona que la población local al conocer, aceptar y participar, garantiza la perdurabilidad y sostenibilidad del proceso de desarrollo.

Por su parte Franco (2007:4) citado por Tavares (2010) señala que “identificar la percepción del poblador local en relación al potencial o a los atractivos turísticos existentes es conceptualmente difícil ya que estos forman parte de su experiencia cotidiana”, esta afirmación es muy cierta ya que los locales al convivir día con día con esos atractivos lo ven como un elemento más de su entorno, para ellos pierde la belleza o la admiración que causan las cosas nuevas y esto es, por su parte lo que atrae a los turistas, los atractivos que a los locales ha dejado de sorprender debido a la cotidianidad en la que están sumergidos. Por ejemplo a los habitantes de Manzanillo tal vez ya ha dejado de sorprenderlos la enormidad y belleza de la escultura del pez vela en el centro histórico, pero a los turistas que visitan el destino será algo que admirarán y les dejará una bonita imagen del lugar.

Getz (2000, p. 139) propone que:

La evaluación de las actitudes de los residentes podría ser un componente importante en la identificación y medición de los impactos del turismo, y esto es especialmente relevante durante un período largo de tiempo durante el cual la evolución social y cultural se produce en respuesta al desarrollo del turismo.

Es verdad que para poder identificar y medir los impactos que causa la actividad turística en un determinado lugar se debe recurrir a los habitantes de dicho lugar ya que ellos son quienes viven de cerca los cambios que el turismo causa a su territorio, a su gente, a su economía y a su cultura y pueden decir también si dichos cambios son positivos o negativos, para que se elaboren propuestas que logren convertir los cambios negativos en positivos que beneficien principalmente a los habitantes del lugar, ya que de ello depende la actitud que las personas de la localidad tomen hacia la actividad turística y hacia los turistas que lleguen a visitar el destino, porque si la percepción que los habitantes tiene del turismo es

negativa, rechazaran y trataran mal a los turistas con la finalidad de que ya no regresen, en cambio sí notan que su presencia los beneficia, los recibirán con los brazos abiertos y esperarán su regreso.

Getz (2010) da como ejemplo que: “las actitudes locales y los niveles resultantes de la hospitalidad hacia los visitantes se han identificado como factor que regula el atractivo de un destino.” La hospitalidad y la forma en que reciben las personas de la localidad a los turistas influye mucho en la experiencia del turista y de ello depende que desee regresar o se vaya con un mal sabor de boca. Cuando se visita un lugar donde se es tratado con amabilidad, respeto y se siente bienvenido, no importa que el lugar no sea muy bonito, se siente bienestar y se disfruta la estancia; esto es posible primero que nada, si los habitantes de ese lugar están satisfechos con lo que la actividad turística les brinda y con la forma en que los turistas los tratan a ellos.

Los habitantes del lugar también perciben de forma directa los impactos positivos y negativos que el turismo causa en el destino que habitan, algunos de los cuales se mencionan en la tabla 1.

Tabla 1. Impactos socio culturales del turismo

IMPACTOS SOCIO CULTURALES DEL TURISMO	
<p>BENEFICIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elevación calidad de vida de la comunidad local • Estimulo del interés de la comunidad local por la cultura propia, tradiciones, costumbres y patrimonio histórico • Rehabilitación y preservación de monumentos, lugares históricos y revitalización de costumbres locales, artesanía, folklore, etc. • Cambios sociales positivos en términos de mayor tolerancia y bienestar: efecto demostración • Mayor movilidad en la escala social en comunidades muy jerarquizadas, rígidas • Intercambio cultural turistas/comunidad local 	<p>COSTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Resentimiento hacia el turismo por parte de la población local cuando se establecen ghettos de lujo en lugares dominados por la pobreza • Tensión social debido a la creación de empleos con salarios superiores a la media • Establecimiento de una nueva forma de colonialismo basado en dependencia de ingresos turísticos • Desculturización del destino • Difusión y permanencia de imágenes estereotipadas

Fuente: Crosby & Moreda (2009: p.103)

De igual forma se puede mencionar el breve balance sobre las implicaciones socioculturales que Fernández (2008) realizó sobre la actividad turística en el Gran Caribe:

Tabla 1. Implicaciones socioculturales del turismo

IMPLICACIONES SOCIOCULTURALES	
<p>POSITIVAS</p> <ul style="list-style-type: none"> •Renueva el interés local por su propia cultura, costumbres, artesanías, mostrando al mundo sus riquezas. •Son destinos jóvenes respecto a los tradicionales, por lo que se presentan con mayor potencial natural, despertando aún más el interés del visitante. •Amplía el espectro de modalidades éticas del turismo. •Encuentran en el turismo cultural, una oportunidad de desarrollo y diversificación de sus economías, en función de las nuevas demandas turísticas que van quedando a la luz con los estudios de mercados. •Genera recursos que benefician sitios y áreas patrimoniales de las naciones, y que a la vez contribuyen al nivel de la vida de sus habitantes. •Abre un increíble horizonte de conocimientos, entendimiento y aceptación entre las aldeas (naciones y pueblos). 	<p>NEGATIVAS</p> <ul style="list-style-type: none"> •Contribuye al proceso de “desculturación”, anteponiéndose al ideal de transculturación, manifiesto hace más de un siglo por el destacado antropólogo cubano don Fernando Ortiz. •Origina sentimientos de rechazo en localidades donde el visitante no respeta sitios sagrados, o las costumbres de sus anfitriones. •Provoca sobreproducción de artesanías locales, minimizando su valor cultural y hasta comercial. •Genera desplazamientos de mano de obra del campo a la ciudad o localidades de atractivo turístico. •Debido al manejo comercial de la imagen de los destinos, los turistas se decepcionan al constatar la realidad, y por ende, se origina el efecto negativo de <i>bola de nieve</i>.

Fuente: Elaboración propia, basado en Fernández, 2008

Como se puede apreciar en las tablas 1 y 2, para Crosby & Moreda (2009) y Fernández (2008) el turismo causa diversos impactos socioculturales, tanto positivos como negativos, por lo que debe considerarse importante poner la situación de la localidad en una balanza y determinar qué es mejor para ellos, seguir con el turismo o con sus costumbres, porque muchas veces estas se pierden o cambian por influencia de los turistas que visitan el lugar, como es el caso del tradicional día de muertos que se celebra en los diferentes estados de la república mexicana, ahora a causa de la llegada de turistas extranjeros, principalmente estadounidenses, en los destinos turísticos a donde llegan estos turistas ya han cambiado el sentido tradicional y hasta religioso de esta celebración para convertirlo en el día de brujas, donde puede que se elaboren los tradicionales altares de muertos, pero ahora en lugar de frutas, pan y papel picado, se ven calabazas con caras y sombreros de brujas.

Con lo anterior se deduce que tal como lo menciona Pérez (2003) es importante considerar a la comunidad local en el desarrollo de la actividad turística Y es que sólo ellos van a saber explotar el recurso natural (o cultural), porque son los que lo conocen, ellos saben dónde se pueden ver los animales o dónde se encuentran las plantas interesantes, ellos conocen el comportamiento del ecosistema y, lo que es más importante, ellos pueden ser los perfectos guardianes de los recursos del lugar o todo lo contrario.

Por todos los motivos antes mencionados la percepción de los habitantes es un elemento clave para la determinación de la vocación turística de un destino, pues ellos solo quieren obtener beneficios para ellos, pero también tratan de evitar que los recursos naturales y culturales con los que cuenta el destino sean destruidos por los turistas que los visitan.

Al analizar las aportaciones de varios autores sobre la percepción de los habitantes sobre la actividad turística en su localidad, los autores Acerenza (2008), Covarrubias (2010), Tavares (010) y Getz (2000) concuerdan en que mediante la evaluación de lo que piensan y sienten los habitantes en lo relacionado con el turismo se puede saber la aceptación o los problemas que se puedan generar en un futuro.

Del mismo modo Fernández (2008) y Crosby & Moreda (2009) coinciden en que la introducción del turismo en una localidad traerá consigo impactos tanto positivos como negativos en los habitantes de dicho lugar, y estos impactos son los que darán origen a la percepción de los habitantes sobre el turismo, si el turismo los impacta positivamente, su percepción será de igual manera positiva, pero si es al contrario y solo reciben impactos negativos su percepción hacia la actividad turística será negativa y esto impedirá el correcto desarrollo del producto turístico que ofrecen.

El Producto Turístico

El producto turístico es considerado el segundo elemento de la vocación turística debido a que como lo menciona Leider & Shapiro (2002) “el descubrimiento de la vocación consiste en relacionar nuestro ser con nuestra actividad”. Estas palabras de se puede aplicar también a un destino que quiere descubrir su vocación turística, ya que se debe conocer primero cuál es su principal atractivo o aptitud y ya con eso desarrollar un producto turístico adecuado a dicha vocación.

Pero primeramente se debe saber qué es el producto turístico, y según Acerenza (2004)

Conceptualmente, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos y las expectativas de los turistas. En la práctica, el producto turístico puede ser visto como una amalgama de atracciones, alojamiento y entretenimientos. Es en realidad un producto compuesto que puede ser analizado en función de los elementos que lo integran, a saber: los atractivos turísticos, las facilidades para el disfrute de los mismos y las posibilidades de acceso al lugar en donde estas facilidades son ofrecidas.

Como se puede ver el producto turístico está compuesto de varios elementos, los cuales pueden ser medidos o estudiados para saber si determinado destino es un buen producto turístico; Cárdenas Tabares (2008) del mismo modo que Acerenza(2004) menciona que el producto turístico está formado atractivos, facilidades y acceso al mismo, como se aprecia en su definición:

El producto turístico está conformado por los atractivos naturales, artificiales y humanos. Estos últimos constituyen la denominada hospitalidad, quizá más importante que los dos anteriores. Las facilidades se refieren al alojamiento en todas sus formas; a la industria de alimentos y bebidas; al entretenimiento y diversión; a las agencias de viaje; a las arrendadoras de automóviles y, en forma especial, al personal capacitado disponible para atender adecuadamente a los turistas. Para completar el producto se requiere que los atractivos sean accesibles, ya sea por barco, avión, autobús o automóvil; de ahí la denominación con que se le conoce actualmente: accesibilidad. (Cárdenas Tabares, 2008)

De acuerdo con lo anterior lo que hace más atractivo a un destino no son sus paisajes o infraestructura de primer nivel, sino que es el trato de su gente, la forma en que los habitantes del lugar reciben y brinda un servicio a las personas que llegan a visitar el destino y satisfacer sus deseos y necesidades, ya que como se menciona a continuación el producto turístico es:

El conjunto de bienes y servicios que son objeto de transformación comercial dentro del sistema de actividades turísticas, con la finalidad de atender a los deseos y necesidades del turista.

Los productos turísticos son, como todos los demás, una combinación de bienes, capital y trabajo, aunque las tendencias actuales, por los cambios de la demanda y la aplicación de las nuevas tecnologías, en un proceso de maduración de la actividad turística, hayan aumentado cada vez más las proporciones de capital y la cualificación de la mano de obra.

No obstante, la amplitud del campo de las actividades turísticas y del espectro de su demanda, hacen posible la creación y pervivencia de una

infinidad de productos, en base a los recursos de cada zona y con la combinación de diferentes proporciones de distintos factores, según las tipologías turísticas y el estado de la tecnología.(Torres, 2010)

Como se puede apreciar en la definición anterior el producto turístico abarca a los otros dos elementos de la vocación turística, los habitantes al ser ellos quienes prestan los servicios turísticos que se desarrollan basados en los recursos con los que cuenta cada lugar, haciéndolos más atractivos para que llamen la atención de los turistas. Cárdenas Tabares (1986) citado por Salinas (2009) afirma que un producto turístico es “todo lo que contribuye a la satisfacción de clientes o consumidores”; por este motivo todos los servicios (turísticos o no turísticos) que se ofrecen deben ser hechos con calidad, con amabilidad y pensando en dar la mejor impresión a los turistas, pero la calidad de los servicios no son suficientes, se necesita también tener calidad en la infraestructura turística y no turística, como las carreteras, que muchas veces se encuentran en malas condiciones y pueden causar accidentes que perjudican la imagen del lugar.

Al igual que Torres (2006), Milio Balanzá (2004) concuerda en que el producto turístico es lo que se ofrece al turista para satisfacer sus necesidades y cubrir sus expectativas, ya que su definición es la siguiente:

Producto turístico es la combinación de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras que se ordenan de forma que ofrezcan unos beneficios a los clientes, consigan satisfacer sus necesidades y expectativas, y que estén disponibles para ser consumidos en el momento preciso. (p. 119)

Salinas (2009) al igual que los dos autores citados anteriormente utiliza dentro de su definición de producto turístico elementos como la satisfacción de expectativas y necesidades, así como que la composición del mismo es de elementos tangibles e intangibles, su definición dice que:

Un producto turístico constituye una combinación de prestaciones y elementos tangibles e intangibles que ofrecen determinados beneficios al cliente como respuesta a ciertas expectativas y motivaciones. Asimismo, ofrece al consumidor un conjunto de utilidades funcionales que satisfacen las necesidades básicas y otras psicológicas que se relacionan con el valor simbólico concedido por el turista al lugar o actividad elegida.

La decisión que el turista toma al momento en que decide desplazarse a su lugar de origen a otro está determinada porque algo de ese lugar le atrae y desde ese momento el turista se crea una imagen, una expectativa sobre lo que espera encontrar y cómo espera encontrarlo; por este motivo es importante que un destino sepa cuáles son los productos que ofrece y en qué condiciones están los

mismos, para que al momento de que los turistas contrasten la imagen que tenían antes de llegar sea lo más parecida posible a la realidad y su experiencia sea agradable. Como lo menciona el concepto anterior un producto está compuesto por elementos tangibles los cuales pueden ser tocados, son cosas físicas, como las artesanías locales; y por elementos intangibles los cuales solo pueden ser observados, están más relacionados con la actitud y la percepción como la forma en la que un mesero te atiende en un restaurante o la limpieza de una habitación, es precisamente por esta combinación de elementos tangibles e intangibles por lo que los productos turísticos son especialmente difíciles de medir, por esta razón se les han atribuido las siguientes características:

- Intangibilidad (no se pueden tocar o materializar)
- Inseparabilidad: esta circunstancia implica que los clientes reciban y consuman los servicios en el lugar donde éstos se generan.
- Heterogeneidad: resulta muy difícil producir productos de idénticas características. El momento en que se presta el servicio, el personal en contacto que atiende al consumidor, las propias características de cada cliente o incluso variables ambientales hacen prácticamente imposible estandarizar totalmente la prestación de servicios.
- Caducidad: como consecuencia de su propia intangibilidad, los servicios en general, y el turismo en particular son productos que no son susceptibles de almacenamiento. (Del Alcázar Martínez, 2002)

De acuerdo con lo anterior el producto turístico “tiene peculiaridades que lo diferencian de otros. Al utilizar la palabra producto en turismo, se hace en un sentido más analógico que real, pues no son productos sino servicios o comodidades lo que se proporcionan a los viajeros”. (Gurría Di-Bella, 2010)

Gurría Di-Bella (2010) al igual que Del Alcázar Martínez (2002) dice que

1. El producto turístico que consume el turista tiene las siguientes características:
2. Es prácticamente intangible
3. No se puede “ver” cuando se adquiere porque se produce en el momento que se consume y se consume en el momento que se produce
4. No puede ser almacenado ni se puede llevar en inventarios, aunque sí puede ser empaquetado (paquete turístico)
5. No lo podemos llevar con nosotros ni podemos recibir una muestra
6. No se puede saber si es satisfactorio hasta que no se consume
7. Se produce y se consume 24 horas al día durante los 365 días del año

Todas estas características definen a un producto turístico y para ejemplificarlo se puede mencionar el hospedaje en un hotel, el servicio que brinda la recepcionista es intangible, el huésped es quien lo percibe, la venta de habitaciones tiene

caducidad de una sola noche, ya que no se pueden agregar las habitaciones de un día anterior para venderlas después, son fáciles de sustituir ya que al igual que hay hoteles +puede haber moteles, hostales o B&B, los cuales tienen diferente categoría o son de diferente calidad; son subjetivos porque el hotel puede parecerle hermoso a un huésped mientras que a otro puede no gustarle tanto. Con el consumo inmediato y simultáneo se refiere a que el servicio que brinda el mesero al huésped en el momento de entrar a los centros de consumo del hotel se realiza al mismo tiempo en que consumes los alimentos que se ofrece; la característica de la estacionalidad se refiere a que el hotel tiene periodos en que recibe muchos huéspedes mientras que hay otras en las que no es así. La satisfacción temporal del huésped es dependiendo de la calidad de los servicios que recibió, si son buenos la satisfacción durará un poco más que si por el contrario los servicios recibidos fueron malos, y por último el hotel es flexible en cuanto a que si el huésped reservó una habitación sencilla, pero por algún motivo ya no hay disponibles, se puede asignar al huésped una habitación junior, con lo que se el huésped se sentirá mejor que si solo se le dice que ya no hay disponibilidad.

El producto turístico al estar formado por la unión de diferentes “prestaciones y servicios tangibles e intangibles” como lo menciona Salinas (2009), este

Se presenta en el mercado en dos opciones básicas: en forma de servicios sueltos y empaquetado, de manera que el turista puede armar su viaje a un destino contratando por separado cada uno de los servicios requeridos (transportación hasta el lugar, alojamiento y alimentación, excursiones locales y amenidades), o bien, comprar un viaje ya organizado. (Mochón Morcillo, 2004)

La forma en que el producto turístico se presenta también es mencionada por Cárdenas Tabares (2008) ya que dice que

El producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado –para un confort material o espiritual- en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista.

La presentación del producto turístico podría ser considerada otra característica del mismo, ya que de acuerdo a las necesidades de cada turista puede elegir comprar un viaje, por ejemplo, ya organizado u organizarlo el mismo.

La importancia que tiene para un destino conocer su vocación, está dada por el hecho de que de ello depende que se desarrolle el producto turístico adecuado para ese lugar y sea exitoso, de lo contrario como lo menciona De la Vega, Vargas André, & Soria (2010)

La compatibilidad entre la vocación del territorio y la actividad que efectivamente se está realizando en él no siempre coinciden, debido a que no hay una correspondencia entre tiempo y/o espacio o porque la demanda social no suele responder a la oferta ambiental.

Esto se aprecia en muchos de los destinos turísticos que actualmente existen, ya que su desarrollo se dio sin estudios previos sobre su vocación, solo se construyó infraestructura turística en lugares donde había recursos que se podían convertir en atractivos, para atraer visitante y con la intención de ganar dinero.

Atractivos turísticos

Los atractivos como elemento de la vocación turística tienen su importancia debido a que:

Los atractivos son los que determinan las características de la oferta y la demanda de visitantes de un destino. Los de mayor jerarquía generarán la mayoría de los desplazamientos internacionales. El conocimiento cabal e integral de las peculiaridades de los atractivos es fundamental para la planificación y el desarrollo turístico de los núcleos receptores. (Quesada Castro, 2010)

Esto indica que para poder desarrollar un producto turístico primero se debe tener un conocimiento de la vocación del lugar, es decir, de las peculiaridades de lo que hace atractivo ese lugar.

Los atractivos turísticos son la materia prima del turismo, sin la cual un país o una región no podrían emprender el desarrollo” (Boullón, 2004). Con base en esta definición, un destino se desarrolla a partir de sus atractivos y los atractivos se desarrollan partiendo de los recursos con los que cuenta un determinado lugar, por este motivo Torres (2006) sostiene que “Actualmente lo más común es dividir los recursos en naturales y culturales” por lo que del mismo modo habrá atractivos naturales y culturales.

Al igual que para torres (2006), para Gurría Di-Bella (2010)

Los atractivos turísticos pueden ser de muchos tipos, ya sea permanentes o temporales, y se clasifican para su estudio en dos grande grupos: atractivos naturales y atractivos culturales. Los atractivos turísticos naturales son aquellos creados por la naturaleza. Es decir, que en su formación no ha

intervenido directamente la acción humana. (...) pueden presentarse de manera mixta, además de que muchos de estos atractivos requieren de la intervención del hombre para su conservación, mantenimiento y accesibilidad. Los atractivos turísticos culturales: son aquellos elementos en que interviene o ha intervenido la acción humana en el devenir histórico, o bien se establecen por razones culturales o comerciales.

Continuando con la forma de clasificar los atractivos turísticos, Cárdenas Tabares (2003) propone una tabla que indica la categoría, el tipo y subtipo de los atractivos. Una clasificación similar hacen Weaver & Lawton (2006), solo que a diferencia de Cárdenas Tabares (2003), ellos solo proponen: sitios naturales, eventos naturales, sitios culturales y eventos culturales, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 2. Inventario genérico de atractivos turísticos

CATEGORÍA	SITIO	EVENTO
Natural	<p>Topografía: Montañas, cañones, playas, volcanes, cuevas, sitios fósiles.</p> <p>Clima: Temperatura, luz del sol, precipitaciones.</p> <p>Hidrología: Lagos, ríos, cascadas, aguas termales</p> <p>Fauna: Mamíferos, pájaros, insectos, peces</p> <p>Vegetación: Bosques, flora</p> <p>Localización: Cercano, lejano</p> <p>Áreas protegidas, senderos, Carreteras paisajísticas, miradores, parques naturales, jardines botánicos, spas</p>	<p>Erupciones volcánicas</p> <p>Mareas</p> <p>Migración de animales</p>
Cultural	<p>Prehistóricos: Sitios aborígenes</p> <p>Históricos: Campos de batalla, edificios antiguos, museos, monumentos, cementerios, estatuas</p> <p>Cultura contemporánea: Arquitectura, barrios étnicos, tecnología moderna</p> <p>Económicos: Granjas, minas, fabricas</p> <p>Recreacionales: resorts, campos de golf, colinas de ski, parques temáticos, casinos</p> <p>Ventas: centros comerciales, zonas comerciales</p>	<p>Batallas reconstrucciones, festivales conmemorativos, ferias mundiales</p> <p>Eventos comerciales, Juegos olímpicos mercados</p>

Fuente: Elaboración propia basado en Weaver & Lawton (2006)

Boullón (2004), de la misma manera que Quesada Castro (2007) considera a los atractivos la materia prima del turismo, y menciona que:

Los atractivos turísticos son justamente aquello que motiva y genera desplazamientos de las personas hacia un lugar; son considerados la “materia prima” del turismo. Por lo tanto se crean instalaciones y servicios en el lugar, con las características que propicien un aprovechamiento racional de los atributos particulares de cada atractivo. Esto, a su vez definirá las actividades turísticas que realizarán sus visitantes.

Atractivos Naturales

Torres (2006) plantea que en los recursos naturales “se incluyen tanto los aspectos básicos como el clima, el paisaje y el agua, como los más específicos, en los que entrarían los espacios naturales, parques, lugares de especial interés (cascadas, géiseres, etc.)” También Misiura (2006) plantea que “los atractivos naturales incluyen 1. Paisaje, 2. Vista marina, 3. Playas, 4. Fauna, 5. Clima”.

Estos elementos de la naturaleza forman un recurso invaluable para el desarrollo del turismo ya que muchos destinos turísticos competitivos tienen como principal atracción sus paisajes, playas, flora o fauna.

Atractivos Culturales

Los atractivos culturales son parte del entorno del lugar y según (Torres, 2006)

Todos aquellos que se deben a la intervención humana, ya sea en el campo de las artes (arquitectura, pintura, escultura, música, literatura,...), de la producción (cultivos, utensilios, modos de fabricación, posibilidad de compras de interés,...) o de las costumbres (folklore, gastronomía, artesanía,...), todo ello enmarcado en el espacio, tanto urbano como rural (paisaje humanizado), y en el tiempo (historia).

Las atracciones culturales para Ivanovic (2008: p.113) incluyen las siguientes:

- Atracciones hechas por el hombre que no están expresamente construidas para atraer turistas, son también conocidas como sitios de patrimonio cultural. Estas incluyen catedrales, Iglesias, casas históricas, castillos, fortalezas, monumentos, zonas arqueológicas, jardines históricos, sitios de herencia industrial, trenes y barcos de vapor.
- Atracciones hechas por el hombre, expresamente construidas para atraer turistas, también conocidas como de propósito especial o atracciones turísticas artificiales. Estas incluyen parques temáticos, parques de entretenimiento, zoológicos, spas, museos, villas culturales y étnicas, casinos y áreas de acampado.

Metodología

Para el análisis de la vocación turística de un destino y al diseñar el procedimiento metodológico, se tuvieron que analizar y aplicar algunas premisas para la puesta en práctica de la metodología:

1. Voluntad política de los actores locales vinculados al gobierno y la actividad turística.
2. Disposición y compromiso de los actores locales.
3. Procesos participativos hacia el interior de la localidad.

El procedimiento metodológico que se propone, se divide en tres fases y siete etapas (Anexo 1).

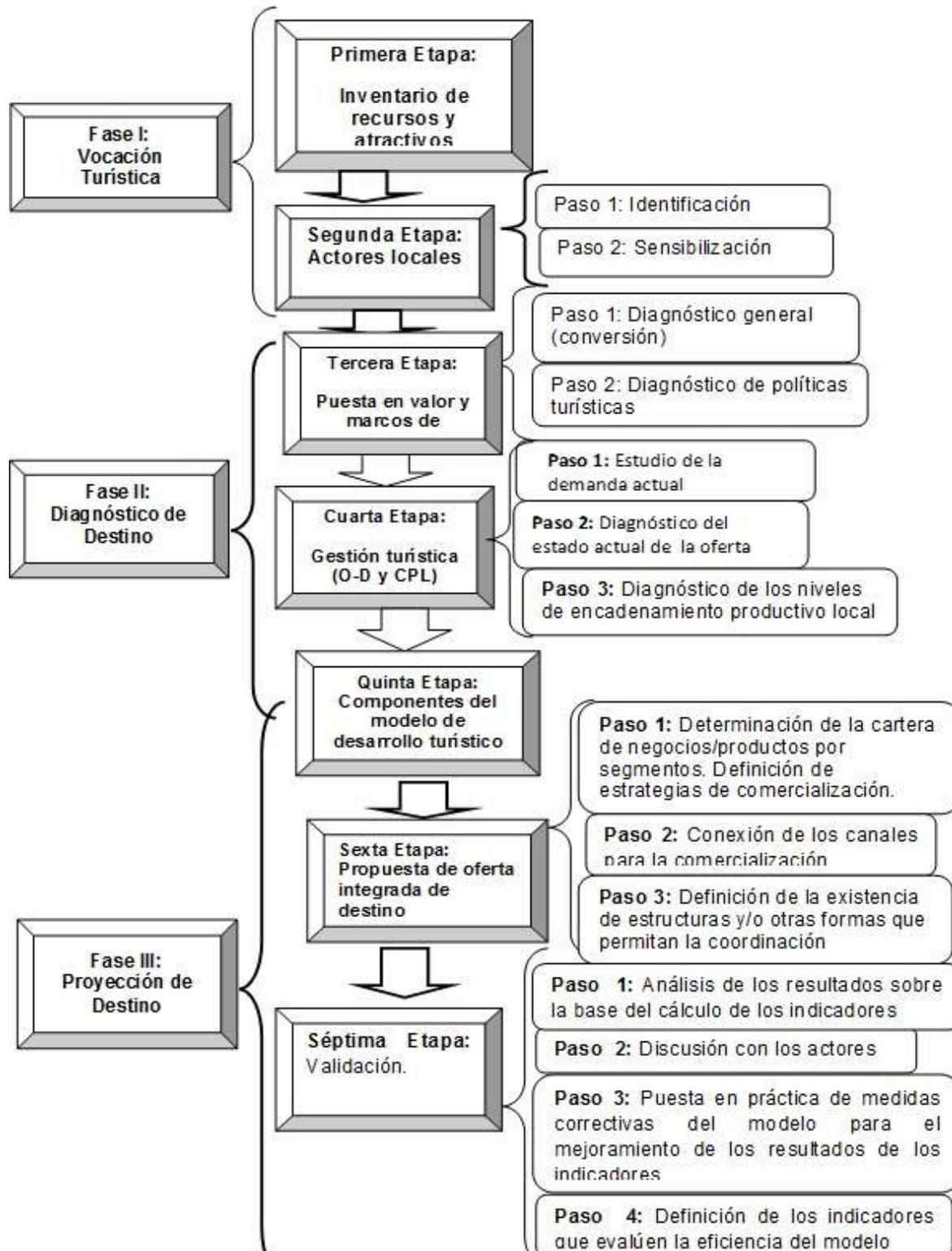
Conclusiones

La vocación turística tiene que estar alineada directamente con la cantidad, calidad y preservación de los atractivos turísticos de un destino. También influyen la percepción de la población y los actores involucrados en la actividad turística como: prestadores de servicios, turismo interno e internacional, sector público y stakeholders.

El poder decisión para determinar que un destino cuenta con vocación turística la dan los habitantes, los empresarios determinan los factores económicos que influyen en la vocación y el gobierno se involucra en las políticas públicas relacionadas con el destino.

No solo los recursos y atractivos turísticos son importantes en el desarrollo de una vocación turística, sino también los actores que participan en la generación de empleo y en la preservación de la localidad

Anexo 1 Metodología para analizar la vocación turística.



Fuente: Elaboración propia

Referencias bibliográficas

- Acerenza, M. Á. (2008). *“Gestión municipal del turismo”*. México: Trillas turismo.
- Acerenza, M. Á. (2004). *“Fundamentos del marketing turístico”*. México: Trillas.
- Boullón, R. C. (2004). *“Planificación del espacio turístico”*. México: Trillas.
- Cabarcos Novás, N. (2007). *“Promoción y venta de servicios turísticos. Comercialización de servicios turísticos”*. España: Ideaspropias.
- Cárdenas Tabares, F. (2008). *“Producto Turístico: aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño”*. México: Trillas.
- Cárdenas Tabares, F. (2003). *“Proyectos turísticos: localización e inversión”*. México: Trillas.
- Cebrián Abellán, F. (2008). *“Turismo rural y desarrollo local”*. Sevilla: Ediciones de I Universidad de Castilla- La Mancha
- Crosby, A. (2009). *“Re-inventando el turismo rural”*. *Gestión y Desarrollo*. Laertes
- De la Vega, C., Vargas André, E., & Soria, V. (2010). “¿Cómo representa su Municipio la comunidad económica de los territorios de Zonda y Pocito (Provincia de San Juan)?” *VIII Congreso Latinoamericano de Sociología Rural. América Latina: realineamientos políticos y proyectos en disputa.*, (pp. 20). Porto Galinhas, Pernambuco.
- Del Alcázar Martínez, B. (2002) *“Los canales de distribución en el sector turístico”*. Madrid: ESIC editorial.
- Fernández Valdés, J. M. (2008). “El gran Caribe turístico: definiciones, impacto sociocultural, una iniciativa más”. En A. Palafox Muñoz, & O. Frausto Martínez, *Turismo. Desastres naturales, sociedad y medio ambiente* (pp. 200, 201). México, Distrito Federal: Grupo H impresores.
- Getz, D. (2000). Residents´ attitudes towards tourism: a longitudinal study in Spey Valley, Scotland. En C. Ryan, & S. Page (Edits.), *TOURISM MANAGEMENT Towards the New Millennium* (pp. 475). Oxford, UK: PERGAMON.
- Gómez Martín, B., & López Palomeque, F. (2002). *“Regionalización turística del mundo”*. Barcelona, España: Text-guia.
- González Damián, A., & Alvarado Herrera, A. (2012). “Construcción de una definición operativa de la vocación turística de un destino, desde la perspectiva de la oferta y con orientación a la competitividad y sustentabilidad.” *6o Congreso Internacional de la Academia Mexicana de Investigación Turística y VIII Foro Nacional y IV Internacional sobre Turismo en Colima “Lic. Guillermo Díaz Zamorano”* (pp. 83, 84). México, D.F.: Impretei, S.A. de C.V.
- Gurría Di-Bella, M. (2010). *Introducción al turismo*. México: Trillas.
- Hostelería y Turismo (2007). *Marketing turístico*. España: Editorial Vértice.

- Leider, R. J., & Shapiro, D. A. (2002). *El trabajo ideal: descubre cuál es tu verdadera vocación*. Barcelona: Paidós.
- López Bonelli, A. R. (2003). *La orientación vocacional como proceso* (1° ed.). Buenos Aires: Bonum.
- Martínez, O. V. (2007). *La Buena Educación: Reflexiones y Propuestas de Psicopedagogía Humanista*. Barcelona: Anthropos.
- Milio Balanzá, I. (2004). *Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales*. Madrid: Thomson Paraninfo.
- Misiura, S. (2006). *Heritage marketing*. London: Butterworth-Heinemann.
- Mochón Morcillo, F. (2008). *Economía y turismo* (Segunda ed.). España: McGraw Hill.
- Mosca De Mori, A., & Santiviago, C. (2011). *Conceptos y herramientas para aportar a la orientación vocacional ocupacional de los jóvenes*. Uruguay: Universidad de la República Uruguay.
- Olmo Juárez, L., & García Cebrián, R. (2011). *Estructura del mercado turístico* (primera edición ed.). Madrid, España: Paraninfo.
- Pérez de las Heras, M. (2003). *La guía del Ecoturismo O cómo Conservar la Naturaleza a través del Turismo* (2° Edición ed.). España: Mundi-Prensa.
- Quesada Castro, R. (2007). *Elementos del Turismo* (4° reimpresión ed.). San José, Costa Rica: EUNED.
- Salinas Chávez, E., & Medina Pérez, N. (2009). *Los Productos Turísticos, Pilares De La Comercialización: Dos Ejemplos Del Centro Histórico De La Habana, Cuba*. REDALYC, pp. 227-242.
- Sanabria Artunduaga, T. H. (2010). Cuatro precisiones metodológicas para identificar la aptitud territorial. *Revista Bitácora Urbano Territorial* , 16 (1), pp. 79-88.
- SEMARNAT. (2006). *Evaluación De Aptitud Del Territorio Para Actividades Acuícolas*. Recuperado el 17 de Octubre de 2012, de www.semarnat.gob.mx/temas/.../grupo.../criterios_apt_conapesca.pdf
- Silva Lira, I. (2003). Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local. *CEPAL - SERIE Gestión pública* (42), 64.
- Tavares, J. M., Neves, O. F., & Vieira Junior, J. A. (2010). La atraktividad turística de Belo Horizonte según la percepción de sus habitantes. *Redalyc* , pp.1072-1089.
- Torres Bernier, E., Esteve Secall , R., Fuentes García , R., & Martín Rojo, M. (2006). *Estructura de Mercados Turísticos*. UOC.
- Troitiño Vinuesa, M. Á., García Marchante, J. S., & García Hernández, M. (2008). *Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?* Castilla, La Mancha: Universidad de Castilla-La Mancha.

Vargas André, E., Fiol, D. F., Aciar, E., & Riveros, M. (2010). Desarrollo y Territorio: nuevas perspectivas conceptuales". *Foros Red Muni*, (pp. 21). Ciudad de Salta.

Weaver, D., & Lawton, L. (2006). *Tourism management* (Third ed.). Australia.

Capitulo III. Agroturismo, reconfiguración urbana y turismo

3.1. Diseño de una granja escuela agroecoturística en el centro académico experimental rumipamba (CADER). salcedo, Cotopaxi

Jacquelyn Pacheco J.
Universidad Central del Ecuador
jacquelynspj@yahoo.com

Resumen

En el Centro Académico Experimental Rumipamba (CADER) perteneciente a la Facultad de Ciencias Agrícolas de la Universidad Central del Ecuador ubicado en el cantón Salcedo provincia de Cotopaxi, se realizó el diseño de una Granja Escuela Agroecoturística; para lo cual se aplicó el método de diagnóstico rural rápido, utilizando como instrumento una matriz mediante la cual se recogió la información relacionada con la situación actual de los subsistemas: suelo, cultivos, pecuario, riego-humedad y forestal, presentes en cada uno de los lotes del CADER, además se realizó una encuesta dirigida a agricultores de la zona para determinar si existe interés por contar en la provincia con un centro de formación práctica en temas agropecuarios y de conservación.

Palabras clave

Turismo rural, turismo sostenible, agro eco turismo, centro experimental

Summary

In Experimental Rumipamba Academic Center (CADER) belong to the Faculty of Agricultural Sciences, Central University of Ecuador. It is located in the province of Cotopaxi Canton Salcedo. The article focus on the design of a Farm School Agroecotourist. Using the method diagnostic rural with a matrix as a tool by which information relating to the current situation of the subsystems was collected was applied: soil, crops, livestock, irrigation and forestry-moisture present in each lots of CADER, plus a survey of farmers in the area to determine if there is interest in having in the province with a practical training center in agricultural and conservation issues was conducted.

Keywords

Rural tourism, sustainable tourism, agro eco-tourism, experimental center

Introducción

Los severos daños ambientales provocados por el hombre en su afán por satisfacer sus necesidades ha generado situaciones alarmantes en los recursos naturales, tales como: la contaminación del aire con emisiones de CO₂, CO, N, SO₂, S, etc., que sobrepasan los límites de contaminación; la disminución de fuentes naturales de agua, acuíferos y glaciares, la contaminación del agua con hidrocarburos (bunker, detergentes, fenoles, cadmio, plomo, cobre, zinc, cobalto, níquel, cromo, escombros, basura y chatarra, y la eutroficación de aguas, contaminación de ríos, la degradación y erosión de los suelos, la pérdida permanente de los bosques.

El manejo sustentable de los recursos naturales es el instrumento para mitigar los daños causados al ambiente, pensando en la satisfacción de las necesidades presentes sin sobrepasar la capacidad de recuperación de los recursos naturales, y sin comprometer el legado a las generaciones futuras.

El uso de fuentes alternativas de energía como la hidráulica, eólica, fotovoltaica, biogás, y etanol; el uso de tecnologías limpias amigables con el ambiente como la agricultura orgánica, el manejo de granjas integrales, son instrumentos que permiten el manejo sustentable de los recursos naturales.

El Agroecoturismo surge ante la demanda de los turistas por conocer las prácticas agropecuarias, a la vez que se convierte en una alternativa para que el agricultor perciba una retribución por la conservación de su hábitat, y permitiéndole también mantener un sentido de identidad con su cultura (tradiciones, gastronomía, y costumbres), que se convierte en un atractivo para el visitante.

El Centro Académico Docente Experimental Rumipamba (CADER), actualmente dedicado a la producción de leche con un total anual en el 2010 de 425 972 litros, tiene un elevado potencial turístico dada su ubicación estratégica cercana a las ciudades de Quito, Latacunga y Ambato, su facilidad de acceso por la Panamericana, y la cercanía a atractivos naturales y culturales de gran importancia en la sierra ecuatoriana, y además por que cuenta con instalaciones diseñadas para brindar servicio de hospedaje, alimentación y capacitación (las mismas que actualmente son subutilizadas) ofrece las condiciones adecuadas para implementar actividades agroecoturísticas.

Materiales y métodos

Para determinar los subsistemas del CADER se aplicó el método del diagnóstico rural rápido, utilizando como instrumento una matriz mediante la cual se recogió la información relacionada con la situación actual de los subsistemas: suelo, cultivos, pecuario, riego-humedad y forestal, presentes en cada uno de los lotes que conforman la unidad productiva en estudio.

Para realizar el análisis de mercado de la granja escuela se realizó un análisis de la demanda y de la oferta, y se determinó el mercado meta, además, se realizó una encuesta dirigida a agricultores de la zona para determinar si existe interés por contar en la provincia con un centro de formación práctica en temas agropecuarios y de conservación.

Tomando en cuenta el diagnóstico de los subsistemas presentes en el CADER, así como las necesidades expresadas por los clientes potenciales, se procedió a establecer el diseño de la Granja Escuela Agroecoturística del CADER.

El análisis de mercado permitió visualizar las estrategias a seguir para la implementación de Granja Escuela.

Se elaboró la estrategia corporativa por medio de tres decisiones y estrategias se determinó la misión, metas y competencias distintivas de la Granja Escuela, y se formuló una estrategia de operaciones centrada en el cliente, que consistió en comprender qué desea el cliente y cómo proporcionárselo mejor que la competencia.

Para el análisis financiero de la Granja Escuela Agroecoturística del CADER se elaboró los costos de implementación y manejo de la Granja Escuela Agroecoturística del CADER y se determinaron el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y la relación Beneficio Costo (B/C)

Resultados y discusión

Evaluación de los subsistemas del CADER

Subsistema Suelo

- 1) *Textura*. Los análisis de suelos realizados en el CADER determinan que los suelos son de textura Franco Arenoso con porcentajes de arena entre 44% a 64%, 28% a 40% limo y de 6% a 11% de arcilla.

- 2) *PH del Suelo*. Los lotes del CADER presentan un pH alcalino que varía según los lotes en un rango de 7.4 a 7.7 y ligeramente ácido en un rango de 6.5 a 6.9.
- 3) *Materia Orgánica*. De acuerdo al análisis de suelo se encuentra que los suelos del CADER tienen contenidos de materia orgánica medios entre 3.06% y 3.88 % y bajo entre 0.56% y 3%.
- 4) *Uso Actual del Suelo*. El CADER actualmente está especializado en la ganadería de leche y la mayor parte de su superficie está ocupada por pasturas establecidas, existe una superficie destinada para la producción de maíz forrajero y avena – vicia, y una pequeña superficie destinada a la producción de frutales.
- 5) *Construcciones*. La superficie ocupada por construcciones en el CADER es de 8.93 ha, dentro de las cuales se identifican cuatro clases que son: construcciones de vivienda, construcciones de explotación agropecuaria, construcciones suntuarias y construcciones de servicio público y asistencial, que ocupan una superficie de 4.56 ha y los caminos y canales de riego ocupan una superficie de 4.37 ha.

Subsistema Cultivos

- 1) *Pastos*. El CADER cuenta con 33.7 hectáreas de de pasturas establecidas con mezcla forrajera Alfalfa (*Medicago sativa*), Ryegrass anual (*Lolium multiflorum*), Ryegrass perenne, (*Lolium perenne*), Trébol rojo (*Trifolium pratense*) y Trébol blanco (*Trifolium repens*) y 21 hectáreas de kikuyo (*Peninisetum clandestinum*).
- 2) *Cultivos de ciclo corto*. Actualmente el CADER tiene una superficie de 4.5 hectáreas destinadas para la producción de maíz forrajero para ensilaje.
- 3) *Frutales*. En el lote la Hacienda Vieja 2.63 hectáreas está ocupada por frutales de hoja caduca en su mayoría pera, además existen plantas pequeñas de manzana, claudia y durazno de dos años de edad.

Subsistema agua

- 1) *Agua de riego*. El agua en el CADER es uno de los componentes de mayor importancia en el proceso productivo y la calidad de la misma puede constituirse en un factor que limite la producción agropecuaria.

Entre los aspectos relevantes a considerar en este subsistema se encuentran: la calidad, la disponibilidad y la eficiencia en el uso del agua de riego y de consumo.

El CADER pertenece a la Junta de Aguas Jesús del Gran Poder, tiene una adjudicación de 720 horas de agua por año, el caudal de agua varía de 10 a 40 litros por segundo, dependiendo de la época del año el mismo que disminuye en temporada seca y se incrementa durante el invierno.

El CADER actualmente cuenta con un reservorio con capacidad de 2400 m³ litros de agua, el mismo que será utilizado próximamente una vez que se concluya la instalación del sistema de riego por aspersión.

- 2) *Agua de consumo* .El CADER cuenta con una acometida de agua potable de la junta denominada Baño azul, y con dos manantiales que nacen en el lote Playa Pogllo Gallo con los siguientes caudales 5.42 y 3.27 litros/seg., totalizando las dos vertientes 8.69 litros/seg.

Subsistema pecuario

Ganadería

Tamaño del Hato. El hato actual del CADER es de 151 animales distribuidos de la siguiente manera:

Vacas en producción 77, Vacas secas 13, Vacas vientre 18, Vaconas fierro 6, Vaconas medias 9, Terneras 21. Con un total de 105.9 UNIDADES ANIMALES

Producción Lechera. El CADER ha concentrado su actividad productiva en la ganadería de leche, actualmente la producción promedio diaria de leche en el CADER es de 1200 litros con un promedio 15.53 litros /vaca / día.

Subsistema forestal

El CADER cuenta con pequeñas áreas de árboles de eucalipto *Eucalyptus glóbulus* dispersos en los diferentes lotes, alrededor del complejo se encuentran una barrera rompevientos de ciprés *Cupressus macrocarpa*, entre las especies nativas se encuentran el molle *Schinus molle*, algarrobo *Prosopis inermis*, retama *Spartium junceaum*, acacia *Acacia melanoxilum*.

Evaluación de la aptitud agroturística del predio

Accesibilidad adecuada:

Las vías de acceso a la hacienda son de primer orden (panamericana sur) y de tercer orden (carretera lastrada), para su descripción se las clasificará en vías externas e internas:

El CADER se encuentra ubicado a 10 minutos del centro de la ciudad de Salcedo y 20 minutos del centro de la ciudad de Latacunga, lo que permite que los visitantes puedan acceder a todos los servicios modernos de transporte, comunicaciones, comercio, seguridad, sanidad, salud, entretenimiento y actividades culturales.

Medios de comunicación

El CADER tiene todos los servicios básicos de comunicación como teléfono convencional, telefonía celular, Internet.

Cuenta además con el servicio de transporte en forma periódica de la Cooperativa de Transportes Salcedo y Primavera, que ofrece la línea Salcedo-Latacunga y Latacunga– Salcedo, y además existe la opción de acceder al CADER directamente desde Quito por medio de cualquier cooperativa de transporte interprovincial con destino a Ambato, Riobamba, Baños.

Atractivos turísticos del entorno

Presencia de atractivos turísticos cercanos:

El CADER goza de una ubicación privilegiada pues encontramos atractivos naturales, culturales y artificiales muy importantes.

En el Cuadro 1, se muestran algunos de los atractivos turísticos que existen en las áreas aledañas al CADER.

Inventario de Atractivos

Cuadro 1. Atractivos turísticos existentes en las áreas aledañas al CADER 2011.

Nombre del atractivo	Categoría	Clase
Volcán Cotopaxi	Atractivos Naturales	Central
Parque Nacional Cotopaxi	Atractivos Naturales	Central
Volcán Tungurahua	Atractivos Naturales	Central
Quilotoa	Atractivos Naturales	Central
Laguna del Quilotoa	Atractivos Naturales	Central
Ilinizas	Atractivos Naturales	Central
Latacunga	Atractivo cultural	Central
Ambato	Atractivo cultural	Central
Saquisilí	Atractivo cultural	Complementario
Pujilí	Atractivo cultural	Complementario
Salcedo	Atractivo cultural	Complementario

Fuente: Elaboración propia

Además el CADER cuenta con varios atractivos como son sus extensas praderas, su bosque, y senderos, el río Cutuchi, la ganadería, el ordeño mecánico, las construcciones.

Diseño de la Granja Escuela Agroecoturística del CADER

Del diagnóstico realizado se obtuvo los elementos necesarios para el diseño de la granja escuela agroecoturística.

El diseño de la granja escuela agroecoturística se llevó a cabo por lotes para lo cual se definió los siguientes componentes:

Componente Suelo

El siguiente cuadro presenta las mejoras a implementarse en los suelos del CADER.

Cuadro 2. Mejoras a implementarse en el suelo

NOMBRE DEL LOTE	SUPERFICIE hectáreas	USO ACTUAL DEL SUELO	PROPUESTA DE MANEJO
Acosta	2.0	Alfalfa	Incorporar materia orgánica, abonos verdes Establecimiento de pastos de corte Establecimiento de cerca viva Paradero de comidas (a largo plazo)
Guarango	3.5	Vicia Avena	Incorporar materia orgánica, abonos verdes Establecimiento de pastos de corte Establecimiento de una cerca viva
La Esperanza	4.2	Kikuyo	Incorporar materia orgánica, abonos verdes Establecimiento de cerca viva Establecimiento de mezcla forrajera
San Vicente Norte	1.8	Mezcla forrajera	Incorporar materia orgánica, abonos verdes Establecimiento de cerca viva
San Vicente Centro	4.5	Preparación	Incorporar materia orgánica, abonos verdes Establecimiento de cerca viva
La Palmira	4.5	Mezcla forrajera	Incorporar materia orgánica, abonos verdes
La Era Alta	2.0	Preparación	Incorporar materia orgánica, abonos verdes Establecimiento de cerca viva
El Ciénego	5.0	Mezcla forrajera	Incorporar materia orgánica, abonos verdes
Los Pogllos	4.0	Preparación	Incorporar materia orgánica, abonos verdes

Fuente: Elaboración propia

- *Área de frutales*

2 hectáreas de cultivos asociados: durazno y manzana en asociación con alfalfa de corte en el lote Hacienda Vieja

- *Área de hortalizas*

1000 m² cultivos de tomate riñón bajo invernadero, 1000 m² destinados para el cultivo de zanahoria, 500 m²destinados para cultivo de cebolla y 100 m² para el cultivo de lechuga, dentro del lote denominado Pogllos.

- *Área de cereales*

1.8 ha de maíz blanco en el lote denominado la Huerta el establo.

- *Área de abonos orgánicos*

0.5 Hectáreas para producción de biol, te de estiércol, compost dentro del lote denominado Playa Puente

Componente Pecuario

- *Área ganadería de leche*
58 Hectáreas para la producción de leche

- *Área de especies de exhibición*
2 Hectáreas para mezcla forrajera para alimentación de animales de exhibición en jaulas rotativas: conejos, ovejas, llamas, alpacas, dentro de los lotes Pogllos y San Vicente Sur

Componente Forestal

- *Área forestal*

La planificación física del área forestal en el CADER estará distribuida de la siguiente manera:

11 Hectáreas se destinará a la reforestación con especies nativas: Aliso, Molles en los lotes denominados Playa Puente, Playa Pogllo Gallo, Chiricocha y Playas Norte, además se permitirá la regeneración natural de la vegetación de la cuenca del río Cutuchi que limita al oeste con el CADER.

Componente Agroindustrial

- *Área de abonos orgánicos*

Se destinará 0.5 hectáreas para producción de biol, te de estiércol, compost dentro del lote denominado Playa Puente.

Los abonos obtenidos serán utilizados para el mejoramiento de los suelos del CADER.

Componente Turístico

El producto final es un modelo de producción sostenible en el cual se integra a la parte agropecuaria con el ámbito ambiental.

Los servicios que ofertará la Granja Escuela se describen a continuación:

- *Hospedaje:* se ofertará hospedaje para 60 personas en habitaciones comunales o para una a cuatro personas en habitaciones individuales.
- *Alimentación:* se pondrá a consideración del cliente el tipo de comida que desean servirse, la misma que será servida en el comedor del CADER.

- *Salas de conferencias:* el CADER cuenta con dos aulas con capacidad para 30 personas cada una y un auditorio con capacidad para 60 personas (sillas) o 30 personas (sillas y mesas).
- *Salón de usos múltiples:* se brindará el servicio de recepciones en el comedor el mismo que tiene capacidad para 100 personas.
- *Recreación:* se ofertarán canchas de vóley, indor futbol y juegos ecológicos, además de senderos interpretativos dentro de la hacienda.

Se utilizará las áreas existentes para este fin dentro del complejo, los juegos ecológicos se ubicará en el área verde entre los dormitorios y el comedor.

- *Centro artesanal:* se contará con un centro artesanal ubicado en la segunda planta del auditorio en el que el cliente podrá adquirir artesanías de la zona y del país en general, en el cual además podrá encontrar productos de la granja.
- *Centro de Información:* Al ingreso a la hacienda el visitante podrá encontrar información sobre todos los servicios y actividades que ofrece nuestro producto, al igual que podrá encontrar información de la zona y de otros productos turísticos de la misma.

La granja escuela ofertará las siguientes actividades:

- Conferencias
- Capacitación en tecnologías limpias (experiencia vivencial).
- Participación en actividades productivas, ordeño, siembra, cosecha, labores culturales.
- Caminatas guiadas a través de senderos interpretativos y caminatas en solitario.
- La posibilidad de realizar deportes y juegos ecológicos.
- Organización de eventos culturales y recepciones.
- Tours a los diferentes atractivos naturales y artificiales existentes en el entorno de la Granja.

Análisis financiero

Se realizó la valoración de las mejoras a implementarse en la Granja Escuela, los ingresos derivados de la producción agrícola, pecuaria y los ingresos que se generarán por la actividad agroecoturística.

Los cuadros 3 y 4 indican el flujo de caja de la granja escuela agroecoturística, egresos e ingresos, respectivamente.

En el cuadro 5 puede apreciar el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF) para la granja escuela agroecoturística CADER.

El Valor Actual Neto obtenido fue positivo, razón por la cual se acepta el proyecto. La Tasa Interna de Retorno Financiera fue igual al 48%, en este caso es superior a la tasa alternativa que fue 12%.

El cuadro 6 muestra la Relación Beneficio /Costo de la granja escuela agroecoturística para un período de cinco años, este valor se obtuvo calculando el flujo de caja de todos los años del proyecto, restando los ingresos menos los egresos y actualizando los valores a una tasa alternativa del 12%. En el año cero la Relación Beneficio Costo es negativa, pero para los años posteriores los valores son positivos; al final del proyecto se obtuvo una Relación Beneficio Costo de 1.23, es decir que por cada dólar invertido se obtiene 0.23 centavos de utilidad.

Cuadro 3. Flujo de Caja, egresos de la Granja Escuela Agroecoturística del CADER

Año	Inversiones Fijas Turismo USD	Gastos de operación Turismo USD	Costos producción de leche USD	Costos producción cultivos USD	Total egresos USD	Total egresos más inversiones USD
0	89 719.20	50 700.00	85 194.400	89 858.00	225 752.40	315 471.60
1		43 044.00	89 454.120	91 655.16	224 153.28	
2		43 904.88	98 623.1673	93 488.26	236 016.31	
3		44 782.98	103 554.324	95 358.03	243 695.33	
4		45 678.64	113 909.756	97 265.19	256 853.59	
5		46 592.21	119 605.240	99 210.49	265 407.94	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4. Flujo de Caja, ingresos de la Granja Escuela Agroecoturística CADER.

Año	Ingresos por actividad ganadera USD	Ingresos por * actividad agrícola USD	Ingresos por actividad turística USD	Total ingresos por ventas USD
0	99 113.84	53 410.42	94 860.00	247 384.26
1	103 799.53	54 478.63	104 346.00	262 624.16
2	104 423.17	55 568.20	114 780.60	274 771.97
3	109 354.32	56 679.57	126 258.66	292 292.55
4	109 754.32	57 813.16	138 884.52	306 452.00
5	114 931.96	58 969.42	152 772.97	326 674.36

Fuente: Elaboración propia

*En los ingresos por actividad agrícola no se considera la producción de frutales ya que se estima empezará a generar ingresos a partir del sexto año.

Cuadro 5. Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR) de la Granja Escuela Agroecoturística del CADER

Año	Inversión	Costo Total USD (A)	Ingreso USD (B)	Flujo USD (B-A)	Flujo Acumulado USD	Factor de actualización 12% (C)	Flujo Neto USD (B-A) x (C)
0	315 471.60	315 471.60	247 384.26	-68 087.34		1.00	-68 087.34
1		224 153.28	262 624.16	38 470.88	-29 616.46	0.89	34 239.08
2		236 016.30	274 771.97	50 618.69	21 002.23	0.80	40 343.10
3		243 695.33	292 292.55	56 276.25	77 278.48	0.71	40 012.41
4		256 853.59	306 452.00	62 756.67	140 035.15	0.64	39 850.49
5		265 407.94	326 674.36	69 820.77	209 855.92	0.57	39 588.38
						VAN	125 946.12
						TIRF	48%

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6. Relación Beneficio Costo de la Granja Escuela Agroecoturística del CADER durante 5 años.

Año	Egreso Total USD (A)	Ingreso Total USD (B)	Flujo de caja USD	Factor de actualización	Ingreso Total	Egreso Total	Balance Beneficio	Relación Beneficio/
				12%	Actualizado USD (C)	Actualizado USD (D)	Neto USD (C-D)	Costo USD (C/D)
0	315 471.60	247 384.26	-68 087.34	1.00	247 384.26	315 471.60	-68 087.34	0.78
1	224 153.28	262 624.16	38 470.88	0.89	233 735.50	199 496.42	34 239.08	1.17
2	236 016.30	274 771.97	50 618.69	0.80	218 993.26	188 104.00	30 888.26	1.16
3	243 695.33	292 292.55	56 276.25	0.71	207 820.01	173 267.38	34 552.62	1.20
4	256 853.59	306 452.00	62 756.67	0.64	194 597.02	163 102.03	31 494.00	1.19
5	265 407.94	326 674.36	69 820.77	0.57	185 224.36	150 486.30	34 738.06	1.23

Fuentes: Elaboración propia

Conclusiones

El CADER es una unidad productiva especializada en la producción de leche, que cuenta con el potencial y aptitudes para el desarrollo del agroecoturismo como alternativa para diversificar e incrementar los ingresos que percibe.

La leche que se produce en el CADER es comercializada sin valor agregado, es decir no se realiza ningún proceso agroindustrial con este producto.

El CADER tiene un régimen bajo de precipitación anual (549.79 mm.) razón por la cual es indispensable el uso de riego para la producción, y es necesario la implementación de un sistema de riego por aspersión para mejorar la eficiencia de riego y utilizar este recurso adecuadamente.

El CADER cuenta con los elementos para desarrollar un producto agroecoturístico a corto plazo, estos son: atractivos turísticos naturales y culturales, facilidades de alojamiento y alimentación, accesibilidad, infraestructura (caminos, servicios básicos, servicios de salud, recreación, información. Cuenta además con una demanda insatisfecha de granja escuelas en la que se oferte una formación

práctica para los agricultores; y la superestructura (entorno institucional y administrativo).

El diseño de la Granja Escuela Agroecoturística en el CADER propone tres etapas la implementación de diferentes cultivos producidos bajo un sistema de producción sustentable para complementarse con la producción pecuaria, el manejo de suelos, la regeneración natural de la cuenca del río Cutuchi y la reforestación con especies nativas; por otro lado contempla la adecuación de las instalaciones existentes para brindar las facilidades turísticas y la implementación y uso de energías alternativas como una propuesta de manejo diferente más amigable con el ambiente.

Con la implementación de la Granja Escuela Agroecoturística en el CADER se logrará: aumentar la eficiencia de los subsistemas del CADER, aprovechando los recursos de una manera racional, usar energías alternativas, permitir la regeneración de la vegetación natural en la cuenca del río Cutuchi, clasificar y reciclar la basura; mantener una oferta permanente de cursos de capacitación en el ámbito agropecuario y ambiental; ofertar productos y servicios de calidad con responsabilidad social y ambiental; y proporcionar experiencias vivenciales incorporando una cultura de satisfacción del cliente.

En el análisis financiero de la granja escuela con una tasa de descuento del 12% el Valor Actual Neto (VAN) fue positivo y la Tasa Interna de Retorno (TIR) fue de 48%, superior a la tasa alternativa que fue del 12% por lo que el proyecto es rentable La relación Beneficio Costo (B/C) es 1.23 mayor a uno por lo que se acepta el proyecto ya que por cada dólar invertido se obtiene 0.23 centavos de utilidad.

Recomendaciones

Implementar la Granja Escuela Agroecoturística del CADER por etapas dando, prioridad a la adecuación de instalaciones para alojamiento, alimentación y capacitación y posteriormente implementar el centro de información, centro artesanal, áreas de recreación y la implementación de energías alternativas.

Diseñar un sistema que permita el mejoramiento de los suelos con niveles bajos de materia orgánica, utilizando los desechos producidos por la ganadería y residuos de cosechas.

Involucrar a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas en los procesos de reforestación, y manejo de desechos sólidos de la Granja Escuela.

Invertir en cursos, charlas, ferias de exposición para promocionar el producto Granja Escuela hasta lograr su posicionamiento en el mercado.

Buscar nuevas alternativas productivas, agroindustriales y recreativas para la innovación permanente del producto Granja Escuela.

Manejar los componentes turísticos y de capacitación del producto Granja Escuela como una empresa de agroecoturismo con partida presupuestaria propia para esta actividad, independiente de la parte agropecuaria del CADER, para garantizar que la entrega en los servicios ofertados sea oportuna y ágil.

Realizar convenios interinstitucionales para que ocupen las instalaciones del CADER, y para el apoyo con personal experto en diferentes temas del ámbito agropecuario y ambiental como capacitadores.

Referencias bibliográficas

- BARRIGA, E, Caracterización del Sector Agropecuario, 2005. Primer Programa de Maestría en Gestión Empresarial en Agroecoturismo. Instituto de Postgrado, Facultad de Ciencias Agrícolas de la Universidad Central del Ecuador. Quito, pp. 8
- BOULLÓN, R. 2004. Marketing Turístico, una perspectiva desde la planificación. Ediciones Turísticas. Buenos Aires, Argentina. 192p
2003. Planificación del Espacio Turístico. 5ed. México DF, MX. Trillas, pp. 143, 144.
- CAÑADAS, L. 1983. El mapa bioclimático del Ecuador. Quito, Ec. Ministerio de agricultura y ganadería, pp 216.
- CEBALLOS LASCURIAN, H 1996. Tourism, ecotourism and protected areas; the state of nature-based tourism around the World and guidelines for its development. Gland, Switzerland IUCN-The World Conservation Union.
- CHISNALL, Meter M. La Esencia de la Investigación de Mercados, Edición en español publicada por Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A., 1996, pp.76-81
- CRUZ, L. 2006. Memorias del módulo Herramientas de Gestión Ambiental. Primer Programa de Maestría en Gestión Empresarial en Agroecoturismo. Instituto de Postgrado, Facultad de Ciencias Agrícolas de la Universidad Central del Ecuador. Quito, pp.1-28
- DURANGO, J. 2006. Lineamientos para el diseño de una ecoaldea estudio de caso: Quingue -Esmeraldas. Tesis de Licenciatura en Turismo. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Ciencias Humanas, pp. 95 .

- ECHEVERRÍA, Y. 2010. Diseño de una granja integral con fines agroecoturísticos en Lasso, Cotopaxi. Tesis. Ing. Agr. Quito, Ecuador. Universidad Central del Ecuador, Facultad de Ciencias Agrícolas, pp. 75.
- FCA (Facultad de Ciencias Agrícolas. Quito, Ec) Plan Estratégico de Desarrollo Institucional 2008-2013 de la Facultad de Ciencias Agrícolas de la Universidad Central del Ecuador
- INOSTROZA, G. 2007. Memorias del módulo Modelos Agroecoturísticos Primer Programa de Maestría en Gestión Empresarial en Agroecoturismo. Instituto de Postgrado, Facultad de Ciencias Agrícolas de la Universidad Central del Ecuador. Quito, pp.34.
- KRAJEWSKI, LEE J., RITZMAN, LARRY P. Administración de Operaciones. Estrategia y análisis, 5ta. Edición. PEARSON EDUCACIÓN, México, 2000, pp. 25-32
- MINTUR (Ministerio de Turismo Ecuador) 2011. Boletín de Estadísticas Turísticas 2005 – 2009. Quito, EC. Consultado el 04 de octubre del 2011. Disponible en <http://www.turismo.gob.ec>
2009. Plan de Marketing de Turismo Interno e Internacional. Quito.EC. Consultado el 04 de octubre del 2011. Disponible en <http://www.turismo.gob.ec>
- MORILLO, M. 2004. Desarrollo del agroturismo e la hostería San Luis, cantón Cayambe. Tesis de Licenciatura en Turismo. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Ciencias Humanas, pp. 98.
- NOGALES. E. 2009. Propuesta para la creación de un centro de capacitación y profesionalización para productores agropecuarios en el CADER. Salcedo. Tesis. Ing. Agr. Quito, Ecuador. Universidad Central del Ecuador, Facultad de Ciencias Agrícolas, pp. 89 .
- OEA- IICA. 2008. Agroecoturismo: Elementos básicos para implementar un proyecto de turismo innovador. Módulo 1 la economía turística, pp. 24.
- SINCHE, E. 2004. Utilización del Catastro para la zonificación agroecológica del Campo Académico Docente Experimental Rumipamba y Planificación de su granja con sistemas computarizados. Tesis. Ing. Agr. Quito, Ecuador. Universidad Central del Ecuador, Facultad de Ciencias Agrícolas, pp. 184 .
- SUQUILANDA, M. 2006. Memorias la granja Integral. Primer Programa de Maestría en Gestión Empresarial en Agroecoturismo. Instituto de Postgrado, Facultad de Ciencias Agrícolas de la Universidad Central del Ecuador. Quito, pp. 17.
- TALAVERA, V. 1993. En busca de un Desarrollo Ecoturístico Regional. Managua, NI. s.e, pp. 76-77
- TELLO, D. 2008. Diseño de una granja integral modelo para su implementación en el CADET. Tesis Ing. Agr. Quito: Universidad Central del Ecuador, Facultad de Ciencias Agrícolas, pp. 132

- ZAPATA, H. 2007. Plan para la implementación y manejo de una granja integral en Tanicuchi-Cotopaxi 2007. Tesis Ing. Agr. Quito: Universidad Central del Ecuador, Facultad de Ciencias Agrícolas, pp. 80 .
- ZAVALA, M. 2009. Estudio de prefactibilidad para la implementación de la Finca Escuela Agroturística “La Tola” CADET, Tumbaco, Pichincha, 2009. Tesis Ing. Agr. Quito: Universidad Central del Ecuador, Facultad de Ciencias Agrícolas, pp. 112 .

3.2. Turistización y reconfiguración urbana. apuntes para el análisis del caso de la paz, baja california sur, México

Dra. Alba E. Gámez
Universidad Autónoma de Baja California Sur, México
agamez@uabcs.mx
Dr. Manuel Angeles
Universidad Autónoma de Baja California Sur, México
manan@uabcs.mx

Resumen

Reflejo de una tendencia urbanista global fincada en el modelo neoliberal, La Paz, capital de Baja California Sur, en el noroeste mexicano, se encuentra en un período de transición de su estructura socio-espacial. Ello se refleja en la creciente construcción de complejos hoteleros y de segundas residencias para el turismo a lo largo del litoral y al interior de la ciudad, barrios perimetralmente cerrados, grandes centros comerciales y la gentrificación de algunos distritos de la ciudad. Por otro lado, lo hace en la expansión de la mancha urbana por la vía de la construcción de fraccionamientos de vivienda social. Aquí ofrecemos una base para comprender las complejas relaciones entre la turistización, la neoliberalización y la cambiante configuración urbana; y las afectaciones negativas para la ciudadanía local, expresadas en incremento de la desigualdad, desplazamiento de la población humilde hacia zonas más alejadas y privatización de los espacios públicos.

Palabras claves

Ciudades medias, turismo, elitización, neoliberalización, La Paz, Baja California Sur (México)

Summary

Based on a global neoliberal trend, La Paz, capital of Baja California Sur, in Mexico's northwest is in a period of socio-spatial structure transition. This is reflected, on one side, in the growing construction of resorts and second homes for tourism along the coast, and –within the city- of gated communities, shopping malls and the gentrification of some of its districts. On the other, it is shown by the expansion of the urban area by means of the building of modest social housing. Here we provide a basis for understanding the complex relationships between touristization, neoliberalization and the changing urban settings; as well as the negative affectations for local citizens, expressed in rising inequality, the displacement of the poor population to more remote areas and the privatization of public spaces.

Keywords

Middle-size cities, tourism, gentrification, neoliberalization, La Paz, Baja California Sur (Mexico)

Introducción

La forma urbana no se determina sólo por las diversas estrategias de planificación y diseño sino, de manera más amplia, por los procesos de estructuración relacionados con los modelos económicos, la acción estatal y la movilización sociopolítica (Bairoch 1991; Portes y Roberts, 2005). Para descifrar las fuerzas que configuran las ciudades y regiones urbanas, así como y las respuestas (y propuestas) ciudadanas resultantes es necesario conocer de forma integral los diversos enfoques político-económicos de los procesos de urbanización, y las contradicciones y conflictos asociados con estos procesos. En este texto se utiliza el caso de la ciudad de La Paz, en Baja California Sur, en el noroeste mexicano, para contribuir a la comprensión del crecimiento de las ciudades turísticas en el país y de sus dinámicas sociales. El análisis se realiza a partir de la problemática asociada a la llamada crisis fiscal del estado, a la asequibilidad de vivienda decente, a la naturaleza de la provisión de infraestructura, a las condiciones de reproducción social, a la polarización socio-espacial, y al “derecho a la ciudad”.

La urbanización denota la concentración de la población en la ciudad, pero su existencia exige la presencia previa de un excedente económico suficiente para permitir la especialización en actividades económicas extra agrícolas y el intercambio intersectorial y su apropiación con base en ciertas relaciones sociales (Bairoch, 1991); así, el espacio urbano ha sido, desde siempre, una construcción social (Harvey, 2009/1973; 2012). Aunque también definido como aquello relacionado con la ciudad, lo anterior ha dado lugar al término *urbanismo*, entendido como las prácticas (económicas, sociales, culturales, etc.) que promueven y sostienen la convivencia en las ciudades (Bairoch, 1991; Harvey, 2009/1973; De Seta, 2002). De ese modo, existen distintos tipos de urbanismo en función de la construcción social de que se trate. Esto es relevante porque, entonces, las ciudades dejan de ser un fenómeno de crecimiento espontáneo para ser concebidas como un reflejo de la política pública y, en ese orden de ideas, del modelo de construcción de sociedad que la impulsa.

Aquí se hace referencia al *urbanismo neoliberal* para denotar el modelo predominante de construcción de las ciudades en México, y que se inserta en el más general modelo de mercado que ha caracterizado la conformación social (y económica y política) de México en las últimas décadas. Como se abundará en la sección siguiente, es esa una forma específica de urbanismo que beneficia al capital financiero por la vía de la revaloración del territorio urbano (mediante el acelerado incremento del precio del suelo); y, paralelamente, promueve la elitización (*gentrification*) de las mejores zonas al desplazar (o haciéndole imposible acceder a ellas) a la población humilde y de clase media por una mayor nivel de ingreso (The Economist, 2010: 95).

Las ciudades que logran llegar a la cima del ordenamiento urbano global se convierten en ciudades globales, proveedoras de financiamiento y servicios de apoyo para el comercio internacional, la inversión, y la administración central corporativa. Como tales, son evidencia de la necesidad de una fuerte territorialización, en oposición a la dispersión de las actividades económicas facilitada por la economía de la información y la telemática, o

bien preconizada por la globalización de los noventa del siglo XX (Sassen, 1997; Brenner, 1999).

Como centros planetarios de operación y control económico, estas localidades atraen la mayor parte de los flujos globales de capital financiero y se especializan en los sectores de finanzas, seguros, y de bienes raíces. Éstos han mostrado el mayor crecimiento en la primera década del siglo, lo que se relaciona estrechamente con la *turistización* del espacio urbano (Vives Miró, 2011; Harvey, 2012). Las *ciudades ordinarias* (Robinson, 2006), léase comunes, apartadas de los grandes asuntos financieros, cumplen funciones específicas que en muchos casos permiten una inserción exitosa en el entramado económico mundial. En ese contexto, algunas de estas ciudades han pasado a convertirse en *ciudades emergentes* (como símil de los países emergentes o de rápido crecimiento económico) y, por tanto, sujetos también de las atenciones del sector financiero global, como es el caso en La Paz, en Sudcalifornia (BID, 2013).

Con este trabajo se pretende aportar a la discusión de las implicaciones sociales derivadas de la manera en que se distribuye el espacio en las ciudades, que tiene reflejos claros en las costeras donde se fomenta el turismo. Tras esta introducción, el texto está dividido en cuatro secciones: la primera se refiere al modelo neoliberal y su relación con la ciudad; en la segunda se ofrece una caracterización de la ciudad de La Paz, en Baja California Sur como ciudad media, *emergente*; en la tercera se presenta el argumento respecto al proceso de neoliberalización o de apropiación desigual del espacio paceño; y, por último, se ofrecen algunas consideraciones respecto a la necesidad de reconocer el estado actual de transición de esa ciudad (una como muchas) y la oportunidad de construirla bajo esquemas deseables en términos de equidad social e indispensables para el desarrollo regional.

Neoliberalismo y neoliberalización.

Desde hace cuatro décadas, el neoliberalismo tanto como teoría económica⁵ y práctica política⁶ ha predominado en la organización de los estados y de las sociedades contemporáneas. Bourdieu y Wacquant (1999) han explicado que el atractivo de la ideología neoliberal yace en que se fundamenta en premisas aparentemente

⁵ A partir del supuesto de la elección racional se construye una aparentemente infranqueable defensa del mercado libre, desde las perspectivas filosófica y económica. La libertad neoliberal, definida como la ausencia de coerción, se postula como el objetivo supremo de la sociedad, y los mercados se ven como ámbitos de intercambio voluntario entre los individuos. Dado que ningún ser racional haría, *motu proprio*, un intercambio a menos que éste fuera rentable, se sigue lógicamente que el mercado es el único mecanismo que, en libertad, satisface las preferencias de los actores. Con compradores y vendedores atomizados, los precios actúan como señales que aseguran que aquellas preferencias se expresen correctamente y los recursos (escasos) sean asignados de forma de satisfacerlas. Así el mercado, libre de interferencias (especialmente del Estado), es el “más moral y más eficiente medio para producir y distribuir bienes y servicios” (Cahill, 2010).

⁶ Pasando al campo del plan de acción neoliberal, Harvey (2006) define al neoliberalismo como “una teoría de prácticas políticas económicas que proponen que el bienestar humano puede ser logrado mejor mediante la maximización de las libertades empresariales. Esto, dentro de un marco institucional caracterizado por derechos de propiedad privada, libertad individual, mercados sin trabas, y libre comercio. El papel del Estado es crear y preservar un marco institucional apropiado para tales prácticas. El intervencionismo del Estado en los mercados (una vez creados) debe limitarse a lo básico porque el aquél no puede posiblemente poseer suficiente información como para anticiparse a las señales del mercado (precios) y porque poderosos intereses inevitablemente deformarán e influenciarán sus intervenciones (particularmente en las democracias) para su propio beneficio (ver Williamson, 1994).

lógica. Las más destacadas de éstas son la racionalidad del *homo economicus*, la “natural” actitud hacia el interés propio, y la mayor eficiencia de los instrumentos de las políticas de libre mercado con relación a las políticas públicas, entre otras. Aunque la validez de estos términos y conceptos jamás ha sido verificada, y aun cuando los resultados de la nueva economía experimental van en sentido opuesto a los preceptos neoliberales, su paquete ideológico se ha tomado como un supuesto, un punto de partida de carácter axiomático, y así ha sido globalmente difundido. En ese proceso de difusión se ha construido una imagen de la realidad que proyecta al modelo neoliberal como normal y natural, utilizando principalmente dos instrumentos en este empeño: la tecnocracia y el paternalismo punitivo (Castree, 2007).

Si bien los componentes teórico-políticos del neoliberalismo son claros, la forma en que las economías, las sociedades, los espacios y las ciudades se neoliberalizan es mucho más compleja. En primer lugar, a pesar del recurrente discurso en torno a la absoluta vigencia del mercado y la prescindibilidad del Estado, el neoliberalismo requiere la intervención de los poderes públicos en diversas formas (Peck y Tickell, 2002). En paralelo a estas funciones de la autoridad pública, el modelo económico vigente necesita el apoyo gubernamental para, primero, poner en práctica una agenda desreguladora y de privatización; y segundo, avanzar en la mercantilización de todo aquello susceptible de ser sujeto de apropiación por el sector privado empresarial: el agua, la energía, el paisaje, el territorio, la atmósfera mediante los bonos de carbono, y la fauna marina (reservando, por ejemplo, especies para captura exclusiva por pesca deportiva).⁷

Es analíticamente útil, entonces, distinguir entre el neoliberalismo como teoría económica, ideología y programa sociopolítico, por un lado; y la neoliberalización como un proceso que obligatoriamente requiere de flexibilidad y capacidad de adaptación, por otro. Ello, en virtud de la necesidad de insertar este proceso en contextos socioculturales, económicos y espaciales diferenciados, que han sido formados por procesos históricos que pueden compartir semejanzas, pero que también tienen rasgos únicos. Ante una crisis internacional de tan gigantescas proporciones como la que se vive actualmente, y cuyo fin no se vislumbra, el sistema de mercado debe adaptarse para descansar el costo del ajuste en los gobiernos y las poblaciones nacionales.

Ante las frecuentes crisis del capital financiero, previamente a 2008 la urbanización fue un factor de estabilidad global. El capital financiero se expandió con base en la construcción y comercialización de desarrollos inmobiliarios y

⁷ La amplísima bibliografía sobre estos temas puede ejemplificarse por: Peck y Tickell (2002); Brenner y Theodore (2002, 2005); Castree (2007); Theodore, Peck y Brenner (2009) y Mayer y Kuenkel (2011). Ribeiro (2011) aporta una evaluación de los bonos de carbono como respuesta ante el cambio climático; Gómez (2012) es un excelente estudio sobre la pesca deportiva en B.C.S. desde la óptica de la economía ambiental.

fraccionamientos residenciales alrededor del planeta. Alimentado por la propia expansión crediticia, este proceso devino en una burbuja especulativa y en el endeudamiento de múltiples empresas e incontables familias (Angeles *et al.*, 2011). En ese contexto, la producción del espacio urbano ha constituido uno de los resortes de mayor empuje para la colocación del capital financiero, contribuyendo a la construcción de nuevas relaciones espaciales, sociales y de poder, materializadas por la vía de un proceso de limpieza, embellecimiento y renovación urbana: la *gentrificación* o restauración de zonas de las ciudades que implican el desplazamiento de las comunidades originarias y/o humildes (Smith, 2012; Peck *et al.*, 2009).⁸

Los mecanismos para la neoliberalización urbana varían pero tienen el siguiente patrón: se da una fuerte reducción en el gasto de los gobiernos nacionales destinado a las zonas urbanas, obligando a las ciudades a buscar nuevas formas de financiamiento en el mercado privado de capital, frecuentemente en competencia una con otra. La desregulación del sistema financiero amplía la disponibilidad de fondos privados de financiamiento, pero obliga a las ciudades a someterse a los requerimientos de los bancos y sus intermediarios. El resultado es que estas entidades privadas se convierten en auditores del desempeño fiscal de las urbes, sustituyendo al regulador público, por su capacidad de facilitar o negar el crédito.

La ciudad neoliberal, tipificada por ciudades como Nueva York, Chicago, Barcelona y Singapur, se ha encargado de incorporar las políticas neoliberales a escala urbana. Las ciudades se vuelven el enlace entre el sistema económico dominante y sus manifestaciones locales, compitiendo por la inversión privada, el financiamiento público, el turismo y los consumidores. Gastan dinero para atraer dinero: mediante eventos corporativizados como las Olimpiadas, la Copa Mundial, concursos de belleza, torneos de pesca, o la construcción de estadios deportivos o centros de convenciones. La administración pública se caracteriza por una variedad de asociaciones público-privadas, donde las primeras asumen el riesgo y garantizan los beneficios a las segundas. Las políticas de desarrollo se orientan primordialmente a propiciar la expansión del sector de bienes raíces mediante estrategias de promoción de la imagen de la ciudad como un destino atractivo

⁸ Ese fin requirió la realineación de las prácticas administrativas de las ciudades para adoptar leyes y reglamentos municipales que favorecieran al capital especulativo. Primero en Estados Unidos e Inglaterra (con Nueva York y Londres como pioneros en los años setenta), más tarde en la Europa continental y, luego, en muchas otras partes del mundo, las ciudades adoptaron una cultura empresarial orientada a escalar lugares en la pirámide urbana nacional (o global). Este proceso se vio acompañado de la eliminación o "focalización" de las políticas redistributivas que una vez caracterizaron el estado del bienestar de la segunda posguerra. Se profundizó de esta manera el proceso de desarrollo desigual que ha sido la principal característica sistémica desde la pasada década de los ochenta (Smith, 2011; Harvey, 2012; Portes y Roberts, 2004).

para el capital financiero y a través de políticas orientadas a la revalorización del suelo urbano.

La competencia interurbana obliga a la adopción de políticas de crecimiento a toda costa, subordinando la planeación urbana a las necesidades del mercado. Se privatizan los servicios públicos para minimizar la carga fiscal municipal en materia laboral y social, a la vez que las cuestiones de justicia social, equidad y protección ambiental pasan a segundo plano. Se da entonces un fuerte proceso de transformación socioecológica y económica en el cual los ganadores son los terratenientes, el sector financiero y las empresas inmobiliarias (Harvey, 2012; Vives Miró, 2011: 3).

Los cambios en la estructura económica que provoca la liberalización resultan en una fuerte segmentación del mercado laboral. Por una parte, el cambio tecnológico, la telemática y la economía de la información propician la creación de un relativamente limitado número de empleo de alta remuneración, reduciendo los empleos que sustentan al grueso de la clase media e incrementando, en contraparte, las plazas de menor calificación (en el comercio y el sector turismo, por ejemplo). Por otro lado, las “reformas laborales” propias del modelo abaratan y precarizan el empleo disponible en un ambiente en el cual, de por sí, la economía no genera los puestos de trabajo que se requieren.

Este giro empresarial, que no estaba presente en las ciudades antes de la era neoliberal, ha reorientado a las funciones de sus gobiernos, de suerte que los cabildos, de haber sido administradores de los bienes comunes del municipio, se convierten en promotores del libre mercado. La administración de la cosa pública se convierte en una gobernanza (*governance*) que no gobierno, regida por las asociaciones público-privadas, y orientada a la promoción de la inversión, y a la creación de un ambiente favorable para los negocios y la competitividad urbana. Físicamente, las ciudades se transforman mediante la limpieza y la renovación urbana, así como la construcción de grandes obras de infraestructura y mega-construcciones deportivas y turísticas. Como se indicaba antes, las ciudades se *embellecen*, se *gentrifican*, excluyendo de las zonas centrales y los sitios de interés turístico a las poblaciones de menores recursos y se imponen medidas de seguridad que les hagan más atractivas para inversionistas y visitantes. Con el mismo fin, se adoptan modelos urbanos homogeneizados; calcas, por ejemplo, de la arquitectura y la forma de las ciudades californianas, si bien manteniendo un cierto sabor autóctono (*local charm*).

Es necesario subrayar, sin embargo, que las ciudades no son receptoras pasivas de un modelo socioeconómico único, inspirado por el neoliberalismo. Más bien, como ya se dijo, la neoliberalización es un proceso dinámico que se expresa

temporal y espacialmente de forma contextualizada, adaptándose a las condiciones y los requerimientos locales. De esta forma, se ven expresiones de la *gobernanza* neoliberal en situaciones urbanas de muy diferentes procedencias históricas y con formaciones socioeconómicas y políticas que en algunos sentidos son divergentes. Londres y Nueva York, por ejemplo, con gobiernos de conservadores de derecha; la ciudad de México, cuyo gobierno emana de la izquierda; Berlín, con un alcalde socialdemócrata. O bien, ya en el ámbito sudcaliforniano, Los Cabos y La Paz, nominalmente de izquierda el primero y centrista el segundo. Cada ciudad construye su propia forma de insertarse en el entorno neoliberal nacional y global, conformando para ello consensos particulares (y *con* particulares) sobre la manera de lograr el grado de competitividad urbana que el sistema le exige. Los gobiernos siguen siendo actores clave, actuando como promotores y facilitadores del capital financiero a través de sus políticas socioeconómicas y ambientales.

Es a partir de estas conceptualizaciones teóricas que proponemos una profundización de la discusión de los efectos de la neoliberalización del urbanismo en la ciudad de La Paz, en lo general y del impacto de los sectores construcción e inmobiliario ligados al turismo en la socioeconomía paceña del siglo XXI, en lo particular. Considerando el patrón de crecimiento de la ciudad y la tendencia hacia la turistización de este espacio una pregunta a responder es ¿para quién es la ciudad?

Contexto espacial: una breve caracterización de La Paz

En México, un asentamiento es clasificado Ese fin requirió la realineación de las prácticas administrativas de las ciudades para adoptar leyes y reglamentos municipales que favorecieran al capital especulativo. Primero en Estados Unidos e Inglaterra (con Nueva York y Londres como pioneros en los años setenta), más tarde en la Europa continental y, luego, en muchas otras partes del mundo, las ciudades adoptaron una cultura empresarial orientada a escalar lugares en la pirámide urbana nacional (o global). Este proceso se vio acompañado de la eliminación o “focalización” de las políticas redistributivas que una vez caracterizaron el estado del bienestar de la segunda posguerra. Se profundizó de esta manera el proceso de desarrollo desigual que ha sido la principal característica sistémica desde la pasada década de los ochenta (Smith, 2011; Harvey, 2012; Portes y Roberts, 2004).

En México INEGI define como “urbano” a localidades que contengan 2,500 habitantes o más, pero el Consejo Nacional de Población (CONAPO) usa el criterio de 15,000 habitantes o más para identificar al Sistema Urbano Nacional. Así, en el país se tiene: ciudad pequeña, de 15,000 a 49,999 habitantes; ciudad intermedia

(media), 50,000 a 499,999; ciudad grande, más de 500,000. Las metrópolis y megalópolis son ciudades grandes que cumplen otros requisitos (Sánchez-Crispín, 2008). De ese modo, aunque el estado de Baja California Sur es noveno en el concierto nacional en términos de extensión territorial, La Paz, su capital, es entonces una ciudad media al contar con una población de 215,000 habitantes.

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda de 2010, todo el municipio de La Paz (donde está la ciudad de La Paz) cuenta con población de 251,000 personas y cubre una superficie de alrededor de 21,000 km², por lo que registra una densidad demográfica de 16.4 habitantes por km². Entre 2000 y 2010, la población del municipio creció a una tasa anual de 2%, que es baja comparada con el de Los Cabos (8%). En este último municipio, las actividades relacionadas con el turismo, en especial las de construcción, hotelería y servicios de apoyo a ese sector atraen grandes cantidades de trabajadores. Con todo, la población urbana de La Paz (86% del total municipal) se expandió en 28% en ese período.

Durante la década de los setenta varios factores se conjugaron para fortalecer el desarrollo de Baja California Sur. Entre ellos pueden mencionarse la construcción de la carretera transpeninsular, el surgimiento de la zona de Los Cabos como un destino turístico importante a nivel internacional, la continua expansión del comercio y el turismo en La Paz, el mantenimiento de la importancia del valle de Santo Domingo como productor agrícola, el crecimiento del aparato gubernamental, la obra pública y los servicios educativos, y la conversión del territorio en el estado número 31 de la Federación. Los años de 1970 a 1986 significaron un período sumamente favorable para la economía sudcaliforniana, a la sazón centrada primordialmente en la actividad comercial, el incipiente sector turismo, y la administración y los servicios públicos como las principales fuentes generadoras de ingreso y empleo en el estado.

La Paz es la sede de los poderes estatales y punto obligado para el tránsito de mercancías que arriban al estado como importación y salen como exportación. Por lo tanto, sigue siendo una ciudad administrativa y comercial, aunque con una creciente orientación al turismo, especialmente el denominado *turismo residencial* (Hiernaux-Nicolas, 2010). En tal contexto, es útil notar que el turismo llegó de forma importante a La Paz durante el período de auge comercial de los años 1970 a 1986, facilitado por la instrumentalización del sistema de transbordadores en los sesenta, la apertura de la carretera transpeninsular, el aeropuerto internacional en el decenio siguiente, y las condiciones político-institucionales para entonces vigentes.

En esa época, predominó un modelo económico fundamentado en el comercio de importación de bienes procedentes de Estados Unidos para su reventa informal al mercado nacional, aprovechando las ventajas comparativas proporcionadas por el diferencial arancelario entre el estado y el macizo continental. La entrada de México al GATT y la posterior la puesta en marcha de la integración profunda de México con Estados Unidos a través del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, significó la eliminación de las ventajas de que La Paz otrora disfrutó, lo que provocó fuertes cambios en la estructura productiva sudcaliforniana, dando pie al ascenso de Los Cabos en el escenario económico estatal a través de la creación en ese municipio de un “Centro Turístico Integralmente Planeado,” por el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur). Las consecuencias, buenas y malas, de este cambio en el modelo económico en Sudcalifornia están a la vista (AA. VV., 2009; Ivanova y Angeles, 2003; Gámez *et al.*, 2012).

Las cifras del producto interno bruto (PIB) estatal para 2010 revelaron que en B.C.S. del sector individual de mayor peso económico es el comercio, con 17% del total, seguido por la construcción y el sector restaurantes y hoteles (ambos con 14%), servicios inmobiliarios (10%), y transporte y comunicaciones (9%). A lo largo del período 2003-2010, indudablemente, los motores de la economía sudcaliforniana fueron la construcción (crecimiento de 67% en ese lapso), y hoteles y restaurantes (82%), seguidos por el sector inmobiliario (32%) y transportes y comunicaciones (38%). Este proceso de crecimiento se vio seriamente comprometido por el estallido de la crisis global en 2008 que afectó fuertemente a restaurantes y hoteles, construcción y bienes raíces. En 2010 hubo una recuperación en el nivel del producto, pero el valor de la producción en restaurantes y hoteles en Baja California Sur era aún 8% más baja que en 2007 (Angeles y Cabral, 2012). A finales de diciembre de 2012, el desempleo abierto de B.C.S., fluctuante entre 6 y 7%, era uno de los más altos del país.

De acuerdo con un estudio conjunto INEGI/Sectur (2007) que a su vez emplea cifras del Censo Económico 2004, el turismo genera alrededor de una tercera parte del valor agregado (VA) y una proporción similar del empleo al nivel estatal.⁹ Al nivel municipal, esa fuente reportó las siguientes manifestaciones de las actividades turísticas en el estado en términos de empleo y VA, respectivamente: Comondú, 6% y 5.5%; Mulegé, 16.9% y 10.1%; La Paz, 29.1% y 27.6%; Los Cabos, 46% y 46.2%, Loreto, 37.3% y 50.9%. Estas cifras no concuerdan con otros datos del propio INEGI (2009), pues, al menos a simple vista, el último censo

⁹ Fuera de este informe, no hay información estadística del sector turismo como tal, pues no existe una cuenta satélite de turismo en el nivel estatal (aunque sí en el nivel federal). El turismo en realidad abarca partes de varios sectores, entre los que desatacan hoteles y restaurantes, inmobiliarias y alquiler, y construcción. En 2011 el turismo generaba 8.4% del PIB y 6.8% del empleo nacionales (INEGI, 2013).

económico no parece dar fe en La Paz de una muy significativa orientación al sector turismo.

Por el contrario, los resultados presentados por la entidad encargada de la recopilación y procesamiento de la estadística indican que en aquel momento la principal actividad generadora de VA correspondía al sector electricidad, gas y agua (29% del total, pero con sólo 3% del empleo), seguido por el comercio (27% en términos del VA y 46% en razón del empleo). El sector restaurantes y hoteles generaba alrededor de 5% del VA, pero casi 10% del empleo, mientras que bienes raíces aportaba solo 3% del VA, y 2% del empleo; el sector construcción, por su parte, daba cuenta de 7% del VA y 11% del empleo. El censo no recoge las cifras sobre las actividades del gobierno pero se deduce, por ser La Paz la capital del estado y (todavía) el mayor centro poblacional del estado, que éstas son significativas, especialmente respecto a la generación de empleo.

Podría pensarse que este relativamente bajo peso del turismo en la ciudad es un fenómeno coyuntural (la crisis de 2008), o simplemente que La Paz no es, o por lo menos hasta 2009 no era, una ciudad netamente turística. Alternativamente, podría ser el caso que el impulso al modelo turístico de segundas residencias para extranjeros (especialmente en las zonas costeras) no es registrado o no aporta ni al ingreso ni al empleo paceño, fuera de aquellos que significan los tiempos de construcción del *producto turístico* comerciable, o bien la misma venta de los inmuebles. En la medida en que quienes construyen y venden son externos a la ciudad, el ingreso se filtrará al exterior y el empleo será solo temporal, como en efecto lo es en la construcción. Entonces, la privatización permanente del territorio y la exclusión de la población paceña de las zonas de mayor demanda se darán sin que se generen un beneficio permanente que impulse el desarrollo local en el mediano y largo plazos. Claramente, se requieren estudios de mayor profundidad para dar luz en este asunto, en particular por el énfasis que en años recientes se le otorga al turismo como la “vocación” de la ciudad.

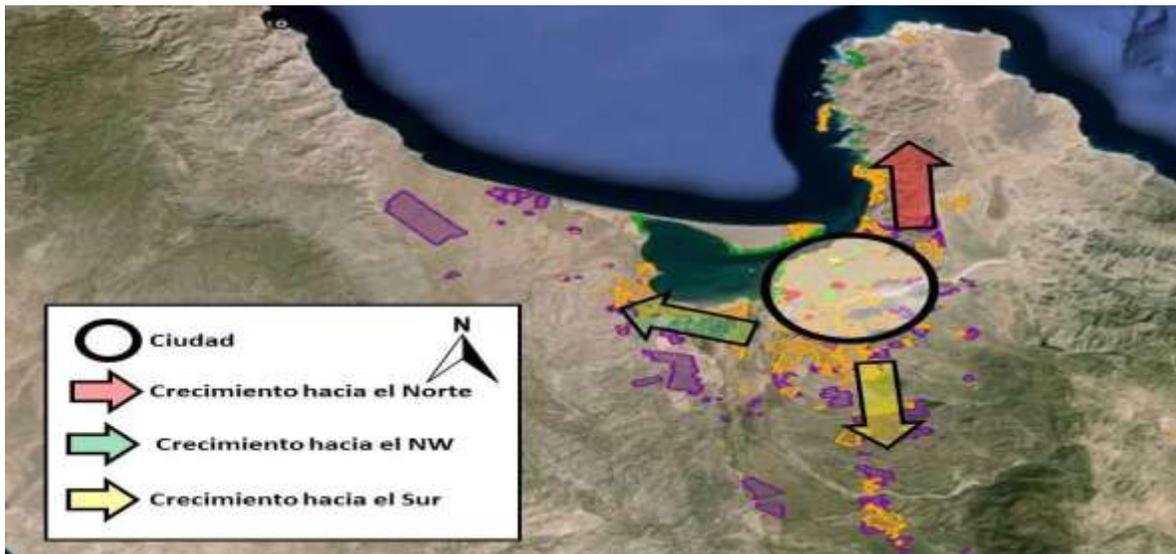
La neoliberalización del urbanismo en La Paz.

La implementación del modelo neoliberal en La Paz es más reciente que la de Los Cabos pero ha proseguido a un ritmo aún más rápido: lo que allá ocurrió a lo largo de más de treinta años, en La Paz se está manifestando con fuerza en sólo la mitad de ese lapso de tiempo. Sin embargo, hay una diferenciación en el modelo turístico respecto al de Los Cabos (Cabo San Lucas), que da énfasis a megaproyectos hotelero-residenciales para turistas residenciales y a servicios asociados con esas actividades. El modelo preferido para la zona central en La Paz guarda más semejanza con el de San José del Cabo que con el de Cabo San

Lucas, al contar La Paz con un centro histórico susceptible de ser reconstruido al gusto del sur de la California estadounidense, como lo fue el de San José (y el de Loreto); pero la forma de la expansión urbana es similar en sus efectos a la sanluqueña (y la californiana).

En los tres casos se tienen consecuencias sociales semejantes, apuntando cada una de las tres localidades hacia un mayor grado de exclusión y marginación, cuyas causas principales de encuentran, fundamentalmente, en la incapacidad del modelo económico de generar el suficiente número de empleos dignos que la población requiere. La tasa de crecimiento del autoempleo en el comercio informal y el ambulante en Baja California Sur es de 60% (INEGI, 2012). Esto aplica toda persona con empleo pero sin prestaciones (sin seguridad de empleo, seguridad social, vacaciones y derechos de jubilación, etc.), si bien la definición alternativa de la informalidad, referente al empleo generado únicamente con los recursos el hogar y sin registro en Hacienda, se ubica en 21% en La Paz (Ibídem). Como se observa en la Fig. 1, en la actualidad La Paz se expande hacia el norte, el oeste y el sureste.

Fig. 1. Proceso de crecimiento espacial de la Ciudad de La Paz, B.C.S



Fuente: Tomado del Plan de Desarrollo Municipal

Así, es posible identificar tres vertientes, diferentes pero íntimamente, relacionadas en torno a la producción del espacio urbano en La Paz:

Una, que obedece a la racionalidad que imponen los proyectos (llamados *desarrollos*) turísticos a lo largo del litoral del municipio de La Paz. Según el Plan de Desarrollo Urbano del Centro de Población de La Paz (PDUCP), aprobado por el Cabildo en 2008, la zona urbana paceña tiene una superficie de casi 200,000 ha,

de las cuales 165,000 ha constituyen un área de protección. Las 35,000 ha restantes se distribuyen como sigue: área urbana actual, 10,000 ha, reserva para el crecimiento urbano, 12,000 ha, área de crecimiento de largo plazo, 7,000 ha, plan parcial de corto plazo, 1,000 has. El PDUCP 2008 indica que quedan reservadas para las actividades turísticas las siguientes extensiones de litoral: al norte, desde la playa El Tecolote hasta la Ensenada del Coyote; al noreste, desde Punta Piedra de Bucle hasta la Playa El Bote y luego desde Punta Los Muertos hasta Punta Las Cruces; y al noroeste, del Cerro El Merito hasta Punta Prieta, zona ya ocupada por un megaproyecto hotelero y residencial (ver mapa 1).

De esta forma, en el Plan se contempla la perspectiva de que, en el mediano plazo, La Paz sea una ciudad literalmente rodeada por este tipo de construcciones, con escasísimos accesos a las playas para el uso de la ciudadanía, como ya fue el caso en Cabo San Lucas y San José del Cabo donde, de 42 playas identificadas, sólo tres son de acceso público. Es previsible la expansión de los condominios de propiedad horizontal y vertical para el uso de residencias de descanso, tanto para el mercado local de élite como para el extranjero, así como la extensión de las áreas comerciales, incluso en zonas asignadas a otros fines.¹⁰

Dos, la vertiente de construcción del espacio urbano en La Paz que corresponde a la vivienda ubicada en la zona central de la ciudad, que ha tenido un nuevo impulso por razón de una combinación de elementos que tienen que ver con el incremento de la población y la disponibilidad de créditos garantizados las entidades gubernamental del ramo, Infonavit e ISSSTE, en alianza con la banca privada. Por el efecto de la revalorización de los bienes raíces, las entidades constructoras e inmobiliarias se han vuelto más agresivas y de mayor alcance, a través de una creciente participación del capital financiero en los negocios inmobiliarios, generalmente con participación subsidiaria del gobierno. En las zonas más centrales de La Paz, las políticas de renovación urbana se oponen al aumento de los edificios y terrenos “ociosos” y responden a la necesidad de mejora (léase *gentrificación*) del núcleo urbano, la reubicación comercial y administrativa en las zonas intermedias y el traslado del grueso de la vivienda hacia la periferia. Dicha situación se relaciona con los procesos que conllevan una producción inmobiliaria con nuevos *productos*, más globalizados de oficinas, hoteles y restaurantes, *boutiques*, centro comerciales y otros proyectos para el sector comercial, turístico y de servicios.

Como se vio, la población de La Paz creció en 28% entre 2000 y 2010 y, aunque el grueso de este crecimiento se ubicó en la periferia al sur de la ciudad, el

¹⁰ Para un estudio más detallado de los proyectos aprobados en la zona urbana de La Paz, véase Angeles y Cabral (2012).

fenómeno también dio pie a un incremento importante en la densidad demográfica de las zonas centrales. Por una parte, se observó un fuerte incremento en la presencia en la zona urbanas de nuevos complejos habitacionales construidos como “comunidades cerradas” (*gated communities*), tanto para la población local de alto nivel de ingresos, como para extranjeros. Estos complejos residenciales cuentan con un perímetro definido por muros o rejas, y una entrada controlada única por un servicio de seguridad, para efectos de comprobar la identidad de los visitantes y anunciarlos. Esta tendencia de la urbanización paceña se consolida como una forma excluyente que aumenta la proporción de los que caen en su lógica de producción, los de adentro y los de afuera, y se da en imitación de los modelos de urbanismo que prevalecen en Estados Unidos. Un anuncio típico indica que:

“In 2003 Money Magazine named La Paz, Baja California Sur as one of the 10 best places to retire abroad. In the past eight years growth in this historic city on the Sea of Cortez has only refined the truth of this claim. As La Paz has matured the services, shopping and activities also have grown to make La Paz even more appealing to North American buyers. New shopping centers, strip malls, convenience stores and restaurants have sprung from long vacant lots. New roadways are being constructed to accommodate the growth of the city and one of the most advanced hospitals in Mexico opened in 2010” (Desert Digital LLC, s/f).

Se subraya en ese anuncio el bajo costo de vida para el estadounidense, las bellezas del paisaje, la disponibilidad de jardineros y sirvientas a diez dólares diarios, y se enfatiza que:

“La Paz is not Cabo San Lucas, Cancun or Puerto Vallarta. Although La Paz has grown to a city of nearly 300,000, it is still a quiet, residential community where families stroll along the Malecon at sunset and fast talking timeshare sales people don't exist. Control has been taken of the direction of development and eco-tourism is the future of this 'gateway to the Sea of Cortez'” (Ibídem).

En paralelo con el crecimiento de las comunidades cerradas, se dio un fuerte impulso a la construcción de vivienda social para los grupos ingresos medios que cuentan con financiamiento por parte de las entidades federales mencionadas. El esquema de financiamiento disponible para estos grupos apunta de forma directa al tipo de vivienda social que se manifiesta como parte de esta vertiente del fenómeno urbano en La Paz, tanto en la periferia como dentro de los confines de la ciudad. Típicamente se trata de casas de pequeñísimas dimensiones (50 m²),

de mala calidad (frecuentes resquebraduras y hundimientos), en un solar de mínimo tamaño, ubicado en zonas inundables o cerca de ellas. Por lo anterior, los costos de construcción son bajos, y se caracterizan por ser un tipo de producción en masa, colocando las viviendas agrupadas una tras otra en grupos de cien o más. Si bien esta asociación de intereses en los bienes raíces ha mejorado las posibilidades inherentes a la renovación urbana, también ha hecho una ciudad espacialmente más diferenciada que antaño en función de los niveles de ingreso.

Hacia el sur de la ciudad, la expansión de la mancha urbana sobrepasa los 20 km lineales, medidos desde el centro de La Paz, llegando casi a San Pedro. El crecimiento demográfico y la construcción de vivienda de interés social por las grandes constructoras privadas, así como la financiación por la banca privada con garantía pública han favorecido la constante expansión de la mancha urbana hacia la zona periférica. Esto se ha dado mayormente hacia el sur, lo que llevó a la construcción de numerosos fraccionamientos a partir de mediados de los noventa, pero sobre todo durante la primera década del presente siglo. El tipo de construcción adoptado implicó una acelerada conversión de La Paz en una ciudad satelital, de la cual la mini ciudad construida en torno al fraccionamiento Camino Real es el ejemplo más flagrante: se cuenta con supermercados, escuelas, restaurantes y demás servicios, pero su población viaja a diario al trabajo en la ciudad central.

Finalmente, desde principios del presente siglo se inició en La Paz la construcción de grandes plazas comerciales para dar cabida a una muy significativa penetración de grupos comerciales foráneos, que ya anteriormente se habían hecho presentes en Los Cabos. Hasta finales de los noventa, por ejemplo, los principales supermercados o grandes comercios en la ciudad eran de capital local (Centro Comercial Californiano, del grupo Ruffo), o bien externos pero ya con arraigo (Grupo Arámuro, Dorians). A partir de principios de siglo llegaron grupos nuevos: Ley y Soriana, Cinépolis, Sears, Walmart, Liverpool, Comercial Mexicana y los omnipresentes Oxxo.

Si bien esos grupos (en virtud de sus seducientes bajos precios) esgrimen una bandera pro-consumidor, sus prácticas laborales generan plazas mal remuneradas, con largas jornadas de trabajo precario, mientras que su configuración oligopólica y poder de mercado atentan entran en competencia desleal con los pequeños negocios paceños, poniendo en duda la supervivencia de los antiguos establecimientos y tiendas familiares, que generan una significativa proporción del empleo urbano local. De cualquier forma, se trata de una importante privatización del espacio público, como se vió sobre los terrenos

de la Antigua Base Area y más recientemente en la zona Vips-Walmart-Liverpool, por así llamarle.

Conclusiones

La ciudad de La Paz está en este momento en un estado de transición. Tradicionalmente la economía paceña se ha orientado a las actividades comerciales y administrativas, y ha sido proveedor de una amplia gama de servicios (educativos, médicos, profesionales, etc.), tanto para sus habitantes como para el resto de la población del estado. Como se ha visto al examinar las cifras del último censo económico, los sectores electricidad, gas y agua y comercio generan carga de la mitad del valor agregado y del empleo en el municipio; en conjunto, los diversos tipos de servicios mencionados le suman otro 7% al VA (21% al empleo). En años recientes, sin embargo, el turismo transnacional ha aparecido como la opción favorecida por diversos grupos, tanto locales como del exterior, para consolidarse como el modelo económico a seguir. El urbanismo neoliberal en La Paz ha tenido serias consecuencias para la ciudad y sus habitantes. Por una parte, el modelo económico fomenta un estilo de vida que depende de un consumismo dispendioso, accesible sólo a las élites (locales o extranjeras), ecológica y socialmente insustentable, imitador de los patrones imperantes en Estados Unidos; en fin, el consumo conspicuo, de Thorstein Veblen (Alperovitz, 2012).¹¹ La preponderante presencia de los extranjeros en localidades como Todos Santos y, crecientemente, a juzgar por la proliferación de compañías inmobiliarias que atienden a la clientela estadounidense, el número de publicaciones en idioma inglés que circulan, y los contenidos de las páginas web que anuncian propiedades den venta, este parece ser el destino también de la propia ciudad capital.

Como se vio, los datos estadísticos disponibles no apuntan hacia una presencia turística de tan gran magnitud como estos comentarios podrían sugerir, pero sin duda es en esta dirección que están abocados los actuales esfuerzos por colocar a La Paz como una ciudad “emergente y sustentable”, bajo los auspicios del Banco Interamericano de Desarrollo, habiéndose financiado el estudio diagnóstico por la Fundación Femsá (Coca Cola y Oxxo), apoyado por la cadena comercial Walmart y con la colaboración de la *International Community Foundation* (de San Diego, California), dedicada precisamente a facilitar la inmigración estadounidense a México (Garza-Sánchez, 2012). Al mismo tiempo, los megaproyectos turísticos

¹¹ Recordemos la frase de Schopenhauer: “Para que un número exiguo de personas pueda tener lo inútil, lo superfluo, lo refinado y satisfacer así urgencias artificiales, deben gastarse a tal fin una formidable parte de las energías humanas, hurtadas a la producción de lo que es necesario e indispensable”.

constituyen, vía sector construcción, un poderoso atractor de mano de obra procedente de otras zonas de la República, mayormente los estados de Sinaloa, Guerrero y Oaxaca, que permanecen en la zona al término de su contrato. Tanto este grupo poblacional como el turismo “residente” vienen a incrementar la presión demográfica en la región, aumentando los requerimientos de todo tipo de servicios. Ello, si bien, de forma sumamente diferenciada: la coexistencia de estos grupos, el trabajador migrante y el turista “residente”, contribuye de forma significativa al incremento de la desigualdad socio-espacial en La Paz. Ambos grupos, y el modelo turístico en sí, ocasionan fuertes demandas adicionales de agua en una zona que ya sufre de un severo déficit hídrico (AA.VV., 2009). Margaret Thatcher solía decir que, ante el neoliberalismo, “no hay alternativa”. (TINA: *there is no alternative*). En la pasada reunión de Río + 20, David Harvey insistió: “tiene que haber alternativa”. De quien tenga la razón podría depender en buena medida el futuro de La Paz, en Sudcalifornia.

Referencias bibliográficas

- aa.vv. (2009), “Ambiente y desarrollo, ¿quién se beneficia?” *Alternativa de Baja California Sur*, No. 71, La Paz, B.C.S. <https://docs.google.com/a/uabcs.mx/file/d/0B9rNnvGzyi_6NDdkZDdjZjQtODliNC00NTQzLTljZDAtMWJINzIxZDIINDU4/edit?pli=1&hl=en#>, 05 de mayo de 2013.
- Alperovitz, G. (2012), “Beyond Super-Elites and Conspicuous Consumption: Real Ecological Sustainability in the Twenty-first Century”, *Truthout*, Friday, 21 December, 09:15 h, Sacramento, Ca. <<http://truth-out.org/opinion/item/13467-beyond-super-elites-and-conspicuous-consumption-real-ecological-sustainability-in-the-twenty-first-century>>, 05 de mayo de 2013.
- Angeles, M. y M. L. Cabral (2012), “El modelo de desarrollo en Baja California Sur y su relación con el exterior en el contexto de la crisis financiera actual”, *Memorias Coloquio Internacional La Frontera*, Zacatecas, Zac., pp. 434-458.
- Angeles, M., A. E. Gámez y A. Ivanova (2011), “Reflexiones sobre la crisis de nuestros días”, *Iztapalapa. Revista de ciencias Sociales y Humanidades*, núm. 70, enero-junio, pp. 107-124, Universidad Autónoma Metropolitana, México, D.F.
- Bairoch, P. (1991), *Cities and Economic Development: From the Dawn of History to the Present*, The University of Chicago Press, Chicago.
- bid (Banco Interamericano de Desarrollo) (2013). *Iniciativa Ciudades Emergentes y Sostenibles*, bid <<http://www.iadb.org/es/temas/ciudades-emergentes-y-sostenibles/ciudades-emergentes-y-sostenibles,6656.html>>, 05 de mayo de 2013.

- Bourdieu, P. y L. Wacquant (2001), "NeoLiberalSpeak: Notes on the new planetary vulgate", *Radical Philosophy*, No. 5, January-February, pp. 2-5 <<http://65.54.113.26/Publication/3440593/neoliberalspeak-notes-on-the-new-planetary-vulgate>>, 05 de mayo de 2013.
- Brenner, N. (1999), "Globalisation as Reterritorialisation: The Re-scaling of Urban Governance in the European Union", *Urban Studies*, Vol. 36, No. 3, pp. 431-451.
- Brenner, N. y N. Theodore (2005), "Neoliberalism and the urban condition", *City*, Vol. 9, No. 1. pp. 101-107.
- Brenner, N. y N. Theodore (2002), "Cities and geographies of 'Actually Existing Neoliberalism'" *Antipode*, Vol. 34, No. 3, pp. 349-376.
- Cahill, D. (2010), *Neoliberalism, crisis and the socially embedded economy: Contesting Neoliberalism and Its Future*, mimeo, Department of Political Economy, The University of Sidney, pp. 1-16 <http://sydney.edu.au/arts/political_economy/downloads/Damien_Cahill.pdf>, 05 de mayo de 2013.
- Castree, N. (2007), "Neoliberal environments: a framework for analysis", *Manchester Papers in Political Economy*, Working Paper No. 04/07, 10 December, Manchester <<http://www.socialsciences.manchester.ac.uk/PEI/publications/wp/documents/Castree.pdf>>, 05 de mayo de 2013.
- De Seta, Cesare (2002), *La ciudad europea del siglo XV al XX*, Ediciones Istmo, Madrid.
- Desert Digital LLC (s/f), "Retiring in La Paz – Your Baja Dream Home at Haciendas Palo Verde", *Baja Insider. The Webzine for Traveling and Living in Baja California*, Desert Digital LLC, Cabo San Lucas, BCS, La Paz, BCS, Las Vegas, <http://www.bajainsider.com/baja-real-estate/baja_sur/la-paz/affordableretirementlapazmexico.htm>, 09 de mayo de 2013.
- Gámez, A.E., A. Ivanova y A. Montaña (2012, coords.), *Turismo, sustentabilidad y desarrollo regional*, uabcs, La Paz, B.C.S.
- Garza-Sánchez, E. (2012), *El fenómeno de la inmigración norteamericana a Baja California Sur. Recuento histórico de la presencia estadounidense y su aceleración a partir de la década de 1990*, Tesis de maestría en Historia Regional, Departamento Académico de Humanidades, Universidad Autónoma de Baja California Sur, La Paz, B.C.S.
- Gómez, Ivonne (2012), *Pesca deportiva y pesca ribereña en Baja California Sur, México: Comparación del Valor Económico*, Tesis de doctorado en Ciencias Marinas y Costeras, Departamento Académico de Biología Marina, Universidad Autónoma de Baja California Sur, La Paz, B.C.S.
- Harvey, D. (2009/1973), *Social Justice and the City*, University of Georgia Press, Athens, Georgia, EE.UU.

- Harvey, D. (2006), "Neoliberalism as creative destruction", *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, Vol. 88, No. 2, junio, pp. 145–158.
- Harvey, D. (2012), *Rebel Cities: From the Right to the City to the Urban Revolution*, Verso, Londres.
- Hiernaux-Nicolas, Daniel (2010, coord.), *Las segundas residencias en México: un balance*, Plaza y Valdés, México, pp. 13-20.
- inegi (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática) (2013), *Cuenta Satélite del Turismo de México, 2007-2011*, Boletín de Prensa Núm. 094/13, 6 de marzo, inegi, Aguascalientes, Ags.
- inegi (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática) (2012), *Indicadores Estratégicos de Ocupación y Empleo 2012, 3er. Trimestre*, inegi <<http://www.inegi.org.mx/Sistemas/infoenoe/Default.aspx?s=est&c=26227&p=>>, 05 de mayo de 2013.
- inegi (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática) (2009), *Censos Económicos 2009*, inegi Aguascalientes, Ags. <<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/>>, 05 de mayo de 2013.
- inegi/Sectur (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática/Secretaría de Turismo) (2007), *Participación de las actividades turísticas en los totales censales por municipio y centro turístico, Baja California Sur*, inegi /Sectur, Aguascalientes, Ags.
- Ivanova, A. y M. Angeles (2003, eds.), *Diagnóstico estratégico de Baja California Sur*, La Paz, B.C.S., uabcs-sep-conacyt.
- Mayer, Margit y J. Kuenkel (2011), *Neoliberal Urbanism and its Contestations. Crossing Theoretical Boundaries*, Palgrave Macmillan, Londres.
- Smith, N. (2012/2006), *La nueva frontera urbana. Ciudad revanchista y gentrificación*, Ed. Traficantes de Sueños, Madrid.
- Peck, Jamie y Adam Tickell (2002), "Neoliberalizing Space", *Antipode*, Vol. 34, No. 3, pp. 381-404, Blackwell Publishers, <<http://kkozak.wz.cz/Peck-neoliberalizing%20space.pdf>>, 05 de mayo de 2013.
- Peck, J., N. Theodore y N. Brenner (2009), "Neoliberal Urbanism: Models, Moments, Mutations", *SAIS Review*, Vol. XXIX, No. 1, pp. 49-66.
- Portes, A. y B. R. Roberts (2004), "Empleo y desigualdad urbanos bajo el libre mercado: consecuencias del experimento neoliberal", *Nueva Sociedad*, No. 193, pp. 76-96, <http://www.nuso.org/upload/articulos/3220_1.pdf>, 05 de mayo de 2013.
- Portes, A. y B. R. Roberts (2005), "The free-market city: Latin American urbanization in the years of the neoliberal experiment", *Studies in Comparative International Development*, Vol. 40, No. 1, pp. 43-82, <<http://link.springer.com/article/10.1007%2FBF02686288?LI=true>>, 05 de mayo de 2013.

- Ribeiro, S. (2011), "Rio+20: Los verdaderos colores de la economía verde", *Ecodebate. Ciudadanía y medio ambiente*, diciembre 12, Brasil, <<http://www.ecodebate.com.br/2011/12/12/rio20-los-verdaderos-colores-de-la-economia-verde-por-silvia-ribeiro/>>, 05 de mayo de 2013.
- Robinson, Jenny (2006), *Ordinary Cities: Between Modernity and Development*, Routledge, Londres.
- Sánchez Crispín, Álvaro (2008, coord.), *Conocimientos Fundamentales de Geografía. Vol. II*, [en cd-rom], México, unam/McGraw-Hill, Colección Conocimientos Fundamentales, <<http://www.conocimientosfundamentales.unam.mx/vol2/geografia/m01/t01/01t01s03.html>>, 05 de mayo de 2013.
- Sassen, Saskia (1996), "Whose city is it? Globalization and the Formation of New Claims", *Public Culture*, Vol. 8, No. 2, pp. 205-223.
- Smith, N. (2011), *Cities after Neoliberalism?*, Departamento de Antropología, City University of New York, Nueva York <http://neil-smith.net/wp-content/uploads/2011/06/Neil.Smith_.AfterNeoliberalism.pdf>, 05 de mayo de 2013.
- The Economist (2010), "Economics focus. Automatic reaction", *The Economist*, Septiembre 9, <<http://www.economist.com/node/16990700>>, 05 de mayo de 2013.
- Theodore, N., J. Peck y N. Brenner (2009), "Urbanismo neoliberal: la ciudad bajo el imperio de los mercados", *Temas Sociales*, No. 66, pp. 1-11.
- Vives Miró, Sonia (2011), "Producing a 'Successful' City: Neoliberal Urbanism and Gentrification in the Tourist City: The Case of Palma (Majorca)", *Urban Studies Research*, Volume 2011 (2011), Article ID 989676, pp.13, doi:10.1155/2011/989676. <<http://www.hindawi.com/journals/usr/2011/989676/>>, 12 de mayo de 2013.
- Williamson, J. (1994). "In search for a manual for Technopols", John Williamson (ed.). *The political economy of policy reform*, Institute for International Economics, Washington, pp. 11-28.

3.3. Turismo: una experiencia de vida

Msc. Diego M. Calvopiña Andrade; Mg. Sc
Universidad Nacional de Chimborazo.
calvopinad@gmail.com

Resumen

El presente artículo es producto de las experiencias del autor como actor turístico del Ecuador; involucrado en los diferentes ámbitos prácticos y vivenciales de esta actividad y los conocimientos sobre turismo derivados del intercambio de experiencias suscitado a partir de la vivencia de otros actores. Esto ha permitido analizar los diferentes componentes de la actividad turística desde el punto de vista teórico y su confrontación con la realidad del turismo.

Palabras Claves

Experiencia turística. Actores turísticos, conocimiento turístico, desarrollo del turismo, Riobamba

Summary

This current article is the result of the author's experiences as a tourism actor of Ecuador, involved in the different practical areas of this activity and the knowledge about tourism derived from the experiences interchange as a product of the others actors' living. This has let to analyze the different components of the tourism activity from the theoretical point of view and the confrontation of the reality of tourism.

Keywords

Tourism experience, tourism actors, tourism knowledge, tourism development, Riobamba

Introducción

El turismo es la actividad social de gran desarrollo y repercusión en el mundo; el conjunto de actividades que realizan las personas mientras están de viaje, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran períodos inferiores a un año (OMT, 1991); complementariamente, el turismo es el movimiento temporal de gente a lugares lejanos a su residencia y por períodos menores a un año (Mathieson et al., 2013); y se suscita con aquellos desplazamientos cortos y temporales que realizan las personas fuera del lugar donde residen o trabajan, realizando actividades diversas a las que acostumbran (Bukart et al., 2010). El turismo en el futuro cercano es el nuevo turismo en el cual el consumidor es quien está a cargo y se basa en la experiencia; en el viejo turismo estaba a cargo de la industria de viajes y basado en las atracciones (Magiel Venema, 2011). En mi concepto; el turismo es una **experiencia única de vida que se la vive en un lugar distinto al de residencia** de las personas que la realizan; experiencia por ser vivencial e interactiva, única porque aunque se la realice por múltiples ocasiones siempre será distinta y particular, y de vida porque todo aquello que se vive es irrepetible y propio de cada ser humano; por lo que se proponen las teorías latina, sajona, aramea y onomástica; que hacen alusión y coinciden en estas características: viajar, partir con regreso, búsqueda de disfrute y conocimiento, y exploración (Arthur Houlot, 1961); que se estudia como fenómeno social, turismo de masas y turismo moderno bajo tres enfoques; de forasteros (Angelo Mariotti, 1922), socioeconómicos y económicos (Morgenroth, 1929); que implica búsqueda de distracción e interrelaciones económicas y culturales (Oscar de la Torre Padilla, 1990); hasta que finalmente la Comisión Estadística de las Naciones Unidas la adopta para definir y clasificar las actividades turísticas internas e internacionales el 4 de marzo de 1993; cuando se pone énfasis e importancia a la prestación de servicios.

Naturaleza y Cultura

La naturaleza es generosa, bondadosa; es paisaje – sustento de la economía turística - y deleite; es todo aquel potencial que se busca disfrutar en la acción del turismo; ya sea tangible o intangible. Es el universo en todo su esplendor, donde el ser humano se regocija y busca detalles de complacencia; en el turismo la **materia prima** son los paisajes naturales (Morgenroth, 1929); que implica entender la transformación de la naturaleza respecto del ser humano en función de tres episodios trascendentales: agricultura, industrialización y postindustrialización de servicios (Reboratti, 2006), y de los cuales se derivan la gastronomía, la organización empresarial turística y la gestión de la prestación de servicios; habida cuenta que durante este proceso de participación humana; este pasó de ser un ente pasivo a activo; un ser transformador de materia prima en productos y

servicios que garanticen la satisfacción de experiencias de vida única, un creador de cultura; su distintivo más importante; cuya relación Sociedad-Naturaleza se manifiesta como vínculo entre la actividad, el paisaje natural o cultural, el turista y la población local (Facundo Martin Hernández, 2009); se trata de una relación compleja idealizada por considerar al turismo como una “industria limpia” (Facundo Martin Hernández, 2009); lo cual sugiere una nueva propuesta de convivencia asertiva entre ser humano y naturaleza; misma que no le pertenece al ser humano sino todo lo contrario; por tanto, el proceso de desarrollo turístico solo es posible si se analizan todos los factores intervinientes de forma sistémica; incluidas sostenibilidad y sustentabilidad para garantizar la permanencia de la naturaleza, la trascendencia del ser humano y el desarrollo del turismo a partir de su aporte cultural.

Si la naturaleza es aquello que existe en la tierra sin la intervención del ser humano y la cultura es todo lo generado por el ser humano a partir de la naturaleza, por lo que se colige que el turismo tiene su sustento en los bienes de la naturaleza y la cultura; el ser humano es un individuo biológico, dinámico, que tiene vida y movimiento; es turista por naturaleza porque desde el génesis de su existencia buscó satisfacer sus necesidades fundamentales y primarias (alimentación, abrigo y transporte); fue nómada, migrante, buscador de sueños, creador de ideales; una persona curiosa por naturaleza; turista, el protagonista de la tierra, el personaje principal del turismo; siempre interesado por vivir nuevas experiencias, adaptarse y sobrevivir en medios desconocidos que le han convertido en turista, por su disfrute y satisfacción intrínsecos; tanto así que su escenario geográfico no se limita al planeta tierra únicamente sino inclusive al espacio. El origen de los turistas no es otro que el origen del ser humano, quien desde el inicio demostró curiosidad y anhelo por satisfacer sus requerimientos y necesidades; por lo que comprender su origen, pasado y presente nos permite definir su aporte y proyección en el turismo y en el mundo. El turismo es convertir los sueños y anhelos del ser humano en realidad; pensar y actuar así genera bienes universales, crea patrimonio; cuyo verdadero valor consiste en que sea reconocido como valioso por los miembros de la sociedad en la que está inserto (María Velasco González, 2009); de lo cual se colige que la pertenencia, identidad y empoderamiento de los actores de una sociedad convierten a sus acervos en patrimonio, porque si la pertenencia es la relación de algo con quien tiene derecho a ello, es obvio que las sociedades generan cultura y patrimonio en función de esta interdependencia de rasgos sociales propios que permiten su distinción e individualismo de otras, de ahí que el patrimonio tiene inherente la característica especial de identidad, tal como el empoderamiento, entendido como la necesidad de fortalecer la capacidad de los miembros de la sociedad para generar desarrollo sostenido; la pertenencia como individualismo cultural es la identidad que

comprende el conjunto de representaciones humanistas de la objetividad y la subjetividad humana al constituirse como producto diferenciado y diferenciador en los procesos de la sociedad (Alejandro Escalona, 2010); es decir, la identidad es aquello generado por el ser humano, tangible o intangible; en cualquiera de los dos casos: cultura.

La pertenencia invita a la participación social y motivación para facilitar la consecución de resultados más consistentes (Luis Felipe Moreno González, 2011). Cabe sin embargo; reconocer que la masificación, falta de autenticidad y resistencias a reinvertir parte de los beneficios obtenidos por el turismo en los bienes de patrimonio son las amenazas más graves para su sobrevivencia; por lo que las mayores dificultades para la gestión turística del patrimonio reside en el hecho de que el uso turístico de los bienes de patrimonio pone en contacto dos ámbitos de la realidad muy diferentes: el turístico y el de patrimonio; ambos diferentes por su pasado, cultura, naturaleza y fines. Sin embargo la gestión del patrimonio en turismo permite una suerte de beneficios (Toselli, 2006), sintetizados en el interés por su cultura y protección patrimonial, valor añadido en los destinos turísticos, contribución a la desestacionalidad, posibilidades de desarrollo de comunidades, fortalecimiento de políticas y productos turísticos-culturales, generación de recursos de reinversión, conocimiento y reconocimiento de sus valores culturales, difusión y promoción de atractivos, productos y destinos, además de la puesta en valor de los bienes culturales orientados al desarrollo integral; sin olvidar que la pérdida del conocimiento es la mayor barrera de la comunidad para participar efectivamente en el desarrollo del turismo (Moscardo, 2008). El turismo es una suerte de disponibilidad de dinero, interés de visita o motivación, tiempo y accesibilidad desde la perspectiva del turista (Calvopiña Diego, 2013); lo cual se desarrolla en un escenario turístico que presenta tres modelos espaciales básicos entre el flujo turístico y las regiones del turismo funcional (Shien Zhong et al., 2013): zonal, periférico central y de difusión espacial. Una Región de Turismo Funcional (Functional Tourism Region – FTR) puede ser un país, un estado, una provincia o una ciudad de acuerdo a la distribución administrativa (Jansen-Verbeke, 1995); lo cual implica una interacción entre los flujos turísticos y las regiones de turismo funcional; en donde la conciencia, el conocimiento y la experiencia local son los ejes principales del inicio del desarrollo del turismo (Abdul Rasid Abdul Razzaq et al., 2013).

Demanda, oferta y operación turística

La demanda es la cantidad de consumidores de un producto que quieren y son capaces de comprarlo a diferentes precios en un periodo de tiempo específico (Deepak Gautam, 2014); en turismo, son los operadores de turismo los que pueden influir y promocionar significativamente en el desarrollo del turismo

sostenible debido a su papel de distribución central y a la capacidad de dirigir turistas hacia los destinos y proveedores (Marianna Sigala, 2013); considerando los tipos de demanda: directa y derivada, individual y de mercado, recurrente y de reemplazo, complementaria y de competencia, nueva y de reposición (Deepak Gautam, 2014); cuyos determinantes de demanda son el ingreso de consumidor, precio del producto relacionado, gustos y preferencias, publicidad, expectativas del consumidor del ingreso y precio futuro, crecimiento de economía, condiciones estacionales y población (Deepak Gautam, 2014); así, los estudios empíricos de la demanda pueden ayudar a explicar el nivel y modelo de demanda turística y su sensibilidad a los cambios en las variables de las que depende, por ejemplo, el ingreso en las áreas de origen y las tasas relativas de inflación e intercambio entre los diferentes lugares de origen y de destino (Sinclair, 1997); de lo que se colige que la ley de la demanda se sintetiza en que cuando el precio de un bien sube, la cantidad demandada de ese bien cae y cuando el precio de un bien cae, la cantidad demandada de aquel bien aumenta (Deepak Gautam, 2014).

En cuanto al enfoque económico; la demanda turística comprende el gasto total por turismo efectuado por las personas durante sus viajes y estancias en el lugar de destino, es el consumo turístico; es decir, hace referencia a la capacidad de gasto de los demandantes (OMT, 1998); a partir de lo cual se considera la importancia del nivel de renta disponible y el nivel de precios, siendo el nivel de renta disponible, la cantidad de dinero disponible por el demandante para destinar al gasto en turismo, luego de haber satisfecho sus necesidades básicas; en tanto que el nivel de precios está vinculado al lugar de origen del demandante y al lugar del destino (Alejandro García et al., 2012); de lo cual se deriva la sensibilidad o variación de la demanda turística frente a cambios de precios o nivel de renta, lo cual se conoce como “elasticidad de la demanda”, que es la medida de sensibilidad de la cantidad demandada de un bien o servicio ante un cambio en su precio, mientras todas las otras variables influyentes permanecen constantes (Parkin, M., 2006). Como complemento; oferta y actores turísticos son importantes porque las investigaciones turísticas deben ir encaminadas hacia un mayor conocimiento de esta actividad con el propósito de que faciliten a las organizaciones y destinos tener un análisis ajustado de lo que sucede en una realidad cambiante y globalizada, con el fin de aprovechar las oportunidades y evitar las amenazas, tratando de asegurar la sostenibilidad del sector y los destinos. (José M. Hernández M, 2011).

La oferta vuelve pertinente al conocimiento de las características de los productos turísticos, identificar y explorar los aspectos y conceptos básicos de las cadenas de proveedores turísticos y su administración (Xinyan Zhang et al., 2009); puesto que la oferta turística es un fenómeno complejo debido a la naturaleza de los

productos y al proceso de entrega, porque no puede ser almacenado y examinado previamente para su compra ya que es necesario viajar para consumirlo (Sinclair, 1997); por lo que los muchos componentes del producto, ofertados por una variedad de operadores comerciales en un número de mercados crea problemas en el análisis de la oferta turística (Sinclair, 1997); sin embargo, la falta de atención a la cadena de oferta no es lo único que se debe investigar ya que muchas industrias de servicios enfocan su estudio en el marketing antes que en la oferta únicamente (Xinyan Zhang et al., 2009); de manera que el mejoramiento de la distribución es insuficiente para beneficiar las empresas de turismo individual o la industria del turismo en su conjunto puesto que la industria necesita ser analizada desde una perspectiva integral (Xinyan Zhang et al., 2009); misma que implica que la oferta turística deba apoyarse en factores determinantes de una posible ventaja competitiva, llevada a cabo por parte de un destino turístico que requiere de la definición de la opinión de la demanda, realizada ésta por los turistas consumidores (Ramos, Ramos y Ramos, 2004); por ello es necesario el estudio de la participación de los actores turísticos; puesto que la percepción de los beneficios y costos de turismo de los residentes y su confianza en los actores públicos fueron determinantes significativos del soporte político; mientras que la confianza interpersonal, los costos percibidos del turismo y del poder percibido en la toma de decisiones fueron insignificantes de confianza (Robin Nunkoo, 2013); sin embargo, es preciso señalar que en el turismo es relevante la participación de tres actores que poseen una gran capacidad para influir y configurar el territorio: la comunidad local, el sector público, el sector privado y los turistas (Moscoso Florencia, 2013); lo cual para su mejor comprensión se deriva en: Sociedad civil, instituciones estatales, prestadores de servicios privados, comunitarios y organizaciones no gubernamentales, academia y los turistas en sí mismo; cada cual con sus competencias y funciones particulares.

Calidad y competitividad

La calidad es un factor de incremento de la competitividad y de percatarse de las ejecutorias de las compañías en el campo de los servicios turísticos (Butnaru Gina, 2012); un importante rol para el desarrollo de la calidad de los servicios en turismo tiene que ver con el grado de importancia de la calidad por la administración y el nivel de recursos necesarios para obtener calidad (Butnaru Gina, 2012), puesto que el moderno concepto de la calidad expresa el involucramiento en su entendimiento del personal de la compañía, que implica la existencia de un permanente preocupación concerniente al entrenamiento y el mejoramiento, la calidad llega a ser la preocupación de todos y de cada uno (Butnaru Gina, 2012); lo cual implica considerar la calidad técnica y la funcional, relacionadas con la prestación de servicios, como se los ofrece y la interacción

entre el cliente y el personal de la empresa no los mismos (Gronroos, 1994). Sin embargo, el concepto de "calidad" ha evolucionado con el tiempo, es multidimensional por las necesidades de los consumidores que incluyen aspectos como aptitud para el uso, diseño, seguridad, fiabilidad, y respeto al medio ambiente. La importancia del concepto de calidad radica en la estrecha relación entre la calidad del producto o servicio ofrecido y la fidelidad que puede surgir desde el usuario hacia ese producto o servicio; lealtad que se transforma en imagen que persuade a otros usuarios potenciales a identificarse con el producto (Zeithaml et al., 1996), que incide directamente sobre la rentabilidad económica de las empresas (Rust et al., 1995). Además de ello cabe referir a la calidad humana que es un producto que se "construye" todos los días, es el trabajo constante para mejorar la actitud personal y demostrar acciones impecables a partir de la sistematización de los servicios turísticos mediante la formación y educación de las personas (Ishikawa, 2003); por lo que en la prestación de servicios es fundamental diferenciar la atención del servicio al cliente; puesto que la primera tiene que ver con la cordialidad y el segundo con el conocimiento del respecto del servicio que se brinda. Así pues, los planes de calidad son importantes puesto que permiten garantizar la prestación de servicios, generar confianza en los clientes y afirmar su seguridad respecto de los servicios mediante la aplicación de eficacia, eficiencia efectividad y excelencia, en pro de la fidelización mediante la referenciación.

La prestación de servicios y el turismo se relacionan entre sí por la calidad que implica en todo su contexto; siendo fundamental la gestión y organización interna; lo cual requiere validación empírica y científica de las causas que determinan los diferentes niveles de calidad de servicio ofrecidos (Serrano Ana, 2013); de manera que es esencial identificar las cuatro inconsistencias del proceso de dirección estratégica de la calidad: estratégico, de diseño, ejecución y de relaciones externas para minimizar la inconsistencia global entre expectativas y percepciones (Serrano Ana, 2013); esto en base a la aplicación del modelo que considera la opinión y comportamiento de los clientes actuales, potenciales y perdidos o antiguos (Serrano Ana, 2013). En el libro "Fundamentos de Marketing" se afirma que la gente satisface sus necesidades y deseos con productos y servicios (Kotler, Philip et al., 2003); lo cual implica que cualquier cosa se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo para satisfacer un deseo o necesidad; de ahí la importancia de relacionar el estudio de la prestación de servicios con la calidad, la gestión turística y analizar la implicación del producto turístico, que en su concepción más amplia; es todo aquello que contribuye a la satisfacción del turista (Conde Pérez *et. al.*, 2003); aunque ahora el viajero está aprendiendo a tomar la iniciativa y a no ser conformista (De la Cuadra de Colmenares, 2012).

Así pues; los componentes del Producto Turístico son los atractivos, las facilidades, la conectividad y los patrimonios; enfatizando que el producto turístico es intangible (Albacete Sáez y Herrera Fernández, 2012); consta de atractivos: naturales, culturales, históricos y humanos, facilidades: alojamiento, restaurantes, transporte, recreación, entrenamiento, diversiones, espectáculos, tiendas y similares, además de accesibilidad: vías de transporte terrestre, marítimo y aéreo (Conde Pérez et. al., 2003); por lo que la identificación de los factores de éxito en el producto turístico se convierte en una tarea básica para la consecución de los logros y objetivos planteados por la gerencia de las empresas turísticas o de los responsables de la política turística de un determinado destino turístico (Ramos, Ramos y Ramos, 2004), lo cual significa gestión del turismo. Por tanto, el sistema turístico va a depender, en gran medida, de los flujos de información que se dan entre todos los agentes que participan, de uno u otro modo, en dicha actividad, (Pérez, Rodríguez y Rubio, 2003), y se debe dar preferencia a la opinión de los consumidores hacia el perfil del producto turístico ofrecido por dicho destino turístico (Ramos, Ramos y Ramos, 2004). Caso complementario es internet y las TIC que ha supuesto la adquisición de nuevos recursos y capacidades que son fuentes potenciales de nuevas ventajas competitivas. Esta potencialidad se manifiesta en la captación de valiosa información y recursos del exterior, en la diseminación de la información y desarrollo de procesos internos en la organización, y en la conexión con el exterior (De la Cuadra de Colmenares, 2012).

El turismo nace en los recursos que son los bienes potencialmente aprovechable, pasa por los atractivos, se complementa con los servicios y facilidades, y finalmente se desarrolla mediante la oferta y la demanda que en función de la gestión de la calidad de los productos y la confianza en el destino provocan una suerte de flujo e interrelación natural y cultural de desarrollo integral; por lo cual, es preciso considerar el proceso para construir los servicios y productos, a lo cual se llama servucción; concepto creado por Eric Langeard y Pierre Eiglier en 1989. La gestión de la calidad en turismo propone actuar sobre cinco deficiencias relacionadas con la calidad: No saber lo que esperan los usuarios, establecimiento de normas de calidad equivocadas, deficiencias en la realización del servicio, discrepancia entre lo que se promete y lo que se ofrece y diferencia entre el servicio esperado y el recibido (Zeithaml et al., 1996); por lo que la calidad debe ser realmente significativa; porque la demanda se vuelve más exigente e implica satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, lo que se dificulta debido a que las expectativas del cliente con respecto al servicio y el producto turístico son diferentes en cada persona; por lo que se hace difícil su normalización, siendo siempre muy relativa; aunque se pueden aplicar el sistema de calidad turística de cinco fases que contempla la investigación de mercado, la definición

del servicio, el auto diagnóstico, la mejora de la calidad del servicio turístico y la evaluación de los resultados mediante auditorías y certificación.

Con la finalidad de prevenir el desarrollo desordenado del turismo y conseguir resultados exitosos, la planificación del desarrollo sostenible del turismo sucede como la única vía de llevarla a cabo exitosamente, de manera que el desarrollo sustentable se refiere al uso sin explotación de recursos naturales, culturales y turísticos de la actual generación, significa preservarlos para el uso futuro de las generaciones futuras (Katerina Angelevska-Najdeskaa et al., 2012); en caso de que estos recursos sean destruidos o degradados, la atractividad del destino se reduce también, pero además lleva a la duda del desarrollo del turismo porque los potenciales turísticos están interesados en visitar destinos atractivos y limpios que ofrecen servicios con alta calidad. De todas maneras, el espacio geográfico que no tiene atributos de calidad ambiental no solo es inatractivo para los turistas sino también para la población local (Katerina Angelevska-Najdeskaa et al.,); por lo que la planificación del desarrollo sustentable del turismo involucra la planificación de preservar el medioambiente y una variedad de investigaciones de análisis antes de tomar una decisión respecto de una determinación de dirección de desarrollo (Katerina Angelevska-Najdeskaa et al., 2012); por lo que es preciso respetar ciertos principios, basados en la importancia de los destinos sustentables de turismo, al incremento del uso de los índices de acomodación y al índice de atención a ciertos objetos de atractividad; además es necesario una clara determinación de inversiones prioritarias con localización correcta, selección e inversiones de asesoría y selección, entre otros (Katerina Angelevska-Najdeskaa et al., 2012); de hecho; el desarrollo sustentable es exitoso solamente cuando cuatro de sus elementos constitutivos tienen igual importancia de fortaleza e interconexión: económico, social, cultura y ambiente. (Katerina Angelevska-Najdeskaa et al., 2012).

El desarrollo del turismo sustentable depende mayormente de la habilidad del entorno para asegurar una base estable y duradera para el desarrollo. (Katerina Angelevska-Najdeskaa et al., 2012); todo lo cual apunta al estudio del sistema turístico; mismo que está conformado por componentes interrelacionados y dinámicos que están influenciados por el medio externo (Magiel Venema, 2011); que puede considerar al turismo como un sistema abierto, de cinco elementos, interactuando en un amplio medio ambiente: Uno dinámico, el turista; tres geográficos: la región generadora, la ruta de tránsito y la región de destino y un elemento económico, las empresas turísticas (Leiper Neil, 1990). Respecto de la elección del destino en turismo es necesario considerar el estímulo para viajar, los determinantes personales y sociales, las variables externas y las características de los destinos (Schmöll, 1977) y así mismo lo reafirma Cooper, 2001; así pues el

turismo es todo y parte de un todo que se analiza de forma general y particular (Bertalanffy, 1973); el sistema turístico entonces se centra en el estudio de la ciencia, la filosofía, la demostración o comprobación y el análisis de otras teorías y nuevos enfoques (Bunge, 1980); mientras que también se lo puede considerar como un todo conformado por el núcleo, el cinturón inviolable y zona de cierre (Gunn, 1988); que pueden ser sujetos de elección en función de que sean destinos conocidos o desconocidos (Crompton, 1993); que pueden ser entendidos como destinos únicos, en ruta, campo base, tour regional o viaje en cadena de acuerdo a su implicación (Lue, et al., 1993); el sistema turístico esta entonces formado por un conjunto de partes relacionadas entre sí para lograr un objetivo común (Molina, 1997); en consideración a que existe una relación del turismo con ciencias comerciales y con ciencias no comerciales (Tribe, 1997); puesto que hay relaciones entre el turismo y otras actividades y actividades humanas (Beni, 2001); entonces, un destino turístico puede ser considerado como un producto conformado por atractivos, facilidades y accesibilidad (Cárdenas Tabares, 1998) que permiten la elección del destino turístico en base al análisis de conocimiento, percepción o evaluación, intención y recomendación que pueden recibir los visitantes (Klenoskyz Gitelson, 1998). Bajo esta misma lógica; los sistemas turísticos son el conjunto de atractivos turísticos, comodidades, accesibilidad, imagen y precio (Cho, 2000), en donde el estudio de los mercados principales, la acomodación, la promoción, la infraestructura y el transporte forman el sistema turístico (Priseaux, 2000); respecto de lo cual, el impacto del turismo en la sociedad y las actividades desarrolladas bajo normas existenciales deben ser consideradas, por lo que la “humanización del viaje es necesaria (Krippendorf, 2000); en consideración a que el sistema turístico se desarrolla en un escenario geográfico por lo que el espacio turístico está conformado por zonas, áreas, complejos, centros, unidades, núcleo, conjuntos y corredores turísticos de traslado y de estadía (Boullon, 2001); de lo que se colige que es pertinente la producción del conocimiento turístico mediante el estudio de la interdisciplinariedad y las disciplinas que estudian el turismo (Jafari, 2005).

Toda política parte de una determinada teoría explicativa e interpretativa de la realidad; la política económica tiene su cimentación en la teoría económica (Monfort, 2000); y la política turística de desarrollo de destinos turísticos deberá basarse en una teoría de la competitividad de destinos turísticos; la política turística ha experimentado cambios importantes como consecuencia de los “debates teóricos actuales” (Bote et al., 1996); la política turística puede ser definida como el conjunto de actuaciones y medidas emprendidas y realizadas por las administraciones públicas relativas a la actividad turística (Bayón, 1999). Así; ante las diferentes formas que tiene la administración pública de intervenir en la actividad turística para fomentarla, desarrollarla y corregir, en la medida de lo

posible y de que se pueden identificar varias alternativas en cuanto a la posición que pueda ocupar la administración pública respecto a la actividad turística; esta actividad se convierte en un eslabón más de la política económica, pues debe ayudar a ésta a mejorar el bienestar de los ciudadanos de un país determinado mediante la creación de riqueza, puestos de empleo, mejorando el saldo comercial exterior; lo cual implica que existan efectos del turismo sobre las personas (José Alberto Medina, 2011); resumidos en el mejoramiento de la calidad de vida física y mental ya que el descanso y esparcimiento renuevan energías, enriquecen el espíritu y proporcionan higiene mental; permiten romper la barrera cultural al conocer otras sociedades, sus formas de vida, enriquecen el nivel de conocimiento del individuo; mejoran las relaciones con los demás, elevan la autoestima y crean hábitos de consumo; destinando parte de su ingreso para la actividad turística como parte fundamental de su desarrollo personal.

Se evidencian entonces, efectos culturales del turismo sobre la sociedad; beneficio de aquellos que la practican y de aquellos que la receptan porque genera empleo, mejoramiento en la calidad de vida, genera impacto ambiental, cambios urbanísticos, contaminación y alteración de la demografía del sector; de hecho, los impactos que genera el turismo son relativamente positivos en el ámbito social y cultural, puesto que gracias al turismo el ser humano ha eliminado barreras de intolerancia, prejuicios sociales y racismo; ha contribuido con la sociedad siendo pieza fundamental para el desarrollo urbanístico y tecnológico de los escenarios turísticos, expandiendo horizontes de pensamiento y enriquecimiento cultural; aparte de cambios de actitudes sociales, renacimiento de las artes populares y todo aquello que represente imagen social (OMT, 2013); es un factor de equilibrio social, de aumento de la capacidad de trabajo de las colectivas humanas y bienestar individual y colectivo, un factor recreador de nuevas actividades, elemento de desarrollo social, factor positivo y permanente de conocimiento y de comprensión mutua, base de respeto y confianza entre todos los pueblos del mundo que puede desempeñar un positivo papel de equilibrio, cooperación, comprensión mutua y solidaria entre todos los países, una oportunidad de crecimiento integral, política de estado e importante fuente de ingreso económico (ONU, 1990).

Actualmente; nadie duda de que el turismo es una de las principales fuentes de divisas y empleo para muchos países (Chamizo, 2003); es por ello que, en este entorno de mercado tan competitivo, se ha hecho necesario el crear nuevos paradigmas (valores, metodologías y técnicas) con el fin de permitir un desarrollo más adecuado del Turismo en función de las necesidades actuales de los propios destinos turísticos (Da Cruz, 2010); así pues, las actividades económicas están clasificadas en: Sector primario (agricultura, ganadería y extractivos), sector

secundario (industria) y sector terciario (servicio); que durante la década de 1980 evidenció una posición predominante en el desarrollo de la economía global. Existe una verdadera Revolución del servicio, estamos en la Era del Servicio por lo que el turismo debe ser tratado como una actividad claramente diferenciada ya que no es una simple prestación, es un arte, una cultura, que se debe abordar sobre la base de una nueva filosofía (forma de pensar) generada por el entorno social cambiante; por lo que su producción no se la realiza a espaldas a los clientes y al mercado, sino que el cliente y el mercado pasan a ocupar el lugar central, el punto de partida, la fuerza que impulsa al sistema (Albrecht, 1980).

El turismo es un hecho social que se concreta en prácticas muy diferentes; en principio el turismo que se acercaba a los bienes de patrimonio cultural, actividad realizada por un número pequeño de visitantes de perfil turístico básico con nivel socioeconómico medio/alto, con formación superior, conciencia medioambiental y aprecio a las diferencias culturales (OMT, 1993), con posibilidad de conflicto entre el turismo y gestión del patrimonio muy baja; sin embargo, cuando los bienes de patrimonio son demandados con mayor intensidad por más turistas y si al sistema turístico los incorporan como parte de su oferta, existe mayor flujo turístico, con perfiles y motivación muy diferentes, lo cual implica que las posibilidades de desencuentro sean cada vez mayores ya que ambos son ámbitos de actividad estructurados por marcos conceptuales diversos en donde los valores y creencias de quienes conforman ambos ámbitos responden a criterios muy diferentes (María Velasco González, 2009). El turismo se desarrolla en un escenario protagonizado básicamente por el sector privado, cuyo fin principal es la obtención de beneficios económicos mientras que el de patrimonio cultural se desarrolla en un escenario cuyo protagonista principal es el sector público con finalidades de obtener beneficios sociales. El liderazgo en ambos sistemas es ejercido por distintos actores con fines diferentes con destinatarios tradicionales que responden a perfiles diferenciados y motivaciones distintas: el turista, por un lado; y el visitante o consumidor cultural por otro; en donde los bienes de patrimonio representan valores diferentes para ambos grupos; en el caso del turismo los bienes de patrimonio tienen principalmente un valor de uso por cuanto son valiosos por completar el interés de un destino mientras que para el patrimonio tienen un valor simbólico ya que representan lo que la comunidad concreta ha aportado al conjunto de la cultura. Para el turismo la posibilidad de su consumo es el interés central y para el sector del patrimonio lo principal es su existencia, siendo su tarea básica la conservación (María Velasco González, 2009).

La influencia de las nuevas tecnologías en el ámbito turístico es trascendental (Román Márquez, 2010), porque favorecen el contacto directo entre consumidor y empresa, eliminando al intermediario como canal tradicional de comunicación

(Albacete Sáez y Herrera Fernández, 2012: 24). Las nuevas tecnologías (TICs) permiten a las empresas turísticas tener una presencia global en el mercado internacional, investigar y desarrollar nuevos productos turísticos, reducir costes, flexibilizar precios para hacerlos más competitivos y optimizar la producción y ahorrar tiempo (Román Márquez, 2010). El impacto de las nuevas tecnologías en el turismo tiene una influencia mayor que en otras áreas de negocio (Pérez, Rodríguez y Rubio, 2003), motivado por la propia necesidad del consumidor de obtener fuentes de información, en las que pueda confiar, antes de tomar una decisión de compra (Albacete Sáez, Herrera Fernández, 2012). Las ventajas que se desprenden de las nuevas tecnologías se encuentra en la supresión de la distancia entre proveedor y cliente, la inmediatez en la interacción, una disponibilidad las 24 horas del día, y la realización de las transacciones on-line (Albacete Sáez, Herrera Fernández, 2012). La ventaja principal de las nuevas tecnologías estriba en que van a permitir aumentar los volúmenes de información y conocimiento de las organizaciones mediante el mayor desarrollo de las relaciones entre empresa y cliente; puesto que el cliente se beneficia de una mayor y precisa información disponible sobre el servicio y producto turístico que piensa adquirir, y las empresas obtienen información sobre los gustos del consumidor y sus necesidades (Albacete Sáez, Herrera Fernández, 2012).

Actualmente; la creación de un sitio web adecuado sirve para transmitir la imagen deseada del destino turístico, conseguir el máximo atractivo posible, además de que internet puede llevar a cabo las mejoras para hacer del destino turístico una zona consolidada mediante la difusión de imágenes de manera inmediata (Díaz Luque, 2005). En este sentido, una adecuada presencia en Internet resulta imprescindible si se pretende promocionar cualquier destino turístico (Díaz Luque, López Catalán, 2011: 96). Por lo cual es imprescindible que las organizaciones turísticas utilicen adecuadamente y de manera coherente las estrategias comunicativas, ya que no pueden comercializar, sino añadir valor a sus sitios web (Da Cruz, 2008). Si uno de los principales objetivos de las páginas web dedicadas al sector turístico es facilitar la información necesaria para los potenciales visitantes y posibles clientes, es importante que esta información se muestre de manera organizada, atractiva y de fácil acceso (Matellanes Lazo, 2011). La posibilidad de que el turista participe activamente en el proceso de selección, eligiendo entre las distintas opciones, facilita que éste diseñe sus vacaciones según sus propios deseos (Conde Pérez, Schmidt Cornejo, Ochoa Llamas, 2011).

En la actualidad; el viajero ya no obtiene información de la agencia de viajes, sino que quizás se encuentre con que debe buscarla por sí solo (De la Cuadra de Colmenares, 2012); aunque actualmente la participación de los usuarios en las

webs de las empresas turísticas está bastante limitada; ellos si pueden expresar su opinión (Rodríguez Rubial, 2010); aunque el turista también elige la red para difundir sus opiniones propias sobre una experiencia de consumo o destino turístico, a veces insatisfechas; para desahogarse o para alertar a otros usuarios (Melián González, Bulchand Gidumal, González López-Valcárcel, 2010); por lo que las principales características que deberían cumplir las páginas web de destinos turísticos son la fácil localización, velocidad, usabilidad, hacer el sitio atractivo, contenido e información de calidad, interactividad (Huertas Roig, Fernández Cavia, 2006); de manera que para hacer competitiva la página web del destino turístico, habrá que evidenciar ventajas competitivas que le conduzcan a alcanzar una superioridad logística capaz de asegurar su presencia en el mercado a largo plazo (Suárez Álvarez, Vázquez Casielles, Díaz Martín, 2007). El paso de la web 1.0 hacia la Web 2.0 en el sector turístico presupone el paso de una página web como escaparate principal de comunicación al uso de redes sociales como canales de información alternativos; mismos que no tienen que ser excluyentes para que la web 2.0 se pueda beneficiar de la Filosofía 2.0 y generar una suerte de Turismo 2.0 sólido. La toma de decisiones en la elección de los destinos turísticos está influenciada por variables endógenas (experiencias y percepciones) y variables exógenas (educación, cultura, subcultura y familia); la Teoría de Constructores Personales de Kelly arguye que un sujeto percibe la realidad de su entorno en términos de su realidad, de su propia experiencia de vida (Gabor Manuela Rosalía, 2012); adicional, en las décadas de 1970 y 1980, como consecuencia de la intensificación de la competencia entre destinos turísticos y el surgimiento de un nuevo marco teórico para el análisis de la competencia entre territorios - teoría de la competitividad estructural-, comienza a analizarse la competitividad de los destinos turísticos bajo una nueva teoría de la competitividad, pues, ante esta nueva situación, la teoría macroeconómica, basada en las ventajas comparativas, comenzaba a perder capacidad explicativa; marco teórico sobre la ventaja competitiva que se consideraría en la teoría neoclásica del comercio internacional, ligado a modelos teóricos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos.

El continuo crecimiento de nuevos destinos turísticos, a tasas superiores a las experimentadas por la demanda turística, puso en peligro la competitividad de los destinos turísticos maduros (Monfort, 1999); por lo que establecer estrategias de crecimiento sustentadas en factores de dotación natural condenaría a la desaparición de esas ventajas comparativas cuando otros espacios inicien su andadura apoyándose en idéntica articulación de los elementos proporcionados por la simple ubicación física de su propuesta turística (Monfort, 1999); por lo que fue necesario pasar de la mera explotación de la ventaja comparativa inicial a las ventajas competitivas mediante el mejoramiento continuo, ya que la posición

competitiva del conjunto turístico debe basarse en sus ventajas competitivas y no tanto en las ventajas comparativas (OMT, 2001). Surge entonces, el concepto de ventaja competitiva relacionado con aquellos elementos incorporados que aportan valor añadido a los destinos turísticos y turistas, mediante la mejora en la formación y conocimiento turístico, las fuentes estadísticas de información, el esfuerzo permanente en introducir innovaciones en la producción y comercialización, entre otros (Sancho, 1998).

El análisis competitivo es un análisis dinámico frente al análisis competitivo que implica comprender que mientras las ventajas comparativas las constituyen los recursos disponibles de un destino, las ventajas competitivas se refieren a la habilidad de utilizar esos recursos, eficaz y eficientemente, a lo largo del tiempo (Rodríguez, 1999). Hay un traslado de concepto estático a otro dinámico de la competitividad, considerada como un proceso a largo plazo y adaptativo a los continuos cambios del entorno que involucra el reconocimiento de un cambio e intensificación en la competencia del sector, que busca rentabilidad de los destinos turísticos a largo plazo, con análisis de competitividad de los destinos bajo un enfoque estratégico, en el cual el análisis de los costes no lo es todo y el largo plazo ocupa un lugar importante en el mismo. El concepto de competitividad se ha transformado en función de la consecución de mejores resultados comerciales por la buena dotación de recursos -ventaja comparativa- y asociado a la capacidad de añadir valor a esos recursos a lo largo del tiempo; por lo que la competitividad es la capacidad del destino para crear e integrar productos con valor añadido que proteja sus recursos y, al mismo tiempo, mantenga su posición competitiva entre destinos competidores (Hassan, 2000); por lo que el concepto de competitividad aparece vinculado al de productividad y depende de un amplio conjunto de factores radicados tanto en los niveles micro y macroeconómicos (Bravo, 2004); paradigma que conceptúa a la competitividad como un fenómeno complejo, dinámico, comparativo, multidimensional y difícil de medir, el cual no puede ser observable directamente, por lo que deberá utilizarse diferentes indicadores, tanto objetivos como subjetivos. Los indicadores objetivos son cuantitativamente medibles como las reservas naturales, infraestructuras e instalaciones, mientras que los subjetivos son aquellos que se relacionan con la percepción del cliente como la belleza y estética de un paisaje, la valoración de sus recursos naturales y de los servicios prestados.

La competitividad es un concepto dinámico y comparativo porque su medida y cuantificación puede variar en función del período de tiempo en el que se analice y del país de referencia que se elija para ello, ya que siempre se deberá elegir, al menos, dos unidades económicas como territorio, sector, empresa o producto sobre las que se aplique dicho concepto. No obstante, dada la importancia que

tienen las ventajas comparativa y comparativa a la hora de explicar el desarrollo de los destinos turísticos se deben proporcionar de forma integrada, la base teórica sobre la que desarrollar un modelo de competitividad de los destinos turísticos (Sánchez y Fajardo, 2004). Se trata de realizar un análisis de la competitividad que deberá apoyarse en la consideración de factores macroeconómicos y microeconómicos, considerando que el conocimiento de los factores que representan una fuente potencial de ventaja competitiva, por parte de las organizaciones y empresas que gestionan el destino turístico es de vital importancia para lograr el éxito del producto turístico (Ramos, Ramos y Ramos, 2004).

Los destinos turísticos

En los destinos turísticos, las barreras de innovación son identificadas y exploradas entre la estructura de la cadena de innovacion del turismo regional mediante sus tres dimensiones importantes: organizacional, ambiental y procesos específicos de innovación (Najda-Janoszka Marta, 2013). Respecto de la gestión de destino y del conocimiento; el turismo es un fenómeno complejo que repercute en los componentes del destino ya que representa una fuente de beneficios y causa de efectos negativos por lo tanto es necesario aumentar el valor turístico de destinos mediante la gestión estratégica de los activos disponibles y creación de un "producto" que es el valor añadido para los turistas sino también para todos los grupos de interés locales. En otras palabras, un turista producto de destino, lo que a menudo se considera en una perspectiva "orientada al cliente", debe ser diseñado de un "orientado a la comunidad", por lo que la gestión de destinos es un enfoque que puede aumentar el valor de los usuarios del territorio, las organizaciones, los ciudadanos y toda la comunidad para el turismo, el uso de productos y los servicios locales. Entonces; el destino debe estudiarse como un sistema holístico que demuestre una lógica de pertenencia y funcionalidad en referencia a lo local por lo que la visión de un destino como un sistema cognitivo implica la atención se centra en la tácito y el conocimiento explícito en el territorio (Lucia Varra et al., 2012). Además de la importancia que implica la imagen de destino, respecto de lo cual se debe identificar hasta qué punto el modelo de gestión de imagen es el adecuado (Ricardo Jesús Díaz Armas et al., 2002) partiendo de que el destino turístico es el punto específico donde el consumidor (potencial turista) se debe desplazar para realizar o llevar a cabo la demanda del producto. Los recursos desarrollan la economía mientras que los residuos afectan el ambiente. Entonces; este documento es el resultado del análisis de más de ciento cincuenta artículos científicos relacionados sobre el turismo y todos sus elementos con los que se relacionan; por lo cual se colige que El destino turístico Riobamba será posible solamente cuando todos sus componentes internos y

factores externos se articulen de forma efectiva y pertinente; en función de sus propias características y particularidades; en atención a su interrelación con el entorno en todo su contexto.

Conclusiones

El turismo es la actividad de incidencia política, económica, social, cultural, tecnológica, ambiental y ética en la que el ser humano es su actor principal, en consideración con la generación de cultura que él suscita a partir de los recursos naturales que resultan ser modificados; cuya implicación mundial es de gran relevancia actualmente. El turismo es una realidad en la que los actores públicos, privados, comunitarios, académicos, sociedad civil y otros influyen en la actividad turística a partir de sus competencias y funciones que se traducen en la gestión sobre los recursos, atractivos, servicios, facilidades, productos, clusters y destinos turísticos.

A partir de estas premisas generales; se colegiría que las propuestas teóricas que se consideran como elementos de planificación y desarrollo del turismo deberían ser los más adecuados para que al ser implementados en la realidad del turismo; permitan que esta actividad funcione exitosamente; muy a pesar de la dinámica general que implica la actividad del turismo.

Sin embargo de ello; la experiencia de la praxis turística muestra otra realidad que no necesariamente se ajusta a los postulados teóricos analizados debido a que el mundo del turismo va más allá de un enunciado teórico para convertirse en una experiencia de vida única y particular que vive cada actor, ya sea como anfitrión o como turista. Ello debido a las particularidades propias del ser que conlleva el hecho de ser turista y las particularidades generadas por los factores externos de incidencia en algún momento del proceso turístico. Así pues; mientras los tratamientos de investigación turística siguen avanzando, también las expectativas, necesidades, deseos y demanda de los turistas modifican el panorama de la actividad de manera acelerada; lo cual permite finalmente concluir que la mejor manera de cumplir y evidenciar los postulados teóricos del turismo es viviendo la realidad del turismo y aportando con la experiencia que ello genera en pro de actualizar la propuesta teórica del turismo y además propender a un desarrollo más ajustado a la situación actual.

Referencias bibliográficas

- I Tomás, P. A. S. (1998). Los modelos de desarrollo turístico en el Mediterráneo. Cuadernos de turismo, (2), pp.7-24.
- Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism. *Annals of tourism research*, 24(3), pp.638-657.
- Arcese, G., Lucchetti, M. C., & Merli, R. (2012). Social LCA: a methodology for the application to the tourism sector. What is sustainable technology? The role of life cycle-based methods in addressing the challenges of sustainability assessment of technologies, pp.42.
- Nadkarni, S., & Venema, M. (2011). Tourism capacity building in developing geographies: a case for open educational resources. *Information Technology & Tourism*, 13(1), pp.27-37.
- Korstanje, M. (2007). Aportes de los viajes a las Ciencias Sociales: un relevamiento bibliográfico para un análisis teórico. *Gest. Tur.(Valdivia)*, (8),pp. 25-46.
- Morgenroth, K. (1959). La signification de la science du tourisme pour la pratique du tourisme. *Tourism Review*, 14(4), pp.162-166.
- Syrjamaa, T. (2000). Tourism as a typical cultural phenomenon of urban consumer society. Borsay, Peter/Hirschfelder, Gunther/Mohrmann, Ruth-E.(Hg.): *New Directions in Urban History. Aspects of European Art, Health, Tourism and Leisure since the Enlightenment*, Münster ua, pp.177-202.
- Ortuño Martínez, M. (1995). Turismo cultural, patrimonio y ciudad.
- Reboratti, C. (2008). Environmental Conflicts and Environmental Justice in Argentina. *Environmental justice in Latin America: problems, promise, and practice*, pp.101.
- Hernández, F. (2009). La relación Sociedad-Naturaleza y el turismo. *Reflexiones sobre el turismo de*.
- Velasco González, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. *Cuadernos de turismo*, (23), pp.237-254.
- Hernández, S. L. R. (2013). World Heritage vs. Tonameca tourism, Oaxaca, Mexico. *ROTUR: Revista de Ocio y Turismo*, (6), pp.167-181.
- Luque, E. A., Moreno, L. R. M., & Espinoza, M. G. (2013). LA PROMOCIÓN DEL TURISMO DOMÉSTICO: CASO SAN FELIPE, BC. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, pp. 119.
- Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 4(2),pp. 175-182.
- Moscardo, G. (Ed.). (2008). *Building community capacity for tourism development*. Cabi.

- Jingming, H., Huixia, L., & Qin, W. (2004). Rural tourism in China: A case study of nongjiale in the Chengdu metropolitan area. *Mountain research and development*, 24(3), pp. 260-262.
- Jansen-Verbeke, M. (1998). 25 "The synergism between shopping and tourism. *Global tourism*", pp.428.
- Razzaq, A. R. A., Mohamad, N. H., A Kader, S. S. S., Mustafad, M. Z., & Hadi, M. Y. A. (2013). Developing Human Capital for Rural Community Tourism: Using Experiential Learning Approach. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 93, pp.1835-1839.
- Gautam, P. K. Green Hospitality and Tourism Industry: Status, Trends and Future Prospects. *Tourism Dimensions*, pp.65.
- Sigala, M. (2010). Mass customisation models for travel and tourism information e-services: Interrelationships between systems design and customer value. *International Journal of Information Systems in the Service Sector (IJISSS)*, 2(2), pp.-69.
- Sinclair, M. T. (1998). Tourism and economic development: a survey. *The Journal of Development Studies*, 34(5), pp. 1-51.
- Sánchez-Ollero, J. L., García-Pozo, A., & Marchante-Mera, A. J. Una aproximación al impacto socioeconómico de la alta velocidad ferroviaria en Andalucía.
- Parkin, M., & Esquivel, G. (2006). *Microeconomía: versión para Latinoamérica*. Pearson educación.
- Melián González, S., Bulchand Gidumal, J., & González López-Valcárcel, B. (2011). La participación de los clientes en sitios web de valoración de servicios turísticos. El caso de tripadvisor. *Revista de análisis turístico*, pp. 10.
- Álvarez, L. S., Casielles, R. V., & Martín, A. M. D. (2007). La confianza y la satisfacción del cliente: variables clave en el sector turístico. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 16(3), pp.115-132.
- Bravo Cabria, S. (2004). La competitividad del sector turístico. *Boletín Económico*. Banco de España, pp. 89-106.
- Ferreras, V. H. A., & Canaria-España, G. (2010). "Factores críticos de éxito y evaluación de la competitividad de destinos turísticos". *Estudios y perspectivas en turismo*, 19(2), pp. 201-220.
- Fernández, G., & Ramos, A. G. (2004). El patrimonio industrial-minero como recurso turístico cultural: El caso de un pueblo-fábrica en Argentina. *Pasos. Rev. Tur. Patrim. Cult*, 2, pp. 101-109.
- Varra, L., Buzzigoli, C., & Loro, R. (2012). Innovation in Destination Management: social dialogue, Knowledge Management processes and Servant leadership in the Tourism Destination Observatories. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 41, pp. 375-385.
- Armas, R. J. D. (2002). Interrelación entre imagen y comunicación en destinos turísticos (Doctoral dissertation, Universidad de La Laguna).

Capitulo IV. Sostenibilidad, ordenamiento territorial y actividad turística

4.1. Turismo sustentable en zonas costeras: un análisis en bahía de banderas, México

*M.C. Bartolo Cruz-Romero,
Instituto Tecnológico de Bahía de Banderas.
Biól. Juan Daniel Lepe-Rios
Instituto Tecnológico de Bahía de Banderas
Dra. Fátima Maciel Carrillo González
Centro Universitario de la Costa. Universidad de Guadalajara
cruzromerobartolo@gmail.com*

Resumen

Se presenta una investigación documental relacionada con las actividades humanas que se desarrollan en la zona costera. Tomando como base principal el paradigma del desarrollo sustentable en la región de Bahía de Banderas, México. Al mismo tiempo, se aborda de manera general el modelo globalizado que rige actualmente el nuevo orden económico, cultural, social, político y militar a nivel mundial. Situación que agota y deteriora los recursos naturales de los que depende la vida y el bienestar de la humanidad.

Palabras claves

Turismo, desarrollo sustentable, Bahía de Banderas.

Summary

Documentary research related to human activities that occur in the coastal zone was made. On the main base the paradigm of sustainable development in the region of Bahia de Banderas, Mexico. At the same time, is generally analyzes the global model that currently governs the new economic, cultural, social, political and military worldwide. Situation deteriorating and depleting natural resources upon which the lives and welfare of humanity.

Keywords

Tourism, sustainable development, Bahía de Banderas.

Introducción

En las últimas dos décadas se ha empezado a reconocer a nivel mundial que los problemas ambientales no se pueden separar de los del bienestar humano, ni del proceso de desarrollo económico en general. Derivado de esta premisa, se asume al Desarrollo Turístico Sustentable como paradigma dentro de un contexto de análisis en la zona costera de la Bahía de Banderas. Se pretende teóricamente analizar la integración de los tres niveles de sustentabilidad: ambiental, económico y socio – cultural. De esta manera, al nivel ambiental le corresponde un equilibrio entre la naturaleza y la infraestructura turística y de servicios. El nivel económico pretende otorgar a la población de la región de Bahía de Banderas empleo directo e indirecto dentro del mismo; y por último, el socio – cultural, que procura conservar los valores sociales y culturales de la población; es decir, su identidad (César, 2005). Para retomar la Teoría del Desarrollo del Turismo, es necesario definir al Turismo como el conjunto de relaciones y fenómenos surgidos de los viajes y de las permanencias temporales de las personas que se desplazan principalmente por placer o recreación (Pearce, 1991). El desarrollo turístico, puede definirse también como la provisión o el mejoramiento de la infraestructura turística y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista; y definido de una manera general, también puede incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos (Pearce, 1991). Tomando en cuenta que uno de los objetivos fundamentales del desarrollo turístico es valorar la viabilidad y usos turísticos de un determinado lugar; se considera que el turismo no se distribuye de una forma homogénea o aleatoria sino que, por el contrario, su localización es de carácter puntual o regional y responde claramente a una serie de factores que pueden ser evaluados (Leno, 1993). Nos referimos al análisis de una serie de marcos multicriterio, basados en evaluaciones de indicadores cuantitativos, lo que permitirá integrar perspectivas de usos turísticos en los recursos naturales como los que se localizan en las zonas costeras. Por tal motivo, en esta revisión documental, se incluye el paradigma del desarrollo sustentable, que de acuerdo a la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo (1987) se define como “un desarrollo que satisface las necesidades del presente sin perjudicar la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades”. De esta manera, el paradigma del medio ambiente se aborda desde una perspectiva integral considerando que cada uno de los elementos que lo conforman va a interactuar en una mutua relación con los organismos bióticos y los factores abióticos. Se debe tener en cuenta, que existe una cadena de interrelaciones entre estos elementos, que se conserva si se mantiene el equilibrio dinámico entre la población y los recursos disponibles para sustentarla. En condiciones naturales, cuando alguna especie se ve afectada, otras intervienen con el fin de restablecer el equilibrio ecológico. Sin embargo, esto

no sucede con el medio ambiente humano dadas las modificaciones que el hombre le ha hecho al ambiente para adecuarlo a sus necesidades, generando desequilibrios en la flora y fauna al eliminar a sus depredadores o competidores inmediatos, lo que origina que algunas poblaciones de esas especies aumenten desmesuradamente; convirtiéndose en plagas, generando problemas de salud humana y afectando a los sistemas naturales del planeta; por lo que se considera urgente integrar el concepto de sustentabilidad en el proceso de diseño, adopción y difusión de los recursos naturales y en sus estrategias de manejo en las zonas costeras. Lo anterior, debido a la fragilidad de ecosistemas que se encuentran en esta región como son los manglares, lagunas costeras, arrecifes y dunas costeras que contribuyen al equilibrio ambiental, económico y socio-cultural.

Situación de algunas regiones costeras en México

En diversas ciudades costeras, puertos turísticos y comerciales de México, es notoria la convergencia de diferentes intereses que compiten mediante estrategias distintas por la apropiación de los recursos naturales para usos con frecuencia excluyentes (Jiménez *et al.* 2005). Caso *et al.* (2004) mencionan que las consecuencias de la ausencia de planeación urbana y turística, se han reflejado en la degradación de ecosistemas costeros relevantes en el Golfo de México, tales como los arrecifes coralinos frente al puerto de Veracruz y Tuxpan, los manglares en la cuenca del Papaloapan, los humedales en Tabasco, lagunas costeras y estuarios desde Tamaulipas hasta Yucatán. Meyer (1998), Valencia *et al.* (2005) registraron en la región del Caribe Mexicano los impactos ambientales provocados por el uso de suelo en los sistemas costeros principalmente de manglar; y hacen referencia a la actividad turística del siglo XX como iniciadora de los problemas ambientales en la costa de Yucatán y Quintana Roo. En el Pacífico Mexicano, Ocampo (2005); PRONATURA (2005) adjudican el deterioro ambiental de los ecosistemas costeros al cambio de uso de suelo, como consecuencia de las actividades agropecuarias, urbanas e industriales y a la falta de planeación y ordenación del territorio. Lo que ha provocado que no exista la participación de las comunidades ya que las propuestas no responden a los intereses inmediatos de la población. Por otro lado, Alfaro y Sánchez (2002) y García (2002), determinan diferentes usos relacionados con el aprovechamiento del potencial turístico del manglar: avistamiento de aves, senderismo, paseos por los canales y otras actividades relacionadas con el turismo ligado a la naturaleza. Jiménez *et al.* (2005) señalan, la constante y creciente presión antropogénica a la que están sometidas la laguna Valle de las Garzas, Juluapan y parte de la laguna de Cuytlán, en Colima, a causa de un urbanismo desmesurado y erróneamente planeado. En contraste, en el Pacífico Norte se han hecho propuestas para establecer corredores ecoturísticos como es el caso del estero El Verde en

Sinaloa, Tapia (2005) considera que esta propuesta puede contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades costeras en la región, ya que el paisaje escénico y la riqueza en flora y fauna hacen viable este recurso para ser ofertado y utilizado con fines turísticos. En Marismas Nacionales, Nayarit Valdéz (2005), establece programas de manejo forestal, en tanto Sanjurjo (2005), propone la aplicación de técnicas de valoración económica para conocer las aportaciones del ecosistema a la economía.

Desarrollo de la región de Bahía de Banderas, México

El potencial de una región es siempre en referencia a una actividad y a un tiempo determinado o a una situación dada. Por ello, no es algo determinado e inamovible, por oposición, es cambiante. Este cambio se da en un espacio, el cual es el resultado de un encuentro entre la configuración territorial, el paisaje y la sociedad, (Santos, 1996). En medio de estas categorías está la naturaleza, la cual se asocia al paisaje, pero 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. La región costera del estado de Jalisco tiene cambios profundos a partir de los 50's derivados de la denominada marcha al mar, los cuales generan una nueva geografía regional, ya que cambian la relación de los lugares entre sí. A partir de la llegada de otros grupos cambian las jerarquías; en sí, el cambio del orden social genera una nueva realidad territorial. Los nuevos sujetos que llegan a la misma traen sus prácticas sociales propias y las formas de producción a que estaban acostumbrados; cambian las relaciones en la región, aparecen nuevos mediadores, la Secretaría de Agricultura, la Secretaría de la Reforma Agraria y otros. De tal manera que una región con potencial de recursos naturales y ubicación espacial privilegiada requiere de una consideración separada del plan nacional, un plan especial para la misma. Determinadas regiones tienen gran concentración de inversión, pero exigen inversiones de apoyo de otros sectores de la economía nacional, ciudades que crecen con gran dinamismo y se transforman en centros de atracción (ILPES 1976). La región costera de Jalisco es una de las áreas del país que tiene un ordenamiento ecológico, que define la vocación de los principales ecosistemas que alberga, generando así una gama de usos del suelo que van desde la conservación a los usos urbanos o de alta densidad de construcción. El capital natural es uno de los elementos fundamentales para un ordenamiento, ya que sobre sus características se diseña una estrategia y sobre sus formas se planea un desarrollo, especialmente cuando se trata de actividades que parten de la calidad del mismo. Decir que el agua es fundamental en los ordenamientos turísticos sería un error ya que el clima, especialmente los huracanes, son uno de los costos mayores a que se deben enfrentar los desarrollos costeros, y más trágico aún, son los sismos, ya que si se dan en tierra

generan grandes impactos y en mar son una amenaza a las zonas costeras por los tsunamis. En la actualidad, el ordenamiento y manejo de los sistemas costeros representa un reto, tanto para los investigadores, como para los planificadores y en particular, para los que toman las decisiones sobre las acciones que permitan lograr un uso sostenido y armonizado de los recursos con la conservación de los ecosistemas. Históricamente la región de Bahía de Banderas ha sido desde hace más de 200 años una zona de tránsito y colindancia, entre culturas y etnias, exploraciones y conquistas. Lo que anteriormente fue la localidad de Las Peñas “hoy la ciudad de Puerto Vallarta” tiene en su etapa de colonización una historia que inicia en 1851, con unos cuantos pobladores que permanecieron aislados de los principales centros de población del Occidente de México, debido a su compleja ubicación geográfica rodeada por ríos y montañas. Esta región ha presentado características muy particulares en su desarrollo, diferentes a la media nacional e incluso a los centros integralmente planeados, la región de Bahía de Banderas figuraba como un punto de desembarco para la conquista de las Californias (Zorrilla, 2006). De ésta forma, a partir de la década de los cincuenta, se realiza un cambio en las políticas de asentamiento, con el cual se busca desplazar a los campesinos sin tierra hacia regiones deshabitadas, sin importar su productividad, condiciones sanitarias y posibilidades de desarrollo. Zorrilla (2006) describe cuatro etapas de crecimiento y evolución de la región de Bahía de Banderas desde el punto de vista histórico general:

La primera etapa está determinada por una sociedad totalmente rural, en la cual la agricultura era la principal fuente de riqueza de la región. También se explotaban el coquito de aceite y el chilte (chicle o goma de mascar) además de la pesca que alcanzaría su auge en la década siguiente (Munguía, 2002). La segunda etapa, considerada de despegue y tránsito de lo local hacia una sociedad exportadora, abarca la mitad de los años 20's hasta mediados de los 60's. El inicio se presenta en 1924 con el establecimiento de la Montgomery Fruit Company en Ixtapa, Jalisco para la explotación y exportación del plátano, en 1925 la región entró en un periodo de bonanza colocándose en el mapa de las geografías bananeras de Latinoamérica. En la tercera etapa se distingue la puesta en marcha de la ruta aérea entre Puerto Vallarta y Los Ángeles, USA y la filmación de la película La Noche de la Iguana en 1963. Es en este lapso cuando empieza a esbozarse la actividad turística como el potencial más claro de producción económica en la región. Lo que caracteriza a esta etapa es el desarrollo de infraestructura y de servicios turísticos, que aplicado a la terminología del Sistema General de Turismo de Molina (1986) se refiere a carreteras, terminales portuarias y aéreas, así como el equipamiento turístico que se desarrolla desde 1968 hasta inicios de los 90's. La gran inversión hotelera e inversiones nacionales y extranjeras se hacen presentes y se inicia un despegue turístico no imaginado. Esta fase de crecimiento

se encuentra inserta en la fase de desarrollo del destino. La cuarta fase, la de consolidación, da inicio alrededor de 1996 cuando los índices de ocupación se mantienen más estables ya como un pueblo de acogida reconocido a nivel internacional con cerca de 18,000 habitaciones hoteleras y más de 30 mil operaciones aeroportuarias al año (Zorrilla, 2006). Sin embargo el turismo no está exento de problemas y como lo menciona César (2007) el llamado turismo de masas ha demostrado tener ciertos efectos negativos en los destinos: el deterioro de los recursos naturales, contaminación o tensiones sociales e inestabilidad económica son algunos ejemplos de esos impactos, consecuencia de un crecimiento rápido y falta de planificación.

El turismo asociado a la naturaleza como base para un desarrollo sustentable

El turismo ha alcanzado una nueva generación; el auge reciente del segmento turístico asociado a la naturaleza ofrece nuevos desafíos y oportunidades para la ordenación y planificación ambiental. El sector turismo es el mayor empleador del mundo y genera directa o indirectamente más de 200 millones de puestos de trabajo, es decir, el 8.1% del empleo mundial. El valor de los viajes y del turismo supera los 4.2 billones de dólares norteamericanos al año con más del 10% del producto interno bruto mundial (WTTC, 2004). El turismo asociado a la naturaleza, del cual el ecoturismo es un segmento representa una parte considerable. Aunque no existe ninguna definición de “turismo asociado a la naturaleza” generalmente se considera que abarca las actividades que se relacionan con atractivos naturales o que dependen de ellos, tales como deportes al aire libre, caza, pesca, senderismo, entre otros. La Sociedad Internacional de Ecoturismo define al turismo asociado a la naturaleza “ecoturismo” como una manera responsable de viajar a zonas naturales, que conserva el medio ambiente y contribuye a sostener el bienestar de los lugareños. Estos productos turísticos ofrecen una nueva experiencia al viajero, al tiempo que suponen una base para un desarrollo económico sustentable respetuoso con el medio natural y la cultura local (César, 2005). Se reconoce que gran parte del turismo asociado a la naturaleza y del ecoturismo se centra en los bosques: desde el avistamiento de aves hasta los paseos por las copas de los árboles, las caminatas o la contemplación de la flora y fauna silvestres. Por ello, el crecimiento del sector implica que ejercerá una influencia cada vez mayor sobre la forma en que se utilizan los recursos en todo el mundo. Los defensores del medio ambiente y los expertos en el desarrollo están aprovechando el potencial del turismo para fomentar el desarrollo sustentable, la conservación y el desarrollo rural, especialmente en zonas donde la explotación de los recursos naturales está limitada o no es conveniente, como en los bosques tropicales de la zona costera.

Arnaiz y César (2002) consideran que el ecoturismo puede ofrecer notables beneficios ambientales, sociales, culturales y económicos a nivel local y nacional. Proporciona medios para que la gente utilice los ecosistemas naturales a fin de generar ingresos sin extraer recursos y evitar la degradación del medio ambiente, además de que ofrece un fuerte incentivo para proteger los recursos. Por tal motivo el proceso de planeación estratégica en Bahía de Banderas debe tener como objetivo principal armonizar los distintos intereses que existen en la región a través de mecanismos participativos y adaptativos, además debe ser la base de un proceso de reingeniería para enfrentar con mejores posibilidades los retos que plantea el turismo mundial en estas primeras décadas del siglo (César, 2002). Para el caso del manejo y la conservación de los ecosistemas de la zona costera; la valoración de sus recursos y la planeación ambiental cobra especial importancia debido a que en ellos ocurre una amplia diversidad de actividades humanas (turismo, pesca, acuicultura, agricultura, ganadería) y presentan procesos ecológicos dinámicos y muy complejos en cuanto a sus atributos o variables. Así mismo, ecosistemas como arrecifes y manglares, prestan bienes y servicios ambientales de importancia social y económica ya que funcionan como zonas de retención de agua, lo que previene inundaciones, o bien son hábitat de innumerables especies de importancia ecológica y económica. Lo anterior ocasiona que los impactos ambientales de las actividades humanas sobre los ecosistemas costeros sean difíciles de predecir, por lo que su manejo y conservación requiere de una planeación cuidadosa y de un monitoreo efectivo (Bojórquez *et al.* 2002). En la actualidad, la zona costera está siendo objeto de usos incompatibles con la conservación de esta región. La construcción de carreteras, caminos y otras vialidades, así como la ampliación de puertos, de infraestructura turística, de las zonas urbanas, las prácticas agrícolas y pecuarias, la construcción de instalaciones acuícolas y otros aprovechamientos; presentan un diseño y ejecución deficiente y cuestionable respecto a su coexistencia armónica y al aprovechamiento sustentable de los diferentes recursos naturales principalmente de los humedales, entre ellos los manglares. Queda claro que la actividad urbana y turística no planeada propicia impactos ambientales negativos; como la pérdida invaluable del valor paisajístico de sus ecosistemas.

Actividad turística en la región de Bahía de Banderas

La región de Bahía de Banderas, se identifica como un destino turístico que ha experimentado una evolución a través de su historia; donde se observan periodos de rápido crecimiento; y otros en los que el ritmo de crecimiento ha disminuido. Éstos cambios son en la mayoría de los casos producto de la economía de los mercados emisores, tanto del turismo nacional como en el internacional (Calderón, 2008). La competitividad del destino se centra en sus atributos naturales y Puerto

Vallarta, la ciudad más importante de la región de la Bahía de Banderas, se distingue por ser el principal atractivo turístico del Pacífico Mexicano en el turismo de cruceros; y se destaca por excelencia para los pasajeros que viajan en las diferentes líneas navieras que visitan el sitio (Tiznado, 2007) además, se establece como uno de los principales destinos turísticos de sol y playa del país. La capacidad de hospedaje en Puerto Vallarta y la oferta hotelera han aumentado de manera considerable. En 1976 se contaba con 2,974 unidades hoteleras y para el 2010 se contabilizaban 21,206 (SETUJAL, 2010). La afluencia turística en lo que respecta al año 1997 se registró en 747,212 visitantes; manteniéndose estable hasta el 2002 y repuntando fuertemente hasta el 2007 con una cifra correspondiente a 1,049,581; lo que demuestra que en un periodo de diez años la afluencia turística se incrementó a 30,236.40 pasajeros anuales, demostrando que Puerto Vallarta ha logrado posicionarse como uno de los sitios con una afluencia turística considerable dentro de los destinos de sol y playa en México (Calderón, 2008). El municipio de Bahía de Banderas, Nayarit, ha orientado el desarrollo turístico hacia el sur del estado debido a la posición estratégica y a su cercanía con la ciudad de Puerto Vallarta, Jalisco. La actividad turística del municipio de Bahía de Banderas, inicia en 1970 con la creación del fideicomiso de Bahía de Banderas, cuyo objetivo es impulsar el desarrollo turístico de la región sur del estado, culminando con la creación del municipio número 20 del estado de Nayarit (Calderón, 2008).

Este municipio cuenta con un substancial patrimonio turístico natural y cultural, que se refleja en su importante infraestructura turística, destacando el complejo turístico residencial denominado Nuevo Vallarta, Nayarit, como la punta de lanza de esta actividad que se extiende por toda la línea costera de la Bahía de Banderas. El destino recibe más de 600,000 visitantes al año, de los cuales 400,000 son extranjeros, con una estancia promedio de siete días, mientras que los nacionales permanecen un promedio de cinco días (SETUJAL, 2010). De acuerdo con el INEGI (2010), el municipio representó el 42% de la oferta hotelera del estado y el 91% de cuartos de hoteles de cinco estrellas, concentrando el 75% de los hoteles de esta categoría en todo el estado. La oferta turística se compone de una serie de establecimientos de hospedaje y servicios turísticos, entre los que destacan hoteles, tiempo compartido y tiempo completo, además de campos de golf, marinas, centros comerciales, etc., los cuales brindan una serie de ventajas competitivas en la región, mismas que se reflejan en el promedio de ocupación hotelera anual del 80% (INEGI, 2010). Así mismo, los establecimientos de preparación y servicio de alimentos y bebidas se han incrementado a la par del turismo. Gracias a la infraestructura y servicios turísticos de la Bahía de Banderas, el turismo se ha convertido en la actividad económica más importante de la región y ha desplazado actividades primarias como la agricultura y ganadería, sin dar

tiempo al sector secundario de ocupar un lugar importante en la economía del área (Bravo, 2006). Sin embargo, los beneficios del desarrollo no se han esparcido de manera equitativa entre la población, ya que la zona de costa ha sido la más beneficiada ante el desarrollo del modelo de turismo tradicional de sol y playa. Es en esta zona, donde se cuenta con la mayor dotación de infraestructura y de servicios, mientras que las localidades del interior de la región con vocación eminentemente agrícola presentan mayores deficiencias respecto a servicios básicos (Bravo, 2006). Esta problemática económico – social, se considera que se presenta en la región debido a que no se ha tomado en cuenta el paradigma del desarrollo sustentable, la diversificación del turismo y otras actividades económicas. La diversificación económica de la región, puede constituirse como una herramienta importante en la protección de los recursos naturales, tomando como base el desarrollo turístico sustentable, ya que la creación de actividades de turismo ligado a la naturaleza y de bajo impacto, ayudaría a minimizar la presión que ejerce sobre ellos el modelo de turismo masivo por su constante expansión, así como también, por la presión inmobiliaria a la que están expuestos. Si bien, el turismo representa una fuente importante de ingresos, también genera fuertes impactos negativos, por lo que es necesario apoyar el desarrollo del turismo alternativo o ligado a la naturaleza, con el fin de crear nuevos modelos que contribuyan a la diversificación económica y conservación de los recursos naturales y culturales de la región costera de Bahía de Banderas.

Turismo Sustentable en Bahía de Banderas

En la región de Bahía de Banderas, el paisaje, las condiciones ambientales y sociales han sido el insumo sustantivo para el éxito de su principal actividad económica: el turismo. Sector que ha acelerado el crecimiento de la población en la región; y ha intensificado la presión sobre los ecosistemas costeros a medida que crece la demanda de uso de suelo para el desarrollo de infraestructura urbana y turística principalmente. La expansión de esta región se hace de manera irracional, reduciendo estos frágiles ecosistemas sin considerar su valor ecológico y económico. No existe una planeación adecuada ni un aprovechamiento sustentable para llevar a cabo actividades de conservación y de desarrollo en la región de Bahía de Banderas. Por tal motivo surge la necesidad de realizar este tipo de análisis documental en el que se integre información básica tendiente a aplicarse en una valoración de los recursos naturales y planificar adecuadamente la zona costera. De esta manera, se considera que la planificación puede abrir nuevas oportunidades de empleo como el ecoturismo, pesca y apicultura, entre otros. Contribuyendo así, a integrar el desarrollo sustentable, con la finalidad de mejorar las condiciones socioeconómicas de las comunidades de Bahía de Banderas aledañas a la costa.

Conclusiones

Uno de los mayores retos que enfrenta la discusión sobre desarrollo sustentable y particularmente la que se refiere a los recursos naturales, es diseñar marcos operativos que permitan evaluar de manera tangible la sustentabilidad de diferentes proyectos y tecnologías en la zona costera. Dentro del contexto ecológico es especialmente urgente integrar el concepto de sustentabilidad en el proceso de diseño, adopción y difusión de los recursos naturales y en sus estrategias de manejo. En casi todo el mundo hay una tendencia de migración de la población rural a las ciudades; y en muchos países los centros urbanos de mayor crecimiento están en la costa. En México, sólo tres capitales caben en ese modelo: Campeche, La Paz y Chetumal. Sin embargo, existen asentamientos costeros que han crecido y siguen creciendo de manera vertiginosa debido a los desarrollos turísticos. En su momento lo fue Acapulco y actualmente encontramos que Cancún, Playa del Carmen, Huatulco, Ixtapa, Los Cabos y Puerto Vallarta, entre otros, siguen teniendo índices de crecimiento mucho mayores que la media nacional. Es común que éste tipo de asentamientos urbanos no tomen en cuenta las características ambientales del lugar. Se construye sobre las dunas costeras, se rellenan y desecan manglares y humedales y se transforma el entorno hasta dar una imagen semejante a la de otros centros turísticos. La vegetación de la zona costera representada principalmente por manglares, se ha considerado tradicionalmente como un sitio marginado y de escaso interés social y económico. Este desinterés ha ocasionado la destrucción de manglares para construir grandes desarrollos turísticos o ampliar instalaciones portuarias y urbanas lo que en apariencia, es un buen negocio; se crea infraestructura, empleos y se atraen capitales considerables. La cuestión está en que la conservación de los ecosistemas costeros, son también un buen negocio, cuyas ventajas se perpetúan a largo plazo y en el que no son unos pocos los beneficiados, sino que se deriva el beneficio en miles de empleos indirectos derivados de las funciones ecológicas de los ecosistemas. Debido a la diversidad de usos y a la presión de las actividades humanas que soporta actualmente la zona costera, es imprescindible valorar y orientar las actividades antropogénicas en la costa y sus alrededores. Como ejemplo particular de sistemas costeros en Bahía de Banderas se tienen a los manglares que son altamente dependientes de procesos que ocurren fuera de las fronteras del propio ecosistema. Modificaciones en las descargas de los ríos que irrigan estos bosques, alteraciones en la calidad de estas descargas o cambios en el régimen energético del estuario asociado, pueden afectar al ecosistema de manglar. Sin embargo, con el incremento de la actividad turística en la región, las zonas de manglar, representan uno de los sitios de gran interés para grupos dedicados al turismo de naturaleza, esto debido a las características tan singulares de la flora y fauna de los manglares, las que poseen valor científico,

educativo, estético y principalmente la atracción de los turistas hacia la observación de las aves. Los manglares y otros ecosistemas costeros, manejados con fines recreativos, pueden satisfacer tanto las necesidades de los residentes como las de los turistas. La existencia de recursos naturales de belleza escénica que permitan observar una gran variedad de especies silvestres y la proximidad a áreas urbanas que provean servicios básicos para el turismo y la educación ambiental son requisitos básicos para integrar estos ecosistemas al desarrollo económico de la región de Bahía de Banderas. Además, el turismo sustentable es capaz de producir grandes beneficios, generando empleo para los pobladores y la creación de pequeños establecimientos que surgen como necesidad de la actividad; como son restaurantes, infraestructura de servicios y hoteles, contribuyendo con ello a la calidad de vida.

Referencias Bibliográficas

- Alfaro, M. y G. Sánchez. (2002). "Chacahua reflejos de un parque". CONANP, pp. 9-13.
- Bojórquez-Tapia, L.A. y S. Díaz-Mondragón. (2002). "Herramientas para el manejo y la conservación de humedales: Percepción remota, sistemas de información geográfica y técnicas multicriterio/multiobjetivo". En: Abarca y Herzig (Editores). 2002. Manual para el manejo y la conservación de los humedales en México. Tercera Edición.
- Bravo-García, C. (2006). "Turismo rural en el municipio de Bahía de Banderas, Nayarit: una propuesta de desarrollo". Tesis de maestría. Centro Universitario de la Costa. Universidad de Guadalajara.
- Calderon-Prado, M. (2008). "Evolución de la industria hotelera y su impacto económico en el desarrollo de Puerto Vallarta" en la década de 1997 – 2007. Tesis de maestría. Centro Universitario de la Costa. UDG.
- César-Arnaiz, F. (2005). "Ciudades Turísticas: Desarrollo e Imaginarios Careyes y Nuevo Vallarta". Tesis de Maestría. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de la Costa.
- César A. y S. Arnaiz. (2002). "Globalización, turismo y sustentabilidad". Ed. Universidad de Guadalajara. México.
- César-Dachary, A. y S. Arnaiz-Burne. (2002). "Globalización, Turismo y Sustentabilidad". Universidad de Guadalajara. México, 2002.
- García-Hernández, R. (2002). "Los manglares: perspectivas para su manejo". En: Chacahua reflejos de un parque. CONANP, pp. 9-13.
- INEGI. (2010). Censo de Población y Vivienda. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. <http://www.censo2010.org.mx/>
- Jiménez-Ramón, G.A. y R.J., Jiménez-Machuca. (2005). "Análisis estructural de los manglares del municipio de Manzanillo, Colima, bajo tensores de

- urbanización". En: II Taller Nacional sobre la problemática de los ecosistemas de manglar. Puerto Vallarta, Jalisco. Octubre 2005.
- Leno–Cerro, F. (1993). "Técnicas de evaluación del potencial turístico". Serie Libros sobre Turismo. No. 2. Madrid, España, pp. 261.
- Meyer, K. (1998). "Impacto ambiental provocado por el cambio de uso de suelo en la zona de Progreso", Yucatán. Estudio de caso.
- Munguía-Fregoso, C. (2002). "Panorama histórico de Puerto Vallarta". Voz de la tierra. Secretaría de Cultura de Jalisco. Guadalajara, Jalisco, México.
- Muñoz, F. (2004) "*El turismo como objeto de conocimiento*" en Contribuciones a la Economía, noviembre 2004. Texto completo en <http://www.eumed.net/ce/>
- Ocampo-Cázares, M. (2005). La participación comunitaria en la conservación de los manglares en Chiapas a través de mecanismos de conservación de tierras privadas y sociales. En: II Taller Nacional sobre la problemática de los ecosistemas de manglar. Puerto Vallarta, Jalisco. Octubre 2005.
- Pearce, D. (1991). "Desarrollo Turístico: su planificación y ubicación geográfica". Edit. Trillas. México, D.F, pp. 168 .
- PRONATURA, Chiapas, A.C. (2005). "Identificación de amenazas para la conservación de los manglares a través de mecanismos de participación civil y comunitaria e institucional en la costa de Chiapas". En: II Taller Nacional sobre la problemática de los ecosistemas de manglar. Puerto Vallarta, Jalisco. Octubre 2005.
- Sanjurjo-Rivera, E. (2005). "Valoración de los servicios ambientales de los ecosistemas costeros: recreación y pesca en los manglares de Nayarit". En: II Taller Nacional sobre la problemática de los ecosistemas de manglar. Puerto Vallarta, Jalisco. Octubre 2005.
- Santos, M. (1996). "Metamorfosis del espacio habitado". Oikos - Tau. Barcelona.
- SETUJAL. (2010). Anuario 2010. "Afluencia turística mensual del estado de Jalisco". Secretaria de Turismo del Estado de Jalisco. Secretaria de Turismo en Jalisco. Información inédita proporcionada directamente por la SETUJAL.
- Tiznado–Rodríguez, M.E. (2007). "Propuesta de un modelo de desarrollo sustentable y turismo de cruceros en Puerto Vallarta, Jalisco". Tesis de maestría. Centro Universitario de la Costa. UDG.
- Valdéz-Hernández, J.I. (2005). "El ejido en Marismas Nacionales: Unidad básica para el manejo sustentable y conservación de la biodiversidad". En: II Taller Nacional sobre la problemática de los ecosistemas de manglar. Puerto Vallarta, Jalisco. Octubre 2005.
- Valencia-Barreto, F. y C.M. Agraz-Hernández. (2005). "Evaluación del impacto ambiental en el humedal de la laguna de Nichupté-Bojórquez, Cancún, Quintana Roo". En: II Taller Nacional sobre la problemática de los ecosistemas de manglar. Puerto Vallarta, Jalisco. Octubre 2005.

Zorrilla–Alcalá, M.J. (2006). “Relación de la hotelería en el ciclo de vida de un destino turístico. Aproximaciones al caso de Vallarta”. Tesis de maestría. Centro Universitario de la Costa. Universidad de Guadalajara.

4.2. La gestión del turismo en zonas rurales: ordenamiento territorial comunitario y reconversión productiva en la sierra de la gigante, baja california sur (México)

Lic. Ernesto Vázquez Morquecho
Universidad Autónoma de Baja California Sur, México
evmroque@gmail.com
Lic. Alba E. Gámez
Universidad Autónoma de Baja California Sur, México
agamez@uabcs.mx

Resumen

Pese a que suele asociarse turismo rural con desarrollo, han surgido cuestionamientos respecto a que esa sea directa y a las motivaciones y resultados de la intervención que generalmente hacen agentes externos para fomentar el turismo en las comunidades rurales. Este texto ofrece un análisis de la experiencia de acción comunitaria en torno al turismo rural en Las Ánimas, zona serrana de Baja California Sur, en el noroeste mexicano, a partir de un estudio de las percepciones y expectativas de sus pobladores respecto al turismo rural. El marco de referencia es la evaluación de prácticas comunales para el aprovechamiento productivo en un contexto de conservación de los recursos comunes. Es éste uno de los pocos casos de éxito de iniciativas de organización rural para el fomento turístico en el estado, pero queda aún por determinar su consolidación y viabilidad en el largo plazo.

Palabras claves

Turismo rural, Acción Comunitaria, Desarrollo local, Gobierno de los Comunes, Baja California Sur (México)

Summary

Although rural tourism is usually associated with development, questions have arisen regarding its correlation and the motivations and outcomes of the intervention that generally external agents promote to boost tourism in rural communities. This text provides an analysis of the experience of community action on rural tourism in Las Animas mountain area of Baja California Sur in northwestern Mexico, from a study of the perceptions and expectations of its residents about rural tourism. The framework is the evaluation of community practices for productive use in a context of common resources conservation. This is one of the few success stories of rural initiatives for tourism promotion in the state, but it remains to be consolidated and become long-term viable.

Keywords

Rural Tourism, Community Action, Local Development, Governance of the Commons, Baja California Sur (Mexico).

Introducción

La posibilidad de establecer mecanismos de participación comunitaria mediante la creación de instituciones que permitan y regulen el uso y aprovechamiento de los recursos colectivos ha sido destacada en la literatura sobre el desarrollo comunitario (Ostrom, 1990; Schlager y Ostrom, 1987). Detrás de ello subyace la idea de que las comunidades son capaces de organizarse y de crear instituciones, de manera que la acción colectiva efectivamente puede realizarse y generar bienestar para sus miembros. Ante el reto que implica hacer efectivas la organización y la acción comunitarias, se torna necesario comprender las percepciones y fomentar la capacidad de crear esas instituciones en regiones rurales.

El crecimiento de las actividades turísticas en comunidades rurales ha sido adelantado como una oportunidad de bienestar y fortalecimiento de las opciones de empleo y arraigo en el contexto de un proceso de empobrecimiento y emigración crecientes en esas zonas. Sin embargo, para que esto ocurra, un rasgo central es el manejo responsable y cuidadoso de los recursos naturales y sociales empleados, ya que de esto dependerá el mantenimiento y supervivencia de la actividad turística y, en general, el bienestar de la comunidad. Otro elemento relevante es que los pobladores locales disfruten de los beneficios del turismo rural. En este contexto, la acción comunitaria se torna necesaria para promover y desarrollar proyectos turísticos como complemento de sus actividades económicas tradicionales, evitar la degradación de los recursos naturales y propiciar el empoderamiento local (Vera *et al.*, 1997).

Sin embargo, la ausencia de participación comunitaria suele ser un elemento que en la ejecución de proyectos que permitan el aprovechamiento y beneficio del uso de los recursos de manera colectiva, entre ellos, del turismo. Esa ausencia ha sido asociada a una crítica al modelo mismo de fomento al turismo en tanto mecanismo de penetración del capital en las zonas y rurales, y a fallas en los procesos de intervención en las comunidades para fomentar los propios proyectos turísticos (Pérez Ramírez *et al.*, 2011).

Haciendo referencia a los elementos de desarrollo comunitario, en este trabajo se muestra que una estrategia de ordenamiento territorial comunitario y de gobierno de los bienes comunes puede acoger e implementar el turismo rural para dinamizar la economía local, mejorar los niveles de empleo, y elevar los ingresos de los pobladores rurales de las sierras sudcalifornianas, como lo propone Andrés (2000). De igual forma, si se promueve como un elemento complementario a las actividades tradicionales, las iniciativas de turismo rural pueden contribuir a mejorar y ampliar la cobertura y calidad de los servicios básicos y de equipamiento

de los habitantes rurales. El caso que se toma como eje de estudio es la comunidad de Las Ánimas, en la sierra de la Giganta, en la zona central de Baja California Sur, en el noroeste de México.

Si bien en el caso de Las Ánimas parece ser válido que el turismo rural puede ser una actividad que fomente el desarrollo comunitario, el proceso para lograrlo fue complicado y largo. Un elemento notable es que los potenciales beneficios del turismo rural sirvieron de detonante de la acción comunitaria; pero, una vez establecida ésta, el turismo ha dejado de ser el motor de la acción, lo que va en sintonía con lo que algunos autores como Toledo (1996) han planteado. Iniciada como un ejercicio para contribuir a la conservación ambiental de una zona valiosa y frágil, Las Ánimas se ha convertido en uno de los escasos casos exitosos de organización comunitaria y de conservación, dando lugar a la idea de que el desarrollo sustentable puede ser posible en esa zona serrana y, por tanto, extrapolable a otras de las muchas regiones similares que existen en el estado.

El concepto de desarrollo sustentable aún genera polémica a medio siglo de su surgimiento como respuesta a una problemática ambiental global del deterioro del ambiente y el aumento de la contaminación generada por la producción de bienes de consumo. Si bien la noción de sustentabilidad no es el eje de este texto, su inclusión en las estrategias de crecimiento económico a largo plazo hace necesario considerarlo al hacer referencia a los procesos de desarrollo comunitario. Actualmente, nos encontramos ante una situación compleja en la que las maneras de comprender el modo de vida –de acuerdo a estándares occidentales– se sostiene pero con un costo muy alto, que no se distribuye equitativamente entre sectores sociales y regiones; además, los desequilibrios ambientales asociados a la manera de producir, comerciar y consumir se convierten en problemas sociales como muestran estudios relacionados con el cambio climático (OMS, 2013). Ante ello, se han planteado nuevas visiones de organización económica y social, e incluso, un desarrollo con crecimiento económico cero y la conservación de la naturaleza para el presente y el futuro.

En la consolidación de una definición de desarrollo, no como crecimiento económico sino como un estado en el que el ser humano alcance bienestar, un crecimiento integral, y felicidad incide que la gestión y acceso al patrimonio natural se realice de forma equitativa y justa. A ese conjunto de elementos se le ha llamado desarrollo humano que puede medirse a través del Índice de Desarrollo Humano (López-Calva y Vélez, 2003). Con los conceptos de desarrollo, de sustentabilidad y la postulación de la teoría del gobierno de los comunes se hace evidente la complejidad de ideas que subyacen en el proceso de crecimiento de una comunidad, así como de la necesidad de su comprensión al momento de

realizar la planeación de proyectos para promover la acción comunitaria dirigida a la conservación de la naturaleza y al mismo tiempo generar bienestar para sus integrantes.

Para comprender cuándo el turismo como actividad complementaria puede ser implementado por una comunidad y convertirse en una actividad productiva que favorezca su desarrollo es necesario inscribirla dentro de la perspectiva de los fundamentos del desarrollo humano a nivel territorial. Una vía para lograrlo puede ser emplear metodologías como el ordenamiento territorial comunitario para conformar instituciones de gobierno de los recursos comunes.

Turismo rural, desarrollo sustentable y casos exitosos en México

El turismo rural en términos de política pública se impulsa en México a nivel federal a través del Programa de Ecoturismo y Turismo Rural (PETR), a cargo de la Dirección de Turismo Alternativo de la Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos de la Secretaría de Turismo desde 2010. El objetivo de ese Programa es consolidar los principales destinos de Turismo de Naturaleza en el país mediante la elaboración de un Modelo de Producto de Turismo de Naturaleza, la elevación de la calidad de los servicios y la profesionalización de los prestadores de servicios turísticos (Mir *et al.*, 2011). Es de notar que aunque el PETR señala las oportunidades de mayor ingreso para los habitantes de las zonas rurales, su eje es el aumento de la competitividad turística. En Baja California Sur se ha promovido su disseminación en las zonas rurales, especialmente en el caso de los centros de población establecidos en los oasis más grandes de la entidad (DCS, 2011; Gobierno del Estado de Baja California Sur, 2012).

En México, el turismo rural y otras actividades turísticas alternativas comenzaron a fomentarse entre las comunidades rurales por dos razones. Por una parte, el gobierno federal vio en el turismo una alternativa económica, y brindó recursos para infraestructura y equipamiento a través del Fondo Nacional de Apoyo a Empresas Sociales (FONAES).¹² Por otra parte, ante la transformación de sus tierras como áreas naturales protegidas, algunas comunidades adoptaron el turismo como actividad complementaria ante la perspectiva de mejorar su calidad de vida.

México se ha logrado colocar entre los países con mayor recepción de visitantes, tanto por la derrama económica que realizan éstos como por la generación de empleos. En la administración federal pasada, el país ocupó el lugar número 10 en el *ranking* mundial en términos de la recepción de turistas al recibir 22.4 millones

¹² El FONAES fue pionero del turismo rural en México y durante los años 1990 apoyó en forma directa a once estados de la república, la mayoría de ellos con altos índices de población indígena y pobreza rural (De la Torre, 1999).

de personas, y generó alrededor de 9% del PIB (SECTUR, 2012). Sin embargo, en el año 2014, el país había caído al lugar 14 en una tendencia que también tocó su posición en las listas internacionales de captación de divisas y que ha sido explicado, entre otros factores por el agotamiento del modelo de sol-playa alrededor del que se basa principalmente su oferta turística internacional (Valadez, 2014). El turismo rural recibe promoción en dos vertientes. La primera es a través de la inversión del gobierno federal en programas de desarrollo turístico de carácter general, que lo involucran de manera marginal (Ibídem). En la segunda vertiente se encuentra el turismo rural como eje, buscando la incorporación de campesinos o comunidades rurales con recursos económicos limitados, pero asentados en territorios con alto potencial turístico, que en muchos casos tocan ejidos y comunidades rurales del país.

En ese último sentido intervienen otras agencias gubernamentales, como la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, que destinó 167 millones de pesos a través del Programa de Conservación para el Desarrollo Sostenible (PROCOCODES), desde la construcción de infraestructura, estudios técnicos, proyectos de conservación, necesidades de capacitación, hasta el apoyo para la certificación de los centros turísticos dentro de áreas naturales protegidas y su área de influencia (CONANP, 2012). Con todo, el turismo rural en México es incipiente, por consiguiente marginal, y recibe pocos apoyos económicos en comparación con el turismo que se fomenta en los Centros Integralmente Planeados (CIP) como Los Cabos, y Cancún.

México cuenta con 174 áreas naturales protegidas de carácter federal en donde es factible desarrollar el ecoturismo, turismo de aventura, etnoturismo, turismo rural, cinegético, náutico y deportivo, apegados a programas de manejo y conservación (SECTUR, 2001). Es notable entonces la importancia de la organización de las comunidades rurales no sólo para planear posibles empresas turísticas en sus territorios, sino para generar un empoderamiento que permita alcanzar un desarrollo, desde el punto de vista del florecimiento de los integrantes de la comunidad, esto a través de la creación de instituciones locales y lazos sociales al interior del grupo, que permearán en la generación de beneficios tanto sociales como ambientales. Para documentar algunos ejercicios de acción comunitaria que han generado desarrollo en las sociedades rurales, se describen a continuación dos casos que son relevantes por sus logros y por el tiempo durante el cual han demostrado la viabilidad de los procesos de gestión comunitaria de los bienes comunes, algunos de ellos liderados o apoyados por organizaciones de la sociedad civil. Se seleccionaron estos casos, también porque han implementado el turismo rural como una actividad alternativa a los medios de producción tradicionales.

La Red de Ecoturismo Comunitario de Michoacán (ECOMICH) está integrada por ejidos y comunidades forestales de diferentes regiones del estado de Michoacán que están desarrollando actividades de ecoturismo o de turismo alternativo; algunas efectúan sus actividades directamente en las áreas naturales protegidas. Los proyectos turísticos que conforman la Red se encuentran en diferentes etapas de consolidación y todos están siendo administrados por empresas comunitarias. Actualmente, son diez los núcleos agrarios miembros de la red que realizan operaciones turísticas de manera responsable, planificada y que fomentan la participación de los ejidatarios y comuneros.

Para el caso de la acción comunitaria, logros como los de EcoMich son los que se esperaría encontrar en otras experiencias: los dueños de los recursos, en este caso cada ejido participante, son los responsables de la operación y promoción de los proyectos; ellos se han apropiado de sus territorios. Lograron el establecimiento de una institución comunitaria que depende de una asamblea general como máxima autoridad del núcleo agrario; ellos manejan, de forma transparente, los recursos y rinden sus cuentas a la asamblea general; fortalecimiento del capital social y de la capacidad de gestión de los integrantes de la Red.

Por su parte, en Oaxaca, donde la estructura social en forma de comunidades data de la época precolombina, en la actualidad la mayoría de estos núcleos fueron ratificados por la Reforma Agraria en la década de los 1970. Cabe mencionar que Oaxaca alberga la cuarta parte de los municipios del país y que en muchos casos, la delimitación municipal coincide con los núcleos agrarios comunitarios; es esta estructura municipal la que permea la promoción de estrategias de desarrollo. Es de alguna forma singular y muy importante para la conformación de la organización comunitaria que al interior de la mayoría de las comunidades de Oaxaca (y por ende de los municipios) la autoridades pasen por el sistema de cargos que recorren de forma ascendente los propios ciudadanos de cada comunidad (Bailón, 1999).

Los denominados Pueblos Mancomunados pertenecen al Distrito de Ixtlán, que está integrado por tres municipios: San Miguel Amatlán, Santa Catarina Lachatao y Santa María Yavesía, y junto a las agencias municipales de Latuvi, Benito Juárez, Cuajimoloyas y las agencias de policía de La Nevería y Llano Grande conforman ocho comunidades. La denominación de mancomunados proviene de una estrategia histórica de apropiación y defensa del territorio y un “Pacto de Mancomún” frente a agresiones sufridas durante la Revolución. El esquema de mancomunidad se formalizó por el Registro Agrario Nacional de la Reforma Agraria, con una extensión territorial de alrededor de 30,000 hectáreas de terrenos

comunales, las cuales están respaldadas por la resolución presidencial de fecha el 19 de septiembre de 1961 (Gasca *et al.*, 2010). Aunque el mancomún se finca sobre intereses colectivos, las ocho poblaciones tienen grados diferentes de participación en las empresas comunitarias en función de su potencial y de intereses particulares por parte de productores. Si bien en las comunidades el proyecto de ecoturismo es de los más dinámicos, las tres cabeceras municipales participan del mismo.

Pueblos Mancomunados tiene reglas explícitas que regulan la manera de organización política de la comunidad, el papel de las empresas y las formas de acceso a los recursos comunitarios; a los derechos y las obligaciones y sanciones a las que pueden estar sujetos sus miembros. Las reglas descansan en las siguientes premisas: el territorio comunal es la base principal sobre la cual se desarrolla toda la cultura comunitaria; la tierra y los recursos naturales son propiedad comunal y todos tienen derecho de aprovecharlos pero también la obligación de proteger para conservar en forma común; operan sistemas de cargos, siendo derecho y obligación de todos los miembros de la comunidad participar en la organización política y social para decidir y contribuir en el destino de la misma; la asamblea de ciudadanos es la organización civil de primera importancia en el pueblo, a la que pertenecen los hombres de los 16 a los 60 años de edad (en algunas comunidades, las mujeres también forman parte de esta organización); y el tequio, es el trabajo comunal obligatorio y gratuito en obras de beneficio comunitario.

Estas reglas se expresan en los estatutos comunales en los acuerdos que dan forma y rigen la institución comunitaria y se reflejan en la organización y operación de sus empresas comunitarias. En segundo lugar está la denominada asamblea de caracterizados, que corresponde a una instancia para tomar decisiones expeditas. En la estructura de instancias comunitarias de *Pueblos Mancomunados* hay un órgano de vigilancia que asegura la transparencia en el uso de los recursos financieros, el cumplimiento de los acuerdos de asamblea y las actuaciones del Consejo de Bienes Comunitarios.

El caso *Pueblos Mancomunados* de Oaxaca cobra importancia para el caso de Las Ánimas, examinado aquí, toda vez que en 2012 se invitó a los representantes de *Pueblos* a compartir su experiencia con la Comunidad Organizada Las Ánimas, en Baja California Sur. A lo largo de la descripción de su estructura y objetivos se hace evidente que cumple con los siete principios que propuso Ostrom (1999) para la instauración de una organización comunitaria de gestión de los bienes comunes.

Tanto en el caso de Michoacán como de Oaxaca se evidencia que la planeación se vuelve fundamental para conseguir que los objetivos planteados por las comunidades al momento de iniciar sus procesos de organización mantengan en la mira en todo momento el desarrollo, como mencionan Pérez-Ramírez *et al.* (2011). Ello, toda vez que la implementación del turismo rural puede ser un arma de dos filos: o favorecer el desarrollo comunitario y fortalece a la comunidad que lo implementa o, por el contrario, genera implicaciones negativas para las comunidades y sus territorios. Olmos señala otra amenaza para el desarrollo comunitario: la dependencia de las comunidades en actores externos, como los organismos de gobierno u organizaciones civiles, que utilizan su intervención como herramienta en sus sistemas de política electoral o para conseguir fondos de fundaciones. El compromiso de las comunidades y los actores externos en la forma de coinversiones se ha propuesto como una manera de romper con las históricas tendencias de paternalismo y asistencialismo.¹³

Acción comunitaria como mecanismo de desarrollo en zonas rurales en Baja California Sur

Como se observa en los apartados previos, el desarrollo comunitario depende en gran medida del grado en que la acción emprendida por las comunidades rurales logre conseguir que el resultado de la apropiación de los bienes comunes resulte en beneficios sociales, económicos y ambientales para sus miembros; es decir que el aprovechamiento de sus recursos redunde en beneficios a largo plazo. En los casos de Michoacán y Oaxaca es claro que, aunque difícil y largo, el proceso de la creación de las instituciones de gestión de los bienes comunes funciona y es reconocido por las autoridades gubernamentales municipales, del estado y de la federación.

Como apuntan Gasca *et al.* (2010), el funcionamiento de las organizaciones comunitarias, sus proyectos productivos, los procesos de organización y gestión de las empresas, sin duda son muy relevantes para identificar cómo las comunidades y los municipios pueden ampliar las posibilidades para articular y consolidar estrategias de desarrollo regional sustentable. Muchos de los casos de turismo rural/comunitario en México no cuentan con una auténtica organización comunitaria (Dachari, 2005; Pérez *et al.*, 2011) o no son generados por un consenso en el grupo que implementa la empresa turística en el territorio, o los proyectos son implementados por personas o grupos ajenos a la comunidad, que es relegada al rol de proveedora de empleados. Es necesario recordar que las

¹³ Entrevista con Francisco Olmos, coordinador del Programa de Tierras de la Sociedad de Historia Natural Niparaja, A.C., La Paz, B.C.S., México, noviembre de 2013.

iniciativas de turismo rural deben concebirse como una actividad a pequeña o mediana escala que involucre amplios sectores de la población local.

Las Ánimas una comunidad organizada de la Sierra La Giganta

Las Ánimas es un predio con una superficie de 6,328 hectáreas que se localiza al norte del municipio de La Paz (capital del estado de Baja California Sur) y colinda al Este con el ejido Tepentú y al Oeste con el Ejido Ley Federal de Aguas No. 2 (ver Fig. 1). Para llegar a esta comunidad se debe circular por 70 km de terracería saliendo del Km 128 de la Carretera Transpeninsular hacia el norte. Esta zona se encuentra en la porción más sureña del polígono propuesto para reserva de la biosfera sierras La Giganta y Guadalupe (Niparajá, 2011), actualmente (junio de 2014) en consulta pública.

Fig. 1. Mapa de ubicación del Predio de Las Ánimas



Fuente: Tomado de Sociedad de Historia Natural Niparajá, A. C. (2011)

Las Ánimas se encuentra dentro de la Microcuenca Santa María de Toris-Las Ánimas, ubicada en la Región Hidrológica No. 3 Baja California Suroeste, la cual abarca desde el poblado San Juanico hasta Cabo Falso, en la vertiente occidental y por el oriente limita con la Región Hidrológica Baja California Sureste. Esta microcuenca es la de mayor extensión en la entidad con una superficie de 28,470 km². En ella se localiza el Distrito de Riego Santo Domingo, que es la principal zona agrícola del estado. Las corrientes que se forman son las más importantes por su longitud, caudal y permanencia (CONAGUA, 2012). La comunidad se encuentra casi en su totalidad sobre la cuenca Arroyo La Presa y abarca una pequeña parte de la cuenca Arroyo Venancio. La cuenca cuenta con los acuíferos

Santa Rita y Las Pocitas-San Hilario, que hasta el 2009 no presentaban sobreexplotación, en contraste con prácticamente cualquier otra cuenca en el estado (Flores *et al.*, 2010).

El clima que prevalece en la región es cálido y seco, con cuatro o cinco meses de calor extremo e inviernos benignos. El régimen de precipitación es normalmente menor a los 100 mm anuales. Las lluvias no siempre se presentan con la misma intensidad, y en ocasiones se producen largos periodos de sequía (Gobierno del Estado de Baja California Sur, 2005). El ambiente cálido y seco que lo caracteriza resulta en una baja cobertura vegetal y escasa talla de sus componentes leñosos. Este tipo de vegetación cubre más de la mitad del territorio nacional (Rzedowski, 1978), en la mitad es dominante, en la zona de estudio es representado por una comunidad denominada: matorral sarcocrasicaule y cubre cerca de 95% de la superficie total. En el predio Las Ánimas existen dos tipos dominantes de vegetación, el Matorral xerófilo y el Matorral sarcocrasicaule. Además, en la zona se presentan comunidades vegetales muy valiosas como los mezquitales, los palo fierres, la vegetación de oasis o hidrofitas, los palmares y los palo blancos. La zona alberga una gran diversidad biológica que incluye la presencia de especies relevantes de fauna silvestre como el borrego cimarrón, el venado bura y el puma, entre otros. Estas condiciones han dado lugar a que esta sierra sea sujeto de atención en los esquemas de conservación ambiental por parte de agencias gubernamentales y sociales.

La comunidad de Las Ánimas es del tipo conocido como rancharo sudcaliforniano, heredero del sistema posmisional que dejó la presencia jesuita del siglo XVI a lo largo de la geografía peninsular. Su estilo de vida sencilla refleja las penurias de vivir en condiciones de alto aislamiento y aridez que contrastan con la exuberancia de los escasos oasis y las aglomeraciones en los pocos centros urbanos del estado, y que ha dado lugar a estrategias de adaptación al ambiente calificadas como sustentables (Cariño, 1996). Parte de la ruralidad sudcaliforniana (del total, 99.3% de localidades tienen 2,499 habitantes o menos en Baja California Sur), la población de las Ánimas es de 155 habitantes, repartidos entre cinco asentamientos: el mayor es también llamado Las Ánimas con una población de 88 habitantes, seguido de San Pedro de La Presa con 35 personas, La Higuera con una población de 22 y, finalmente, El Paraje y Las Parras con 7 y 3 habitantes, respectivamente. En comparación con las cifras del censo poblacional del año 2000, hubo un crecimiento de más de 40%.

En los cinco asentamientos que conforman el área de Las Ánimas existen 100 habitantes de 12 años en adelante (RED, 2012) distribuidos entre las cuatro localidades. De nuevo, la también llamada localidad de Las Ánimas tiene una

población mayor, con 56 habitantes, seguida San Pedro de La Presa con 20 personas, La Higuera con una población de 17 y, finalmente, El Paraje con 7 habitantes. La distribución de la población por grupos de edad se desprende que 72% de la población se encuentra entre el grupo de edad que representa la edad productiva y reproductiva, esto es entre los 18 y 59 años. Los adolescentes (12-17 años) 16%; y los adultos mayores (más de 60 años), 12%.

Con respecto a la educación, en 2012, 91% de los animeños sabía leer y escribir pero sólo 39% terminó la escuela primaria, 29% la secundaria, 7% tenía estudios secundarios sin terminar, 11% no terminó la educación primaria, y 10% carecía de nivel educativo. En 2010 sólo 12% de la población de quince años y más era analfabeta, siendo 60% de ese porcentaje mujeres. Para el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL, 2011) 21% de la población entre los 6 y los 14 años no asiste a la escuela, en tanto que en INEGI (2010) 39% de la población de quince años y más tiene la primaria completa. Se nota con estos datos que la población analfabeta se redujo, toda vez que sólo 3% de la población reporta no saber leer ni escribir.

La comunidad de Las Ánimas se caracteriza por un grado de rezago social medio en relación con todas las demás localidades de México (CONEVAL, 2011)¹⁴ y no hay flujos migratorios importantes en esta zona. De acuerdo con el Censo de Viviendas y Servicios levantado por RED durante el 2012, en la comunidad de Las Ánimas hay un total de 37 viviendas pero ninguna cuenta con servicios públicos. Así, obtienen la energía eléctrica mediante sistemas solares; no tienen conexión al sistema de agua potable municipal y se abastecen por medio de mangueras y sistemas de bombeo mediante motobombas directamente de los arroyos. Asimismo, no cuentan con drenaje, por lo que se utilizan principalmente fosas sépticas. Como se desprende de estos datos, las condiciones de vida en el área de estudio son precarias, y el acceso a los servicios de salud, educación, servicios e infraestructura no es suficiente para considerar que la población goce plenamente de los satisfactores necesarios.

Las actividades económicas en la región de Las Ánimas están íntimamente ligadas a su legado histórico y cultural. Las actividades productivas son la ganadería, la talabartería, la herrería, la agricultura, la producción de quesos, dulces y el bordado. Hombres y mujeres participan y se ayudan en la actividad ganadera y agrícola. Los hombres generalmente se especializan en talabartería, herrería, ganadería y agricultura de temporal. Las mujeres en bordado y producción de quesos y dulces. Mientras que algunos de estos productos se

¹⁴ De las localidades de Baja California Sur 42% tiene un muy bajo rezago social y 34% tienen un rezago social medio. Para el municipio de La Paz, los datos son 29% y 47% respectivamente (Amao, 2013).

consumen o intercambian en la localidad, una gran parte de ellos son vendidos en las zonas urbanas a través de intermediarios.

Existe también un flujo económico generado por programas gubernamentales como el Programa de Empleo Temporal, en donde el gobierno contrata a miembros de la comunidad para realizar un trabajo que beneficie a su comunidad como el arreglo de caminos o limpieza de arroyos. También ocurren migraciones temporales, principalmente de hombres, a zonas urbanas como La Paz o Los Cabos en donde trabajan en actividades como la construcción de palapas (estructuras de manera con techo de palma) y trabajos de albañilería. La mayoría de los individuos se dedica a más de una actividad, complementando la temporalidad de la agricultura y ganadería con otras actividades productivas.

La tenencia de la tierra es un tema complejo presente a lo largo de todo el territorio de Baja California Sur. De acuerdo al estudio de tenencia de la tierra realizado como parte del proceso del Ordenamiento Territorial Comunitario (Sociedad de Historia Natural Niparajá, A.C., 2010), el Predio Las Animas cuenta con una superficie de 6,328-23-70 ha. Según constancias que obran en la Delegación del Registro Agrario Nacional, el Predio fue titulado a Ramón Talamantes el 8 de febrero de 1894, pero actualmente se encuentra en proindiviso (sin división), toda vez que las transmisiones que existen no cuentan con autorización de subdivisión de predio ni señalan las medidas y colindancias que permitan identificar la ubicación de las fracciones (Registro Agrario Nacional). Existe actualmente un litigio por un total de 1,200 hectáreas.

En 2008, la organización civil Sociedad de Historia Natural Niparajá, A.C. (Niparajá) inició un proceso de intervención comunitaria, al que se añadieron algunas instancias del gobierno federal. El modelo de intervención se basó en el esquema de ordenamiento territorial, para lo que la comunidad debió identificar los usos que le dan a su entorno. Así, quedó patente que la mayoría de los usos suceden en tierras de uso común, que no le pertenecen a nadie y son de todos. Esta dualidad propiciaba la generación de problemáticas sociales y ambientales como contaminación, sobreexplotación de ciertos recursos naturales, y pérdida de oportunidades de desarrollo económico. Estas comunidades de rancheros en las sierras han entablado una relación muy directa con la naturaleza y viven de acuerdo a los ritmos y a las estaciones; dependen del agua, pero han comprendido de forma intuitiva por generaciones que el uso racional de los recursos es imperativo. Sin embargo, la desorganización, las envidias, la necesidad, fomentaron la contaminación de las presas, el abandono de la agricultura y la proliferación de la basura (Niparajá, 2011).

Antes de 2008, la comunidad de Las Ánimas, no presentaba ningún esquema de organización comunitaria para sus 155 habitantes. Tradicionalmente una persona venía fungiendo como representante agrario y, otra, legalmente tenía el cargo de Subdelegado; no existían órganos representativos de la comunidad como una asamblea, comités o grupos de trabajo temáticos. El acceso a programas sociales de desarrollo llevados por diferentes instancias de gobierno no era equitativo en su aplicación. En general se había perdido la visión de desarrollo en común, lo que afectaba a la totalidad de sus integrantes. Por los problemas con la indefinición de la tenencia de la tierra, la comunidad no tenía la capacidad de desarrollar proyectos de incidencia común; varios de éstos fueron desarrollados por instancias gubernamentales y fracasaron.

A partir de 2008 se produjo la intervención de Niparajá, organización que en un principio buscaba ayudar a reducir la tala inmoderada y el comercio de carbón de forma ilegal, un medio importante de subsistencia de la comunidad. Así, les llevó tecnologías ambientales que hacen más eficiente el uso de la leña y otras que permiten cocinar sin ella en una condición de coinversión: los rancheros debían pagar una cantidad simbólica por los materiales para realizar las ollas y aportar trabajo para su construcción. Ambas tecnologías fueron bien recibidas. Al mismo tiempo, Niparajá promovió el cuidado del agua y la limpieza de la zona pero, a diferencia de los programas gubernamentales, buscó identificar las causas del deterioro ambiental y en lugar de regalar paliativos u ofrecer dinero se concentró en la organización de los rancheros. El propósito es que éstos comprendieran que en la desunión se gestaba el problema; que de origen no tiene que ver con el ambiente directamente, pero sí con cómo comparten sus recursos comunes.

Esa organización civil, con la asistencia de otras instancias federales, municipales, emprendió la tarea de acompañar a la comunidad en la creación de una institución que gobernara su territorio, utilizando la herramienta de ordenamiento territorial comunitario. Niparajá ayudó a la comunidad a identificar los recursos, las actividades productivas, los problemas ambientales, sociales y económicos que enfrentaban. Poco después se conformó la Asamblea Comunitaria, en la cual estaban representados los miembros de estas 5 rancherías, con la elección de una mesa directiva. Luego acordaron ya en consenso, y con la participación de la mayoría de los habitantes, reglas de uso de los recursos naturales, y las reglas de la asamblea. De esa manera, paulatinamente revirtieron la contaminación del agua de sus presas, eliminaron la vegetación exótica que cubría el agua, realizaron campañas de limpieza y comenzaron a generar una visión de conjunto (Sociedad de Historia Natural Niparajá, A.C., 2011; RED, 2013).

En 2010 concluyó el proceso de ordenamiento territorial comunitario, y poco después 44 familias de las 5 comunidades se constituyeron como la Comunidad Organizada Las Ánimas que, a los ojos de las entidades gubernamentales representan un modelo de desarrollo sustentable (Presentación de los resultados del Ordenamiento Territorial Comunitario, Centro Cultural La Paz, agosto 2011). Al conformarse en organización, sus habitantes fueron beneficiados con proyectos y recursos federales relacionados con el medio ambiente y bienestar social,¹⁵ Gobierno del estado de Baja California Sur y del Municipio de La Paz. Los lugareños de Las Ánimas encontraron la mecánica para que los beneficios económicos y de proyectos fueran distribuidos de forma equitativa, y cada logro u oportunidad se expone en las asambleas comunitarias mensuales.

Los actores con injerencia sobre el área son diferentes instancias de gobierno federal, estatal y municipal que han tenido influencia en la zona con aportación de recursos para proyectos productivos o de capacitación, otros forman parte del equipo técnico asesor. La presencia del gobierno municipal por medio de la Dirección de Desarrollo Urbano y Rural, en el caso de la Dirección de Ecología y Educación y Gestión ambiental, es con acompañamiento y búsqueda de local y oferta de sus productos artesanales. Otra organización de la sociedad civil, Red Turismo Sustentable, a través de Niparajá, se interesó en apoyar la iniciativa de la comunidad en la implementación de una empresa ecoturística y les proveyó de herramientas metodológicas, asistencia técnica.

En 2013 la comunidad contaba con 5 proyectos productivos en marcha, entre los que se encuentran un vivero para repoblar de palo blanco su territorio (la corteza de palo blanco se usa para teñir y curar el cuero, y fue sobreexplotada en el pasado). Además, los locales accedieron a programas de empleo temporal para realizar obras de retención de agua, y mejoramiento de caminos, y finalmente, se puso en marcha el proyecto de ecoturismo; todas como alternativas productivas para alcanzar el desarrollo. De acuerdo a entrevistas con los pobladores de Las Ánimas, el proceso no fue sencillo, con errores y malos entendidos. Sin embargo, por los resultados de su organización es claro que aplicaron casi intuitivamente, y como resultado del ordenamiento territorial, los preceptos del gobierno de los comunes. Esto es, se creó una institución que casi inmediatamente estableció reglas para el uso de los recursos, para la distribución de las ganancias por la participación en proyectos productivos; y también se acordaron las sanciones por incumplimiento. Niparajá ha fungido como árbitro y acompañante en todo el proceso, pero sin interferir en las decisiones tomadas en las asambleas comunitarias.

¹⁵ Secretaría del Medio Ambiente y los Recursos Naturales (SEMARNAT), Comisión Nacional Forestal (CONAFOR), y Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL).

Esta experiencia demuestra características de éxito, en el que se apuesta por el desarrollo sustentable pero no a través de la implementación de proyectos que busquen subsanar problemáticas de corto plazo. El ordenamiento territorial, como una herramienta de cambio en las comunidades, debe aplicarse para conseguir una modificación desde dentro en la percepción que las comunidades tienen sobre su propio crecimiento y bienestar. Una vez que la comunidad se organiza, se juzga internamente y se decide a no aceptar el beneficio a corto plazo sino trabajar para avanzar poco a poco con la meta clara del beneficio común y para los más jóvenes. No importa mucho qué proyecto productivo emprendan: si es un vivero, una reforestación, construcción de obras de retención de agua o el turismo rural, comunitario o ecoturismo. Éstos aportarán más al proyecto principal que es el bienestar de la comunidad.

A diferencia de en otros lugares, la intervención de Niparajá en Las Ánimas llevó a que los miembros de la comunidad sostuvieran un diálogo y reflexión de grupo. El paso siguiente fue pasar de la reflexión a la acción, que se convirtió en implementación de proyectos de beneficio común, entre ellos el turismo. Aunque aún existe cierta reticencia a castigar duramente las infracciones al reglamento, y esto ha ocasionado cierta desconfianza en la comunidad sobre la pertinencia de ciertas reglas, es claro que hay una gran probabilidad de que la Comunidad Organizada Las Ánimas tenga un proceso de autogestión eficaz y duradero (Puche, 2010).

El proyecto de turismo rural en Las Ánimas, Baja California Sur

Enseguida se presentan los resultados del estudio de percepciones y perspectivas de los miembros de la comunidad, obtenidas a partir de observación participativa y aplicación de encuestas, así como entrevistas a lo largo de 2012 y 2013. En el caso de Las Ánimas, la organización comunitaria permitió establecer actividades productivas alternativas a las tradicionales, lo que no podría haber sucedido de no haber establecido reglas y el ordenamiento de su territorio. Las actividades que desarrollan Niparajá y la organización Comunidad Organizada Las Ánimas relacionadas con el manejo del agua y la optimización de las actividades productivas en la zona, promovieron un vínculo con la organización RED Turismo Sustentable. Esta organización de la sociedad civil, al ver el progreso de la comunidad en su organización, comenzó a realizar prospecciones y a entablar relación con los rancheros. Para identificar el potencial para implementar una empresa de turismo rural, RED Turismo Sustentable realizó un estudio de factibilidad turística y un estudio de mercado para el proyecto de turismo comunitario.

Con la asesoría de Niparáj y de RED Turismo Sustentable, la comunidad tuvo acceso a un apoyo federal para el desarrollo de empresas comunitarias que destinaron a infraestructura para su proyecto de turismo rural. En su proyecto turístico, la comunidad tiene un rol central en la planeación e implementación del proyecto y éste es un vehículo para el desarrollo de la comunidad y la generación de fuentes de empleo e ingresos; teniendo en cuenta los posibles efectos negativos que podría traer esta actividad, tanto la parte comunitaria como ambiental. La decisión de participar fue tomada en asamblea, con el apoyo técnico de RED se presentó el proyecto, las particularidades del apoyo, y las responsabilidades de la comunidad en la reunión de la asamblea de agosto de 2012.

Los asistentes a la asamblea votaron unánimemente a favor del proyecto, aunque para poder participar cada miembro de la organización debía proveer de materiales, trabajo y tiempo para la construcción de un centro de visitantes y una cabaña demostrativa. Desde septiembre de 2012 los trabajos se llevaron de acuerdo al reglamento; trabajando todos juntos sin obtener un sueldo y entregando los materiales necesarios para las obras. Al mismo tiempo, y con una inercia singular, siguen participando de los proyectos alternos de la comunidad. Para la construcción de las instalaciones turísticas se contó con una serie de apoyos económicos de parte de instituciones gubernamentales federales. Para complementar los recursos que la comunidad debía demostrar como contrapeso a las aportaciones federales, Niparáj y RED aportaron dinero, a manera de préstamo, a la comunidad organizada el dinero necesario. Finalmente, durante el mes de abril de 2013 se sometió una propuesta a CONANP para equipar la cabaña demostrativa y palapa comunitaria, con lo necesario para iniciar la empresa de turismo. Asimismo, se solicitó un apoyo del PROCODES por \$200,000 pesos que finalmente fue aprobado aunque con un monto de cerca de \$130,000 pesos (unos 10 mil dólares).

Las instalaciones que tienen proyectadas para esta fase del proyecto son tres: un centro de visitantes que servirá como primer centro de atención al visitante, se utilizará también como comedor; un pequeño museo/tienda de recuerdos; y una cabaña que servirá para dar alojamiento a los visitantes. Para las tres instalaciones se utilizaron materiales de la localidad, como la palma, el anchón, el carrizo, piedras del arroyo. Asimismo se emplearon técnicas de construcción tradicionales, combinadas con algunos elementos modernistas para confort del visitante.

La comunidad toda muestra un gran interés por participar en la empresa de turismo. Sin embargo, hay algunas actividades que presentan más atractivo para

algunos, como el paseo de turistas en mula o caballo; cocinar para los visitantes; y guiarlos en caminatas por senderos. Las actividades menos preferidas son las ventas y la promoción, labores contables y las compras (RED Turismo Sustentable, 2013). Dentro de la evaluación del potencial turístico se conjuga un análisis de factores económicos, sociales y ambientales que conforman a la Comunidad Organizada Las Ánimas, que determinó que el ecoturismo es una actividad viable y acorde con los objetivos del ordenamiento territorial de la comunidad.

Entre los resultados del estudio se muestra que el principal desafío para comenzar las operaciones de turismo en la comunidad es generar las capacidades en la población para que puedan cubrir con las necesidades laborales requeridas por el turismo, así como con los estándares de calidad. Las oportunidades que se identifican tienen que ver con la posibilidad de generar alternativas productivas vinculadas con las actividades tradicionales y artesanales que ya se realizan, así como generar oportunidades laborales nuevas para los jóvenes y así evitar su posible migración a los centros urbanos. RED Turismo Sustentable recomienda que en los temas sensibles y en los que se notan carencias en la comunidad se apoye en otras organizaciones e instituciones gubernamentales, sugiere potenciales fuentes de financiamiento y equipamiento.

Igualmente, es necesario fortalecer otras áreas que tienen que ver con la infraestructura, como la falta de servicios de salud, capacitar en primeros auxilios y elaborar planes de contingencia; en el caso de las comunicaciones, prever que el teléfono satelital este en buenas condiciones todo el tiempo y que existan los equipos suficientes para la comunicación por radio entre los participantes del proyecto, realizar mantenimientos periódicos a las vías de comunicación terrestres y en lo posible mejorar los caminos en sintonía con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, así como señalar los caminos y sitios de interés en la comunidad.

Deseable sería también establecer un plan de monitoreo y de mitigación para los posibles impactos al entorno que pudieran ser provocados por la presencia de visitantes e incluir un reglamento interno en la comunidad para evitar que estas afectaciones pasen desapercibidas. En el caso de los posibles impactos culturales, es necesario prever e identificar los riesgos que el turismo presenta a la cultura local y planear estratégicamente para fortalecer la identidad cultural. En este sentido, como resultado de la aplicación de los cuestionarios sobre las expectativas de la comunidad de Las Ánimas, se encontró que la comunidad no siente que el turismo lo vaya a hacer sentir inferiores en su cultura, por el contrario, el turismo podría hacerlos apreciar más su comunidad.

Asimismo, aunque les preocupa que se genere una mayor demanda de recursos naturales, se demuestra la percepción de que el turismo podría favorecer la protección de estos recursos. No hay un sentimiento de amenaza por parte de los turistas en el sentido de que puedan desplazar a los residentes locales ni de sus lugares de recreación, ni culturalmente. Con respecto a las atribuciones de la comunidad, están convencidos de que son ellos quienes deben establecer las reglas de uso y de desarrollo de las actividades turísticas, aunque con la asesoría y apoyo de las autoridades gubernamentales. Del mismo modo, las acciones de monitoreo y del establecimiento de tarifas. Es notable el conocimiento sobre el tema del turismo que los entrevistados mostraron, ellos mismos hacían referencia a las discusiones que se llevaron a cabo sobre el tema en las asambleas comunitarias. Esto fortalece la idea de que conocen del tema y de las posibles implicaciones tanto positivas como negativas del proyecto de turismo rural en su comunidad.

Conclusiones

En el manejo de los bienes comunes y en la organización de la comunidad, el caso de las Ánimas es ejemplar en Baja California Sur porque de esa experiencia se derivan recomendaciones para otras localidades en las sierras sudcalifornianas; y, asimismo, por su relevancia frente a la posibilidad de establecer un área natural protegida de carácter federal en las sierras La Giganta y Guadalupe. Esto se explica en gran medida al valor ecosistémico de la región y de las acciones de conservación de la naturaleza efectuadas por sus habitantes: particularmente por la cultura ranchera y los oasis en esta zona árida y vulnerable.

El turismo para Las Ánimas no representa la panacea. Sin la empresa de turismo comunitario la población ha alcanzado un grado significativo de madurez como comunidad organizada y hay elementos que sugieren que, aun si la empresa turística no tiene éxito, la comunidad se mantendría fortalecida. Esto puede constatarse por las expectativas que manifiestan sus integrantes respecto al papel preponderante que debe tener la comunidad, en conjunto, tanto en la toma de decisiones, en las responsabilidades, así como en los beneficios. En esta nueva etapa de su organización, los miembros de la comunidad se perciben fuertes y organizados para captar apoyos y trabajar en conjunto. Estas características no han sido demostradas por otras iniciativas similares en Baja California Sur, cuya mayoría ha engrosado las estadísticas de casos fallidos.

Así, en la búsqueda de causalidades, puede adelantarse que contar con una institución sólida como la Comunidad Organizada Las Ánimas ha promovido el desarrollo de experiencias de turismo en la zona. En otras palabras, el turismo rural no indujo el desarrollo comunitario por sí mismo, sino que la causalidad es al

revés: es la acción colectiva la que genera el desarrollo. Éste, a su vez, es el que favorecerá el éxito del turismo rural o de cualquier otra actividad. El papel de Niparajá ha sido referencia fundamental para detonar y ahora como acompañante-observador del proceso de organización de la comunidad de Las Ánimas, pero se ha retirado paulatinamente de manera que los *animeños* tomen sus propias decisiones y acuerdos en el seno de las Asambleas Comunitarias. Esto coincide con las recomendaciones de Elinor Ostrom en lo que se refiere a la necesidad de que exista un agente externo como árbitro neutral de manera constante para verificar que no se presenten situaciones donde no se hagan valer las reglas establecidas.

Como apuntan Sánchez *et al.* (2012), la actividad turística ha de ser concebida en todo momento como un medio más que como un fin en sí mismo, que puede cooperar junto con otras actividades económicas en la consecución de mayores niveles de desarrollo económico y social de la población local. La clave del éxito del turismo no reside en la transformación de la sociedad y la cultura local en aras del desarrollo turístico, sino en que la actividad sea integrada en los esquemas sociales y productivos previamente existentes y manejada desde los planteamientos que exigen los valores y particularidades culturales de la comunidad local.

Desde luego, como en todo proceso social, esto no significa que sea así siempre, por lo que la comunidad habrá de desarrollar mecanismos que permitan mantener la cohesión social actual una vez que lleguen los visitantes, y que el proyecto comience a generar ingresos para los participantes y para el fondo comunitario. La época actual ha generado condiciones para plantear una democratización integral de la sociedad, así como el reconocimiento de las otras realidades en el planeta. Nunca como antes, en la historia de la humanidad, se han multiplicado y consolidado los agrupamientos humanos, constituyendo comunidades construidas en lógicas culturales y étnicas diferentes, interrelacionados por los medios de comunicación, los flujos de capital internacional y los bienes de consumo (Diéguez y Guardiola, 1998).

Esto es lo que las políticas públicas deben propiciar respecto a las comunidades rurales: promover su fortalecimiento y generar más casos de ordenamiento territorial comunitario en los que se haga evidente la necesidad de trabajar en conjunto por el beneficio común, pero no imponiendo sino creando esos espacios de discusión, de comunicación y de búsqueda de acuerdos. Hay que potenciar la creación de nuevas instituciones en lo local. Para conservar la naturaleza se vuelve imperativo conocer y promover la creación de instituciones al seno de las comunidades, que son los usuarios primarios y explotadores de dichos recursos.

Para administrar la naturaleza es necesaria la organización de las comunidades que ahí se asientan y la explotan directamente.

En ese contexto es recomendable entonces que, en el caso de las comunidades serranas de Baja California Sur, se plantee de manera general la necesidad de nuevas estrategias de revaloración de su cultura y de fortalecimiento de su organización comunitaria, no tanto como medio para el crecimiento turístico sino para el fortalecimiento de los lazos comunitarios. Entre las herramientas que han demostrado ser eficientes para estos fines se encuentra de manera destacada el ordenamiento territorial comunitario, que permite un acercamiento a la construcción de instituciones de gobierno de los comunes y que ha probado la viabilidad de la auto-organización de una comunidad. Si a él se añaden esquemas de conservación formales, como la creación del área natural protegida Reserva de la Biosfera sierras La Giganta y Guadalupe que permitan un marco más amplio de acción para el desarrollo local, las perspectivas aumentan para la consecución del empoderamiento de la comunidad y la conservación de la naturaleza, de las tradiciones y de la cultura del rancharo sudcaliforniano. Esto es, el mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades rurales ha de descansar en una política de desarrollo, más que en estrategias aisladas de fomento de proyectos productivos.

Referencias bibliográficas

- Amao, Diana. (2013). *“La intervención de las organizaciones de la sociedad civil ambientalistas”. “Un análisis desde el cambio social en busca de una vía hacia el desarrollo, la equidad de género y la acción climática”*. Tesis de maestría en Ciencias Sociales con orientación en Desarrollo Sustentable. México: UABCS.
- Andrés, José Luis. (2000). “Aportaciones básicas del turismo al desarrollo rural”, *Cuadernos de Turismo*, No. 6, pp. 45-59.
- Bailón Corres, Jaime. (1999). *“Pueblos indios, elites y territorio”. “Sistema de dominio regional en el sur de México: una historia política de Oaxaca”*, México: El Colegio de México.
- Cariño, Micheline. (1996). *“Historia de las relaciones hombre/naturaleza en Baja”*
- CONAGUA. Comisión Nacional del Agua. (2012). *“Atlas digital del agua - Regiones hidrológico-administrativas”*.
<http://www.conagua.gob.mx/atlas/contexto07.html>. Consulta: 7 de mayo 2014.
- CONANP. Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas. (2012). *“Comunicado de Prensa. Conanp consolida la práctica del turismo de naturaleza en áreas naturales protegidas”*. 27 de diciembre de 2012.
http://www.conanp.gob.mx/difusion/comunicado.php?id_subcontenido=354.
Consulta: 15 mayo 2014.

- Cortés, Rocío, Ponce, Germán y Manuel Ángeles. (2006). "El sector pesquero en Baja California Sur: un enfoque de insumo-producto". *Región y sociedad*. Vol XVIII. No. 35., pp. 107-129.
- Dachari, Alfredo César. (2005). "Retos del turismo rural en América Latina. En: Desarrollo rural y turismo". En: Dachari, Alfredo Cesar, Orozco, Javier y Arnaiz, Stella (eds.). México: Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa y Universidad de Buenos Aires, Facultad de Agronomía, pp. 9-21.
- DCS. Dirección de Comunicación Social (2011). *Invierte gobierno 13.5 mdp en oasis Mulegé, Gobierno de Estado de Baja California Sur*, 21 de diciembre, <http://infobcs.gob.mx/articulos/372/invierte-gobierno-135-mdp-en-oasis-muleg>. Consulta: 6 de mayo 2014.
- De la Torre, Gerardo. (1999). "Turismo de aventura en la Tarahumara". México: SEDESOL-FONAES.
- Flores, Z., Pérez, A. V. Y Rodríguez, M. L. R. (2010). "Estudio hidrológico para La Reserva de la Biósfera Sierras de la Giganta Y Guadalupe (RBSGG)", *Baja California Sur, México*. La Paz, BCS: UABCS-Niparajá, A.C, pp. 152 .
- Gasca Zamora, J., López Pardo, G., Palomino Villavicencio, B., y Mathus Alonso, M. (2010). "La gestión comunitaria de recursos naturales y ecoturísticos en la Sierra Norte de Oaxaca". México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Económicas-Academia Mexicana de Investigación Turística.
- Gobierno del Estado de Baja California Sur-Coordinación General de Desarrollo Sustentable. (2011). "Proyecto estratégico de desarrollo sustentable: oasis sudcalifornianos". La Paz, BCS: Secretaría de Promoción y Desarrollo Económico. http://spyde.bcs.gob.mx/cgds/files/proyectos/OasisSudcalifornianos_V3_2012.pdf, Consulta: 7 mayo de 2014.
- Gobierno del Estado de Baja California Sur. (2012). "Plan Estatal de Desarrollo, 2011-2015". "Actualización de las Líneas de Acción 2012". La Paz, BCS: Secretaría de Finanzas.
- Gobierno del Estado de Baja California Sur. (2005). "Compendio estadístico 1998 – 2004". *Municipios de Baja California Sur. Cuaderno de datos básicos 2005*. La Paz, BCS: Secretaría de Promoción y Desarrollo, Centro Estatal de Información, pp. 1582
- INEGI. (2000). *XII Censo General de Población y Vivienda. Tabulados Básicos. Estados Unidos Mexicanos, Tomo II. Mujeres y Hombres en México*, Quinta Edición, México: INEGI.
- Ivanova, Antonina y Gámez, Alba. (2012). *Plan Estatal de Acción ante el Cambio Climático para Baja California Sur*. La Paz, BCS: UABCS-CIBNOR-SEMARNAT.

- López-Calva, Luis y Vélez, Roberto (2003). "El concepto de desarrollo humano, su importancia y aplicación en México". *Estudios sobre desarrollo humano*. No. 2003-1, México: PNUD.
- Mir, Claudia, Martí Coralie, y Loyola, David. (2011). *Evaluación en materia de Diseño del Programa de Ecoturismo y Turismo Rural. Informe Final*, 27 de julio. México: SECTUR-COCHOA.
- OMS. Organización Mundial de la Salud. (2013). El cambio climático: un problema para el sector de la salud, OMS, <http://www.who.int/world-health-day/theme/es/>. Consulta: 03 mayo 2014.
- Ostrom, Elinor. (2000). *El gobierno de los bienes comunes. La evolución de las instituciones de acción colectiva*. México: UNAM-FCE.
- Ostrom, Elinor. (1999). *Design principles and threats to sustainable organizations that manage commons*. Workshop in Political Theory and Policy Analysis, Indiana University, Indiana. <http://dlc.dlib.indiana.edu/dlc/bitstream/handle/10535/5465/Design%20Principles%20and%20Threats%20to%20Sustainable%20Organizations%20That%20Manage%20Commons.pdf?sequence=1>. Consulta: 5 mayo 2014.
- Ostrom, Elinor. (1990). *Governing the Commons: "The Evolution of Institutions for Collective Action"*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pérez-Ramírez, Carlos, Zizumbo-Villarreal, Lilia, Romero-Contreras, Tonatihu, Cruz-Jiménez, Graciela, y Madrigal-Uribe, Delfino. (2011). "El turismo como intervención e implicaciones para las comunidades rurales". *Gestión Turística*, No. 16, pp. 229-264.
- Red Turismo Sustentable. (2013). "Evaluación del potencial turístico". *Comunidad Organizada Las Ánimas*, La Paz, BCS: RED, pp. 45
- REDECOMICH. Red de Ecoturismo de Michoacán A.C. (2013). *Quiénes somos*. Michoacán: REDECOMICH. <http://redecomich.com/index.php/quienes-somos>. Consulta: 12 mayo de 2014.
- Rzedowski, Jerzy. (1978). *Vegetación de México*. México: Ed. Limusa, pp. 432
- SAGARPA-CONAPESCA (2000). Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación y Comisión Nacional de Pesca. "Anuario estadístico de pesca 2000". México: SAGARPA-CONAPESCA.
- Sánchez, Neily, Betancourt, María y María Falcón (2012). "Acercamiento teórico al desarrollo local sostenible y su repercusión para el turismo". *El Periplo Sustentable*, No. 22, enero-junio, pp. 7-36.
- Schlager, E. y Ostrom E. (1987). *Common property, communal property, and natural resources: A conceptual analysis*. Indiana: Indiana University, 37 pp.
- SECTUR. Secretaría de Turismo de México (2005). *Quinto informe de labores*. México: Secretaría de Turismo, pp. 140

- SECTUR. Secretaría de Turismo de México. (2011). “Sexto informe de labores”. http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/5784/1/images/SECTUR_6TO_INFORME_LABORES.pdf. Consulta: 8 mayo 2014.
- SECTUR. Secretaría de Turismo de México. (2012). “Turismo en el Sexto informe de gobierno de México”. http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/5786/1/images/2_09_TURISMO_SEXTO_INFORME_DE_GOBIERNO.pdf. Consulta: 15 junio 2014.
- Sociedad de Historia Natural Niparajá, A.C. (2011). “Propuesta de creación de la Reserva de la Biosfera Sierras La Giganta y Guadalupe-Estudio Previo Justificativo”. México: Niparajá, pp. 199
- Sociedad de Historia Natural Niparajá, A.C. (2010). “Ordenamiento territorial comunitario Las Ánimas – San Pedro de la Presa”, Baja California Sur. México: Niparajá, pp. 134
- Toledo, Víctor. (1996). “Principios etnoecológicos para el desarrollo sustentable de comunidades campesinas e indígenas”. <http://www.ecologiasocial.com/biblioteca/ToledoEtnoecologiaPrincipios.htm>. Consulta: 7 de junio 2014.
- Valadez, Roberto. (2014). “México cae más en el 'ranking' turístico”, *Milenio*, 17 de febrero, http://www.milenio.com/negocios/Mexico-cae-ranking-turistico-turismo_mexicano_0_247175331.html. Consulta: 28 de junio de 2014.
- Valcuende del Río, José María y De la Cruz Quispe, Liz. (2009). “Turismo, poblaciones locales y organizaciones no gubernamentales: un análisis de caso en Madre de Dios (Perú)”, *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 7, No.2, pp.179-196. http://www.pasosonline.org/Publicados/7209/PS0209_4.pdf. Consulta: 2 de junio 2014.
- Vera, Fernando, López, Francisco, Marchena, Manuel y Anton, Salvador. (1997). Análisis territorial del turismo. España: Ariel.

4.3. La actividad turística en el estado de Michoacán

Dr. Horacio Mercado Vargas
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
hmv44@prodigy.net.mx
Lic. Edgar Allan Mercado Flores
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
edgarallanmf@hotmail.com

Resumen

Michoacán es una mezcla de inspiración y sensibilidad; de arte, pueblos típicos, cultura y bellezas naturales. Cuenta con paisajes de gran belleza y de una riqueza natural y cultural maravillosa. En la entidad se desarrolló el Imperio Purépecha. Tiene regiones naturales, ciudades, monumentos coloniales, las zonas arqueológicas, pueblos típicos, bellezas naturales, arte y cultura. Se la ha reconocido por su valor histórico, cultural y artesanal. Entre sus actividades económicas están: las industrias de energía; el turismo; así como encuentros de arte, exposiciones, espectáculos teatrales antiguos y contemporáneos y festivales de cine. El Turismo es una de las actividades económicas más importantes, ya que genera ingresos, y empleos y contribuye a mejorar la economía de cualquier país. Es una entidad de fuerte vocación turística.

Palabras claves

Michoacán, turismo, cultura, arte, desarrollo

Summary

Michoacan is a mix of inspiration and sensitivity; art, typical villages, culture and natural beauty. It has landscapes of great beauty and a wonderful natural and cultural wealth. The Purepecha Empire was developed in the State. It has natural regions, cities, monuments, archaeological areas, typical villages, natural beauty, art and culture. He has recognized for its historical, cultural and traditional value. Their economic activities include: energy industries; Tourism; as well as meetings of art, exhibitions, antique and contemporary theatrical performances and film festivals. Tourism is one of the most important economic activities, since it generates income and jobs and contributes to improving the economy of any country. It is a strong tourist vocation.

Keywords

Michoacan, tourism, culture, art, development

Ubicación y población del estado de Michoacán

Ubicación

Se ubica en la parte del centro-occidental de la mesa central de México. Tiene paisajes de bosques, praderas y lagunas de gran belleza, con montañas y volcanes.¹⁶ Limita al norte con los estados de Jalisco y Guanajuato, al noroeste con el estado de Querétaro, al este con los estados de México y Guerrero, al oeste con el Océano Pacífico y los estados de Colima y Jalisco, al sur con el Océano Pacífico y el estado de Guerrero.¹⁷ Tiene una extensión territorial es de 58,836.95 km². Cuenta con 213 kilómetros de litoral y 1490 km² de aguas marítimas.¹⁸

En su se identifican cordilleras, mesetas, planicies, cuencas y litorales. Sus altitudes van desde el nivel del mar, en las costas, hasta 3,840 msnm, en el pico de Tancitaro. Existen múltiples nacimientos de aguas termales en el oriente y centro-norte de la entidad y tiene un clima agradable de tipo cálido-templado.¹⁹ Se encuentra dividido en 113 municipios, cada uno de los cuales tiene características propias en cuanto a relieve, orografía, hidrología, flora, fauna y actividades económicas y culturales, que son producto del espacio geográfico de cada uno de ellos.²⁰

Población

En el censo de 2010 la población total ascendía a 4,351,037 habitantes.²¹ Se calcula que en los Estados Unidos viven cerca de tres millones de michoacanos.²²

La población urbana representa el 76% y la rural el 24%, se compone en su mayoría por población mestiza; sin embargo, tres etnias que tienen sus raíces en la entidad: los Náhuatl (costa), los Otomíes (oriente) y los Purépechas (centro). Los por ser mayoría le han dado identidad al Estado, destacándose por sus valores culturales, su lengua p'horé y sus atributos artísticos y creatividad artesanal. La región Purépecha abarca 17 municipios y más de 100 comunidades, donde vive el 92% de la población indígena del estado.²³

¹⁶ Mercado Vargas, Horacio. "Propuesta de innovación del Plan de Estudios de Maestría en Administración", tesis doctoral publicada por el grupo de investigación eumed.net. Universidad de Málaga, España, 2012.

¹⁷ Sánchez Sandoval, Fidel. Michoacán. Historia y Geografía. Secretaría de Educación Pública. México, D.F., 1995.

¹⁸ *Ibíd.*

¹⁹ OECD (2009), "Chapter 9: State of Michoacán, Mexico ", *The Impact of Culture on Tourism*, OECD, Paris, pp. 129-140.

²⁰ Sánchez, Op. cit.

²¹ INEGI. Censo de Población 2010.

²² *Ibíd.*

²³ OCED. Op. cit.

Economía y vías de comunicación

Las actividades productivas son: los servicios, el turismo, la agricultura, la industria, la ganadería, la actividad forestal, las artesanías y el comercio, entre otras.

Michoacán tiene un gran potencial turístico por sus recursos culturales y naturales susceptibles de ser aprovechados: clima, suelo, agua, vegetación, infraestructura de comunicación, vialidades y servicios establecidos. El Estado se integra en siete regiones turísticas: Centro (Morelia), Lacustre (Pátzcuaro), Meseta (Uruapan), Oriente (Zitácuaro), Occidente (Zamora), Costa (Lázaro Cárdenas) y Tierra Caliente (Apatzingán).²⁴

Posee una red carretera con una longitud de 12 mil 410 Km., de los cuales 274 corresponden a carreteras de cuota. Cuenta con 1,321 Km. de vías férreas, de las cuales 1,030 Km. son troncales, 220 de patio y 71 de particulares, que conectan a la entidad con el resto del país y varios mercados internacionales, a través del puerto de Lázaro Cárdenas.²⁵

Los ferrocarriles constituyen uno de los medios de transporte de mayor tradición y uso popular, aunque en los últimos años su uso a disminuido notablemente; se cuenta con 26 estaciones de ferrocarril, las que se encuentran interconectadas por 984 Km. de vías troncales. Existen además 220 Km. de vías auxiliares, y 71 Km. de vías particulares que arrojan un total de 1 mil 275 Km. de vías férreas en la entidad.²⁶ El ferrocarril se ha convertido prácticamente en un medio de transporte de carga, teniendo especial relevancia en la zona industrial de Lázaro Cárdenas.

La infraestructura aeroportuaria del Estado la integran los aeropuertos: de Morelia, "Francisco J. Múgica" y el de Uruapan "Gral. Ignacio López R.", considerados como Internacionales y Lázaro Cárdenas y Zamora que son Nacionales. Así mismo cuenta con 34 aeropistas, 14 de ellas con pista pavimentada y el resto revestidas con materiales pétreos, destacándose los municipios de Tepalcatepec, Múgica y Aguililla.

En una de las desembocaduras del río Balsas se encuentra el puerto Lázaro Cárdenas, el cual da salida a los productos elaborados en la siderúrgica Lázaro Cárdenas-Las Truchas.²⁷

En infraestructura turística, Michoacán cuenta con 800 hoteles y cerca de 25 mil cuartos de hospedaje, así como 495 restaurantes, bares, cafeterías y centros

²⁴ *Ibíd.*

²⁵ Gobierno del Estado de Michoacán: Secretaría de Turismo, 2013.

²⁶ *Ibíd.*

²⁷ Gobierno del Estado de Michoacán: Secretaría de Turismo, 2013.

nocturnos. El 8% de las habitaciones corresponden a cinco estrellas, el 33% se clasifica de cuatro estrellas y el resto de tres o menos estrellas.²⁸

La cultura y el arte de Michoacán

Es reconocido por sus expresiones artísticas y culturales. Que se desarrolló gracias a los misioneros que encabezaba Don Vasco de Quiroga, por lo que se incrementaron los niveles culturales, surgieron colegios donde se educaban a españoles, mestizos e indígenas. La expresión de ello es la Primera Casa de Altos Estudios en América en Tiripetío. En 1538, Don Vasco de Quiroga estableció el Colegio de San Nicolás en Pátzcuaro, antecedente de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.²⁹ Morelia es el lugar más indicado para hacer referencia al arte y cultura de Michoacán. Donde las ideas renacentistas influyeron para planificar un prototipo de ciudad novohispana, lo que se observa en la horizontalidad de su traza y las dimensiones de los solares.³⁰ Morelia con su calidad constructiva y unidad plástica en cada edificio y plaza la han hecho un conjunto arquitectónico de tal mérito, que en 1991 la UNESCO la declaró Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Las bellezas arquitectónicas y culturales en Morelia son:

- El primer conservatorio de América.
- Teatro Morelos.
- Teatro Ocampo.
- El Museo de Arte Contemporáneo Alfredo Zalce.
- Museo de Arte Colonial.
- Museo Regional Michoacano.
- Museo del Estado.
- Museo Casa Morelos
- Museo de Historia Natural.³¹
- Casa de la Cultura de Morelia:

Otros museos son:

- Museo Comunitario de Carrillo Puerto: Álvaro Obregón, Mich.
- Museo Túnel Casa Parker: Angangueo, Mich.
- Museo Comunitario de Antropología e Historia: Apatzingán, Mich.
- Museo de la Tortuga (Ecomuseo de Colola): Aquila, Mich.

²⁸ OCED. Op. cit.

²⁹ Mercado, Op. cit.

³⁰ Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado. Morelia, Michoacán, 3 de julio de 2013.

³¹ *Ibid.*

- Museo de Zaragoza: Contepec, Mich.
- Museo de Taximaroa: Cd. Hidalgo, Mich.
- Museo de Sitio de la Zona Arqueológica de Tzintzuntzan: Tzintzuntzan, Mich.
- Museo Municipal Eduardo Ruiz: Uruapan, Mich.
- La Catedral de Morelia es el escenario del Festival Internacional de Órgano, donde se ubica un monumental órgano de 4,600 flautas o voces.

Lo anterior, y sus colores y sabores, por la melancolía y alegría de su música, por la vitalidad y algarabía de sus danzas, por la riqueza de su cultura por sus tradiciones e historia, es lo que invita a conocer sus regiones y a descubrir que Michoacán, es el alma de México.³²

Expresiones artísticas típicos de Michoacán

Por sus manifestaciones artísticas sobresale la población de Nuevo San Juan Parangaricutiro, antes llamado Patzingo, comunidad con un alto grado de organización social y desarrollo económico, por el uso racional de los recursos naturales. Logró resolver los problemas que enfrentó del volcán Parícutin.³³ Se practica una danza de nombre parakatauarákua que significa “danza de mariposa”, cuyo carácter ceremonial – ritual es evidente ya que su principal protagonista es el sacerdote. Se ejecuta en “la cada de los papas”, un espacio sagrado. Otra de sus festividades es la denominada sicuíndiro, en la que aparecen danzantes profesionales o sesi uarariecha que significa “buenos bailarores”; la caheri – upanscuaro, en la que se baila con cañas de maíz en las espaldas, remite a una de las fiestas sustituida en la Colonia por la de Corpus y es de las más importantes que se lleva a cabo en casi todas las comunidades para celebrar el producto de la tierra y agradecer su benevolencia a Nana kuerajperi, que significa “nuestra madre creadora”.³⁴

Otras danzas: del tigre o tucanes y del venado o de pukiecha de origen mimético o de imitación de animales, para pedir sustento a la madre tierra, y que se adaptaron al nuevo calendario religioso como parte de las festividades de la Iglesia católica; como es el caso de Ocumicho, donde todavía se baila los días 13 y 14 de septiembre. La práctica de las danzas se relaciona con la ubicación de las órdenes monásticas que propagaron la evangelización.

Las variantes de una misma danza se practican en ciertas comunidades, por ejemplo el baile de viejos cuya práctica abarca un espacio territorial muy amplio

³² *Ibíd.*

³³ Sánchez, Op. cit.

³⁴ *Ibíd.*

que incluye las comunidades de Charapan, Cocucho, Ocumicho, San Felipe de los Herreros, Ahuíran, Paracho, Cherán, Sevina, Pichátaro, Aranza, Tanaco. Se repiten con frecuencia las danzas de moros, soldados, pastorelas, negritos y viejos en la región de la Sierra, la Cañada de los once pueblos o en la Ciénega de Zacapu.³⁵

El pueblo de Ocumicho es de polvo y lodo. Sus inviernos son de polvo y sus veranos de lodo. Por lo que las mujeres del poblado convierten el polvo y la tierra en esculturas de barro de diversos colores. Este pueblo Purhépecha se encuentra a 150 kilómetros al noroeste de Morelia. Ocumicho significa “lugar de curtidores”. Produce gran variedad de piezas, desde silbatos y alcancías de formas diversas, hasta vírgenes, mujeres ataviadas con trajes regionales, escenas de la vida cotidiana, carruseles, soles, lunas, sirenas, nacimientos y diablitos.

Se practica una clara división de trabajo. Las mujeres son las creadoras; los hombres, cuando permanecen en el pueblo, ayudan a traer el barro, que se encuentra a pocos kilómetros del pueblo. Algunos varones se han incorporado al proceso de fabricación de las piezas, pues ellos, a diferencia de las niñas, aprenden las técnicas alfareras cuando ya son mayores. Con plastilina de colores modela esas figuras. Cada equipo mostrará su trabajo al resto del grupo mediante una exposición en el salón.

Muchas mujeres trabajan diariamente en la creación del arte popular. Hay un tipo de arte popular al que se consagran sólo las mujeres; hay otro al que se dedican sólo los varones, y otro más que lo hacen ambos.

Uno de los materiales más trabajados por los indígenas prehispánicos fue el barro; con él plasmaron parte de sus costumbres y creencias. La cerámica permite conocer el desarrollo tecnológico del grupo, así como diferenciar culturas, inferir rutas comerciales o áreas de distribución de esos materiales, incluso establecer cronologías.³⁶

Los Purépechas desarrollaron una cerámica policroma con decoración de pintura al negativo, la más representativa. Es de una gran complejidad y riqueza en cuanto a formas y decoración. Resuelta con pigmento negro, rojo y blanco, y motivos decorativos que forman conjuntos independientes, casi siempre con elementos geométricos a veces acompañados de figuras de animales o humanas.

Cajetes, ollas, patojos, tecomates hechos en barro fino, de diversos tamaños, entre los cuales las vasijas miniatura son especialmente abundantes, muestran colores y diseños típicamente michoacanos.

³⁵ *Ibíd.*

³⁶ *Ibíd.*

Cuenta con otras áreas con desarrollos cerámicos contemporáneos o incluso anteriores que presentan diferentes características. Los alrededores de Zamora, Cojumatlán, Zinapécuaro, Apatzingán, Tepalcatepec, la Costa y la desembocadura del río Balsas, así como Huetamo y sus inmediaciones, el área del río Lerma y las cercanías de Morelia y Cuitzeo son algunas de las regiones que desarrollaron cerámicas paralelas distintas de las del Lago de Pátzcuaro.

Las escasas figurillas del área del lago de Pátzcuaro permiten apreciar el atavío y decoración de los grupos ahí asentados. Son representaciones femeninas en las cuales el tocado, así como el adorno, son más importantes que el vestido.³⁷

Las pipas elaboradas con barro fueron muy abundantes desde épocas anteriores al Imperio Purépecha. Sus formas son muy diversas, ya que tanto el recipiente donde se coloca el trabajo como el tubo representan elementos geométricos, humanos o animales. La tradición se observa en las ceremonias que se realizan en Janitzio, Jarácuaro, Tzintzuntzan, Ihuatzio, Tzurumútaró, y Cucuchucho, que forman parte de la región del Lago de Pátzcuaro, así como en todos los panteones del estado.³⁸ Se convierten en importantes escenarios representativos de la tradición del día de muertos.

Artistas plásticos michoacanos son: Alfredo Zalce, Rodrigo Pimentel y Francisco Rodríguez Oñate, entre otros. En Literatura destacan poetas como Tomás Rico Cano, Ramón Martínez Ocaranza y José Rubén Romero.

La música y la danza, forman parte de las tradiciones e identidad del estado. Entre la música representativa destacan las pircuas, los sones y la música de viento. Como institución máxima en el ámbito de la música destaca el Conservatorio de las Rosas, escuela que ha forjado a grandes artistas, y cuya labor constituye un legado a la cultura en general.³⁹

Es sede de importantes eventos como el Festival Internacional de órgano, Festival Internacional de Cine, Encuentro Latinoamericano de Poetas, Festival de Cine Ambulante, Festival Internacional de Jazz, Festival Internacional de Guitarra, Festival Internacional de Música Contemporánea, entre otros.

Promoción del turismo en Michoacán

El gobierno estatal, los gobiernos municipales, los empresarios del sector y la sociedad están desarrollando una política turística, buscando un crecimiento de la actividad turística. El patrimonio cultural de los michoacanos se integra con bienes y recursos materiales e inmateriales, que son elementos fundamentales en

³⁷ *Ibíd.*

³⁸ *Ibíd.*

³⁹ *Ibíd.*

poblaciones y comunidades. Este acervo cultural, orgullo de los pobladores, les da pertenencia e identidad a las comunidades, al tiempo que les otorga viabilidad hacia el porvenir.⁴⁰

En la entidad se promueven los programas siguientes:

A.- Feria Mundial de Turismo Cultural

Morelia, la capital, es la sede de la Feria más importante de turismo cultural del país. Es un evento internacional, un punto de encuentro y difusión, en el que se promueve la riqueza, la diversidad y la belleza de los diferentes destinos de México y del mundo cuyo atractivo principal está ligado a la cultura. La Feria Mundial de Turismo Cultural nació en el año de 2010. Es la plataforma ideal en la que los estados mexicanos participantes y países invitados, ofrecen su vasto inventario de atractivos culturales a través de un esquema directo de compra y venta.⁴¹ Es una oportunidad para la realización de convenios con beneficio directo para los participantes en un mercado muy especializado. En la Feria se presenta una gran exhibición y venta de artesanías del país y del mundo, todo en un solo lugar. Morelia se llena de color y de fiesta con presentaciones artísticas que contagian de alegría y cultura las plazas públicas de la capital del estado. Es un foro educativo, ya que mediante conferencias, paneles y talleres, los participantes tienen la oportunidad de actualizarse con las tendencias más.⁴²

B.- Patrimonios

El Estado de Michoacán es de gran riqueza, con una belleza natural incomparable y un legado cultural de mucha importancia que la han permitido poseer cinco títulos de Patrimonio de la Humanidad otorgado por la UNESCO. Estos son:

1.- Morelia

La ciudad de Morelia es uno de los destinos turísticos más bellos e importantes de México, por su invaluable Patrimonio Cultural e Histórico, la cuna ideológica del Movimiento de Independencia y sede de conocidos festivales internacionales de música y cine.

La Antigua Valladolid, hoy Morelia, conserva gran riqueza arquitectónica, que aún se aprecia. Por su belleza arquitectónica, el Centro Histórico de Morelia fue reconocido por la UNESCO como “Patrimonio Cultural de la Humanidad”. La tranquilidad y armonía de sus edificaciones ancestrales de cantera rosada, su variedad gastronómica, una gran cantidad de leyendas, tradiciones, bailes y

⁴⁰ OCED. Op. cit.

⁴¹ Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Michoacán. Morelia, Mich., abril de 2013.

⁴² *Ibid.*

artesanías, hacen de esta ciudad uno de los mejores destinos para vacacionar. Por la noche Morelia se puede admirar más bella, con la iluminación de sus monumentos: la Catedral, el Antiguo Colegio de San Nicolás, el Acueducto, etc.

El 12 de diciembre de 1991, la UNESCO inscribió a Morelia en la lista del Patrimonio. Su Centro Histórico es la ciudad mexicana con más edificios catalogados como monumentos arquitectónicos (1,113 de los cuales 260 son relevantes). Tales inmuebles se ubican en una suave loma de cantera que abarca 390 hectáreas distribuidas en 219 manzanas con 15 plazas que se convierten en remansos para el visitante.⁴³ Los espacios de la ciudad son un conjunto de gran valor por sus características formales de edificación, armonía volumétrica, calidad constructiva y unidad plástica en que se presentan los diferentes estilos arquitectónicos desarrollados a través de los siglos, lo que permito consolidar un estilo local, como elocuente testimonio para la historia arquitectónica de la nación.⁴⁴

Su ornamentación exterior se conoce como “barroco moreliano”, los elementos decorativos escultóricos y vegetales dominan los planos y las líneas de tableros y molduras. Las calles y plazas de la capital michoacana se apegan a la forma de retícula irregular y muchas de ellas rematan con un monumento que origina espectaculares perspectivas. Para la UNESCO algunas de las perspectivas urbanas del Centro Histórico de Morelia constituyen “un modelo único en América”. Arquitectura monumental se caracteriza por su estilo calificado como “barroco moreliano”, la originalidad de sus expresiones locales que se plasman en el Acueducto, la Catedral Metropolitana, en el conjunto de la iglesia de la Compañía y el ex Colegio Jesuita así como en las fachadas y las arcadas de los corredores y patios de las casas Vallisoletanas.⁴⁵

2.- La Gastronomía

La entidad tiene una cultura viva, y su población es hospitalaria que cuida y disfruta de sus tradiciones y costumbres, que se manifiestan expresan en una gran variedad de artesanías, en la danza, la música y la gastronomía. Riqueza cultural producto de un proceso muy largo.

Uno de los rasgos culturales más importantes es la cocina purépecha, que cuida el origen natural de los alimentos, pues utiliza poco la grasa y los aceites. En las comunidades se aprovechan los recursos naturales, existen huertos familiares, sitios de donde proviene y se genera una alimentación rica y balanceada que los

⁴³ *Ibíd.*

⁴⁴ *Ibíd.*

⁴⁵ *Ibíd.*

mantiene fuertes y sanos. Estos alimentos naturales explican la fortaleza que distinguió desde siempre al pueblo purépecha.⁴⁶

En sus cocinas, las mujeres purépechas son las creadoras de la tradicional comida michoacana como son las atápakuas, chandúkatas, churipos, uchepos y corundas. A pesar del carácter íntimo y sagrado de los hogares purépechas, prevalece un gran sentido de hospitalidad y solidaridad con los visitantes.

Las cocineras tradicionales no tienen recetarios, ellas transmiten oralmente sus conocimientos y enseñanzas a las nuevas generaciones. Las cocinas giran alrededor de las paranguas, que son las tres piedras que dan cabida al fuego y sostienen los comales donde se preparan diariamente nuestras ricas tortillas, desde tiempos antiguos.

La UNESCO le otorgó el reconocimiento a la cocina tradicional de México, como patrimonio mundial y en particular por el hecho de ser Michoacán la ventana de muestra para adentrarse a la diversidad cultural del país, expresada a través de la comida con el título: La Cocina Tradicional Mexicana, cultura ancestral y viva -El paradigma Michoacán.⁴⁷ Durante ocho años se han realizado encuentros de cocineras tradicionales en Michoacán, para disfrutar de la amplísima variedad de sabores, colores y aromas de los más diversos rincones del estado, desde la montaña hasta la costa.

3.- La Noche de Muertos, Fiesta de ánimas o Animeecheri k'uinchekua

Manifestación cultural conocida como “Noche de Muertos” que en Michoacán y en las comunidades indígenas purépechas, es expresión ritual con profunda significación. El 1° y 2 de noviembre de cada año, los panteones y casas donde se hace “la espera” se cubren con flores de cempasúchil, velas, fruta, pan, incienso. Altares y tumbas se adornan profusamente, se prepara y comparte comida y bebida, se lleva ofrenda, se reza, hay ambiente festivo y al mismo tiempo se percibe profundo sentido comunitario y orden ceremonial. Se conoce como animeecheri kúinchekua: fiesta de las ánimas. Para los Purépechas, la celebración es el resultado de convicciones profundas que tienen que ver con la manera particular de concebir la vida misma en todas sus dimensiones. La fiesta de ánimas es una ceremonia ritual y cada actividad cumple un papel importante.⁴⁸

La fiesta desde lo purépecha, es una oportunidad de vivir un tiempo extraordinario donde lo cotidiano se deja a un lado. En tal sentido Animeecheri k'uinchekua cumple con este principio, pero es fiesta ritual, donde cada persona y elemento

⁴⁶ *Ibíd.*

⁴⁷ *Ibíd.*

⁴⁸ *Ibíd.*

que interviene cumple un papel específico para hacer que la ocasión tenga ese sentido alegre y a la vez solemne. Encuentro entre los que ya no están pero regresan un día al año a convivir con su familia, en su pueblo, en su casa, es el punto central del elaborado ceremonial, es por ello que se comparte la alegría con los parientes y se reúne la familia toda a comer junto al que “regresa”. La muerte tiene sentido en cuanto deja de ser tal y toma forma del abuelo, la mamá, el hermano, la hija, el pariente que tienen nombre propio y que aunque muerto físicamente, vive en ese otro mundo desde donde gracias al ritual, puede comunicar vida a su familia y a su pueblo.⁴⁹

Para el mundo purépecha, todo estaba determinado por la voluntad de su deidad: Curicaveri, creó al hombre y la naturaleza. El que moría en combate y otras acciones dignas, podía reunirse con él y otros dioses en la auanda, el cielo purépecha o el uarhicho, el lugar a donde van los que mueren.

Para los Purépechas el mito es parte esencial del conjunto de argumentos explicativos que posibilitan la comprensión del pasado, del presente y del mundo mismo. Con el mito, el hombre explica el por qué de sus ritos y puede entonces dar voz a los símbolos. Lo común es que se haga fiesta grande a quienes fallecieron en el año inmediato. En la casa donde se va a “esperar” a alguien, se prepara con anticipación lo necesario para la ocasión: comida será abundante para ofrece a todo el que llegue a ofrendar, el pozole y los tamales de carne son platillos principales.⁵⁰

4.- La Pirekua

Es uno de los elementos culturales más representativos de la música vocal del pueblo indígena purépecha, que se asienta en el estado de Michoacán.

Pirekua literalmente significa el canto. Forma musical propia que retoma los dos ritmos tradicionales del son michoacano: el sonecito o el son regional, ritmo lento, en contraste con el son abajeño, ritmo alegre y bailable. Estos dos ritmos, tiene una estructura propia, la forma y la estructura de la letra responde a patrones tradicionales que hacen que pueda ser una Pirekua.⁵¹

La ejecución de la Pirekua es binaria, es decir, se ejecuta la primera parte dos veces y la segunda otras tantas, para concluir con ambas partes, a manera de recapitulación. La forma más generalizada de acompañamiento musical es con dos guitarras que ejecutan los pireris, una guitarra hace las veces de requinto y la otra guitarra hará el acompañamiento respectivo.

⁴⁹ *Ibíd.*

⁵⁰ *Ibíd.*

⁵¹ *Ibíd.*

Interpretada a dos voces en intervalos de terceras o sextas. También recientemente se dio con éxito la ejecución de la Pirekua acompañada con banda y entre los jóvenes gusta la que se acompaña con instrumentos eléctricos. Muy variada es la temática que aborda la Pirekua, destacando los temas amorosos donde se compara a la mujer con los atributos y la belleza de las flores. Narra en hechos históricos, locales y nacionales, fenómenos naturales, problemas sociales, preocupaciones por el medio ambiente y otras muy variadas preocupaciones. En los festivales y fiestas patronales se puede disfrutar de las pirekuas.⁵²

5.- *Mariposa Monarca*

El santuario de la Mariposa Monarca es patrimonio universal y un atractivo turístico. La mariposa viaja desde Estados Unidos y Canadá en noviembre, a los bosques de oyamel en Michoacán, para reproducirse, realiza largo viaje de más de 4,000 kilómetros. Las zonas en las que se concentran son, principalmente: Zitácuaro, Ocampo y Angangueo, municipios de Michoacán, limítrofes con el Estado de México.

La UNESCO reconoció, en el año 2008, como Patrimonio Natural de la Humanidad la Reserva de la Biosfera Mariposa Monarca, al considerarse como único el fenómeno migratorio de esta especie. La migración de la mariposa es por la maduración sexual que es alcanzada con el calor primaveral, necesitan hibernar en un lugar donde la temperatura las mantenga aletargadas, el lugar adecuado es esta región, el calor primaveral, le permite reproducirse. Más tarde emprenden su regreso hacia el norte, para así concluir su ciclo de vida.⁵³

El santuario de la Mariposa Monarca se puede visitar de noviembre a marzo. La mariposa monarca es un insecto de gran belleza, colorido e importancia como agente polinizador y factor de equilibrio ecológico. También son altamente resistentes a las condiciones variables del tiempo.⁵⁴

Cabe señalar que una mariposa común tiene un ciclo de vida de 24 días, la monarca llega a vivir 9 meses.

En el Pueblo Mágico de Angangueo se celebra el Festival de la Mariposa Monarca en el mes de febrero.

⁵² *Ibíd.*

⁵³ *Ibíd.*

⁵⁴ *Ibíd.*

C.- Ruta Don Vasco

Don Vasco de Quiroga fue el humanista que creyó que la Utopía era posible y construyó un universo conjugando el nuevo mundo con la vieja Europa. Al hombre que creó un futuro común en el mestizaje. Al justiciero, al visionario, al trabajador incansable. Fue el Obispo que mereció el más grande honor: ser recordado como el Tata Vasco. En la Ruta se entra en contacto con distintas expresiones culturales: la guitarra, el dulce, una máscara, viejitos que danzan, mariposas bailando en las aguas del lago, 500 años de tradición.⁵⁵

Esta Ruta, sigue los pasos de este ilustre misionero y abarca la zona lacustre de Pátzcuaro, la meseta purépecha y Cañada de los once pueblos, lo que es atractivo, se puede disfrutar la arquitectura, leyendas, arte, fiestas, tradiciones, la creatividad de artesanos y la deliciosa cocina tradicional con raíces prehispánicas, y de la belleza de una región rica en bosques, lagos y montañas. Morelia, Pátzcuaro y Uruapan, son la los ejes de la ruta que abarca más de 120 pueblos, entre ellos cuatro pueblos mágicos.⁵⁶

D.- Sitios Arqueológicos

La entidad cuenta con un acervo cultural arqueológico y paleontológico de que se encuentra distribuido a lo largo y ancho de su variedad de paisajes y nichos ecológicos. La entidad cuenta con rasgos comunes que le integran al occidente mexicano, con los estados de Colima, Jalisco, Nayarit, así como áreas de Guerrero, Guanajuato y el Estado de México. El estado tiene 45 zonas arqueológicas de tamaño mayor. En donde se encuentran comunidades y centros cívicos de gran importancia de la época prehispánica, las importantes son:

1.- *El Opeño*. El más antiguo vestigio arqueológico que data de entre 1500 y 100 a.C. Es un cementerio integrado por tumbas ahuecadas en el subsuelo de tepetate, con bóvedas, arcos y accesos escalonados. Fueron recintos que se utilizaron para inhumar a los miembros de esa comunidad, con rangos distintos. Otros elementos rescatados de estas ofrendas son las cuentas de jadeíta, las conchas marinas, madre perla y caracoles, que denotan la importancia que tenía el mar entre aquellas personas. Se localiza en Jacona, enclavado en el Valle de Zamora.⁵⁷

2.- *El Cerro Curutaran*. Elevación de formas sugerentes según el lado del que se observa. Se localiza al sureste del valle de Jacona y Zamora, al sur de El Opeño; en terrenos de gran fertilidad y con abundancia de agua. El Curutarán ha sido

⁵⁵ *Ibíd.*

⁵⁶ *Ibíd.*

⁵⁷ *Ibíd.*

testigo de diversos acontecimientos que datan de la época prehispánica hasta la historia reciente. Contiene restos materiales de tres etapas de poblamiento. La más antigua es la de El Opeño, la segunda etapa de los años 600 y 900 d.C., con evidencias culturales importantes, como las pinturas y grabados rupestres que rodean la parte alta del cerro. Entre los años 1200 y 1539 d.C., fue poblado por gente de filiación purépecha ocupó los espacios usados durante las primeras etapas. Entonces construyeron o reutilizaron terrazas para erigir sus casas y con fines agrícolas, igual dispusieron de la parte superior del cerro para colocar un templo siguiendo el ritual funerario mesoamericano. El cerro Curutarán ha sido un símbolo en la geografía cultural prehispánica y sigue siendo un punto de referencia para la población actual.⁵⁸

3.- *Tingambato*. En purépecha Tinganio: “Lugar donde el fuego termina”. En este lugar comienza la tierra fría y termina la tierra caliente. Pertenece a los siglos II al VIII d.C. Fue abandonado, sin que se conozcan las causas de su desaparición; pero se han encontrado indicios de que su decadencia comenzó a partir de un gran incendio; otro probable origen para su nombre.

Sitio con una cancha para el Juego de Pelota, construida dentro de una plataforma rectangular. Ahí se identificó uno de los anillos labrado en piedra por ambas caras, como una estrella de siete picos. Se encontró una tumba con cámara funeraria de planta rectangular y muros en donde se desplanta un techo construido con lajas superpuestas con forma de bóveda. La entrada por medio de seis escalones irregulares es de forma cuadrangular y se encontró tapada con cinco lajas colocadas en forma vertical para reutilizarla. El lugar se ubica entre la ciudad de Uruapan y Pátzcuaro.⁵⁹

4.- *Zaragoza*. Conocido como “Cerro de los Chichimecas”, construido y habitado entre los años 650 y 900 de d.C. Fue habitado por un grupo cuya filiación étnica aun se desconoce. Se encuentra a orillas del río Lerma, que separa las entidades de Michoacán y Guanajuato, mantuvo contacto con sociedades vecinas con las que compartía rasgos y prácticas culturales como el juego de pelota con cadera, de uso común en Mesoamérica.⁶⁰ Con evidencias de habitación, actividades cívicas y ceremoniales, además de una amplia área con terrazas agrícolas, hay abundancia de piedras grabadas con diferentes motivos, distribuidas a lo largo del asentamiento. Sus constructores aprovecharon los desniveles naturales de la ladera oriente de la mesa.

⁵⁸ *Ibíd.*

⁵⁹ *Ibíd.*

⁶⁰ *Ibíd.*

5.- *Tres Cerritos*. Ubicado cerca de la laguna de Cuitzeo. Se comenzó a explorar en 1984. Forma parte de un conjunto arquitectónico integrado por un basamento para templo, plataformas, plazas y adoratorios, con una antigüedad de 600 a 900 años d.C.⁶¹

Junto con Queréndaro, Huandacareo, Zinapécuaro y Araró, forman parte del grupo de pueblos precolombinos asentados en torno a dicha laguna. Los objetos arqueológicos reflejan los nexos existentes con otras comunidades contemporáneas alejadas de allí. Un ejemplo es la presencia de alfarería teotihuacana llamada “Anaranjada Delgada”. Del mismo modo una máscara tallada en alabastro con el claro estilo escultórico de aquella metrópoli. Es importante la alfarería policroma local decorada al negativo, otra decorada al fresco, algunas figurillas además de los objetos hechos de metal y piedras semipreciosas.

6.- *San Felipe de los Alzati*. En el municipio de Zitácuaro. Data de entre los años 1,200 a 1,500 d.C. Tiene un conjunto arquitectónico principal. La Pirámide Mayor mide 40 metros en su cara norte, se encuentra a 100 m del área central. Sitio estratégico, lugar de frontera entre los mexica y los purépecha. Su función fue la defensa y control de esos territorios. Desde este punto resulta fácil controlar diversos accesos y montar estricta vigilancia sobre el valle de Zitácuaro.⁶²

7.- *Zona Arqueológica de Tzintzuntzan*. Fue la última gran capital del Imperio Purépecha. Era el centro de las actividades políticas, económicas y religiosas del Imperio. Tenía comunicaciones terrestres y acuáticas (a través del lago de Pátzcuaro).⁶³

8.- *Zona Arqueológica de Ihuatzio*. En la ribera oriental del Lago de Pátzcuaro, sobre una meseta nivelada artificialmente. Se reconoce como una de las tres capitales Purépechas. Fuentes históricas, como el lienzo de Jucutacato y la crónica de Michoacán hacen referencia a este lugar. Donde se encontró un Chac Mool.

Ihuatzio se fundó a la muerte de Tariacurí quien dividió el territorio entre su hijo y sus dos sobrinos: Huiquingaje e Hiripan y Tangaxoan. Así Ihuatzio, Pátzcuaro y Tzintzuntzan se repartieron el control del señorío Purépecha. Hiripan, Señor de Ihuatzio, ejerció mayor influencia, por lo que tuvo un papel relevante sobre las otras dos capitales. La ciudad llegó a tener cerca de 40,000 habitantes por el año 1450 d.C., cuando el Señorío Purépecha llegó a su máxima expansión.⁶⁴

⁶¹ *Ibíd.*

⁶² *Ibíd.*

⁶³ *Ibíd.*

⁶⁴ *Ibíd.*

E.- Pueblos Mágicos

En México existen 2 mil 500 ayuntamientos, de ellos 83 municipios forman parte del Programa Pueblos Mágicos, el estado de Michoacán se encuentra a la cabeza con ocho localidades inscritas, estas son: Pátzcuaro, Cuitzeo, Tlalpujahua, Santa Clara del Cobre, Angangueo, Tacámbaro, Tzintzuntzan y Jiquilpan.⁶⁵ Al ser nombrados como Pueblos Mágicos, tienen el beneficio de acceder a recursos federales adicionales para el mejoramiento, protección de la imagen urbana, así como servicios públicos, además de la atención turística, promoción, y comercialización del destino, lo que ayudará al desarrollo económico y social de Michoacán.⁶⁶

Conclusiones

El Turismo es una de las actividades económicas más importantes, ya que genera ingresos, y empleos y contribuye a mejorar la economía de cualquier país. Para México y para Michoacán es una fuente de desarrollo.

El turismo para el estado de Michoacán, es una actividad que genera beneficios muy relevantes: tanto en lo económico, como en lo social; además de generar empleos directos e indirectos; da lugar a obras de infraestructura, inversión, impuestos, etc.

Michoacán es una entidad de fuerte vocación turística. Es necesario difundir y dar a conocer todo lo que tienen México y Michoacán: sus artesanías; monumentos prehispánicos y coloniales; bellezas naturales; sus pueblos mágicos; lugares históricos y culturales; su gastronomía; la calidez de la gente, etc. Es necesario analizar la importancia que tiene el turismo en Michoacán, como alternativa para impulsar el desarrollo social, así como los beneficios que aporta a la economía y revisar los alcances y limitaciones de los programas, proyectos y políticas de inversión, sobre todo en esta época, en la que las crisis están golpeando fuertemente al estado y al país.

La generación de empleos en este sector es vital. Los ingresos del turismo son los segundos en importancia, sólo después de las remesas que nuestros pisanos migrantes, que residente en los Estados Unidos de Norteamérica envían.

Es conveniente que los niveles de gobierno, trabajen coordinadamente con la sociedad. Los empresarios dedicados a la industria hotelera y restaurantera deben apostarle al sector turismo, con la convicción de que tendrán éxito, y que este

⁶⁵ Periódico: "La Voz de Michoacán". Morelia, Michoacán., 27 de noviembre de 2012.

⁶⁶ *Ibid.*

sector es una fuente importante de ingresos, una palanca de desarrollo para nuestra entidad.

En Michoacán nació el invencible Imperio Purépecha, cuyos dominios se extendieron por casi todo el centro del país. Actualmente, se puede disfrutar de la riqueza cultural de ese imperio, en las zonas arqueológicas de Pátzcuaro, Tzintzuntzan, Ihuatzio, Huandacareo, Cuitzeo, San Felipe de los Alzati, Tingambato; en los pueblos de la riera del Lago de Pátzcuaro, en la meseta Purépecha, en la Ciénega de Zacapu y la Cañada de los Once Pueblos.

Los bosques de Michoacán conservan la tranquilidad y sus presas la pureza, son refugio invernal de millones de mariposas monarca, que viajan miles de kilómetros desde el sur de Canadá y el norte de los Estados Unidos, para reproducirse y continuar su ciclo de vida.

Caídas de agua como los saltos del Moro y el Enadio, los chorros del Varal, la Tzararacua y la Tzararacuita; lagunas formadas en cráteres de volcanes como la alberca de Tacámbaro y la de Los Espinos en Zacapu.

Michoacán es incomparable, rico en pueblos típicos, bellezas naturales, arte y cultura. Reconocido por su valor histórico, cultural y artesanal. Cuenta con riquezas reales y potenciales, con una ubicación favorecida, por su red carretera que lo vincula con algunos de los principales centros urbanos del país, existe un excelente marco para que se convierta en un Estado muy atractivo para el turismo.

Por lo tanto, Michoacán cuenta con una vocación turística, que está a la espera de explotar y desarrollar sus grandes potencialidades, sus hermosos lugares merecen aprovecharse al máximo, en beneficio de los michoacanos y de la sociedad mexicana.

En la zona costera los paladares se deleitan con los langostinos y el pescado a la talla, mientras que en Pátzcuaro las mesas se visten de fiesta con el exquisito pescado blanco, para refrescarse tenemos la famosa nieve de pasta, a base de vainilla, huevo, leche y azúcar. Otras delicias que no se deben dejar de probar son el caldo michi, con pescado y tuna agria, la morisqueta, que se elabora con arroz blanco cocido, con frijoles fritos y salsa guisada con queso o carne y el aporreadillo, que son tiras de carne seca, guisadas en salsa roja. El toque de dulzura lo ponen los chongos zamoranos, que tienen como ingrediente principal a las fresas de la zona, el chocolate de metate, el pan de nata, las frutas en conserva, los buñuelos y los atoles de Tarecuato, completan la catra de postres.

Michoacán es un estado sorprendente.

Referencias Bibliograficas

Gobierno del Estado de Michoacán: Secretaria de Turismo, septiembre (2013).

INEGI. Censo de Población 2010.

Mercado Vargas, Horacio. "Propuesta de innovación del Plan de Estudios de Maestría en Administración", tesis doctoral publicada por el grupo de investigación eumed.net. Universidad de Málaga, España, 2012.

OECD. (2009), "Chapter 9: State of Michoacán, Mexico ", The Impact of Culture on Tourism, OECD, Paris, pp. 129-140.

Periódico: Cambio de Michoacán. Morelia, Michoacán, viernes 6 de septiembre de 2013.

Periódico: La Voz de Michoacán. Morelia, Michoacán, 12 de octubre de 2013.

Periódico: La Voz de Michoacán. Morelia, Michoacán, 25 de septiembre de 2013.

Periódico: La Voz de Michoacán. Morelia, Michoacán, 7 de septiembre de 2013.

Sánchez Sandoval, Fidel. Michoacán. Historia y Geografía. Secretaría de Educación Pública. México, D.F., 1995.

Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado. Morelia, Michoacán, 3 de julio de 2013.



Centro de Investigación
y Desarrollo Ecuador



ISBN 978-9942-20-737-1



9 789942 207371