El turismo alternativo agrupa actividades tales como el turismo rural, de naturaleza, ecológico, de aventura, de salud, médico, temático y gastronómico, entre otros. Su principal característica es la de ser una actividad respetuosa del medio ambiente, que aprovecha racionalmente los recursos naturales y mantiene una relación muy estrechamente complementaria con otros segmentos de la actividad turística.

A lo largo de su historia ha sido practicado, en una modalidad u otra, por todos los turistas del mundo. A pesar de su importancia, este segmento de mercado de la actividad turística comienza apenas a ser considerado como un producto que puede llegar a contribuir no sólo a la generación de empleos o ingresos en este sector, sino también al desarrollo económico sustentable de las comunidades locales.

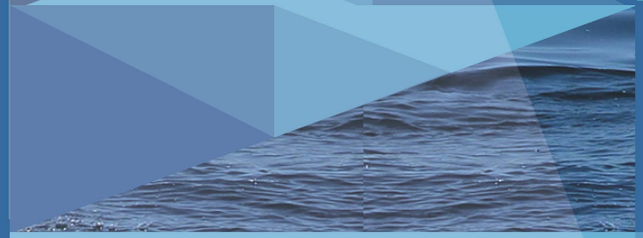
En México tenemos todo para desarrollar productos turísticos que se han practicado desde la antigüedad y que hoy frente al mundo están siendo una novedad; los mercados han evolucionado y han alcanzado tal desarrollo que ahora la gente valora la necesidad de conservar nuestros recursos naturales y culturales, de volver a tener acceso a las buenas costumbres alimentarias, a las forma de vida tradicional, al esparcimiento sano y a la convivencia armónica que existió en el pasado.

STP
Servicios Turísticos Profesionales

AEPCA
Asociación de Estudios de Posgrado y Capacitación

Desarrollo y perspectivas del turismo alternativo • Quintero Villa • Orozco Alvarado • Guerra Ávalos [coords.]

Desarrollo y perspectivas del turismo alternativo



José Manuel Quintero Villa
Javier Orozco Alvarado
Eva Angélica Guerra Ávalos

Desarrollo y perspectivas del turismo alternativo

Desarrollo y perspectivas del turismo alternativo

Javier Orozco Alvarado
José Manuel Quintero Villa
Eva Angélica Guerra Ávalos
Coordinadores

STP
Servicios Turísticos Profesionales

AEPCA
Asociación de Estudios de Posgrado y Capacitación

Primera edición 2015

D.R. © 2015, Servicios Turísticos Profesionales
Asociación de Estudios de Posgrado y Capacitación (AEPCA)
Periférico Norte N° 799,
Núcleo Universitario Los Belenes,
C.P. 45100, Zapopan, Jalisco, México.

ISBN: 978-607-9371-58-6

Impreso y hecho en México
Printed and made in Mexico

Contenido

Presentación 9
Javier Orozco Alvarado

Capítulo I
Estado, pobreza y turismo en las economías globalizadas 15
Roberto Moreno Ortiz

Capítulo II
Competitividad y niveles de bienestar en destinos turísticos de México 39
Pablo Sandoval Cabrera

Capítulo III
Cambios en el turismo contemporáneo: nuevas estrategias para las nuevas tendencias 67
Irene Huertas Valdivia

Capítulo IV
La relevancia de la capacidad de carga en el turismo alternativo en Guadalajara y la Isla de la Piedra en Mazatlán. 89
Roberto Jiménez Vargas
Paula Lourdes Guerrero Rodríguez
José Manuel Quintero Villa

Capítulo V
La gastronomía en el desarrollo turístico local 113
Javier Orozco Alvarado
Patricia Núñez Martínez
Gabriela Scartacini Sparado

Presentación

El turismo alternativo es una rama o segmento de la actividad turística que a lo largo de su historia ha sido practicado, en una modalidad u otra, por todos los turistas del mundo. Sobre todo porque es una actividad estrechamente vinculada a la hotelería, la restauración, la salud, el esparcimiento y las diversiones. La diferencia de esta práctica con respecto a otros segmentos de la actividad turística —como el tradicional turismo de ocio, cultural y de reuniones— es que, por décadas, no ha sido lo suficientemente promovido ni ha recibido el suficiente apoyo.

A pesar de su importancia, este segmento de mercado de la actividad turística comienza apenas a ser considerado como un producto que puede llegar a contribuir no sólo a la generación de empleos o ingresos en este sector, sino también al desarrollo económico sustentable de las comunidades locales; particularmente ahora que existe cada vez una mayor preocupación de la comunidad internacional sobre la explotación incontrolada de nuestros recursos naturales, de los daños ambientales que ocasiona la actividad turística, la amenaza creciente sobre la biodiversidad en el planeta y los riesgos que conlleva el cambio climático para las generaciones futuras.

En general, el turismo alternativo representa una actividad turística que agrupa principalmente actividades tales como el turismo rural, de naturaleza, ecológico, de aventura, de salud, médico, temático y gastronómico, entre otros. Su principal característica, es que es una actividad respetuosa del medio ambiente, que aprovecha racionalmente los recursos naturales y mantiene una relación muy estrechamente complementaria con otros segmentos de la actividad turística.

Desafortunadamente, no todos los países del mundo tienen las mismas posibilidades de aprovechar económica y socialmente

este segmento de la actividad turística, pues no todos cuentan con abundancia de recursos naturales, como bosques, selvas, montañas, ríos, volcanes, aguas termales, biodiversidad, riqueza gastronómica, historia, tradiciones y comunidades ancestrales. Por eso nuestro país, en la medida en que cuenta con una enorme riqueza natural, cultural y costera, tiene en sus manos una gran posibilidad para especializarse en cualquiera de estos segmentos de la actividad turística y aprovechar tanto sus recursos naturales, como su actual potencial turístico de sol y playa.

A diferencia de nuestro país, que cuenta con abundantes recursos culturales y naturales, las grandes potencias del turismo mundial han tenido que optar por impulsar segmentos como el turismo cultural, de ocio, de reuniones, lúdico o inventar una variada oferta moderna de servicios turísticos que les permita la especialización y una mayor diferenciación para aprovechar, mediante el diseño de políticas públicas, las bondades de la actividad turística.

Por esa razón, en el primer capítulo de este libro se hace referencia al papel que ha desempeñado el Estado en las sociedades globalizadas para equilibrar o reducir las desigualdades a través de las políticas públicas o de aquellas estrategias que le permitan contrarrestar los fallos del mercado. En ese contexto, una adecuada política turística puede ser considerada como una fuente importante de crecimiento económico, de generación de empleos, de distribución de ingresos entre regiones y de bienestar para la población local, particularmente en los países en desarrollo. Tal como lo plantea Roberto Moreno en su trabajo "Estado, pobreza y turismo en las economías globalizadas", el turismo es una actividad que desde hace muchos años ha interesado a los gobiernos cuyos países cuentan con atractivos diversos importantes que pueden ser aprovechados de una forma eficaz con la intervención del Estado por medio de la política turística. Por ello, el autor desarrolla en este trabajo un importante debate teórico sobre el papel del Estado en la economía, sobre la conceptualización del Estado, la pobreza y el papel que juegan las políticas públicas y sociales en el desarrollo económico.

En el segundo capítulo, Pablo Sandoval, en su trabajo sobre "Competitividad y niveles de bienestar en destinos turísticos de México", presenta algunas evidencias empíricas que permiten con-

trastar la relación que existe entre competitividad de las ciudades y/o áreas urbanas y niveles de bienestar; empleando un conjunto de indicadores tales como pobreza, desarrollo humano, empleo, educación, salud e ingresos, entre otros.

Para cumplir con dicho objetivo, el autor realiza un análisis estadístico de tipo correlacional y comparativo entre competitividad y algunos indicadores de bienestar en una muestra representativa de cinco municipios turísticos que ofrecen servicios de turismo de playa. El trabajo que desarrolla este autor presenta, además, un importante debate teórico sobre la competitividad, además de evidencias empíricas sobre la correlación entre competitividad y nivel de vida, así como entre desarrollo humano y bienestar en destinos turísticos de playa.

El trabajo que presenta Irene Huertas en el capítulo tres, sobre "Cambios en el turismo contemporáneo: nuevas estrategias para las nuevas tendencias", muestra que la actividad turística tiene un fuerte impacto social, cultural, territorial, ambiental y económico en las regiones donde se desarrolla. Plantea que la actividad turística ha demostrado ser una útil estrategia para el desarrollo y la conservación de los recursos naturales y patrimoniales.

Por ello, el objetivo de su trabajo es analizar las distintas fases del fenómeno turístico, tanto desde una óptica mundial, como desde el punto de vista de la población local hacia el turista. También analiza los factores que influyen en la visita y experiencia turística, a la vez que identifica las principales tendencias del turismo en la actualidad. Una vez contextualizados y comprendidos los elementos que afectan al turismo, propone algunas estrategias para su dinamización y revitalización. Sobre todo, porque, como ella misma plantea, son bien sabidas las bondades económicas que supone el turismo para una región; por lo que no es de extrañar que la competencia entre destinos sea cada vez mayor y más fuerte; no sólo en cuanto a precios, sino también en lo referente a la variedad de la oferta y el nivel de la calidad.

Roberto Jiménez y Paula Lourdes Guerrero, abordan en el capítulo cuarto un estudio sobre "La relevancia de la capacidad de carga en el turismo alternativo en Guadalajara y la Isla de la Piedra en Mazatlán". Según los autores, entre las pretensiones de la investigación se encuentra el iniciar una aproximación a un tema

tan fundamental y actual como son los estudios de capacidad de carga en el campo del turismo alternativo y que no ha suscitado un gran interés hasta el momento entre las diversas disciplinas y los planificadores.

Su trabajo está estructurado en cuatro apartados, en los que presentan un marco teórico acerca de lo que es la capacidad de carga de un destino, un debate sobre lo que es el desarrollo sustentable; el desarrollo de este segmento en el caso de Jalisco y los resultados del análisis comparativo sobre la capacidad de carga que ha generado el turismo alternativo en Guadalajara, Jalisco, y en la Isla de la Piedra en Mazatlán, Sinaloa.

Aunque, a decir de los autores, no es el objetivo de esta investigación profundizar sobre este debate; su verdadera pretensión es la de aportar algunas bases conceptuales y metodológicas que resulten útiles para posteriores estudios aplicados. Así pues, con este trabajo ellos intentan hacer un análisis sintético sobre la evolución histórica de este concepto desde su aparición, con los autores y trabajos más destacados de cada momento, las críticas más importantes que se han enunciado en su contra, así como algunas experiencias de aplicación, caso concreto en el Bosque de la Primavera en Guadalajara y la isla de la Piedra en Mazatlán.

En el quinto y último capítulo de este libro, Javier Orozco, Patricia Núñez y Gabriela Sarracina presentan un trabajo sobre "La gastronomía en el desarrollo turístico local", en el que plantean que el turismo se ha distinguido por ser una de las actividades económicas, que después de la II Guerra Mundial han tenido un mayor crecimiento y una mayor diversificación.

Consideran que en nuestro país, al igual que en muchos otros, el turismo es una de las actividades más dinámicas, no sólo por su impacto económico en la generación de empleos, de ingresos y divisas sino por su relación directa con el medio ambiente y con el desarrollo local. Plantean que una de las estrategias para reducir la brecha entre los países bien posicionados turísticamente y los países en desarrollo —como el nuestro— ha sido el impulso, la transformación y el rediseño de los destinos turísticos o creando otros modelos de desarrollo turístico a partir del turismo alternativo, entre ellos, el gastronómico.

Por un lado, los autores abordan el papel que tiene el turismo en el mundo, qué se entiende por desarrollo turístico sustentable, cuál es la importancia del turismo alternativo en el desarrollo económico y turístico; y, por otro, nos explican qué es el turismo gastronómico, quiénes lo practican, cuáles son las principales rutas gastronómicas a nivel nacional e internacional y cuál es el futuro del turismo gastronómico como posibilidad de desarrollo para las comunidades locales.

En general, con esta obra, nosotros podremos entender que en el turismo —al igual que en cualquier otro mercado de bienes y servicios— la diferenciación de productos es fundamental; pues en el mercado no podemos vender todos lo mismo y mucho menos en los mercados mundiales.

En México tenemos todo para desarrollar productos turísticos que se han practicado desde la antigüedad y que hoy frente al mundo están siendo una novedad; los mercados han evolucionado y han alcanzado tal desarrollo que ahora la gente valora la necesidad de conservar nuestros recursos naturales y culturales, de volver a tener acceso a las buenas costumbres alimentarias, a las forma de vida tradicional, al esparcimiento sano, a las formas de convivencia armónica que existieron en el pasado, las que vivieron nuestros ancestros y que ahora necesitamos todos para mantener vivos tanto al planeta como a nuestras costumbres y tradiciones.

Por eso es importante desarrollar nuestro ingenio, creatividad y conocimientos para impulsar actividades turísticas alternativas, como lo están haciendo en Latinoamérica países como Portugal, Argentina, Costa Rica o Perú, entre otros.

Apostémosle en México a convertirnos en una potencia mundial en turismo alternativo, no tenemos por qué ofrecer lo mismo que Estados Unidos, Francia o España. Tenemos la oportunidad de ser diferentes, de especializarnos en lo que sabemos hacer y desarrollar todo aquello que tenga que ver con lo que tenemos. Poseemos los recursos naturales, culturales y humanos, así como la oportunidad de aprovechar nuestras diferencias; pero también de exigir el apoyo de nuestros distintos niveles de gobierno para impulsar esta actividad que tiene mucho futuro en nuestras regiones, nuestro país y nuestro estado.

Finalmente es importante destacar que esta obra es el resultado del trabajo realizado por los cuerpos académicos UDG-CA-650 Turismo y Desarrollo Local; y UDG-CA-142 Desarrollo Sustentable y Estudios Sectoriales.

Javier Orozco Alvarado
Los Belenes, Zapopan, Jalisco, México

Capítulo I
Estado, pobreza y turismo en las economías globalizadas

Roberto Moreno Ortiz

Resumen

El Estado en las sociedades globalizadas requiere de políticas públicas tendientes a equilibrar el desigual juego de las economías mundializadas, donde los fallos del mercado han modificado de forma negativa los estados de bienestar social, generándose transformaciones entre las relaciones funcionales del Estado capitalista. En este contexto, el turismo, puede ser considerado una fuente importante de crecimiento económico, particularmente en los países en desarrollo.

Durante el presente siglo, las crisis económicas de orden mundial han generado modificaciones entre las relaciones funcionales del Estado capitalista, hasta convertirlo, especialmente en los años treinta, en el Estado-benefactor, que nació a principios del siglo xx producto de gobiernos socialdemócratas europeos que orientaron reformas para beneficio de la sociedad trabajadora. Las políticas desde Europa llegaron a Estados Unidos y en todas ellas sus orientaciones tuvieron vínculos con la resolución de problemas económicos, educativos, sanitarios, de vivienda y de sistemas de seguridad social.

En tanto que el turismo puede ser una importante variable para impulsar el desarrollo económico, la modernización y cohesión entre los agentes que actúan en las sociedades; el Estado y el mercado han venido a desempeñar un rol fundamental en el impulso de esta actividad en aquellos países que cuentan con diver-

sos atractivos mediante el diseño e implementación de políticas turísticas para reducir la pobreza en las comunidades locales.

Palabras clave: Estado benefactor, política pública, interés público, agenda, política social, turismo y pobreza.

Introducción

Estado y pensamiento social son indisolubles y sus alcances tocan la política o economía. El Estado-mercado es producto de las sociedades globalizadas que exigen estructuras institucionales públicas tendientes a equilibrar el desigual juego de las economías mundializadas, donde los fallos del mercado han modificado de forma negativa los estados de bienestar social, generándose transformaciones entre las relaciones funcionales del Estado capitalista, hasta convertirlo en el Estado benefactor, que mediante la reorientación de las políticas sociales aborda el interés colectivo transfiriendo a nivel de responsabilidad y acciones dentro la organización pública elementos programáticos de acción que implican: interés, opinión, derecho, bienes, salud, transporte, educación, difusión de servicios, rendición de cuentas, sanidad o deuda pública, siempre privilegiando lo público, lo grupal, el conjunto de decisiones cuyo objeto es la distribución de determinados bienes o recursos, con el fin de contener las condiciones de pobreza social, erigiéndose como la sala de emergencias del Estado corrector. En este contexto, el turismo, puede ser considerado una fuente importante de crecimiento económico, particularmente en los países en desarrollo, su implementación de una manera responsable constituye un desafío para las naciones que buscan reducir la pobreza con base al diseño de políticas públicas orientadas a la generación de más oportunidades con la participación activa del capital social en las estrategias integrales desde un enfoque sostenible e incluyente. Entonces, a partir de ahí el turismo puede ser una variable de desarrollo, diversificación económica, modernización y cohesión entre los agentes que actúan en las sociedades.

I. Los conceptos de Estado

Diversas corrientes del pensamiento social ofrecen aproximaciones para comprender la función del Estado y sus responsabilidades, mediante la intervención pública y sus políticas sociales en materia del combate a la desigualdad social y su principal exponente: la pobreza. La existencia de disciplinas que ayudan a la comprensión de estas variables, para la deconstrucción de la profundidad de los conceptos existentes, implica elevadas cuotas de ejercicios investigativos que en esencia se orientan a una identificación teórico-conceptual. Inicialmente, es imperioso establecer la idea que acerca de Estado se presenta en la densa variedad de encuadres teóricos y conceptuales existentes. Estado y pensamiento social son indisolubles, por lo tanto sus alcances tocan aspectos de la política o economía. El Estado es un complejo sistema de normas jurídicas y administrativas que se aplican a las colectividades sociales en búsqueda de un orden que perpetúa su organización y funcionalidad.

Dos argumentos iniciales distinguen sus alcances: uno tiene su origen en la Grecia antigua y establece que la presencia del Estado es inevitable ante la existencia de la sociedad; otro es de carácter humano, es decir, producto del hombre, de la sociedad general, para privilegiar el bien común y los derechos individuales. El elemento constante en ambas concepciones lleva a la analogía de una estructura supra humana a favor del hombre y su igualdad.

La idea de Estado-mercado es producto de las sociedades modernas donde la globalización exige estructuras institucionales (North, 1993) tendientes a equilibrar el desigual juego de las economías mundializadas, independientemente que dentro de sus responsabilidades se encuentren la salvaguarda nacional, optimización y eficacia financiera, conducción del desarrollo y el establecimiento de políticas sociales. Tales estructuras pueden percibirse bajo variados enfoques:

- *Conductual*: materializado mediante un sistema público.
- *Participacioncita*: el Estado como agente rector económico y social.
- *De dominación social* (Marx-Weber): concepción que identifica al Estado como la fuerza política que defiende los intereses

de la clase dominante mediante su capacidad de intervención en la economía, el mercado y el desarrollo social.

- *Leninista*: sociedad capitalista (Estado y burguesía) y sociedad comunista (un Estado innecesario).
- *Liberalismo*: el Estado como estructura para resguardar la propiedad privada, compensar el mercado y sus insuficiencias.
- *De Bienestar*: un Estado con estructuras eficaces reguladoras del gasto público, dotador de recursos y servicios públicos de calidad, que asume la responsabilidad en la distribución del bienestar a los ciudadanos para ajustarlos favorablemente a las exigencias del mercado.
- *Desarrollismo*: un Estado pro-industrializador para fomentar una economía que favorezca la integración social de grupos marginados. Corresponde al pensamiento social latinoamericano, que otorga al Estado responsabilidad sobre las estrategias de desarrollo y las transformaciones socioeconómicas.
- *Neoliberalismo*: el Estado defensor de la propiedad y de las libertades individuales, administrador de las reglas económicas y del mercado. Una variante de éste es la economía política positiva (el Estado mínimo proveedor de bienes que no otorga el mercado; el Estado positivo corrector de las deficiencias del mercado y, el Estado negativo con grupos de interés y excesiva burocracia tendiente a perpetuarse en el poder).
- Finalmente aparece el denominado *Consenso de Washington*, una respuesta correctiva estructural —por parte de organismos internacionales— ante los desajustes del modelo de economía liberal, como distorsiones del mercado, desregulación financiera, privatización de la empresas y reducción del gasto social.

A pesar de las distintas caracterizaciones que se le den en función de la perspectiva ideológica o disciplina con que se aborde, el Estado mantiene elementos que son determinantes en la existencia de su unidad política, jurídica y social y que además lo definen como tal. Estos son: a) territorio, población y gobierno; b) una colectividad (nación) delimitada por un territorio sujeta a un ordenamiento jurídico común; c) organización política que detenta el poder; d) organización política de la sociedad; e) uso

legítimo de la violencia y, f) organización político-social que tiene como objetivo la realización de los fines humanos.

Los elementos dentro del Estado —sean planificadores, decisores, ejecutores y benefactores— han sido puestos a prueba durante los años más recientes de la naciente economía global del planeta. Las transformaciones en los ámbitos económico, político y social, experimentadas durante los últimos 20 años y caracterizadas por aperturas comerciales y económicas, así como la reconversión tecnológica y reorientación de las políticas sociales, han generado nuevas orientaciones en un mundo globalizado que pueden encuadrarse dentro de aspectos como la modificación negativa de estados de bienestar social, recurrentes crisis económicas mundiales, incremento en la participación de las economías neoliberales, nacimiento de una nueva clase política matizada por grupos tecnócratas, incremento de la informalidad económica y potencialización de problemas urbanos, entre otros aspectos. "La desigualdad y la pobreza son dos de los más graves problemas sociales que, en general, resultan de las relaciones históricas que se establecen entre las esferas de la sociedad, el Estado y el mercado" (Almanza, 2006, p. 2).

Durante el presente siglo, las crisis económicas de orden mundial han generado modificaciones entre las relaciones funcionales del Estado capitalista, hasta convertirlo — especialmente en los años treinta— en el Estado benefactor que nació a principios del siglo XX como producto de los gobiernos socialdemócratas europeos que hicieron reformas para beneficio de la sociedad trabajadora. La aparición, a finales del siglo XIX, de diversos partidos políticos socialdemócratas en España, Noruega, Suecia, Rusia y Suiza, es un ejemplo de ello. Uno de sus emblemas fue el Programa Alemán Erfurt que planteó reformas dentro de las estructuras políticas para ampliar los servicios sociales y favorecer leyes que protejan los derechos e intereses de los obreros (Nuñez, 1988).

Las políticas de Europa llegaron a Estados Unidos y, en todas ellas, sus orientaciones tuvieron vínculos con la resolución de problemas educativos, sanitarios, de vivienda y de sistemas de seguridad social para adultos mayores. La intervención sindical derivada del proceso industrializador para la defensa de los derechos de trabajadores fue otro factor que impulsó las demandas laborales y

la intervención del Estado. Así nació un juego de intereses entre representantes del Estado, sindicatos y empresas.

La conformación del Estado benefactor incluyó ideas socialdemócratas y cimentó el modelo de Estado interventor keynesiano como alternativa de solución a las fallas capitalistas, basado en el principio de que los incrementos en el ingreso generaban mayores demandas de productos, lo que estimula la economía. Sus tres principales características son: 1. Intervención directa e indirecta del Estado en la economía para enfrentar las crisis del capitalismo, derivadas de los excesos de utilidad de la inversión privada; 2. Implementación de programas sociales encaminados a paliar problemas económicos y sociales de la población trabajadora, y 3. Un sistema representativo de intereses expresado en una competitividad partidista, que permite avances y retrocesos del poder dentro del Estado (Nuñez, 1988).

II. *Las políticas públicas y las políticas sociales*

Antes de entrar a los conceptos sobre política social, es importante conocer los argumentos fundamentales de las políticas públicas. Este término hace referencia a las instituciones gubernamentales de cualquier país, las que dentro de una relación entre el Estado y su entorno práctico, se transfieren a nivel de responsabilidad y acción dentro la organización política. Dewey (en 1927) las definió como lo "público y sus problemas" (Parsons, 2007, p. 31). Parsons las refiere como la idea de aquello que no es privado ni individual sino del ámbito colectivo. El legado entre lo público y lo privado, como las bases del Estado, se remonta a la época de griegos y romanos, pero es a principios del siglo XIX cuando la "esfera pública" se desarrolla en Gran Bretaña a partir de la diferenciación entre el poder público y el ámbito de lo privado (Parsons, 2007, p. 38).

Las políticas públicas se componen por elementos de distinta índole que incluyen diferentes tipos de gobierno, fuentes de poder y la capacidad de intervención ejercida por otras organizaciones (Parsons, 2007). Al profundizar en el entendimiento de la lucha por el poder, se hace énfasis en la noción *políticos*, que se traduce por "política", término con interpretaciones muy propias en cada

país; es decir, lo relativo a grupos sociales bajo mandatos gubernamentales. Cuando se trata de analizar la política en el sentido de *políticos*, los objetos fundamentales de estudio son las fuerzas políticas, las elecciones, sociedad y las instituciones gubernamentales.

Por otra parte, *policía* puede interpretarse como las políticas públicas a las que regularmente se les agrega un adjetivo que puede ser de tipo social, por ejemplo, mediante el cual se hace referencia a una acción pública, el beneficio colectivo; interpretándolo de otra forma, se refiere al punto programático de la acción gubernamental que implica: interés, opinión, derecho, bienes, salud, transporte, educación, difusión de servicios, rendición de cuentas, sanidad o deuda pública, siempre privilegiando lo público, lo grupal. Aquel fenómeno, situación o problema que requiere regulación o intervención gubernamental. Tal es el caso del turismo, su tratamiento como fenómeno es una actividad que desde hace muchos años ha interesado a los gobiernos cuyos países cuentan con atractivos diversos importantes que pueden ser aprovechados de una forma eficaz con la intervención del Estado por medio de la política turística.

La astucia racional del término "*policía*" tuvo una relación dentro de su praxis con la administración y la burocracia. Gay (2000) señaló que Weber definió el término como la expresión del componente racional del Estado, cuya función era ejecutar la voluntad de los amos políticos, mediante la misma burocracia, una clase de servidores cuyo objetivo era asegurar el interés público. De acuerdo con Gay (2000), Weber también estableció la noción de la racionalidad a partir de la sociedad industrial. La idea fundamental en el siglo XX es que las instituciones públicas, el Estado, a través de diversas políticas está en condiciones de ofrecer respuestas a diversos problemas públicos, entre ellos los de tipo económico, incorporándose al proceso nuevas relaciones entre gobierno y política.

Los estudios de Harold Roswell (1986), abordaron campos de estudios sociológicos, psicológicos de la ciencia política, administración social y gestión empresarial; en 1951 acuñó el término "*policy*" —y en su más moderna interpretación, el término "políticas públicas"—, lo refirió como el conjunto de decisiones cuyo objeto es la distribución de determinados bienes o recursos. En este proceso se encuentran en juego bienes o recursos que pueden afectar o privi-

legiar a individuos y grupos. Lasswell transformó el escenario de la política pública para los años setenta, en vertientes que incluyeron: métodos de investigación, resultados de los estudios, disciplinas intervinientes y otros tipos de análisis que mantuvieron interés en los componentes de la administración pública. Autores contemporáneos a Lasswell fueron Herbert Simon (1997), con su interés en las decisiones humanas, la racionalidad limitada y la capacidad para mejorar, y Charles Lindblom (1979), con su alternativa "incrementalista", el poder y su interacción por etapas.

A partir de los años sesenta, Becker (2010) incursiona de manera significativa en el abordaje de las políticas públicas y su contribución a los problemas sociales bajo la perspectiva constructivista, cuya idea central se refiere a una colectividad cuyas condiciones especiales determinan problemas sociales específicos. Las políticas públicas son aquellas situaciones socialmente problematizadas, con lo que se abre el cuestionamiento relativo a los alcances de los problemas sociales para generar la atención de las instituciones públicas.

En los años setenta, la distinción entre lo público y privado tuvo un giro derivado de los fallos del mercado. Se retomaron las posturas de Smith y Friedman referentes a que "la relación entre lo público y lo privado se definía mejor mediante el mercado y la libre elección y no con el Estado actuando en función del interés público (Parsons, 2007, p. 41). Así: "Dentro de la política, las instituciones públicas de orden superior, las más eficazmente adelantadas, se basan en un contrato social entre los ciudadanos y el Estado, contrato en el cual se acuerdan derechos y deberes por ambas partes para promover el bien común" (Ortiz, 2007, p. 6).

Lo anterior —la relación entre el Estado y la sociedad— se vincula con las ideas de Cobb y Elder (2003), quienes señalaron que en la formación de la agenda se identifican dos tipos o categorías analíticas: la "agenda sistémica o pública" y la "agenda institucional o formal". La primera de ellas es la agenda de la sociedad que se construye a partir de la discusión de los problemas públicos; en cuanto a la segunda, una vez que el gobierno acepta que se debe hacer algo (emprender una acción) sobre un problema, se puede decir que éste ingresó en la agenda institucional.

Bajo su teoría de "la agenda", Cobb y Elder (2003) señalaron que una falla alcanza estatus de pública y logra ser incorporada a la agenda pública cuando cumple con las condiciones de: 1. Ser objeto de amplia atención y conocimiento del público; 2. Que buena parte del público considere que se requiere algún tipo de acción; y 3. Que a los ojos de la comunidad, la acción sea competencia de alguna entidad gubernamental. Para Osorio (2008), una agenda de gobierno establece entonces quiénes son los responsables de definir y argumentar los asuntos de naturaleza pública, cuáles grupos y organizaciones tienen fuerza para transformar temas sociales en públicos, cuáles son los que representan a quiénes, y qué aspectos ideológicos fundamentan la adopción y aceptación de demandas y dan prioridad de asunto público a cuáles cuestiones.

De acuerdo con Parsons (2007), el desarrollo de las políticas públicas como ciencia se debe principalmente a John Dewey, quien entendió el pragmatismo mediante la experimentación social, definió la democracia como un intercambio de ideas y defendió las ideas de la "tecnología política", como un método más científico para resolver sus problemas, (en la actualidad algunas instituciones públicas la denominan "ingeniería social"). "El legado de Dewey fue un llamado a tomar medias y a fomentar la participación activa de las ciencias sociales en los esfuerzos por crear mejores gobiernos y sociedades" (Parsons, 2007, p. 81).

Una vertiente de las políticas públicas son las políticas sociales, las que de manera general se definen como acciones organizadas orientadas a atender necesidades sociales cuya solución traspasa a la iniciativa privada, individual o espontánea, y requiere decisión colectiva reglamentada y amparada por leyes impersonales y objetivas que garanticen derecho (Prieto, 2008). La definición establece la necesaria intervención gubernamental, la acción pública para atender los problemas de las mayorías. En la raíz conceptual se parte de las acciones del poder público, el Estado, hacia los sectores sociales mediante un orden establecido de estrategias coordinadas. La política social es la acción organizada del Estado en materia social. La política social cumple cuatro funciones distintas y complementarias: protección, bienestar, realización de los derechos de ciudadanía y cohesión social (Osorio, 2008).

Por su parte, Rodríguez et al. (2009) han definido la política social como aquella formulada e implementada desde el gobierno como política gubernamental, con un carácter limitativo que no permite participación ciudadana real, donde ésta última tiene un papel fundamental en las condiciones actuales, en las nuevas formas que está tomando la gestión local de las políticas y, dentro de éstas, la política social, misma que se deberá dar desde un enfoque de política pública.

Harold Lasswell (1986) expresó que lo importante es que el enfoque de políticas pone énfasis en los problemas fundamentales del hombre en sociedad, para lo cual es fundamental cultivar técnicas a fin de lograr una cooperación fluida entre equipos interdisciplinarios como una de las principales tareas para desarrollar una ciencia de las políticas. Este nuevo campo interdisciplinario de las ciencias de las políticas trata de resolver los problemas sustanciales del hombre en el contexto de una sociedad que tiende a ser más abierta, participativa, crítica y creativa, con una mayor capacidad de organización e iniciativa para promover sus intereses y cubrir sus necesidades —capaz de introducir políticas nuevas—. En este marco surgen las políticas públicas. Así, pues, la política pública emerge en un ambiente de motivaciones representadas por los retos planteados por incertidumbre, riesgos y contingencias, que deben de enfrentar las organizaciones sobre las cuales se sustenta el Estado-gobierno.

Díaz (2007, pp. 4-5) conceptualizó la política social "como el conjunto de directrices, orientaciones, criterios y lineamientos conducentes a la preservación y elevación del bienestar social, procurando que los beneficios del desarrollo alcancen a todas las capas de la sociedad con la mayor equidad". De acuerdo con ello, la política social se refiere a una serie de medidas orientadas a mejorar condiciones de vida determinadas, por lo tanto son políticas transitorias y sus objetivos son los de aminorar o de regular los embates de las políticas económicas.

En otras palabras, la política social tiene que ver con las fallas de la política económica, es de carácter asistencial y se le asigna una función residual. En un segundo concepto, considera que la función principal de la política social es la reducción y eliminación de las inequidades sociales a través de la redistribución de los recursos, servicios, oportunidades y capacidades. Esto incluye todas

aquellas actividades que contribuyen a la salud, educación, asistencia pública, seguridad social y vivienda de la población, y también aquellas que afectan, en general, la redistribución y distribución del ingreso, así como las dirigidas a construir y conservar el capital social, en un marco de justicia social.

En relación a este último concepto, David Harvey (1977) señaló que la justicia social no debe centrarse en contar con una buena sociedad, debe ser el principio para resolver demandas conflictivas a través de la cooperación social para la mejora individual, de asignación de cargas de trabajo que permitan redistribución de ingresos, de ordenamientos sociales e institucionales, de toma de decisiones, entre otras. Harvey estableció la manera en que la justicia social ha sido concebida desde la ética de Aristóteles hasta los aceptados y contemporáneos conceptos de Rawls, autor de la *Teoría de la justicia* (Rawls, 2010). Por regla general, la justicia social se asocia con otro término: necesidad, que es un concepto relativo a cada sociedad pero que pueden centrarse en: comida, vivienda atención médica, educación, servicios sociales, bienes de consumo, oportunidades de diversión, distracciones y transportes.

De manera general, el concepto de Estado de bienestar y las políticas sociales que lo impulsan son el producto de la idea de la justicia, la noción de felicidad, libertad, en conjunto con las ideas de progreso y bienestar. Es una especie de pacto político e ideológico. En palabras de Casas y Martínez (1998), la política social es el mecanismo de compensación del mercado.

Los gobiernos actuales basan sus acciones en un contrato social entre los ciudadanos y el Estado, a través del cual se acuerdan derechos y deberes por ambas partes para promover el bien común. Los nuevos bloques económicos redefinieron la relación Estado-nación cambiando las estructuras de las políticas públicas, construyéndose nuevas instituciones. Las políticas sociales debieron resolver los desajustes entre el nuevo crecimiento económico y las nacientes estructuras de clases tuvieron que reconocer las formas que rebasaron la familia nuclear.

La sociedad y los ciudadanos ofrecen apoyo al gobierno pagando tasas impositivas que contribuyen al desarrollo de las naciones; los gobiernos, por su parte, se legitiman, ofrecen protección y garantías de los derechos ciudadanos y apoyan políticas públicas

para el beneficio colectivo. Cuando el Estado incumple en la acción de políticas públicas, en el contrato social, en las limitadas oportunidades, desigualdades, exclusión y pobreza, se multiplica e incrementa su deslegitimación, lo que favorece las condiciones para la desintegración social, el conflicto y la violencia. La política social es la estrategia pública para regular y complementar las instituciones del mercado y las estructuras sociales. En palabras de Ortiz (2007, p. 6) "la política social es definida a menudo en términos de servicios sociales como la educación, la salud, o la seguridad social; e incluye mucho más: distribución, protección y justicia social; consiste en situar a los ciudadanos en el núcleo de las políticas públicas, ya no mediante el suministro de asistencia social residual, sino incorporando sus necesidades y voz en todos los sectores". Ortiz afirma, a manera de justificación, que "las políticas sociales son necesarias porque los beneficios del crecimiento económico no llegan automáticamente a todos los ciudadanos. Las políticas sociales no se justifican sólo por humanitarismo: son una necesidad para el crecimiento económico y para la estabilidad política de los países, para mantener el apoyo de los ciudadanos en sus gobiernos" (Ortiz, 2007, p. 9).

Las políticas sociales fueron concebidas durante las décadas de los ochenta y noventa, como formas de intervención de características asistencialistas, orientadas a ofrecer a grupos sociales en condiciones vulnerabilidad una red de apoyos para su subsistencia básica. Pero las redes de seguridad tienen como característica fáctica, no de diseño, su incapacidad para generar condiciones que permitan alcanzar desarrollo social y económico equilibrado; en otras palabras, tienen un carácter de tipo "residual" muy típico de naciones pobres, hecho que contrasta con los resultados obtenidos en naciones desarrolladas que alcanzaron notables niveles de prosperidad, permitiendo que las inversiones sociales contribuyan a la cohesión social y estabilidad política.

Las diversas concepciones de la política social han sido divididas en dos segmentos fundamentales: por un lado se encuentra su perfil de corte asistencial, de tipo protector, la sala de emergencias social; en tanto que la otra parte mantiene orientaciones hacia la integración y promoción de la ciudadanía, la que busca incorporar a las personas en ámbitos productivos. En ambos casos, se busca

por parte del Estado una configuración de acciones que permitan alcanzar mejores niveles de bienestar. Y la práctica del turismo en la actualidad constituye un elemento fundamental en la salud física y emocional a través del ocio, la diversión, el esparcimiento y la recreación.

Las acciones sociales instrumentadas mantienen un diseño funcional de protección surgido en países de Europa y América en los albores del siglo XX direccionadas a garantizar estándares mínimos de ingresos e inserción a grupos de trabajadores de las nacientes fábricas a través de ayudas diversas (dinero, alimentos, medicinas, etc.). La política social adoptó el rol reparador de los llamados fallos del mercado; socialmente, se consideraría más de tipo correctivo que preventivo. Por igual busca la promoción del bienestar y su mayor exponente es el Estado de bienestar, connotación europea de tipo prospectivo responsable de generar sectorialmente oportunidades basadas en oportunidades productivas, educación, salud e infraestructura. Se orienta a garantizar los derechos sociales de la ciudadanía. La aparición del modelo liberal propició su crisis al abandonar los esquemas integracionistas para adoptar los de tipo asistencial.

Las características de las estructuras sociales condicionan los diferentes niveles en que una política pública enfrenta los problemas de pobreza y articula estrategias de atención. Retomando el denominado Estado de bienestar europeo, éste tiene un exponente principal en Gosta Sping-Andersen (2004), quien distinguió cuatro modalidades: 1. Modelo universalista o socialdemócrata, que ofrece protección social elevada igualitaria. Este modelo en Suecia ha conseguido, en buena medida, reducir las desigualdades sociales. 2. Modelo liberal-individualista, con alto nivel de mercantilización, donde los ciudadanos tienen que recurrir a colegios privados, clínicas, etc. puesto que el Estado no llega a todas partes; 3. Modelo conservador corporativista, que se caracteriza por basarse en un modelo de negociación de las políticas macroeconómicas corporativistas (gobierno-sindicatos); y 4. Modelo tradicional mediterráneo, con un mercado de trabajo poco flexible, niveles medios de mercantilización, predominio de estructuras clientelares y economías sumergidas.

Una rápida vista al pasado del desarrollo de las políticas sociales permite hacer la siguiente cronología: en 1834 se promulga

la Ley de Pobres en Reino Unido, con la que comienzan los sistemas contemporáneos del bienestar que suplieron las acciones de caridad eclesiales. En 1883 se implantan los primeros programas estatales de previsión social en la Alemania de Bismarck, y se establecen las bases de una moderna seguridad social con trabajadores sujetos de derechos. En la Alemania prusiana nacen esquemas de protección social "arriba-abajo", lo que permitió consolidar apoyos empresariales y funcionarios públicos.

La historia evidencia de una conjunción de intereses políticos, económicos y sociales que originaron atención de demandas, oferta de justicia y protección social, a los que se sumaron sistemas de seguros por contribución que marcaron el inicio del Estado como interventor y garante de seguridad social a trabajadores. El moderno sistema de seguridad social, el moderno Estado de bienestar, nace en la Europa contemporánea y para 1920, 22 naciones contaban con programas de seguros contra enfermedades.

En América, entre los años veinte y treinta, el presidente Roosevelt auspició, con su "Nuevo Contrato" con planes de protección social para contrarrestar los efectos de la "Gran Depresión", el resultado fue la aprobación legislativa de la seguridad social en 1935. Durante el mismo periodo, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) destacó la necesaria legitimación social de acciones contra enfermedades, desempleo o vejez. En 1941 el Informe Beveridge publicado en Reino Unido, proclamó el principio de cobertura universal y contó con presupuesto público para su operación, universalizó políticas sociales; su ícono institucional fue el Servicio Nacional para la Salud.

III. Los conceptos de pobreza

Universalmente y bajo la óptica de aspectos sociales, económicos y políticos, una definición que describe con mayor acercamiento a la pobreza se caracteriza por la situación en que viven las personas, matizada por carencias espirituales y materiales, a las que se suman privaciones y desventajas de tipo económico y social que se constituyen en limitantes para la adecuada satisfacción de sus necesidades elementales. La pobreza se ha intentado desci-

frar a través de intrincados procesos multifactoriales y multidimensionales que condicionan aspectos espaciales del territorio, población o medio ambiente, humanos —como la familia y el individuo—, o de orden económico, social, político y cultural. A partir de concepciones basadas en situaciones de tipo racional, como la pobreza en relación con los niveles de vida de otras sociedades, las necesidades insatisfechas del ser humano, es cuando personas, familias o incluso sociedades se ven imposibilitadas de satisfacer condiciones básicas para su inclusión y aceptación en sociedad.

Los nuevos debates y reflexiones desde las ciencias sociales aparecen a partir de los años noventa, producto de cambios en el Estado de bienestar europeo, crisis económicas de orden mundial, procesos de globalización, economías liberales y, por la aparición de un fenómeno radicalizador de las clases sociales en materia económica, educativa y de oportunidades para satisfacer elementales necesidades. La complejidad de la realidad social alcanza a los conceptos con que se le describe y supera la capacidad de comprensión de un problema de orden diverso matizado por un elemento transversal, marginalizador, que tiene sus orígenes en las relaciones Norte-Sur, centro-periferia.

Universalmente y bajo la óptica de aspectos sociales, económicos y políticos, una definición que describe con mayor acercamiento a la pobreza se caracteriza por la situación en que viven las personas caracterizada por carencias espirituales y materiales, a las que se suman privaciones y desventajas de tipo económico y social que se constituyen en limitantes para la adecuada satisfacción de sus necesidades elementales. Se ha intentado descifrar la pobreza a través de intrincados procesos multifactoriales y multidimensionales que condicionan aspectos espaciales del territorio, población o medio ambiente, humanos (como la familia y el individuo), o de orden económico, social, político y cultural. Sus voces son poliédricas, con variados ángulos; policromáticas, de variados colores; o polisémicas, muchas voces la describen. Por eso, el turismo *per se* posee un amplio espectro de posibilidades que bien pueden ser herramientas para luchar contra la pobreza que experimentan personas residentes en destinos turísticos del mundo.

De acuerdo con Spicker, Álvarez y Gordon (2009) hay variadas definiciones de la pobreza, que van desde pauperismo, aquellos

sujetos a quienes se otorgaba asistencia mediante la ley de pobres; o el perfil de pobreza que refiere el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), basado en herramientas para definir ¿qué es ser pobre?, ¿dónde viven?, ¿cuáles son sus características? y, ¿por qué son pobres?; o los pobres indigentes como los llamó la Sociedad de Organización Caritativa de Gran Bretaña; o pobreza absoluta, definida en la Declaración de Copenhague de la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Social como una condición caracterizada por la severa carencia de satisfactores para necesidades humanas que incluyen alimentos, agua, servicios sanitarios, salud, vivienda, educación e información; la pobreza contextual, referida a variables particularizantes de cantidades, características, modos de vida, patrones de gasto, entre otros; pobreza crónica, que la Unión Europea define como el producto de la carencia de seguridad básica que afecta prolongadamente varios aspectos de la vida de las personas comprometiendo sus oportunidades; pobreza de la niñez, que UNICEF define como aquella donde niños y niñas sufren privación de recursos materiales, espirituales y emocionales necesarios para sobrevivir; pobreza estructural, explicada sobre la base de las estructuras sociales y económicas, que arrojan patrones de desigualdad de raza, género y geográficas; o finalmente, pobreza extrema, que de acuerdo con la Comisión de Derechos Humanos (1994), está asociada con la insatisfacción de necesidades mínimas de subsistencia, o según el Banco Mundial, definida en términos de ingresos menores a 275 dólares anuales. Entre otras definiciones.

A partir de concepciones basadas en situaciones de tipo racional, como la pobreza en relación con los niveles de vida de otras sociedades, las necesidades insatisfechas del ser humano, es cuando personas, familias o incluso sociedades se ven imposibilitadas de satisfacer condiciones básicas para su inclusión y aceptación en sociedad. Al margen de las reflexiones teóricas existentes, y tomando como marco de referencia la etapa liberal positivista de los siglos XIX y XX, se aprecia que esta corriente centró sus objetivos en posiciones liberales orientadas hacia el desarrollo mediante su apoyo a economías capitalistas industriales, con resultados no homogéneos, ya que en su carácter asimétrico través de la globalización, generó la presencia de diversos fenómenos económicos que condujeron al incremento de la pobreza traducida en consistentes

tasas de desempleo, las que inicialmente fueron dimensionadas de manera empírica, al finales del siglo XIX y principios del XX, los estudiosos del fenómeno lo abordaron cuantitativamente sobre líneas más científicas; en la función pública, el fenómeno propició replantear los criterios de programación presupuestal en materia de inversión para el gasto social.

Durante su abordaje por sociólogos, antropólogos, urbanistas, geógrafos o economistas, los temas sobre pobreza han sido fuente generadora de conocimientos desde el siglo XIX. En sus inicios, destacó la corriente biológica mediante los estudios de Soohohm Rowntree en 1899. Sen (1992) definió la pobreza como grupos de personas cuyos ingresos totales resultan insuficientes para cubrir las necesidades básicas relacionadas con el mantenimiento de la simple eficacia física. A partir de entonces, la colección de definiciones en más de cien años se acerca a esta idea conceptual.

En 1974, Mirdal planteó la teoría de que los países hiperdesarrollados e hipodesarrollados basan sus peculiaridades sociales y económicas en la existencia de cualidades o procesos de circularidad que impulsan a unos y atrapan a otros, condenándolos a situaciones de atraso relativo (Joaquín Guzmán, Isidoro Romero, 2008). La realidad mundial ha mostrado que la mayoría de los países ha experimentado reformas económicas y sociales, y que el concepto de necesidad en cada uno de ellos es disímbolo; por ello, interesa especialmente el de necesidad básica, ya que es el relevante para los estudios de la pobreza.

Dieterlen (2001) define algunas posiciones epistemológicas acerca de las necesidades que mantienen dos grandes polos: por una parte hay quienes consideran que éstas son de tipo universal, pero otros pensadores las catalogan como algo relativo a elementos culturales. Los primeros piensan que es posible hablar de necesidades básicas aplicables a cualquier ser humano, independientemente de su historia y cultura; los segundos piensan que las necesidades son relativas a las circunstancias históricas y culturales y que, por ello, una política distributiva debe proporcionar ayuda financiera y servicios de bienestar.

El siguiente recuadro busca sistematizar algunas de las corrientes y conceptualizaciones generales más aceptadas en políticas sociales sobre pobreza y desigualdad:

Cuadro 1
Corrientes y conceptualizaciones sobre Estado, pobreza y desigualdad

Corriente	*Características*
Liberal clásica (A. Smith)	El adecuado funcionamiento del mercado y la competencia son base en la eficiencia económica, a la que se suman Estado (instituciones), conductas individuales productivas adecuadas. La pobreza es producto de desajustes del mercado.
Pesimismo demográfico (Malthus)	Tesis basada en el desequilibrio entre población y recursos que genera pobreza sistemática.
Realismo económico (David Ricardo)	Considera insuficiente el libre mercado; el bajo crecimiento productivo y el alto crecimiento poblacional general no permiten mejorar la distribución del ingreso. El producto social es insuficiente.
Liberalismo democrático (Stuart Mill)	La producción de la riqueza social no garantiza equidad ni disminución de la pobreza; requiere combinaciones de privatización, desarrollo de capacidades humanas e instituciones para generar la justicia social.
Economía positiva (Alfred Marshall)	Las desigualdades de la riqueza son falla grave de la organización económica que subsanan instituciones benéficas. El Estado es responsable de la creación de condiciones que permitan acceso al bienestar; el mercado requiere acompañamiento institucional.
Fórmula de la optimalidad (V. Pareto)	El mercado competitivo eficiente permite la asignación de recursos; los individuos participan en el mercado basándose en información sobre precios, que les permite elecciones racionales clave del bienestar social, maximizando su utilidad y beneficio.
Competencia imperfecta	Contraria a la optimalidad, señala altos costos y asimetría en la información, obstaculizando el funcionamiento competitivo de los mercados lo que genera condiciones de desigualdad y pobreza en los individuos.
Estado de Bienestar (J. M. Keynes)	El funcionamiento ineficiente de los mercados se explica por obstáculos macroeconómicos de coordinación y toma de decisiones entre empresa y gobierno. El Estado debe complementar el mercado en el desarrollo social como coordinador económico.

Corriente	*Características*
Neoclasicismo (P. Samuelson)	Se centra en el aumento de la distribución, mediante adecuadas políticas monetarias y fiscales para evitar crisis cíclicas, promover crecimiento, empleo y bajas tasas de inflación. Tiene relación con la Curva de Kuznets.
Neoliberalismo (Hayek, Nises, Friedman)	Privilegia el mercado como regulador y coordinador así como el carácter subsidiario del Estado, que es sustituido por la empresa en la maximización económica y la distribución de servicios sociales, asume la inevitabilidad de las desigualdades sociales; riqueza y pobreza son efectos del juego.
Liberalismo social o contractualismo (J. Rawls)	Busca correcciones desde lo social a los excesos individualistas y utilitaristas que generan injusticia social. Rescata el contrato social para construir sociedades ordenadas en las que cada individuo cumpla su responsabilidad.
Neoinstitucionalismo (D. North)	Los actores tomas decisiones con información incompleta, lo que genera ineficiencias sociales e individuales. Requiere reglas y un poder por encima de la sociedad (el Estado) coercitivo pero especialmente capacitado para coordinar la eficiencia económica y social.
Neoestructuralismo (O. Sunkel)	Identifica 3 condiciones para alcanzar el desarrollo y desempeño social: transformación del sector primario, alta eficiencia política y administrativa y la presencia de una masa social que agilice el cambio, la innovación y la creatividad. El Estado es altamente profesionalizado, al margen de la política, y en búsqueda del bien común.

Fuente: elaboración propia.

Pobreza y sus correlativos —como exclusión, marginación, miseria o precariedad— tienen un común denominador: el costo social de sus intervenciones, surgidas por una parte de nuevos modelos de distribución económica y de ingresos; por otra, la aparición de nuevos modelos asistenciales, especialmente esquemas compensatorios que requieren cada vez mayores presupuestos para atender la creciente pobreza residual. Es entonces cuando se puede afirmar que dentro del concepto de pobreza, existe una relación de teorías que articulan la profunda relación entre grupos sociales, grupos de poder y el diseño de políticas públicas y sociales.

La pobreza tiene, de igual forma, relación con posiciones cercanas al estructuralismo, que afirman que los términos de los in-

tercambios a nivel centro-periferia reproducen el subdesarrollo y amplían la brecha entre países ricos y pobres, con visiones de tipo conservador (neoclásicos), reformista (keynesianos), revolucionaria productiva (marxismo tradicional), revolucionaria humana (desarrollo humano) y revolucionaria personal. La pobreza ha sido sujeta de variadas descripciones para referirla, de acuerdo a sus características, y se presenta bajo diversas acepciones: insatisfacción de necesidades, baja calidad de vida, limitación de recursos, carencias de seguridad básica, privaciones múltiples, exclusión, desigualdad o dependencia.

Las dimensiones de la pobreza pueden incluir aspectos de tipo cultural, por ello, en la mayoría de los países en vías de desarrollo ésta se describe como una condición de miseria, aquella que comprende series de tiempo que implican varias generaciones. Por otra parte, en naciones con mayor nivel de desarrollo, países del centro u occidentales, el término se identifica con una condición privativa de carácter temporal inherente a la falta de *stocks* sociales como vivienda, alimentación o salud. Sus complejas dimensiones tienen relación con aspectos cualitativos, del conocimiento, de relaciones sociales y actitudes personales.

La pobreza de recursos tiene su explicación en la carencia de ingresos propios para satisfacer necesidades. La exclusión se aproxima a condiciones multifactoriales que explican grupos de relaciones sociales donde se margina a las personas social y productivamente. La pobreza absoluta se aleja de concepciones universalistas estableciendo que cualquier individuo debe considerarse sujeto de un estado de independencia y bienestar, al margen de grado que alcancen otros grupos o personas en su sociedad, el elemento crítico es el nivel alcanzado para garantizar los requerimientos individuales que aseguren eficiencia fisiológica bajo ópticas de dignidad e igualdad humanitaria. La pobreza relativa va en relación con el nivel de vida de una sociedad específica, considerando la adecuada alimentación, infraestructura o servicios que propician retrasos de los niveles de bienestar. La concepción de la pobreza mediante la denominada privación relativa, tiene estrecha relación con aspectos de tipo cultural en las sociedades, cuestionando qué es lo deseable para mantener un nivel u estilo de vida.

De manera general, entonces, un concepto de pobreza se puede basar en que las personas son pobres por no alcanzar los bienes materiales que el actual modelo socioeconómico marca como "normales", convirtiéndolos en marginados por su limitada participación en el juego económico; la marginación tiene un origen estructural, en tanto que el concepto de pobreza es relativo a elemento de orden cuantitativo. En este orden de ideas, el turismo impacta de distintas formas el modo de vida de los individuos, e influye directamente en las economías locales por las inversiones y los empleos que genera; sin embargo, esta condición no es suficiente para contrarrestar significativamente la pobreza extrema, incluso en los destinos turísticos altamente competitivos en el mundo. Sen (1992), en su definición e interpretaciones sobre pobreza y desigualdad, afirmó que ambas condiciones de carencia pueden tener implicaciones de orden biológico, es decir, dependen de las distintas características físicas de las personas en el mundo. Así, orientales, europeos o americanos diferirán entre sí de los requerimientos en materia de volúmenes nutricionales y de los de ingreso, relativos al volumen de recursos destinados necesariamente al rubro alimentario.

El bienestar económico es uno de los indicadores más aplicados para establecer parámetros de pobreza. Los trabajos exploratorios de pobreza desarrollados por grupos de economistas son los más explícitos en materia de métodos para su cuantificación. Los más utilizados son los ingresos, el consumo y el bienestar. Sus manifestaciones alcanzan grados que, como se ha establecido, son intrínsecos a la condición de cada sociedad. En sus niveles básicos subyace la pobreza absoluta, la carencia de medios para sobrevivir. Algunas posturas oficialistas supranacionales expresan ángulos diversos: la UNESCO establece que la pobreza no es sólo económica sino que tiene implicaciones de tipo social, político y cultural, se caracteriza por la privación de los derechos humanos, económicos (trabajo y nivel de vida), sociales (atención médica y educación), políticos (libertad de pensamiento, expresión y asociación) y culturales (la participación cultural en comunidad).

IV. *Beneficios del turismo*

La Organización de Estados Americanos (OEA) establece que el éxito en el mantenimiento de los beneficios del turismo, que pueden mitigar los efectos de la pobreza, sólo es posible a través de la constante diversificación, innovación y actualización del producto turístico, así como del fortalecimiento de capacidades e instituciones,

Para Naciones Unidas, de acuerdo a la Declaración de la Cumbre de Desarrollo Social de Copenhague, la pobreza es una condición de privación severa de necesidades humanas básicas que incluyen alimentación, servicios de agua potable, infraestructura sanitaria, accesos a salud, educación e información; en otras palabras, acceso a servicios sociales. Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) con base en su enfoque de los ingresos absolutos, han definido una línea de pobreza estableciendo el parámetro de ingreso equivalente a un dólar al día. Por su parte, la Organización Mundial del Trabajo (OIT) agrega la perspectiva del consumo para satisfacer necesidades básicas traducidas en necesidades mínimas de alimentos, vivienda, vestido y otros servicios esenciales como transporte, condiciones sanitarias, salud y educación.

Para el desarrollismo latinoamericano, o estructuralismo global, el término pobreza comienza a tener estrecha relación con la búsqueda de entornos lógicos en la manera de comprender el funcionamiento e intervención de los factores económicos, ofreciendo alternativas a los gobiernos al romper paradigmas que limitan mejores resultados en materia económica y de equidad social. Cuando el poder político no interpreta las reales condiciones de la marginación y pobreza, atribuye a los grupos en desventaja una connotación de incapacidad, que no les permite vivir en sociedad, generando hacia ellos un control político y una llamada plusvalía social, conocida como corporativismo.

El discurso moderno, los últimos 20 años, dentro de las aristas de pobreza refiere términos como Estado de bienestar, marginación, precariedad, vulnerabilidad, exclusión, complejidad, aculturación, integración, inclusión, minorías. En todos están presentes la sociedad y el Estado. El Libro Verde de la Política Social Euro-

pea establece que la exclusión social hace especial hincapié en el carácter estructural de un proceso que excluye a parte de la población, de las oportunidades económicas y sociales. El problema no reside tan sólo en las disparidades entre los más favorecidos y los más desfavorecidos de la escala social, sino también en las que existen entre quienes tienen un lugar en la sociedad y los que están excluidos de ella.

V. Conclusiones

Abordar la idea de Estado implica retomar tres conceptos integradores fundamentales para su conformación: territorio, ley y población. El desarrollo del Estado moderno, a partir del siglo XVIII, debió incorporar dentro de sus responsabilidades la atención de grupos sociales, los que merced al desarrollo capitalista iniciaron su camino hacia la desigualdad, matizándose un proceso de desajustes estructurales entre sociedad y Estado que debieron ser resueltos, en principio, por iniciativas emanadas de las democracias socialdemócratas europeas, hasta convertirse, finalmente, en acciones de orden público, lo privado llevado al interés público, que actualmente son desarrolladas por Estados que padecen desigualdades sociales producto de complejos procesos globalizadores de los mercados, manifestadas en las diversas caras de la pobreza, que los mantienen convertidos en Estado-corrector de función residual, asistencial, abortando su posibilidad de convertirse en el Estado benefactor capaz de generar bienestar y cohesión social, así como estabilidad política.

Las vertientes epistémicas sobre pobreza conducen a interpretaciones de dimensiones éticas, filosóficas, materiales, institucionales, morales o humanas; definir quiénes y por qué se consideran pobres es una práctica subjetiva y propia a cada colectividad y sus individuos, a partir de principios más cuantitativos que cualitativos para comprender el nivel de bienestar o privación en que se encuentran. Así mismo, indicadores relevantes pueden ser tan amplios en adición a los señalados como la vivienda, salud o educación; los de tipo satisfactorio como oportunidades productivas, costo de los servicios o autoconsumo, o los mismos productos de

la pobreza como morbilidad, mortalidad o inserción social. La cuestión fundamental es ¿qué es ser pobre?, ¿y en dónde?

Tanto la OMT como la ONU establecen que a pesar del crecimiento continuado del turismo, sufrirá las bajas de las economías, la cantidad de viajeros potenciales es tan grande y la lógica de apuntar al turismo para el desarrollo es tan clara que las perspectivas de crecimiento a largo plazo continuarán siendo considerables en todo sentido. Ambas organizaciones enfatizan la necesidad de realizar asociaciones entre agentes públicos y privados para asegurar que los Estados emergentes tengan acceso a fondos para el desarrollo del turismo con la finalidad de reducir la intensidad de la pobreza en sus países.

Capítulo II
Competitividad y niveles de bienestar en destinos turísticos de México

Pablo Sandoval Cabrera

Resumen

El turismo es, sin duda, una de las actividades económicas más dinámicas y de mayores impactos en muchas regiones y comunidades del mundo. Los estudios que se han realizado para evaluar sus impactos en términos de crecimiento económico, arrojan resultados positivos.

En términos de ingresos el turismo no escapa a las condiciones de precariedad salarial que imperan en la mayoría de empleos que se ofrecen en el país, aunque presenta condiciones relativamente mejores.

Si bien los resultados que presentamos en este trabajo no son tan contundentes para la verificación de la hipótesis planteada, sí muestran cierta evidencia empírica sobre la relación que existe entre competitividad y calidad de vida, abriendo puertas para una investigación más profunda y de mayor alcance.

Palabras clave: competitividad, niveles de bienestar, sustentabilidad, turismo

Introducción

El presente ensayo tiene como objetivo central encontrar evidencias empíricas que nos permitan constatar la relación existente entre competitividad de las ciudades y/o áreas urbanas (que periódicamente publican el Centro de Investigación y Docencia

Económica y el Instituto Mexicano para la Competitividad) con respecto al nivel de bienestar socioeconómico de las personas que los habitan, utilizando un conjunto de indicadores para tal propósito, tales como pobreza, desarrollo humano, empleo, educación, salud e ingresos, entre otros.

Para cumplir con dicho objetivo, se realiza un análisis estadístico de tipo correlacional y comparativo entre competitividad y algunos indicadores de bienestar en una muestra amplia de municipios turísticos de México, en una primera etapa, y en una muestra restringida de cinco municipios que ofrecen servicios de turismo de playa, en una segunda.

Se plantea como hipótesis la existencia de una relación positiva entre competitividad del destino y nivel de bienestar o calidad de vida.

El trabajo se divide en cuatro apartados. En el primero de ellos se destaca la importancia económica y social del turismo en México considerando su aportación al producto interno bruto (PIB), su productividad, generación de empleos e ingresos, principalmente.

El segundo apartado aborda el debate sobre competitividad, centrándolo en las posiciones teóricamente más referenciadas; la de Paul Krugman y la de Michael Porter. En torno a estas dos posiciones teóricas se ha elaborado una muy rica variedad de análisis que ha permitido posicionar el tema de la competitividad en un lugar por destacado, tanto en el ámbito académico como en el político.

La revisión sobre la evidencia empírica en la relación entre competitividad y bienestar se aborda en un tercer apartado, en el que se analiza la situación que guardan 22 municipios turísticos, con características y atractivos distintos. Se analizan algunos indicadores que inciden en la calidad de vida tales como el nivel de pobreza, la distribución del ingreso (medida por el coeficiente de Gini) y la disponibilidad de infraestructura de servicios (medida por el índice de desarrollo humano con servicios); éstos se contrastan entre municipios para determinan cuáles de ellos tienen las mejores condiciones en términos de calidad de vida, en una primera aproximación. Enseguida se correlacionan algunos de ellos con su nivel de competitividad, tomando como base el estudio que realizó el Instituto Mexicano Para la Competitividad (Imco) en 2011.

En un último apartado del estudio se consideran solamente a cinco de los principales destinos de playa: Cancún, Los Cabos, Acapulco, Mazatlán y Puerto Vallarta, para analizar específicamente la relación que guarda su competitividad, medida a través del índice de competitividad de las ciudades (o áreas urbanas) que elaboró el Centro de Investigación y Docencia Económica en 2011, con diversos indicadores de bienestar, tales como la pobreza, el ingreso, el empleo, el acceso a la salud y a la educación, así como cuestiones de género.

Si bien los resultados no son tan contundentes para la verificación de la hipótesis planteada, sí muestran cierta evidencia empírica sobre la relación entre competitividad y calidad de vida, abriendo puertas para una investigación más profunda y de mayor alcance.

I. Importancia del turismo

El turismo es, sin duda, una de las actividades económicas más dinámicas y de mayores impactos en muchas regiones y comunidades del mundo. Los estudios que se han realizado para evaluar sus impactos en términos de crecimiento económico, arrojan resultados positivos. Esto es, hay una relación directa y positiva entre una mayor dinámica del turismo y un mayor crecimiento económico.

En su estudio de gran visión del turismo en México, la Secretaría de Turismo (2000) estimó que para el año 2020 los ingresos por turismo en el mundo se acercarían a la cifra de 600 mil millones de dólares, estimación que seguramente se vio afectada por la reciente crisis de los años 2008-2009.

De cualquier manera, el crecimiento del sector es muy importante y su contribución a las economías nacionales y locales no es nada despreciable. De acuerdo a datos oficiales (Sectur, 2010) la contribución del turismo a la generación de riqueza nacional, medida por el producto interno bruto (PIB), ronda 8% y en algunos estados y municipios del país su contribución es mayor.

Para una gran cantidad de economías estatales el turismo genera una importante derrama económica. Empezando por Quin-

tana Roo en donde representa 48%, Baja California Sur cerca de 30%; Nayarit, Guerrero y Sinaloa entre 13% y 17%. En tanto para cerca de 10 estados, entre los que se encuentra Jalisco, significa entre 5% y 10% en la generación de riqueza

Para el caso de Jalisco, considerando solamente el sector de servicios de alojamiento y preparación de alimentos, aportó un valor de 24,100 millones de pesos en 2010 (INEGI, 2011), representando 3.1% del valor total generado por la economía en ese año. Para el año 2012, una vez superada la crisis de 2007-2009 —por la recesión económica sufrida, así como por la contingencia ambiental—, se estima que la aportación del turismo al PIB estatal fue cercana a 5%, con un valor superior a los 30 mil millones de pesos corrientes.

Previo a la crisis, el turismo representaba cerca de 2.5 millones de empleos directos en el país (INEGI-Sectur, Cuenta satélite del turismo), aproximadamente 6% de los empleos totales del país. Adicionalmente se estima que genera alrededor de tres empleos indirectos por cada empleo directo, hecho que da cuenta de su importancia en términos de encadenamientos con una gran cantidad de ramas y actividades productivas.

El turismo sobresale también en términos de productividad. De acuerdo a datos de Datatur e INEGI (2009) la productividad promedio anual por trabajador era de 370 mil pesos, en tanto la media de la economía fue de 265 mil pesos, lo que significa que un empleado de este sector es aproximadamente 40% más productivo con respecto al trabajador promedio del país. Sin embargo, comparativamente con un empleado del turismo en países como Estados Unidos o Francia, la productividad promedio de un empleado mexicano es apenas de un tercio de la de trabajadores de estos países.

En términos de ingresos el turismo no escapa a las condiciones de precariedad salarial que imperan en la mayoría de empleos que se ofrecen en el país, aunque presenta condiciones relativamente mejores.

De acuerdo a un estudio realizado por el Colegio de México en el año 2011 titulado "Análisis económico del mercado laboral en el sector turístico: hacia una política pública para la igualdad entre hombres y mujeres", los ingresos por hora en 2010 de empleados

en actividades turísticas, eran de 27.80 pesos para los hombres y de 21 pesos para mujeres, de tal suerte que el ingreso, en una jornada laboral de ocho horas, un trabajador del sector turismo podía percibir un ingreso cercano a los 220 pesos por persona.

Comparativamente con empleados del mismo sector en otros países como Alemania o España, a pesar de lo deprimido de sus mercados laborales, las percepciones por hora son superiores a los tres euros, estableciendo como tope mínimo un rango de entre 1.70 y 2.00 euros por hora, para un empleado tipo del sector comercio y de servicios, de acuerdo al *Job center* de Alemania.

A nivel de la economía de los municipios turísticos, los impactos son aún mayores al constituirse en el principal motor de la economía, como ocurre con municipios como Cancún, Puerto Vallarta y Mazatlán, por citar sólo algunos.

Sus efectos positivos se manifiestan, además, al evitar la emigración de la población local, fomentar el intercambio cultural entre regiones y países y la mejora del nivel socioeconómico de la población local, entre otros (Sandoval, mimeo).

Debido a su innegable importancia económica a todos los niveles, es necesario propiciar las condiciones que garanticen su sustentabilidad y competitividad futura en la perspectiva de afectar favorablemente las condiciones sociales y económicas de quienes viven del turismo.

II. En torno al concepto de competitividad

La competitividad, al menos desde finales de los años ochenta, ha sido un tema recurrente en los círculos de los *policy makers*, gobiernos y empresarios, se ha convertido en tema central de la política y la economía desde entonces. Inevitablemente, ha transitado del ámbito de la política y la economía al ámbito de la academia. A pesar de lo cual continúa siendo, tres décadas después, un concepto difícil de definir. Budd e Hirmis (2010: 1016) mencionan que "el término competitividad es aplicado a una amplia variedad de negocios y circunstancias económicas. Consecuentemente significa diferentes cosas para diferentes personas"

Generalmente hacemos referencia "a la capacidad o tendencia a competir bajo condiciones de mercado. En particular, denota la habilidad para ganar y mantener una posición en mercados competitivos, hecho que se manifiesta en un mayor éxito de los negocios, participación de mercado y beneficios" (Turok, 1999, citado por Lengyel, 2004: 1).

El mismo Lengyel (2004: 3) señala que en el contexto de globalización económica, dos asuntos adquieren especial relevancia:

1. El interés en alcanzar la mayor concentración de las actividades económicas como alternativa para lograr una ventaja competitiva (por las economías de escala que se generan) y se convierten en uno de los mayores atributos de la economía urbana y regional.
2. La mejora de la competitividad como un asunto clave para las políticas económicas y regionales en la perspectiva de entender los cambios de la competencia global.

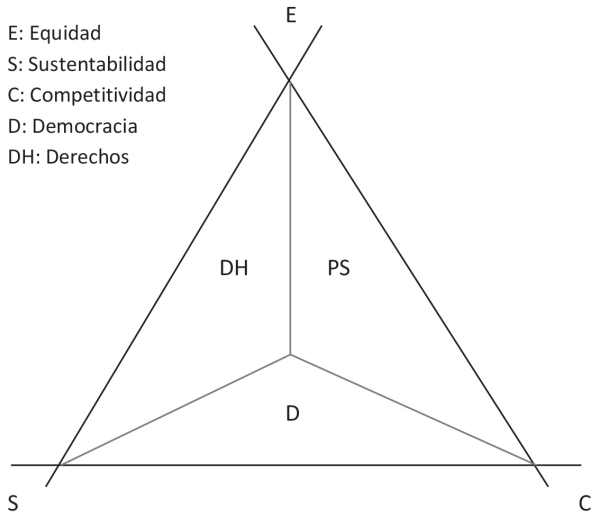
Ambos aspectos deben ser integrados en una noción estándar de competitividad, cuyo propósito principal sea aportar un marco de análisis para identificar, no sólo el éxito económico sino también los impactos que éste tiene sobre el bienestar y la calidad de vida.

Con el fenómeno de la globalización, intensificado por el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), se impone otro sentido a la competencia. La misma se constituye en "parte integral del movimiento global de acumulación del capital, es por lo tanto, el motor básico de la dinámica capitalista" (Posas, 1985: citado por Muller, 1995: 138).

La competitividad, desde la óptica de Muller (1995: 138), es un término en boga que hace referencia a la competencia entre capitales por apropiarse de los mejores espacios de valorización a escala global. En este sentido, competencia y competitividad tienen el mismo origen pero distinta escala. Lo que se observa es un fenómeno de acumulación a escala global (globalización en sentido estricto) dinamizado por las TIC que envuelve todas las esferas de la vida social, por lo que, cobijado en esta realidad, el mismo autor sostiene que no hay razón para debatir cuáles son los componentes de la competitividad. Constituye un fenómeno global en un doble sentido: primero, por no reconocer fronteras

de ningún tipo y, segundo, por considerar todas las dimensiones de la vida social, incluyendo las relacionada con el medio ambiente, el funcionamiento institucional, el crecimiento económico y la cohesión social, entre otros.

Figura 1
Relación de competitividad con otros conceptos
y con valores sociales



Fuente: Muller, Geraldo (1996). El caleidoscopio de la competitividad. *Revista de la CEPAL*, 58, agosto.

La competitividad, entonces, estaría relacionada con el resto de componentes y valores que estructuran y definen la dinámica social, por tanto, con la noción de desarrollo, tal y como se ilustra en la figura de arriba. En la base de la pirámide estarían la sustentabilidad (S), la competitividad (C) y la democracia, dando soporte a la equidad como fin primordial en un contexto institucional de participación social (PS) y respeto a los derechos humanos (DH).

Entendida la competitividad como un fenómeno multidimensional, su inevitable relación con el desarrollo y con las posibilidades que tiene la gente de mejorar sus condiciones de vida, obligan

a los estudiosos del tema a ampliar los análisis más allá de los factores estrictamente económicos que, sin duda, son importantes.

Sin embargo, es preciso reconocer que el debate sobre competitividad sigue girando en gran medida entre la posición de Krugman (1990), que plantea que la competencia se da entre firmas fundamentalmente, y la de Porter (1996), que sostiene que no se puede entender la competitividad de las empresas al margen del contexto en el que se ubican.

Desde su origen, el constructo competitividad se ha prestado al debate. En el contexto de la teoría económica se distinguen dos corrientes, cada una sustentada en lo particular en alguna de las posturas señaladas: una de ellas plantea que los territorios compiten en el mercado internacional; en tanto la otra, en afinidad con la noción krugmaniana, sostiene que son las empresas las que compiten.

En un polémico trabajo, Krugman (1994) se atrevió a señalar que se estaba abusando del concepto de competitividad, además de que su abordaje reflejaba una notable falta de rigor científico. Acusaba que incluso muchos de los estudios empíricos que se habían realizado con el propósito de medir la competitividad, tenían la intención de darle soporte a ideas preconcebidas más que fines explicativos. En un trabajo posterior, irónicamente afirma que la "competitividad es para algunos una forma poética de llamar a la productividad" (1996: 2). Enfatiza que no existe diferencia significativa entre la competitividad de una empresa y una región o país, sólo son formas distintas de ver la competencia a escala global. Los países, finalmente, no son sino un conglomerado de empresas que compiten en el mercado mundial.

En torno a esta visión, existen una gran cantidad de trabajos de investigación que intentan determinar cuáles son las condiciones, básicamente de carácter técnico económico (que inciden en eficiencia en costos), que definen las ventajas competitivas de las empresas; entre ellos podemos ubicar a los realizados por Siggel (2007), Sobrino (2005) y Body (1999). Pero también algunos que intentan refutar sus argumentos. Entre éstos destaca el realizado por Camagni (2002), quien expresa firmemente que puede demostrarse que la postura de Krugman es errónea, en la medida que se puede comprobar que:

a) Las empresas utilizan la localización como instrumento competitivo, y la movilización global para optimizar costos de producción y distribución.
b) Los territorios no son meros objetos pasivos de las decisiones de localización por parte de las empresas, sino comunidades constituidas por sujetos económicos que actúan por interés propio, intentando mantener o atraer empresas.
c) Las empresas se basan cada vez más en externalidades, bajo la forma de bienes públicos suministrados por la administración pública local.
d) Las empresas locales necesitan cada vez más bienes externos seleccionados y recursos específicos, que pueden ser difíciles de conseguir rápidamente sobre la única base de los desarrollos espontáneos del mercado.

Para empezar hay una diferencia importante entre las ciudades, regiones o países y las empresas: las primeras no pueden ir a la quiebra si no son competitivas, las empresas sí (Turok, 2004). Lo que es más, ni siquiera es determinante tener una participación proporcionalmente grande —con relación al tamaño de una economía— en el comercio internacional para ser competitivo. "En Estados Unidos sólo el 10% de su producto interno bruto (PIB) se explica por exportaciones, el resto tiene un origen interno" (Yap, 2004: 3). De hecho, históricamente ha mantenido un déficit comercial sin mayor pérdida de competitividad. Por esta razón, entre otras, es muy complicado trasladar el concepto de competitividad del nivel micro al nivel macro.

Afortunadamente el análisis de la competitividad se ha ampliado y ha rebasado la visión estrictamente economicista hasta incursionar en los campos de la sociología, la geografía, la ecología, el urbanismo y diversas perspectivas disciplinares en una especie de reconocimiento de que al ser un fenómeno complejo, requiere un examen multidisciplinar.

En su teoría de la competitividad de las naciones, Porter (1991) plantea que la competitividad es un proceso de generación y transmisión de competencias que depende de factores macroeconómicos, de las fortalezas que un territorio tiene para crear un adecuado ambiente de negocios que sea generador de riqueza y empleo. Ello

es posible solamente cuando se dan las condiciones institucionales, físicas, tecnológicas, sociales, ambientales y de gobernanza.

En este sentido, se reconoce que no sólo las empresas compiten en el mundo globalizado, sino también las regiones y las ciudades. De esta manera la competitividad se ha vinculado con las ciudades por ser estás los principales motores de las actividades económicas, políticas, sociales y de todo tipo. Las ciudades son el espacio primero de realización del capital: "marcan en nuestros días, el ritmo de crecimiento, bienestar y progreso, por ello es fundamental entenderlas mejor, analizarlas desde diversos ángulos y generar un repertorio amplio de políticas públicas que nos permitan mejorar la calidad de los espacios urbanos" (Cabrero et al., 2002: 2). Por ser el centro de la vida de las sociedades modernas, espacios en los que habitan más de tres cuartas partes de la población del planeta, es insoslayable abordar el análisis de las relaciones que guarda la competitividad con otras dimensiones de la vida urbana: la calidad de vida, la generación de oportunidades, la educación, la investigación científica y tecnológica, la configuración urbana, el medio ambiente y la sustentabilidad, la riqueza cultural, el papel de las instituciones y la gobernanza, por mencionar algunos.

No son pocos los autores que reconocen la existencia de una relación de doble vía entre competitividad y calidad de vida. Es decir, la competitividad es un medio para incrementar la calidad de vida de las personas y, a la vez, se convierte en una ventaja competitiva para la atracción de negocios, talentos e incremento en la dinámica económica de una región.

Para autores como Lever y Turok (1992: 792) competitividad significa la "producción de bienes y servicios que se enfrentan a la prueba de los mercados a cualquier escala, mientras simultáneamente incrementan su ingreso real, mejoran la calidad de vida de sus habitantes y promueven el desarrollo de una manera sustentable". La calidad de vida se ve reflejada en una mejora constante de las condiciones tangibles e intangibles que definen el bienestar de la gente: infraestructura y servicios de salud, educación, movilidad y recreación; ambiente institucional y de gobernabilidad que propicie la inclusión, la equidad y la participación social en la toma de decisiones, un ambiente natural sustentable, empleo e ingresos dignos, entre otros aspectos.

De acuerdo a Theodore Metaxas (2012: 15) en un estudio sobre los determinantes urbanos de la competitividad de las empresas en la región de Thessalonika, Grecia; esta se manifiesta en las siguientes evidencias:

1. Las economías de aglomeración están significativamente asociadas con el tamaño del mercado local, la disponibilidad de recursos naturales y la existencia de negocios similares.
2. La calidad de vida, relacionada con el trabajo, es tan alta como lo son los valores relacionados con el trabajo disponible, el mayor ambiente cultural y recreativo, y alta calidad de las destrezas locales.

Pero, ¿qué es lo que determina la competitividad?, entendida como la capacidad de una ciudad, país o región para integrarse a los procesos de globalización mejorando a la vez el bienestar y calidad de vida de sus habitantes. Diversos estudiosos han intentado dar respuesta a esta cuestión. Las diferencias tienen su origen en cómo conciben la competitividad para luego intentar identificar sus determinantes.

Considerando la discusión teórica prevaleciente, es posible observar dos posiciones con relación a los determinantes de la competitividad, cada una de ellas asociada, de alguna manera, con las ideas de Paul Krugman o Michael Porter.

Para el primero el origen de la competitividad está en la propia firma y se encuentra relacionado con ganancias en costos y eficiencia que inducen a una mayor productividad. En todo caso, los agrupamientos o aglomeraciones entre empresas abonan al mismo propósito generando economías de escala. En otras palabras, el contexto en el que se ubican las empresas no tiene mayor relevancia más allá del elemento geográfico definido por la localización. En tanto, otro importante grupo de estudio se relaciona más con las ideas de Porter, para quien el contexto es relevante no sólo por las economías de escala que se pueden desplegar sino también por el conjunto de elementos que inciden en la competitividad y que no están bajo el control de la empresa, tales como el entramado institucional, el papel del gobierno, el medio ambiente, la existencia de complementadores y competidores, entre otros componentes.

Las implicaciones de cada una de las posiciones, en términos de resultados y del papel de los sujetos son distintas:

Para Krugman (PK) y sus seguidores el sujeto, "cuasi único", en la determinación de la competitividad es la empresa, por lo tanto el contexto no es tan relevante, la competitividad es sinónimo de productividad, por lo que es posible esperar consecuencias únicas: ganancias en empleo e ingresos

Para los seguidores de Michael Porter (MP) los sujetos son múltiples y uno de ellos es la propia empresa. La competitividad es multideterminada, por lo tanto el contexto sí importa y las consecuencias son diversas: ganancias en empleo, ingresos, mejoras institucionales, mayor inclusión y participación social, mayor responsabilidad ambiental y mejoras en el bienestar en general.

Transitamos de una noción en la que la explotación de las ventajas comparativas, con base en eficiencia en costos (PK) es suficiente y es el camino cierto para alcanzar la competitividad; a otra en donde la búsqueda de estrategias diversas incrementa el nivel de incertidumbre por la complejidad que implica ser competitivo y la debido a la multiplicidad de sujetos que participan (MP).

Igualmente, nos movemos de una noción en la que se concibe que ser competitivo equivale a explotar las ventajas comparativas, por tanto la misma se convierte en un fin en sí mismo y el camino para lograrlo consiste en crear esas ventajas, aunque sea de manera artificial (subvaluación de la moneda, bajos salarios, excepciones fiscales, regulación laxa, etcétera); a otra donde la competitividad se vincula con el desarrollo y, por tanto, con la calidad de vida y el bienestar de las personas, como opción ineludible para ampliar las oportunidades de desarrollo de las capacidades individuales. Y lo que es más importante, la competitividad deja de ser un fin en sí mismo y se convierte en un medio para alcanzar dicho propósito.

III. La evidencia empírica en la relación entre competitividad y calidad de vida

Considerando algunos indicadores de impacto en la calidad de vida de los principales municipios turísticos del país, tales como niveles de pobreza, distribución del ingreso, disponibilidad de infraestructura de servicios y desarrollo humano, se observan,

en general, aceptables niveles aunque con algunos contraste, que enseguida comentamos.

Los municipios con mejores indicadores son Benito Juárez, mejor conocido como Cancún en el estado de Quintana Roo, con un índice de desarrollo humano (IDH) con servicios muy alto (0.906), seguido de Mazatlán Sinaloa, Puerto Vallarta Jalisco y Manzanillo Colima con IDH también muy altos, curiosamente todos son destinos de playa con un modelo turístico tradicional, sustentado en el uso intensivo de recursos y atractivos naturales.

En contraste, los municipios con los más bajos valores en el IDH no son destinos de playa y a pesar de que presentan niveles aceptables, mayores a 0.8 (alto), son menores al indicador observado en los destinos de playa. Entre estos municipios destacan San Miguel de Allende Guanajuato, San Cristóbal de las Casas Chiapas e Ixtapan de la Sal en el Estado de México.

Es importante mencionar que los niveles de pobreza son altos en general, aunque son menores, por razones obvias, en aquellos destinos que tienen los IDH mayores.

De los 21 destinos analizados, nueve registran niveles de pobreza mayores a 50% de su población, y de estos últimos, tres rebasan 60%: San Cristóbal de las Casas Chiapas, San Pedro Mixtepec Oaxaca y San Miguel de Allende Guanajuato. De estos últimos, dos presentan las disparidades en distribución del ingreso, medidas por el coeficiente de Gini (CG) más altas; aunque es necesario destacar que el municipio de San Pedro Mixtepec presenta el CG más bajo, lo que significa que el fenómeno de la pobreza está más generalizado entre la población en este municipio.

No hay que olvidar que el CG da cuenta, precisamente, de las disparidades en la distribución del ingreso entre los estratos en que se divide la población, un valor cercano a la unidad indica que el ingreso está casi totalmente concentrado en un estrato; en tanto un valor cercano a cero es indicativo de una distribución más equitativa entre los estratos.

Cuadro 1
Municipios turísticos de México

Estado	*Ciudad*	*Población*	*Viviendas particulares habitadas que no disponen de drenaje*	*Pobreza*	*Coeficiente de Gini*	*Índice de drenaje*	*Índice de desarrollo humano con servicios*
Baja California Sur	La Paz	283378	3.52%	24.67439	0.4402902	0.965	0.889
Baja California Sur	Los Cabos	215657	4.10%	28.53371	0.4613635	0.966	0.878
Colima	Manzanillo	169058	1.78%	31.7254	0.458032	0.985	0.892
Chiapas	San Cristóbal de las |Casas	149924	9.40%	66.11376	0.4976625	0.895	0.832
Guanajuato	San Miguel de Allende	139634	23.45%	63.68685	0.501969	0.752	0.83
Guanajuato	Guanajuato	187929	7.66%	38.31416	0.4827872	0.903	0.868
Guerrero	Acapulco de Juárez	785594	9.35%	51.61682	0.4437187	0.902	0.845
Guerrero	Zihuatanejo de Azueta	119945	6.04%	53.61042	0.4081492	0.238	0.75
Jalisco	Cihuatlán	25862	2.57%	55.76595	0.3896742	0.976	0.876
Jalisco	Chapala	30890	1.99%	48.08063	0.3917832	0.983	0.883
Jalisco	Puerto Vallarta	235587	1.95%	45.5202	0.4183812	0.981	0.892
Edo. México	Ixtapan de la Sal	29157	11.44%	59.54551	0.4403098	0.885	0.83
Edo. México	Valle de Bravo	56425	9.43%	58.28571	0.4360403	0.903	0.853
Morelos	Jojutla	66658	3.04%	41.698	0.421507	0.97	0.875
Oaxaca	San Pedro Mixtepec -Dto. 22 -	39657	7.56%	66.19519	0.3907992	0.926	0.857

Cuadro 1
(Continuación)

Estado	*Ciudad*	*Población*	*Viviendas particulares habitadas que no disponen de drenaje*	*Pobreza*	*Coeficiente de Gini*	*Índice de drenaje*	*Índice de desarrollo humano con servicios*
Querétaro	Tequisquiapan	56487	6.29%	55.39212	0.415387	0.94	0.883
Quintana Roo	Cozumel	77421	1.81%	31.72536	0.4164145	0.984	0.889
Quintana Roo	Benito Juárez	327643	4.23%	8.74531	0.450005	0.988	0.906
Quintana Roo	Solidaridad	157161	4.42%	30.33099	0.4440691	0.967	0.886
Sinaloa	Mazatlán	426243	3.51%	28.13548	0.4245809	0.967	0.894
Yucatán	Mérida	897331	5.78%	29.40243	0.4494214	0.943	0.887

Fuente: Coneval y Simbad.

Para complementar y fortalecer el análisis anterior se realizaron algunos ejercicios estadísticos para determinar si al menos existe asociación (correlación) entre el nivel de competitividad de una muestra de destinos turísticos, con respecto a algunos indicadores de bienestar que inciden en la calidad de vida de la población: pobreza, pobreza extrema, dinámica económica, medioambiente e índice de desarrollo humano con servicios (IDHS).

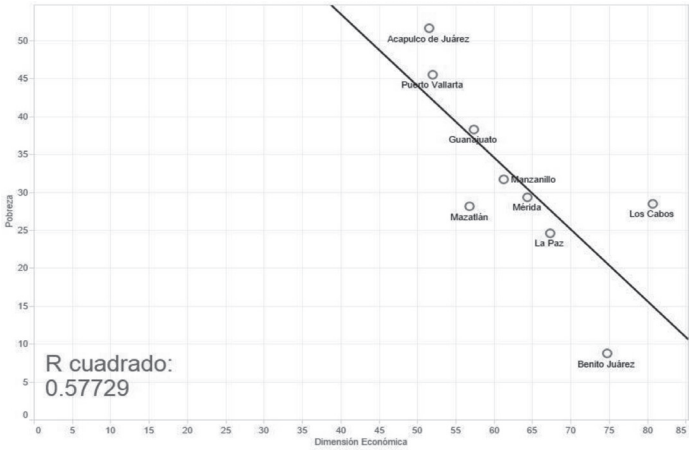
En una primera correlación se contrastaron los niveles de pobreza con respecto al resultado obtenido en la dimensión económica del índice de competitividad económica de zonas urbanas (ZU) que elabora el Centro de Investigación y Docencia Económica (CIDE), de una muestra de ellas con una importante dinámica en el turismo, tales como Acapulco de Juárez, Puerto Vallarta, Guanajuato, Manzanillo, Mérida, Mazatlán, La Paz, Los Cabos y el municipio de Benito Juárez (Cancún).

Los resultados indican de manera contundente que, al menos, existe una fuerte correlación entre la dinámica económica y la pobreza: a mayor fortaleza económica, menor pobreza. No estamos hablando de relaciones de causalidad, pero sí es posible concluir que existe una relación inversa en el movimiento de ambas variables; en la medida en que se mejora en la dimensión económica, la pobreza se reduce.

Si bien la correlación entre la mayor competitividad en la dimensión económica *versus* el nivel de pobreza es muy alta y permite sacar conclusiones relativamente robustas, no ocurre lo mismo cuando se observan los resultados en las relaciones entre otras variables.

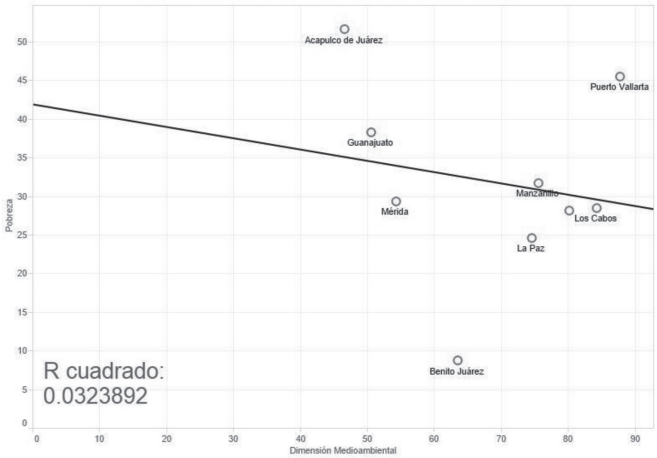
En la gráfica siguiente se representa la correlación entre la dimensión ambiental y la pobreza. No es tan contundente, aunque sí se observa cierto nivel de correspondencia. Mejoras en la dimensión ambiental se correlacionan positivamente con menores niveles de pobreza. Sin embargo, se debe insistir en el bajo valor del coeficiente que mide dicha relación.

Gráfica 1
Dimensión económica vs. pobreza



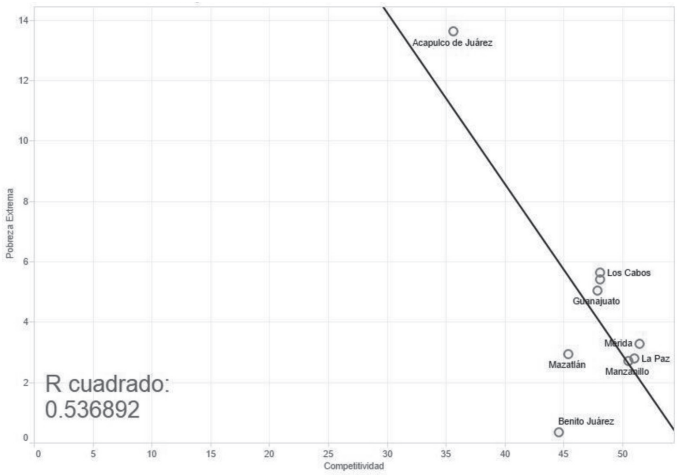
Fuente: Imco, Coneval y Simbad.

Gráfica 2
Dimensión medioambiental *vs.* pobreza



Fuente Imco, Coneval y Simbad.

Gráfica 3
Competitividad *vs.* pobreza extrema



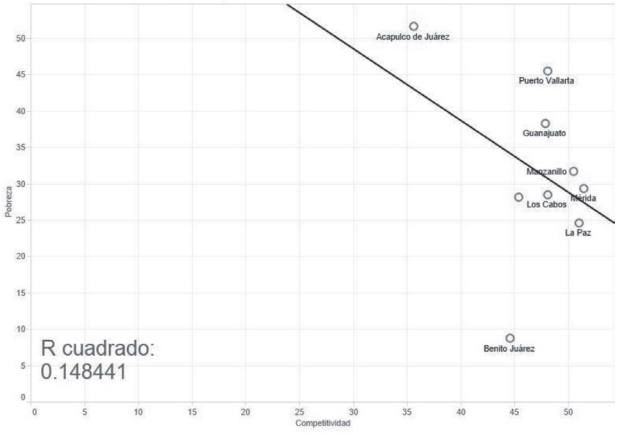
Fuente: Imco, Coneval y Simbad.

No ocurre lo mismo cuando relacionamos competitividad con pobreza extrema. Al parecer, los resultados son contundentes al mostrar claramente una relación inversa en los movimientos de ambas variables; una mayor competitividad se corresponde con menores niveles de pobreza extrema.

Igual correlación se observa entre competitividad y pobreza en sentido amplio aunque con una menor robustez, evidenciada por un menor valor en el coeficiente de correlación.

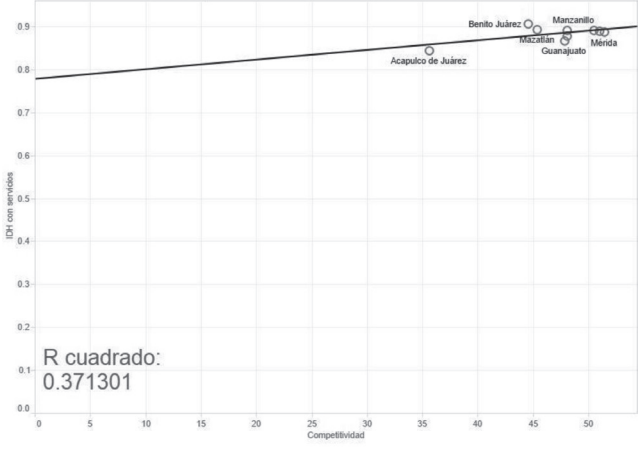
De igual manera, se observa una correlación positiva y directa relativamente importante entre competitividad e índice de desarrollo humano con servicios (IDHS); a mayor competitividad corresponde un IDHS también mayor. Es decir, ambos indicadores se mueven en el mismo sentido.

GRÁFICA 4
Competitividad *vs.* pobreza



Fuente: Imco, Coneval y Simbad.

GRÁFICA 5
Competitividad *vs.* IDH con servicios



Fuente: Imco, Coneval y Simbad.

En general, se puede aceptar una asociación relativamente importante entre algunas variables que miden la competitividad, la fortaleza económica y las condiciones ambientales, con respecto a variables clave relacionadas con la calidad de vida, tales como la pobreza y el IDHs.

IV. Competitividad, desarrollo humano y bienestar en los principales destinos turísticos de playa

Considerando únicamente los principales destinos turísticos de playa, Acapulco, Cancún, Los Cabos, Mazatlán y Puerto Vallarta, que tienen una fuerte dinámica económica sustentada en la explotación de sus atractivos naturales, se observan resultados interesantes en la relación entre competitividad, medida por el índice de competitividad de ciudades (AU) de México y el IDH que elaboró el Programa de las Naciones Unidad para el Desarrollo (PNUD) para 2010.

Lo primero que destaca es la relación relativa que existe entre competitividad medida por medio del ICCM y desarrollo humano, medida por el IDH. El destino con mejor posición en competitividad en 2011 es Los Cabos, ocupando el séptimo lugar de una muestra de 74 áreas urbanas o ciudades. Pero no es el que registra el más alto IDH sino Mazatlán, con un valor de 0.8344 (alto), a pesar de ser el destino peor ubicado en competitividad con el lugar 59 de los cinco aquí analizados.

Acapulco es el peor ubicado en el IDH con un valor de 0.7898 y es el segundo peor ubicado en competitividad, ocupando el lugar 57. Es importante destacar que tres destinos mantienen una tendencia consistente de mejora en competitividad (IP) de 2003 a 2011. Los Cabos en primer lugar, seguido de Cancún y Puerto Vallarta. Salvo en la dimensión urbana, Los Cabos tiene los mayores puntajes en las otras tres dimensiones consideradas por el CIDE en la evaluación de la competitividad; la económica (Eco), la sociodemográfica (SD) y la institucional, en donde obtuvo una calificación perfecta (100) en el año 2011.

Cuadro 2
Competitividad y desarrollo humano
en destinos turísticos de México

Municipio	*Índ. Prom. 2003*	*Índ. Prom. 2007*	*Dim. Econ. 2011*	*Dim. Inst.*	*Dim. Socio dem. 2011*	*Dim. Urbana 2011*	*Índ. Prom. 2011*	*ICCM 2011*	*IDH*
Acapulco	50	43	31	48	39	34	38	57	0.7898
Cancún	10	28	46	65	92	39	65	21	0.8292
Los Cabos	15	34	48	100	92	57	74	7	0.8259
Mazatlán	31	26	46	51	78	61	59	59	0.8344
Pto. Vall.	22	45	37	75	85	61	65	19	0.8011

Fuente: Coneval, INEGI, PNUD, Cabrero et al. (2011).

Si existiera una fuerte relación entre competitividad y calidad de vida, serían los destinos turísticos de Los Cabos, Puerto Vallarta, Cancún, Acapulco y Mazatlán los que debieran registrar los indicadores más altos de bienestar y desarrollo humano. En principio, la relación entre competitividad (ICCM) e IDH no es tan contundente en general.

Tomando en cuenta un set de indicadores de bienestar específicos, se observan los siguientes resultados:

a) El indicador más bajo de mortalidad lo tiene Los Cabos (19.67), seguido de Cancún, Mazatlán, Acapulco y Puerto Vallarta.
b) El índice más alto de cobertura de salud lo tiene Cancún (0.8565), seguido de Mazatlán, Los Cabos, Acapulco y Puerto Vallarta.
c) En alfabetización (Alfabet.) Los Cabos y Mazatlán ocupan el primer lugar con 96.06 de su población alfabetizada, muy cerca de ellos se ubican Puerto Vallarta y Cancún con más de 95% de alfabetización, estando a la zaga Acapulco con un porcentaje de 89.53%, nivel bajo si consideramos que la media nacional rebasa 95%.
d) El ingreso personal promedio anual (Ing. Prom. PC) en dólares americanos es de 12,600 para Los Cabos, 12,339 para Cancún y 11,241 para Mazatlán, ocupando respectivamente los tres

primeros lugares en ese rubro. Acapulco nuevamente presenta el mayor rezago con 6,999 y junto con Puerto Vallarta, con 8,777, dólares se encuentran por debajo de la media nacional que ronda para el año 2010 los 9,700 dólares.

e) En participación política (Ind. ParPol) Mazatlán ocupa el primer lugar con un índice de 0.9777, seguido de Cancún con 0.8966 y Los Cabos con 0.7141, el último lugar es ocupado nuevamente por Acapulco con un valor de 0.4292 en dicho indicador, muy cerca de Puerto Vallarta con 0.4905.

f) Es importante mencionar que los valores registrados en todos los casos se reducen si se considera la perspectiva de género. Esto significa que tanto en el acceso a los servicios de salud, educación, empleo e ingresos que son, por cierto, fundamentales en la explicación de la calidad de vida y el bienestar de las personas, sigue habiendo discriminación de la mujer.

Cuadro 3

Indicadores de bienestar en destinos turísticos de México

Indicador	*Acapulco*	*Cancún*	*Los Cabos*	*Mazatlán*	*Puerto Vallarta*
Mortalidad	20.90	19.67	0.2031	20.28	21.17
Índice de salud	0.8460	0.8565	0.8511	0.8514	0.8964
ISIG	0.8311	0.8412	0.8346	0.8364	0.8277
Alfabetas	89.56	95.75	96.06	96.06	95.98
Ind. Educación	0.8146	0.8273	0.8194	0.8638	0.8429
IEIG	0.8143	0.8271	0.8193	0.8638	0.8429
Ing. Prom. PC dl.	6996	12339	12600	11241	8777
Índice ingreso	0.7090	0.8037	0.8092	0.7882	0.7468
IIIG	0.6802	0.7744	0.7766	0.7580	0.7224
Ind. Part. Pol.	0.4256	0.8966	0.7141	0.9777	0.4905
IEMPIG	0.8893	0.8989	0.9221	0.9158	0.9092
IDH	0.7898	0.8292	0.8259	0.8344	0.8011

Notas: *ISIG*: Índice de salud con inclusión de género. *IEIG*: Índice de Educación con Inclusión de Género. *Ing. Prom. PC dl*: Ingreso Promedio Poder de Compra Dólares. *IIIG*: Índice de Ingreso con Inclusión de Género. *Ind. Part. Pol.*: Índice de Participación Política. IEMPI: Índice de Empleo con Inclusión de Género. *IDH*: Índice de Desarrollo Humano.

Fuente: Consejo Nacional de la Política Social (Coneval), con base en ENIGH 2009 y Censo General de Población y Vivienda 2010.

Cuadro 4
Condiciones de pobreza en municipios turísticos (2010)

Municipio	*Pobreza*	*Pobreza extrema*	*Pobreza moderada*	*No pobres, no vulnerables*	*Al menos 1 carencia*	*Ingreso inferior a la línea de bienestar*	*Pobres ext./ no pobres, no vulnerables*
Acapulco	51.66	13.62	37.99	13.84	81.96	55.80	0.12
Cancún	8.74	0.36	8.38	51.12	45.66	11.95	0.07
Los Cabos	28.53	5.63	22.89	28.58	68.82	31.13	0.11
Mazatlán	28.13	2.95	25.20	28.32	61.07	38.74	0.13
Puerto Vallarta	45.52	5.43	40.08	19.84	69.64	56.03	0.14

Fuente: Consejo Nacional de la Política Social (Coneval), con base en ENIGH 2009 y Censo General de Población y Vivienda 2010.

En cuanto a los indicadores de pobreza, la tendencia se mantiene. Los destinos con los mejores indicadores siguen siendo Cancún y Los Cabos. Llaman la atención los altos indicadores de pobreza que registran Acapulco y Puerto Vallarta. En lo específico se observan los siguientes resultados:

a) El más alto nivel de pobreza en general lo tiene Acapulco con 51.66% de su población, seguido por Puerto Vallarta con 45.52%. El mejor posicionado es Cancún con un muy bajo nivel, de apenas 8.74% de su población.
b) Situación similar se guarda en el indicador de pobreza extrema, aunque en este rubro Mazatlán ocupa el segundo lugar con tan sólo 2.95% de su población en esa condición.
c) En pobreza moderada, el mayor rezago se presenta en Puerto Vallarta con 40.08% de su población en esa condición, le sigue Acapulco con 37.99%, siendo Cancún el destino con el mejor indicador con tal sólo 8.38% de su población en esa condición.
d) Cancún destaca nuevamente por el número no pobres y no vulnerables con 51.12% de su población en esa condición. Acapulco tiene el valor más bajo con tan sólo 13.84% de su población.
d) En general los indicadores que reflejan las condiciones de pobreza se mueven en el mismo sentido, en general Acapulco registra los mayores rezagos pero en algunos indicadores es

Puerto Vallarta el peor posicionado, como ocurre en el indicador de población con ingreso inferior a la línea de bienestar con una población de 56.06% contra 55.80% de Acapulco. El mejor posicionado, con un indicador muy por encima del resto de los destinos, es Cancún con tan sólo 11.95% de su población en esta condición.

e) Relacionando la pobreza extrema con los no pobres y no vulnerables, el valor más bajo lo tiene Cancún con un coeficiente de 0.07, lo que quiere decir que por cada 100 personas no pobres y no vulnerables, existen siete personas en pobreza extrema.

V. Conclusiones

La competitividad debe ser concebida como una tarea social al tener implicaciones importantes en la calidad de vida y el bienestar de las personas. No es solamente una tarea de las empresas o de los gobiernos en particular, pues debido a su complejidad y la multiplicidad de actores que confluyen, la consecución exitosa de proyectos exige la convergencia de los mismos en la definición de los objetivos y estrategias.

Las empresas son un actor importante, de acuerdo con Paul Krugman, pero no único. De igual manera los elementos contextuales de mercado, medioambientales, sectoriales, de gobernanza y de políticas públicas son importantes en su determinación; por lo tanto el contexto sí importa, tal y como lo reconoce M. Porter.

De igual manera es importante reconocer que debe ser evaluada desde una perspectiva intra e intergeneracional; es decir, sustentable. La competitividad sólo tiene sentido en la medida en que contribuye a la ampliación de las oportunidades de participación social y mejora de la calidad de vida y, por tanto, al abatimiento de la pobreza y la exclusión en cualquiera de sus formas.

Al abordar el análisis de los destinos turísticos de México y en particular los principales destinos de playa que destacan por su importante actividad económica con base en la explotación de sus atractivos naturales, culturales y/o histórico-arquitectónicos, se constata cierta relación positiva entre competitividad y calidad de vida, medida a través de algunos indicadores como pobreza,

desarrollo humano y otros indicadores específicos como acceso a salud, educación, ingresos, participación política y empleo.

Los casos de Cancún y Los Cabos sobresalen por sus resultados en bienestar, en tanto municipios como Puerto Vallarta y Mazatlán presentan algunos rezagos, mientras que Acapulco se ubica a la zaga en casi todos los indicadores, siendo también el más rezagado en competitividad.

Pareciera haber ya algunas señales de alarma con relación a los altos costos ambientales, sociales y económicos que ponen en tela de juicio la viabilidad de tradicionales destinos turísticos como Acapulco, Puerto Vallarta y Mazatlán como una manifestación, también, del agotamiento del modelo turístico dominante basado en la explotación de la riqueza natural, cultural e histórica de dichos destinos.

Las alternativas no son tan claras pero parecieran dirigirse hacia modelos que generen una mayor inclusión, un mayor bienestar para las comunidades y que sean sustentables.

La compleja realidad a que nos enfrentamos nos obliga a pensar de forma creativa y diferente en el diseño de alternativas de desarrollo para una gran cantidad de comunidades de México que viven del turismo.

VI. Base documental y bibliográfica

Boddy, Martin (1999). Geographical Economics and Urban Competitiveness: A Critique. *Urban Studies*, 36(5-6), 811-842.

Bubb, Leslie y Amer Hirmis (2004). Conceptual Framework for Regional Competitiveness. *Regional Studies*, 38(9), 1015-1028. Recuperado de: http//www.tandfonline.com/loi/cres20. Fecha de consulta: 12/07/2012.

Cabrero Mendoza, Enrique, Orihuela, Isela y Ziccardi, Alicia (2007). Competitividad de las ciudades mexicanas 2007. La nueva agenda de los municipios urbanos. México: Secretaría de Economía-CIDE. Recuperado de: http://www.cide.edu/programas/Documento_INDICE_COMPETITIVIDAD_CIUDADES_Mex_2007.pdf.

Cabrero Mendoza, Enrique, Orihuela, Isela y Ziccardi, Alicia (2002). Competitividad urbana en México: una propuesta de medición. *Eure* (XXXV) 109, 79-99, Pontificia Universidad Católica de Chile: Chile.

Cabrero Mendoza, Enrique (Ed.) (2013). *Retos de la competitividad urbana*. México: CIDE.

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval, 2013). Medición de la Pobreza, Estados Unidos Mexicanos 2010.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2011). Censos Económicos 2009.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2011). Censo General de Población y Vivienda 2010.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Sistema Municipal de Bases de Datos (Simbad). Indicadores de Desarrollo Humano. Recuperado de: www.inegi.gob.mx

Krugman, Paul R. (1996). Making sense of the competitiveness debate. *Oxford Review of Economic Policy*, (12) 3.

Lengyel, Imre (2004). The pyramid-model: Enhaging regional competitiveness in Hungary. *Acta Oeconomica*, 3. Recuperado de: www2.eco.u-szeged.hu/regions_gazdfejl_szcs/pdf/the_pyramid-model.pdf. Fecha de consulta: 23/08/2012.

Leva, Germán (2005). *Indicadores de calidad de vida urbana: teoría y metodología*. Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.

Lever, W. y Turok, I. (1999). Competitive Cities: Introduction to the Review. *Urban Studies*, 36 (5/6).

Metaxas, Theodore y Athina Economou (2012). Assessing the determinants of firms competitiveness in Greece: A structural equation modeling Analysis. University of Thessaly. http://mpra.ub.uni-muenchen.de/42794/MPRA Paper 42794/posted 24 November 2012 17:37 UTC.

Porter, Michael (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*, 68(2), 73-93.

Porter, M. (1995). The competitive advantage of the inner city. *Harvard Business Review*, 73 (3), 55-71.

Porter, M. (1996). Competitive Advantage, Agglomeration Economics, and Regional Policy. *International Regional Science Review*, 19, (1- 2), 85-93.

Raco, M. (1999). Competition, collaboration and the new industrial districts: examining the institutional turn in local economic development. *Urban Studies*, vol. 36 (5-6), 951-968.

Rogerson, R. (1999). Quality of life and city competitiveness. *Urban Studies,* vol. 36 (5-6), 969-985.

Salas Zapata, W. Alfredo; Ríos Osorio, L. Alberto; Álvarez del Castillo, Javier (2011). La ciencia emergente de la sustentabilidad: de la

práctica científica hacia la constitución de una ciencia. *Interciencia*, 36(9), Caracas Venezuela.

Secretaría de Turismo-Colegio de México (2011). Análisis económico del mercado laboral en el sector turístico. Hacía una política pública para la igualdad entre hombres y mujeres. Recuperado de: www.sectur.gob.mx. Fecha de consulta: 20/08/2013.

Sandoval Cabrera, Pablo (s/f). Importancia de la contabilidad y fiscalidad ambiental: situación actual y alternativas de implementación en el subsector turismo de México. Versión mimeografiada.

Siggel, Eckhard (2007). *International Competitiveness and Comparative Advantage: A Survey and a Proposal for Measurement*. CESinfo, Venice Summer Institute.

Sobrino, Jaime (2004). Competitividad territorial: ámbitos e indicadores de análisis. *Economía, Sociedad y Territorio*, dossier especial.

Turok, Ivan (2010). Cities, regions and Competitiviness. *Regional Studies*, 38(9), 1069-1083. Recuperado de: http://dx.doi.org/10.1080/00343400420002926 47. Fecha de consulta: 12/08/2012.

Yap, Josef (2004). A Note on the Competitiveness Debate. Discussion paper series. 1(20) Philippine Institute for Development Studies. The Economic and Social Research Council. Recuperado de: www.esrc.ac.vk

www.sectur.gob.mx.

www.datatur.sectur.gob.mx.

Capítulo III
Cambios en el turismo contemporáneo: nuevas estrategias para las nuevas tendencias

Irene Huertas Valdivia

Resumen

La actividad turística tiene un fuerte impacto social, cultural, territorial, ambiental y económico en las regiones donde se desarrolla. Además, ha demostrado ser una útil estrategia para el desarrollo y la conservación de los recursos naturales y patrimoniales. Por ello, son bien sabidas las bondades económicas que supone el turismo para una región; no es de extrañar que la competencia entre destinos sea cada vez mayor y más fuerte, y no sólo en cuanto a precios, sino también en lo referente a la variedad de la oferta y en cuanto a nivel de calidad.

En el presente trabajo se analizan las distintas fases del fenómeno turístico, tanto desde una óptica mundial, como desde el punto de vista de la población local hacia el turista. También se analizan los factores que influyen en la visita y experiencia turística, a la vez que se identifican las principales tendencias del turismo en la actualidad. Una vez contextualizados y comprendidos los elementos que afectan al turismo, se proponen algunas estrategias para su dinamización y revitalización.

Palabras clave: turismo, estrategias, medioambiente, ciclo de vida, desarrollo regional.

I. Importancia y contextualización del turismo

El número de viajeros ha experimentado un significativo crecimiento en las últimas décadas. Durante el año 2012 más de mil millones de turistas realizaron viajes a nivel internacional —lo que produjo unos ingresos totales de 1075 millones de dólares— y se calcula que además unos cinco mil millones de turistas realizaron viajes de ámbito nacional en sus propios países durante ese mismo año (OMT, 2013).Se prevé que para el año 2030 se alcancen los 1,500 millones de personas en desplazamientos internacionales.

Este incremento en el sector de los viajes se puede deber a diversas causas: el abaratamiento del transporte aéreo, la mayor accesibilidad a ciertas regiones gracias a la proliferación de las compañías de bajo coste, el hecho de que el turismo haya pasado a considerarse un bien casi de primera necesidad en la mayoría de las sociedades desarrolladas, la globalización del fenómeno turístico, el desarrollo de diferentes formas de promoción y comercialización turística gracias a las nuevas tecnologías, el incremento del número de turistas procedentes de los países emergentes, el surgimiento de nuevos destinos turísticos, etcétera.

Especialmente interesante es el hecho de que la distribución de los turistas en el globo es totalmente asimétrica y se caracteriza por la concentración de mercados en ciertas zonas: por ejemplo, la región más visitada del mundo en 2012 fue Europa, con 534 millones de visitantes. Sin embargo, la afluencia de turistas en un momento determinado no implica que esa propensión se mantenga por tiempo indefinido. De hecho, el turismo es muy sensible a cambios en los gustos y preferencias de los consumidores y se ve muy influido por modas y tendencias, por lo que se hace indispensable la continua adaptación a las nuevas necesidades del cliente a nivel mundial.

La actividad turística tiene un fuerte impacto social, cultural, territorial, ambiental y económico en las regiones donde se produce; además, ha demostrado ser una útil estrategia de desarrollo y puesta en valor de los recursos naturales y patrimoniales. Bien sabidas las bondades económicas que supone el turismo para una región, no es de extrañar que la competencia entre destinos sea cada

vez mayor y más fuerte, y no sólo en cuanto a precios sino también en lo referente a la variedad de la oferta y nivel de calidad.

El producto y/o destino turístico tiene un ciclo de vida similar al del ser humano: nacimiento/surgimiento, crecimiento/desarrollo, madurez y declive o, en su lugar, rejuvenecimiento. Por este motivo, es muy importante saber en qué etapa de su *ciclo de vida* se encuentra el producto o destino para poder actuar en consecuencia y tomar las medidas necesarias para no pasar a una fase no deseable. Dado el vertiginoso ritmo del mercado actual, caracterizado por cambios bruscos y continuos, la transición de una fase a u otra de dicho ciclo de vida se produce de forma cada vez más rápida, por lo que los ciclos de los productos o destinos turísticos son cada vez más cortos. En este sentido, si no se interviene estratégicamente antes o durante la *fase de declive* —especialmente mediante la innovación o la diversificación—, el producto o destino puede alcanzar su *fase final,* o lo que es lo mismo: dejar de ser consumido totalmente.

En el presente documento se analizan las distintas fases del fenómeno turístico: tanto desde una óptica mundial como desde el punto de vista del interés por un destino concreto y, por último, respecto a la evolución de las actitudes de la población local hacia el turista. Posteriormente se analizan los factores que influyen en la visita y experiencia turística, así como también se identifican las principales tendencias del turismo en la actualidad. Finalmente, una vez contextualizados y comprendidos los elementos que afectan al turismo, se proponen algunas estrategias para su dinamización y revitalización.

II. *Etapas del fenómeno turístico*

Evolución del turismo a nivel mundial

En un nivel macro, Sancho (2008) identifica tres grandes etapas en la evolución del turismo a nivel mundial:

La primera de ellas fue la *etapa de continuo crecimiento*, que tuvo lugar desde los años cincuenta hasta los ochenta, y en la cual

el número de viajes internacionales se iba duplicando a nivel mundial aproximadamente cada diez años.

La segunda etapa del fenómeno turístico podría establecerse a lo largo de la década de los ochenta, periodo en el cual se produjo un crecimiento sostenido de la demanda y comenzó a darse un exceso en la oferta. Es en este tiempo cuando el mercado de los viajes alcanzó una cierta *madurez o estabilización*, experimentando un crecimiento más lento, de alrededor de 4.5% anual.

La tercera etapa, a partir de la década de los noventa, es conocida por un *crecimiento irregular y fluctuante*. Durante esta fase se crean y desarrollan nuevos productos y destinos, aunque la actividad turística a nivel global se ve notablemente afectada por crisis económicas y guerras.

Podríamos añadir que en la actualidad nos encontramos en una cuarta fase en cuanto a la evolución del fenómeno, caracterizada por la creciente participación en el mercado turístico global de los países con economías emergentes, junto con el mayor el interés por destinos y productos exóticos, y la afectación de los fenómenos derivados del cambio climático y la nueva *conciencia ecológica*. Igualmente, nos encontramos en la etapa del *turismo 2.0*, con las nuevas tecnologías de la información (TIC) como protagonistas en la comunicación, promoción, distribución, información y gestión turística.

Esa evolución del fenómeno turístico a nivel mundial ha ido lógicamente aparejada con una transformación en las estrategias de captación de visitantes por parte de las distintas regiones turísticas. En las primeras etapas del turismo era frecuente que se desarrollaran estrategias de *producción masiva*, estandarizadas y basadas en las economías de escala (bajos precios que sacrificaban la calidad, en muchos casos), orientadas a conseguir el mayor número de turistas del mayor número de mercados. Cuando el atractivo del destino o producto turístico empezó a decaer, se pasó a implementar estrategias más defensivas que buscaban conservar los clientes con los que se contaba y realizar una segmentación más precisa. Hoy en día, el cliente actual huye de los rígidos paquetes estándar a destinos masificados, por lo que se requieren estrategias encaminadas hacia la personalización, la singularidad y la originalidad de la oferta.

El ciclo de vida de un destino turístico

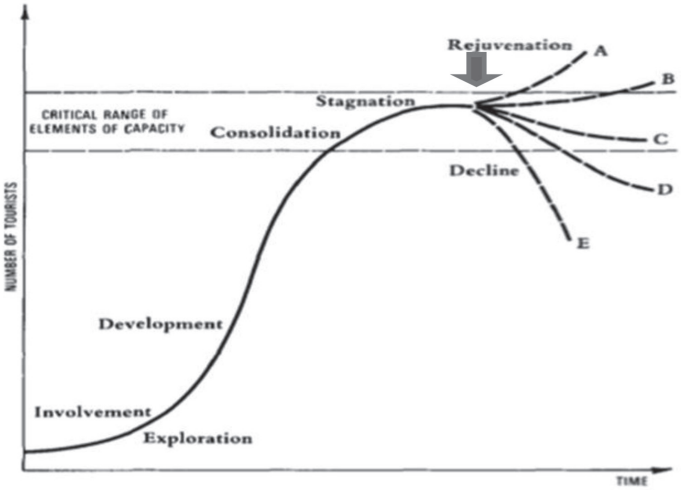
En el caso de los destinos turísticos en particular, Butler propone en 1980 un modelo de cinco etapas que representa la secuencia que ocurre en cualquier destino turístico. Dicho esquema guarda una forma de "*S*", y refleja las cinco etapas de evolución de un destino turístico: 1) exploración/descubrimiento, 2) implicación, 3) desarrollo, 4) consolidación y 5) estancamiento.

La fase inicial *de exploración o pre-turismo* se caracteriza por un escaso número de visitantes o usuarios en la zona, junto con la falta de infraestructura orientada al turista. Los turistas suelen organizar de forma autónoma su viaje en la búsqueda de atractivos nuevos, y suelen ser bien acogidos por la población local.

Durante la *fase de implicación* aumenta la presencia de turistas en el área, y ciertos individuos locales empiezan a proporcionar instalaciones para los visitantes a un precio bajo; sigue existiendo un alto nivel de contacto con la población autóctona del destino. A esta etapa le sigue la *fase de desarrollo*, donde se produce un fuerte y rápido crecimiento de la actividad turística en la región y de los atractivos e infraestructuras. Los turistas son ya frecuentes en la zona, pero se persigue atraer aún más mediante distintas campañas publicitarias.

Cuando se alcanza la *fase de consolidación,* la mayor parte de la economía de la región está basada en la actividad turística. Sin embargo, aunque la actividad en su conjunto sigue creciendo, los destinos experimentan un decrecimiento en el *ratio* de llegadas de visitantes y en otros indicadores. Esto sigue ocurriendo hasta que el destino sobrepasa su capacidad de carga y llega a su saturación; en esta última fase de *estancamiento* comienzan a observarse los impactos negativos de la actividad turística en el área, y pierde popularidad la zona pese a contar con una marca bien reconocida. Es en este punto (véase la flecha en el gráfico 1) cuando los esfuerzos o esperanzas se comienzan a depositar en el turista recurrente, ya que es difícil captar nuevos clientes; y es precisamente ahí cuando se ha de actuar estratégicamente para evitar pasar a la *fase de declive* o punto de no retorno.

Gráfico 1
Ciclo evolutivo de un área turística



Fuente: Butler (1980: 7)

Cambios en el comportamiento y actitudes de la población local

En un nivel más micro, Weaver y Lawton (2009) consideran que todo fenómeno turístico pasa por cuatro grandes fases, de acuerdo con el comportamiento y valores de la comunidad que lo integra:

Una etapa inicial en la que apenas se ven turistas en el lugar y, cuando lo hacen, se les trata de manera especial por su unicidad, permitiéndoles observar y participar en ceremonias y eventos de la comunidad que visitan, sin coste alguno, como invitados de honor.

En una segunda fase, los visitantes dejan de ser una novedad en el lugar al ser más frecuentes; por lo que se les empieza a cobrar pequeñas cuotas por asistir a ciertas actividades de la comunidad local.

Cuando, en una tercera fase, la población ya es visitada regularmente por bastantes turistas, las actividades y ceremonias de la zona empiezan a girar en torno al entretenimiento de los mismos, alterándose de alguna forma tanto costumbres, horarios como contenidos, de acuerdo a las demandas del público que paga por verlas.

La cuarta y última fase del fenómeno turístico que identifican Weaver y Lawton (2009) es aquélla en la que se obtienen ganancias significativas derivadas de la actividad turística, generándose en muchos casos una total dependencia de la misma. En este punto es frecuente que ya se hayan desvirtuado muchas actividades y elementos de la comunidad para adaptarse a las expectativas del consumidor (*efecto demostración*). A veces incluso se llega a generar un *efecto teatro*, co-existiendo dos realidades bien distintas en la localidad: la zona más comercial, mejor equipada y más cuidada, orientada al disfrute del turista (*frontstage*), y la zona donde aún se conserva residualmente la forma de vida inicial del pueblo (*backstage*), que ha experimentado menores inversiones. Además de darse este fenómeno, cuando se sobrepasa la capacidad de carga de una zona turística, es frecuente que comiencen a surgir tensiones entre visitantes y locales, distanciándose ambos colectivos aún más al producirse una especie de confirmación de los estereotipos que cada grupo tiene mentalmente sobre el otro.

En esta línea, existen diversos modelos teóricos que estudian las transformaciones de los comportamientos y sentimientos de la población local con el visitante foráneo conforme se va desarrollando la actividad turística. Entre ellos destaca el *irridex* desarrollado por Doxey (1976), índice que demuestra que, en la mayoría de los casos, la actitud de la población local suele seguir un mismo esquema respecto a la presencia de turistas en su región: tras una euforia inicial se pasa a la apatía, enfado y posterior antagonismo, para, finalmente, experimentar un estado último de resignación respecto a la presencia e influencia del turista en la comunidad.

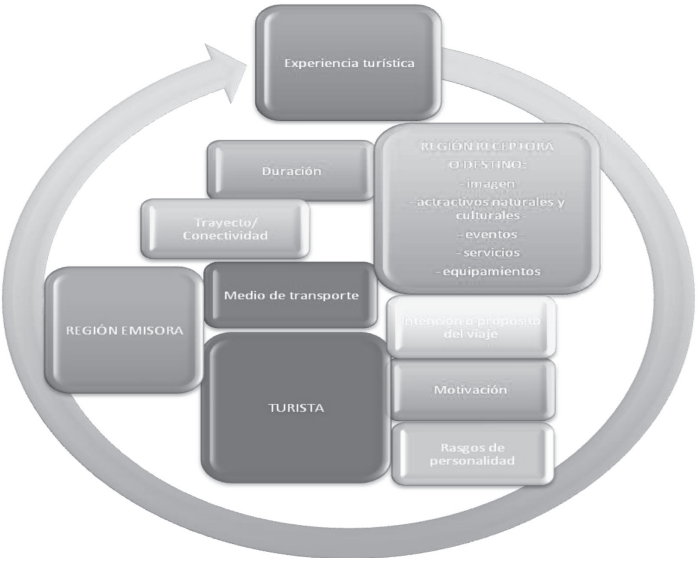
III. Factores que influyen en la visita: el sistema turístico

El turismo constituye un complejo sistema fruto de la interrelación de diversos elementos:

1. El viajero y sus características personales (demográficas, socioeconómicas, personalidad, estado de salud, profesión y condiciones laborales, etcétera).

2. La motivación de viajar y propósito del viaje (autoconocimiento, motivación social, búsqueda de relajación, fines altruistas, etcétera).
3. Las distintas circunstancias de la región de origen que influyen en el viaje (estabilidad política y social, grado de desarrollo económico y tecnológico, idiosincrasia y costumbres, etcétera).
4. Los aspectos del viaje relacionados con la duración, el trayecto, el medio de transporte utilizado, etcétera.
5. El destino y sus distintos elementos: recursos naturales y patrimoniales, equipamientos y servicios, eventos y acontecimientos relevantes, etcétera.

Gráfico 2
El sistema turístico



Fuente: elaboración propia.

Todos los factores anteriores componen y configuran el entramado del sistema turístico, e influyen directamente en la configuración de la *experiencia turística*, que, en definitiva será el resultado de todos los eslabones de esta cadena. Han de tenerse en

cuenta todos ellos para lograr una experiencia satisfactoria en el turista.

IV. Tendencias actuales en el turismo

Cambios en la geografía del turismo

La geografía del fenómeno turístico en la actualidad es totalmente diferente a la que existía hace tan sólo unas décadas atrás. No son pocas las regiones que anteriormente estaban entre los destinos preferidos por los consumidores y que hoy en día han dejado de ser visitadas. Igualmente, existen destinos —principalmente en países con economías emergentes— tal vez no tan preparados para la afluencia de visitantes o con no tantos atractivos que, curiosamente, están experimentando asombrosos excedentes de demanda hoy en día. Y es que, como venimos mencionando desde el principio, la actividad turística se caracteriza por fuertes fluctuaciones y cambios.

En cuanto a las regiones receptoras, las áreas que parecen tener el mayor potencial turístico actualmente son América Latina y Asia, especialmente aquéllos destinos poco frecuentados hasta la fecha. Y respecto a las regiones emisoras, destacan los mercados emergentes de China, Rusia o los países árabes.

Nuevas formas de consumo

La forma de consumo turístico también se está transformando, tanto en lo que respecta a distribución temporal y duración, como en lo referente a los intereses de la demanda. Por ejemplo, en lugar de pasar un único y extenso periodo vacacional en un destino costero, los consumidores ahora prefieren dividir su tiempo de ocio en pequeños *breaks* o espadas distribuidas a lo largo de todo el año. Igualmente, los motivos que conducen al viaje son cada vez más numerosos y heterogéneos, cobrando cada vez un mayor peso en la decisión de las vacaciones nuevas motivaciones, como el hedonismo y cuidado personal del individuo, la mejora de la formación

y el contacto con la naturaleza desde una óptica sustentable, por ejemplo.

Una distinta organización y gestión del viaje

En lo que respecta a la forma de organizar y gestionar el viaje, Internet ha facilitado la autocomposición de viajes y rutas por parte del consumidor —mediante la reserva de hospedaje y pasajes de vuelo, entre otras opciones—, así como la promoción y comercialización de atractivos antes totalmente inaccesibles para el turista inexperto. Los nuevos sistemas de la información junto con el surgimiento de nuevos medios de pago (tarjetas de crédito, líneas de financiación personalizada, etc.) han influido notablemente en el comportamiento de la demanda, generando un turista más exigente y mejor informado, capaz de configurar su viaje completamente *a la carta* y *en línea*, es decir, de forma totalmente flexible y autónoma, de acuerdo con sus preferencias particulares.

El nuevo perfil del turista

Igualmente, el perfil del visitante ha cambiado mucho respecto a las primeras etapas del fenómeno turístico. Ya no se trata de aquel individuo pasivo que buscaba solamente confort y relajación con el producto de sol y playa. Ahora encontramos a un turista cada vez más activo y dinámico, que busca salir de su rutina diaria y participar en actividades de ocio al aire libre. Este nuevo turista tiene nuevos intereses: aprender otras culturas e idiomas, disfrutar ampliamente de la enología y la gastronomía de los lugares que visita, experimentar nuevas sensaciones y, en algunos casos, contribuir de forma responsable a la comunidad que visita.

La economía de la experiencia

Pine y Gilmore (1998) afirman que, al igual que se produjo la transición de una economía industrial a una de servicios, en la actualidad se ha pasado a una *economía basada en la experiencia*. Hoy más que nunca, el cliente tiene ante él una enorme cantidad de servicios ofrecidos a través de multitud de canales; por ello, estos

autores sugieren que para ser líderes hay que lograr implicar emocionalmente a los clientes, ofreciendo algo distinto de los competidores al mismo tiempo. Sólo de esta manera se conseguirá que los visitantes regresen en reiteradas ocasiones, que incrementen su gasto y que comenten sus experiencias a otros.

En esta línea, el turista contemporáneo desea vivir y sentir nuevas experiencias, diferentes a sus vivencias anteriores, de ahí la importancia de que las organizaciones turísticas sepan adaptarse a esta nueva demanda mediante la oferta de productos y servicios que logren que el cliente descubra, se divierta, se sorprenda, actúe, se entretenga... y posteriormente guarde un magnífico recuerdo de su estancia, y la recomiende. Por este motivo, el objetivo principal de la actividad turística ha de ser el de despertar emociones positivas en un marco físico agradable para que los compradores se conviertan en entusiastas seguidores.

Dados el nuevo perfil del turista y las nuevas tendencias en el sector de los viajes, no son pocos los destinos y atracciones turísticas que se han visto obligados a *reinventarse* a sí mismos, intentando captar nuevos mercados y basando su atractivo en la oferta de experiencias memorables.

V. Estrategias de revitalización del turismo

El turismo no es algo estático ni permanente. Un destino muy popular y frecuentado en un momento determinado puede experimentar una drástica caída en su número de visitantes y/o una fuerte transformación en cuanto al perfil del viajero que recibe. Por ello es necesario estar preparados para saber reaccionar estratégicamente ante el cambio, y no asumir que una situación puntual de éxito turístico y bonanza económica permanecerá inmutable de forma indefinida.

Como en cualquier otro sector para ser competitivos se ha de perseguir ofrecer siempre la máxima calidad y una mejora continua, estando siempre alerta a los cambios en las tendencias del mercado, y siendo lo suficientemente flexibles para adaptarse rápidamente a ellos.

Diseño de productos bajo el paradigma de la experiencia del cliente

Ya no se puede satisfacer a todos los consumidores con un solo tipo de producto o servicio. Por ello, los destinos turísticos y organizaciones líderes son aquellos que ofrecen un producto amplio, con una gran cantidad de opciones vacacionales, capaces de atraer diversos mercados procedentes de distintas regiones emisoras; y que no pierden de vista que, además, en muchos casos el turista no está buscando un destino en particular sino *experiencias auténticas*.

Para Voss, Roth y Chase (2008), el nuevo *paradigma de la experiencia del cliente* ha de ser el impulsor del diseño de la estrategia operacional de una empresa. Bajo este prisma, todos los servicios ofrecidos por una organización han de estar centrados en la experiencia que se ofrece al consumidor. Tal es así, que la manera en la que el producto/servicio se diseñe —con vistas a la creación de valor para el cliente— y la forma en la que éste se presente, es lo que diferencia la mayor o menor "capacidad para crear experiencia" de unas empresas frente a otras.

En esta línea, dichos autores plantean que lograr una experiencia satisfactoria para el cliente está condicionado por la toma de numerosas decisiones, las cuales podrían agruparse en cuatro categorías:

1. *Stageware*: aspectos relativos al entorno físico (instalaciones, equipamientos).
2. *Orgware*: cuestiones relacionadas con la gestión de la organización y la creación de una cultura empresarial totalmente orientada hacia la experiencia positiva del cliente.
3. *Linkware*: la integración de sistemas y procesos en el marco del servicio.
4. Y *customerware*: creación de puntos clave en la prestación del servicio donde se fomente la interacción del cliente.

Ford y Heaton (2001) diferencian tres componentes en la configuración de la experiencia del cliente: 1) *el producto del servicio*, o combinación servicio/producto; 2) el *marco del servicio*, lugar donde se produce el encuentro entre consumidor y prestador de servicio, y que está condicionado por la apariencia y atributos de

dicho espacio; y 3) el *sistema de entrega del servicio*, que incluye tanto el componente humano (amabilidad, actitud, preocupación, atención, ayuda...), como los procesos, sistemas y técnicas que implica la propia prestación del servicio.

El pilar del éxito de cualquier actividad turística consiste en descubrir lo que el cliente verdaderamente necesita y quiere, y en organizar los recursos necesarios para proporcionárselo; e, incluso, ofrecer más de lo que espera.

Atracción de nuevos segmentos del mercado

Es importante que las distintas organizaciones del sector turístico reflexionen sobre el tipo de turista al que están dirigiendo su oferta. El hecho de que tradicionalmente se hayan estado enfocando en un visitante determinado, de un cierto perfil socioeconómico (ej. familias con hijos, estudiantes, clientes de alto poder adquisitivo...) o procedente de un área geográfica concreta (ej. mercado norteamericano, países nórdicos, etc.) no necesariamente implica que no se pueda ampliar o cambiar el foco del *público objetivo*. De hecho, sería lo recomendable, especialmente en el caso que se haya generado una excesiva dependencia de una tipología de turista concreta, o como solución para compensar los desajustes estacionales ocasionados por la concentración de la demanda en ciertas temporadas (*estacionalidad*).

Fruto de los nuevos estilos de vida y de las transformaciones sociales, económicas, demográficas, culturales, etc. de las regiones, han surgido multitud de segmentos de viajeros nuevos, con nuevos hábitos sociales, que tal vez no se estén teniendo en cuenta en los planes de *marketing* de las empresas turísticas. Por ejemplo: familias monoparentales, jóvenes profesionistas sin hijos, colectivo LGBT (*lesbian gay bisexual and transgender)*, adultos mayores en perfecto estado de salud, solteros, individuos que viajan con sus mascotas, personas con necesidades especiales, mercado asiático o árabe, clientes con una alta preocupación medioambiental que consumen primordialmente productos y servicios *green-friendly*, etcétera.

Si bien es cierto que hay segmentos incompatibles o difíciles de satisfacer con el mismo producto turístico, también es verdad

que hay otros que no sólo no son excluyentes sino que podrían ser segmentos complementarios, pudiendo lograrse incluso un efecto sinérgico si se combinaran varias tipologías.

Además de lo anterior, hay que tener en cuenta que existe un tipo de cliente muy experimentado que cuenta con amplios conocimientos en el ámbito de los viajes (el "turista profesional"). Este consumidor/turista suele ser resistente a las formas tradicionales de *marketing* y ventas, ya que entiende la nueva cultura del viaje como una expresión de identidad. Suele buscar rutas exóticas y productos altamente diferenciados, y en muchos casos sigue patrones de consumo éticos, mostrando cuidado y respeto por los sitios que visita.

Diversificación y ampliación de la oferta mediante nuevas opciones de turismo

En los entornos de mercado actuales, las organizaciones ya no se limitan a producir bienes y servicios y a esperar a que éstos se vendan, como ocurría antiguamente. Podría decirse que el diseño de productos y servicios está ahora centrado totalmente en lo que desea el consumidor y en cómo proporcionárselo, por lo que en muchas ocasiones se trabaja en la creación de una oferta casi personalizada.

En los comienzos de la actividad turística el abanico de posibilidades era relativamente reducido o, al menos, se centraba en una sola tipología vacacional, por lo que el cliente consumía la única forma de ocio que se le ofrecía entonces, que solía estar asociada exclusivamente al producto "sol y playa". Sin embargo, hoy en día el turista quiere tener múltiples opciones de elección en su visita: tanto respecto a variedad de destinos a los que poder viajar, como en cuanto a la oferta diversa de actividades que hacer en los distintos lugares. Por este motivo, los destinos y organizaciones turísticas han de transformar, mejorar y ampliar su oferta para poder abarcar un mayor espectro de clientes potenciales; deben diversificar e incrementar las alternativas de recreo y diversión, así como dotar de mayor contenido al tipo de vacaciones o experiencias que ofrecen.

Muchas regiones, conscientes de este hecho, están apostando por la orientación hacia un turismo mucho más *activo*, dirigido a un perfil de consumidor que busca nuevas aventuras en contacto con la naturaleza, la práctica de ejercicio físico y la realización de actividades al aire libre (senderismo, avistamiento de aves, deportes extremos, etc.). En este sentido, cobra cada vez mayor importancia la calidad territorial, ambiental y paisajística de los destinos, por lo que se hace necesario aprovechar la enorme potencialidad de los recursos naturales, pero explotándolos de forma sustentable, con un uso controlado y racional del suelo.

No es de extrañar, por lo tanto, el creciente interés suscitado por nuevas modalidades turísticas como el *agroturismo* o el *ecoturismo*, entre otras. El denominador común es la realización de actividades turísticas de forma *responsable*, es decir, generando un desarrollo económico equilibrado consistente con valores naturales y sociales. Esto se logra mediante la creación de empleos e ingresos derivados del turismo que reviertan directamente sobre la población local y mejoren su calidad de vida, al tiempo que se busca causar el mínimo impacto medioambiental posible, contribuyendo en la medida de lo posible a la preservación de los ecosistemas.

Cada vez es más numeroso el colectivo de viajeros interesado por formas de turismo no invasivas en la cultura y forma de vida de las regiones receptoras. Es más, muchos turistas viajan con el objetivo de ayudar o simplemente poder aportar algo a la comunidad que visitan, poniendo en práctica sus principios éticos. Es lo que se conoce como *turismo solidario*.

En cualquier caso, como afirma Sáez Cala (2009), el desarrollo turístico *alternativo* al modelo tradicional ha de estar basado en las economías locales e implicar un crecimiento gradual, optimizando el espacio y adaptando "la escala del proyecto turístico a las normas de la comunidad local" (p. 359). En conclusión, siendo congruente y consistente con los valores culturales, sociales y naturales predominantes en la región y desarrollando un fuerte vínculo con la comunidad afectada protagonista.

La implicación de la población y el desarrollo local

El papel de la población local es crucial en el éxito de las distintas iniciativas turísticas, por dos razones:

En primer lugar, por la importancia de las tradiciones y costumbres nativas y locales como elemento diferenciador del destino, la singularidad cultural. Por ello, es crucial que se preserven aquellos elementos característicos e identificativos de los habitantes de la región manteniéndose su autenticidad. Es fácil caer en la trampa del *efecto demostración*, o adaptación de la propia cultura a las expectativas, gustos y preferencias que dictan las costumbres del visitante, perdiéndose así la verdadera esencia de la comunidad y el destino. En efecto, la comercialización de ciertos acontecimientos culturales locales puede degenerar en la creación de una *pseudo-cultura*, con escaso valor cultural real tanto para los visitantes como para la población local. Hoy en día son muchos los turistas que huyen de las demostraciones ficticias o creaciones artificiales totalmente orientadas al divertimento del extranjero y de escasas reminiscencias de la cultura original, por lo que la unicidad de ciertos aspectos etnográficos de la oferta son elementos que dotan de gran atractivo a los destinos.

En segundo lugar, son los propios ciudadanos los que contribuyen a hacer la estancia del visitante agradable o no, al interactuar con éste. Es fundamental conseguir una adecuada concienciación e implicación social hacia una cultura de la hospitalidad y empatía con el forastero para que se puedan desarrollar actitudes favorables hacia el turista, y se eviten, o al menos se minimicen, posibles conflictos, malentendidos y la consecuente hostilidad con éste.

Sólo mediante la educación social, informando correctamente y poniendo en conocimiento de los residentes los múltiples beneficios de la actividad turística lograrán darse cuenta de los efectos positivos de la misma en términos de aportación de divisas, aumento de la renta y mejora de su distribución, contribución a la generación de empleo, desarrollo y optimización de infraestructuras y equipamientos, etc. Para ello, obviamente, las comunidades receptoras han de ser las primeras beneficiarias de la actividad turística, en el marco de una gestión responsable del destino. Ha de cuidarse en extremo que el desarrollo turístico no siga el mode-

lo de "enclave", tan frecuente sobre todo en países en desarrollo, caracterizado por la concentración de los beneficios económicos, políticos, sociales, culturales, ambientales en ciertos actores, y que apenas permean en la población local, quien, sin embargo, sí se ve afectada por cambios en la estructura del mercado de trabajo, saturación de ciertos servicios públicos y especulación territorial, entre otros fenómenos (Sáez Cala, 2009).

En este punto, para que el turismo constituya una verdadera oportunidad de avance económico y no una amenaza, es necesaria una mayor participación en la planificación económica regional de los distintos agentes implicados en el mismo: empresarios, organismos públicos y ciudadanía; así como el facilitar la interrelación de los mismos para que se puedan crear sinergias.

Los sistemas productivos locales han de estar bien organizados, coordinados y trabajando de forma conjunta, dada la utilidad demostrada del tipo de trabajo colaborativo *en red*. De igual modo, la cooperación entre empresas e instituciones públicas a un nivel *intra* e *inter*-regional es fundamental para la creación de experiencias integrales en el destino.

Énfasis en las nuevas tecnologías

El surgimiento de Internet como plataforma universal para la comunicación y el acceso a la información ha afectado de forma muy significativa las relaciones y transacciones comerciales en prácticamente todos los sectores económicos. El turismo no es una excepción.

Gracias a las nuevas tecnologías de la información (TIC) ahora ya es posible *examinar* en cierta manera un destino, producto o servicio turístico antes de proceder a su reserva o compra, lo que permite reducir la incertidumbre sobre ciertos aspectos intangibles de la experiencia turística futura. En efecto, el consumidor turístico actual puede acceder de forma rápida y sencilla a las distintas páginas *web* de empresas y organizaciones turísticas y buscar la información que le interese previamente a su visita. Igualmente, es común que consulte *blogs* de viaje, *foros* y *comunidades virtuales* de viajeros para obtener consejos, recomendaciones y propuestas de recorridos y actividades de ocio interesantes. También es frecuen-

te que los visitantes de una localidad descarguen guías virtuales y aplicaciones móviles en sus teléfonos con sugerencias de paseos, excursiones y rutas turísticas, que suelen tener un atractivo contenido multimedia, además de indicar sitios de interés, atracciones y establecimientos *georreferenciados*. Asimismo, existen multitud de portales especializados para realizar comparativas de precios de aerolíneas, hoteles, alquiler de vehículos, etc., que facilitan la elección de la opción turística que más se adapte a las necesidades del comprador, y/o que cuente con mayor popularidad entre otros consumidores con perfil similar al suyo.

Respecto a este último punto, el turista actual, antes de tomar su decisión final sobre qué destino visitar o dónde hospedarse o comer, suele consultar redes sociales y páginas de *reviews,* y analiza las valoraciones de otros usuarios (conocidos o no) sobre la calidad de determinados servicios o productos. De hecho, existen varios sitios *web* de organizaciones turísticas muy populares hoy día que permiten conocer la opinión de otros clientes sobre la experiencia que tuvieron en determinado destino o empresa, y en los que se publican fotos, videos y comentarios positivos o negativos al respecto (véase por ejemplo el caso de *Tripadvisor* o *Booking.com)*. Este tipo de publicidad *boca a boca "electrónica"* contribuye también a aumentar las expectativas de los compradores. En este sentido, es cada vez más importante el cuidar la *reputación online*.

Litvin, Goldsmith y Pan (2008) ponen de manifiesto en su investigación la relevancia actual del *boca a boca electrónico* (*electronic word of mouth*) para las empresas turísticas y el turismo en general. Tan es así, que la comunicación directa entre los propios consumidores se está convirtiendo en la fuente de información más importante e influyente en las decisiones del turista. Es evidente que los distintos negocios turísticos deben cuidar ahora más que nunca la satisfacción del cliente, con el objetivo de que éste reporte una experiencia positiva en los distintos sitios *web* de *reviews*. De hecho, la buena imagen de un establecimiento se ve ampliamente reforzada cuando la mayoría de los comentarios sobre el mismo son favorables en distintas páginas *web* confiables (es decir, donde solamente los usuarios *reales* de dichos productos o servicios pueden dejar sus comentarios tras acreditar una estancia en dicho establecimiento mediante un código de reserva).

Esta circunstancia incrementa notablemente la probabilidad de compra, mientras que los comentarios negativos publicados *online* provocan el efecto contrario.

Las organizaciones turísticas que no están modernizándose y apostando por los entornos digitales se están quedando rezagadas en un mercado en el que el *marketing online* cobra cada vez mayor importancia en detrimento de los medios tradicionales impresos. De hecho, las empresas compiten en el nuevo *escenario virtual* por generar un mayor tráfico (visitas) en sus páginas web que finalmente se traduzca en una reserva o compra. Otra de las principales estrategias actuales para potenciar el *e-commerce* es la de tener mejor visibilidad en los principales buscadores (Google, Yahoo...), para lo cual se emplean herramientas informáticas que optimizan el posicionamiento *web* —que aparezca la información o *link* de la empresa en la primera página de resultados del buscador—, tanto de manera natural u orgánica (*SEO*), como de forma patrocinada o previo pago (*SEM*).

Igualmente, las estrategias comerciales para la mejora de las ventas están cada vez más volcadas en los medios virtuales, por lo que es necesario un proceso de adaptación de la venta tradicional a la venta *en línea*, realizando campañas publicitarias a través de las redes sociales (Facebook, Tweeter, Linkedin), así como estableciendo vínculos comerciales con nuevos canales de distribución y portales de reservas *online*, y creando alianzas estratégicas con los nuevos agentes turísticos virtuales.

En definitiva, los destinos y organizaciones turísticas, si quieren ser competitivos, han de utilizar Internet como elemento central de su estrategia de *marketing*: creando páginas *web* oficiales con facilidad de acceso y de navegabilidad para el usuario, elaboradas con atractivos contenidos interactivos, que además sean sitios webs confiables y seguros, bien posicionados en los principales buscadores, que dispongan de herramientas de análisis del tráfico en su página para poder cuantificar el número de visitas así como los comportamientos de los consumidores en la propia página, y, si es posible, que incluyan encuestas online que permitan tener retroalimentación sobre las necesidades, grado de satisfacción y opiniones de los clientes.

VI. Conclusiones

El sector turístico ha experimentado un drástico cambio respecto a décadas anteriores en cuanto al perfil y necesidades del visitante, el tipo de productos y servicios que demanda, así como en lo relativo a los actores y el funcionamiento del mercado turístico en general. Por ello, es necesario que las distintas organizaciones y destinos turísticos desarrollen nuevas estrategias acordes con las nuevas tendencias dominantes en la actualidad. Estas estrategias van desde la orientación hacia nuevos segmentos de clientes y el desarrollo de productos más completos y diversificados, hasta la mayor implicación de la población local dado el atractivo de sus componentes etnográficos originales tan diferentes para el viajero. Sin embargo, ninguna de las actuaciones anteriores será totalmente efectiva si no va aparejada con la firme apuesta por las nuevas tecnologías de la información y una fuerte campaña de difusión, promoción y comercialización a través de Internet.

VII. Bibliografía

Butler, R.W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24 (1), 4-12.

Ford, R. y C. Heaton. (2001). *Atención al cliente en los servicios de ocio* (1ª. Ed.). Madrid: Paraninfo.

Litvin, S.W., Goldsmith, R.E. y Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29, 458-468.

Organización Mundial del Turismo. 2013. *UNWTO Annual Report 2012*. Madrid: OMT.

Pine, J. y Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, july-august, 97-105.

Sáez Cala, A. (2009). Los nuevos retos de la actividad turística en el marco de una estrategia de desarrollo local. En Rodríguez Antón, J. M. y Alonso, M. (Coords.). *Nuevas tendencias y retos en el sector turismo: un enfoque interdisciplinar* (pp. 340-354). Madrid: Delta Publicaciones.

Sancho, A. (Dir.) (2008). *Introducción al turismo*. Madrid: OMT.

Voss, C., Roth, A. y Chase, R. B. (2008). Experience, Service Operations Strategy, and Services as Destinations: Foundations and Exploratory Investigation. *Production and Operations Management,* 17 (3), 247-266.

Weaver, D. y Lawton, L. (2009). *Tourism Management* (4ª Ed). Australia: John Wiley & Sons Australia, Ltd.

Capítulo IV
La relevancia de la capacidad de carga en el turismo alternativo en Guadalajara y la Isla de la Piedra en Mazatlán

Roberto Jiménez Vargas
Paula Lourdes Guerrero Rodríguez
José Manuel Quintero Villa

Resumen

Entre las pretensiones de esta investigación se encuentra el iniciar una aproximación a un tema tan fundamental y actual como son los estudios de capacidad de carga en el campo del turismo alternativo y que no ha suscitado un gran interés hasta el momento entre las diversas disciplinas y los planificadores. No es nuestro objetivo profundizar ahora en esta cuestión, sino aportar algunas bases conceptuales y metodológicas que resulten útiles para posteriores estudios aplicados. Hemos intentado sintetizar en este análisis la evolución histórica de este concepto desde su aparición, con los autores y trabajos más destacados de cada momento, las críticas más importantes que se han enunciado en su contra así como algunas experiencias de aplicación, caso concreto en el Bosque de la Primavera en Guadalajara y la isla de la Piedra en Mazatlán.

Palabras clave: turismo alternativo, investigación turística, capacidad de carga, metodología.

Introducción

La capacidad de carga es un concepto de gran utilidad en el campo de la ecología. Se interpreta como la posibilidad de contener o adecuar en un determinado espacio físico. Desde hace 30 años los investigadores del turismo la han venido utilizando para referirse al número máximo de turistas que puede albergar un área de destino (Dachary y Arnaiz, 2002). Sin embargo, este concepto es mucho más complejo de lo que en principio se podría pensar pues plantea numerosas controversias, tanto en su definición como en su aplicación. Existen diversos trabajos en investigación eco-turística que han tratado de definir el concepto de capacidad de carga turística.

La capacidad de carga turística es la frecuentación turística que puede admitir continuamente el sistema socioeconómico regional sin que se modifiquen:

a) En el nivel de las *estructuras económicas,* sin tener necesidad de recurrir a las estructuras internacionales.
b) En el nivel de las *estructuras sociales,* sin modificar radicalmente los equilibrios sociales.
c) En el nivel cultural, sin modificar profundamente los sistemas de valor imperantes.
d) En el nivel medioambiental, sin modificar las grandes características ecológicas iniciales.

En ese sentido, en este trabajo se introduce una nueva línea de pensamiento que sostiene la necesidad de que todo desarrollo social resuelva las necesidades del presente sin comprometer a las futuras generaciones. De ahí, pues, que consideremos que la sustentabilidad se traduzca en una cuestión prioritaria en el campo del turismo, por lo que los estudios de capacidad de carga recobran un papel de primer orden como estrategias para la planificación y ordenación del sector turístico

I. Marco teórico

La definición del término que hace la Organización Mundial del Turismo (OMT) incluye diversos puntos de vista. El concepto de

capacidad de carga trata de establecer en términos mensurables el número de visitantes y el grado de desarrollo que es susceptible de alcanzarse sin que se produzcan situaciones perjudiciales para los recursos. Es la capacidad que se puede alcanzar sin daño físico para el medio natural y para el medio artificial, sin daño socioeconómico para la comunidad y para la cultura local o sin perjudicar el justo equilibrio entre desarrollo y conservación (Andaluz, 2001). En términos estadísticos, es el número de visitantes que pueden darse en un lugar a cualquier hora punta o durante un año sin que resulte en una pérdida de atracción o en daños para el medio ambiente. Se puede afirmar que existe una saturación de la capacidad de carga cuando los movimientos de las personas, nacionales y/o internacionales, excede temporalmente el nivel aceptable por el medio ambiente físico y humano de la zona que se investigue (Delgado-Ramos y Gian, 2004).

Se conciben dos líneas de pensamiento acerca de la naturaleza e interpretación de la capacidad de carga turística:

a) La capacidad de carga se trata como la capacidad de un área de destino para absorber el turismo sin que se lleguen a manifestar impactos negativos en las comunidades. El énfasis se pone en el medio receptor y no en el turista.
b) La segunda línea propone que la capacidad de carga se considere como el nivel a partir del cual los flujos turísticos se reducen al ser patente una disminución en la satisfacción de la experiencia adquirida.

Ese destino aminora el interés de los turistas que buscan un lugar alternativo para pasar sus vacaciones. La atención se centra en el turista y en su valoración subjetiva (Left, 2004).

La mayor parte de los autores que han investigado este concepto apuntan que no se debe considerar una sola capacidad de carga sino diversificarlas, en función de los impactos que produce el turismo. De acuerdo a las dos líneas de pensamiento principales apuntadas anteriormente, sobre la capacidad de carga, Watson y Kopachevsky (1996) distinguen cinco tipos de capacidad de carga:

Ecológico-medioambiental: el nivel de desarrollo turístico o actividad recreacional más allá del cual el medio ambiente que hemos conocido se degrada o se ve comprometido. Por tanto, afecta

al aire, el suelo, la vegetación y fauna, el agua, y todos los demás elementos físicos que componen un ecosistema. Este es uno de los aspectos más relevantes en la actualidad en el momento de estructurar un desarrollo turístico.

Física: en este rubro se circunscribe a la capacidad física de un territorio y de sus infraestructuras para beneficiar las actividades turísticas. La cantidad de espacio disponible es inalterable, sólo se puede mejorar su utilización mediante un aprovechamiento más racional del mismo. En cuanto a las infraestructuras, su capacidad y rendimiento es casi siempre perfectible en función del aporte económico que se destine a ello.

Socio-perceptual: este tipo de capacidad se refiere al nivel de tolerancia de las poblaciones de recibimiento hacia la presencia y comportamiento de los turistas y está en relación con los impactos socio-económicos y culturales (Boege, 2001).

En este sentido, su medición se debe realizar a partir de juicios de valor en los que el componente subjetivo los hace particulares de una situación a otra.

Socioeconómica: es la capacidad para absorber funciones turísticas sin que se excluyan otras actividades que se consideran de interés. El tema socioeconómico, en la práctica, es uno de los principales argumentos contra la noción de capacidad y la imposición de límites. Los estudios de costo-beneficio tienden a suprimir cualquier límite a la actividad turística, incluso asumiendo la existencia de un costo. El problema es determinar un balance óptimo entre las fortalezas y debilidades que implica una actividad de ese tipo, por ende la capacidad óptima a la que se pretende obtener. Sin embargo, se impone a menudo la estrategia del máximo beneficio a corto plazo sin pensar en el futuro (Getz, 1983).

Psicológica: la capacidad de carga psicológica es exclusivamente subjetiva.

Sólo los turistas pueden determinar si han logrado una satisfacción personal en sus vacaciones en función de múltiples factores como la actitud percibida de la población local, el grado de saturación del destino turístico y la calidad medioambiental, entre otros.

En tal virtud, las diversas vertientes que se presentan cuando se aborda el problema de la capacidad de carga turística de un te-

rritorio, la gran diversidad de puntos de vista y perspectivas diferentes, se induce a captar y valorar con objetividad.

A pesar de la gran diversidad de conceptos en los congresos de investigación, no se trata de una idea nueva, ya que se han realizado investigaciones en este campo desde hace ya varias décadas. Sin embargo, no se ha experimentado el desarrollo metodológico idóneo y una protección legal y social en los derechos ambientales (Argueta, 2001).

Cabe señalar que los mayores avances se han concebido en el campo de la capacidad de carga social y psicológica. En este contexto se detectan diversos trabajos de investigación basados en la saturación percibida por los turistas, incluyendo densidad y niveles de uso, frecuencia de encuentros con otros turistas, normas de tolerancia y expectativas de la experiencia (Tarrant y English, 1996). Destaca la aportación que emana del marco conceptual en que se inscriben los estudios de capacidad de carga social.

Se introduce una nueva línea de pensamiento que sostiene la necesidad de que todo desarrollo social resuelva las necesidades del presente sin comprometer a las futuras generaciones. El turismo no fue una excepción y consideró este principio. La sustentabilidad se traduce en una cuestión prioritaria en el campo del turismo. Los estudios de capacidad de carga recobran un papel de primer orden como estrategias para la planificación y ordenación del sector (Jiménez y Chávez, 2009).

II. El desarrollo sustentable

El concepto de desarrollo sustentable se enlaza con otro tema interesante en el que se ha estado investigando desde hace tiempo, la relación entre la capacidad de carga y el ciclo de vida de los destinos turísticos. Para el geógrafo francés Chadefaud, un producto turístico es un bien no durable cuya vida se descompone teóricamente en tres grandes momentos: creación, madurez y obsolescencia, para normalmente experimentar después procesos de reconversión-mutación que nos deberían llevar hacia la sostenibilidad del recurso. Martin y Uysal (1990) defienden que no es posible determinar la capacidad de carga sin considerar la posición del área de destino en este ciclo.

De acuerdo a Dachary y Arnaiz (2002), el estudio del turismo y la sustentabilidad en las últimas décadas ha transitado de ser una cuestión ignorada a uno de los elementos claves en las investigaciones de la actividad turística. Se ha pasado por varias etapas, de la búsqueda de números específicos al enfoque de gestión basado en las expectativas sociales y experimentales. Los mismos autores sostienen que hasta principios del siglo XXI, los investigadores de turismo no desarrollaron una atención específica a esta materia aunque, en general, muchos de ellos no se han familiarizado con la abundante literatura existente.

La prevención de la capacidad de carga presenta una gran dificultad intrínseca, lo que ha hecho que muchos autores desistan o busquen otras alternativas. Aunque existe un cierto consenso entre los expertos a la hora de definirla, desafortunadamente aún no existe un consenso sobre los métodos de medición y cuantificación a emplear, ni mucho menos sobre los umbrales de permisibilidad que se consideran adecuados en cada caso. Este es, quizás, la principal crítica que se hace al concepto. Autores como Left (2004) indican que esto está provocado, entre otros factores, por el hecho de que las políticas de ordenación que se empleen en un lugar pueden afectar considerablemente a su capacidad de carga y también porque los niveles aceptables de densidad turística a partir de los cuales aparecen problemas de saturación, difieren notablemente de unos enclaves a otros. Estas dificultades de medición provienen también de la ambición de considerar simultáneamente

parámetros físicos y ecológicos, sociales y económicos, psicológicos, antropológicos y culturales; es decir, variables ponderables y otras puramente subjetivas. Y no solamente en el espacio receptor, también se piensa en las zonas emisoras e intermedias o de tránsito (Left, 2001). El concepto cuenta con una gran aceptación entre la comunidad científica, pero ya hemos comentado que apenas se ha avanzado en su aplicación. Entre las causas que han motivado ese escaso desarrollo se encuentra en primer lugar, siguiendo a Butíer (1996), una errónea identificación del concepto con un número que representara claramente el máximo número de visitantes que deberían acudir a un sitio sin llegar a deteriorarlo. Como ya antes apuntábamos, cada tipo de turistas provoca impactos diferentes. Además, la tecnología permite que algunos lugares sean capaces de recibir sin peligro muchos más visitantes que otros. Esto hizo que la capacidad fuera considerada como un concepto de gestión: estimar unos niveles aceptables de cambio a partir de unos objetivos planteados.

En segundo lugar, hay que destacar que la aplicación de límites al desarrollo turístico representa una restricción para muchos de los agentes implicados en el sector que piensan que cuanto menos control exista en el sector privado, mucho mejor. Los límites se identifican entonces por un no-crecimiento a partir de un cierto nivel. Además, hay que mencionar en muchos casos la ausencia de una figura que se preocupe específicamente de la calidad de los recursos turísticos y, mucho menos, por el respeto de los límites establecidos de uso de los mismos.

Dada esta multiplicidad de factores que estamos apuntando, es difícil, si no imposible, calcular valores absolutos de capacidad de carga, excepto en casos muy puntuales. Los estudios son difícilmente extrapolables, existe una metodología distinta casi para cada caso. Cualquier aproximación a esta cuestión debe partir de la identificación de las condiciones ambientales, sociales y económicas deseadas por una comunidad y sentar las estrategias de desarrollo que permitan gestionar la capacidad de carga turística en esa dirección (Vera, 1997).

Surgen tres grandes dificultades a la hora de establecer las capacidades:

1. Las personas tienen necesidades disímiles y buscan distintas cosas en sus experiencias turísticas. Hay diferentes capacidades para cada tipo de experiencia.
2. Cualquier uso produce un cambio, pero lo difícil es precisar a partir de qué momento ese cambio es admisible.
3. El número de usuarios es, a menudo, un pobre indicador del grado y de la naturaleza del impacto.

Algunos autores como Lozato-Giotart (1992) defienden el uso de indicadores tradicionales como los visitantes por unidad de superficie o de tiempo, el número de camas turísticas por residente, el número de casas dedicadas al turismo por cada casa de habitantes locales, entre otros. El problema es que si bien estos índices son de fácil cálculo, no son útiles para ver el medio socioeconómico ni para comparar el estado del medio social, ni los impactos sociales del turismo.

Diversas investigaciones tratan el tema del turismo en regiones de áreas naturales de especial protección que intentan relacionar la superficie que se considera conveniente dedicar a la práctica recreativa con el espacio que necesita cada visitante y que su experiencia sea adecuada. En esa línea, Boullón (1985) propone una fórmula para calcular la capacidad de recibimiento turístico en una zona determinada y que consiste en dividir la superficie total que utilizarán los turistas por el promedio individual requerido. Para hallar el número total de visitas diarias hay que relacionar esta capacidad de hospitalidad con un coeficiente de rotación obtenido a partir del número de horas diarias de apertura de la atracción a los turistas y del tiempo medio de la visita.

III. El caso de Jalisco

En Jalisco destacamos dos casos en áreas naturales de gran interés (el Parque Nacional Nevado de Colima y el Bosque de la Primavera), que incluyen en su normativa un estudio de capacidad de carga que determina con claridad el nivel de actividad turística que se considera permitida, tanto el número de personas que pueden permanecer simultáneamente en tierra como el de embarcaciones que pueden fondear en las zonas habilitadas al respecto (Jiménez

y Chávez, 2009). En Sinaloa, las islas Pájaros, Venados y Lobos, así como la meseta de Cacaxtla y playa Ceuta).

Hasta el momento nos hemos limitado a revisar los principales estudios y autores que en las últimas décadas han abordado este tema. Sin embargo, queremos completar esta perspectiva fundamentalmente teórica con algunas cuestiones de tipo aplicado. La existencia de una multiplicidad de puntos de vista y la gran cantidad de profesionales de distinto signo que han acometido esta cuestión, resultan una dificultad añadida a la hora de emprender estos estudios. Existen tantas metodologías como estudios de capacidad de carga turística, lo que desemboca en una confusión y falta de concreción preocupantes (Boullon, 1999).

Por este motivo, vamos a tratar de puntualizar las cuestiones principales que se deben abordar en un estudio de esta naturaleza. La diversidad de situaciones que afectan al hecho turístico provoca que sea una tarea casi imposible encontrar fórmulas idóneas aplicables universalmente.

Cualquier estudio que se quiera elaborar sobre la capacidad de carga aplicada al turismo en un determinado enclave, debe tener muy presente una serie de consideraciones (Watson y Kopachevsky, 1996): en primer lugar, hay que asumir que existe un equilibrio ideal deseado tanto por los visitantes como por los visitados que es el máximo número de personas que pueden hacer uso de un producto turístico sin que se produzca una depreciación del mismo.

En segundo lugar, debemos tener presente que antes o después, en cualquier destino turístico, se puede alcanzar el límite a partir del cual no es conveniente que se produzca más desarrollo, uso o cambio. Otro aspecto por considerar es que el concepto de capacidad de carga está directamente relacionado con los impactos del turismo y viceversa. La seriedad o gravedad del impacto es lo que determinará qué es aceptable, preferible o normal. Finalmente, según estos autores, no hay que olvidar que siempre se puede intervenir en este proceso para frenar los impactos negativos y para ampliar las capacidades de carga. El progreso técnico y científico puede influir notablemente en la modificación de los umbrales aconsejables.

La compleja naturaleza del hecho turístico se trasluce, obviamente, al tratar la capacidad de carga turística. Debemos tener

presente como punto de partida que determinar una capacidad de carga implica una serie de juicios de valor, es decir, decidir que unas cosas son mejores que otras, y ahí comienza la dificultad. Mientras que para un granjero la capacidad de carga de la víbora de cascabel o del alacrán sería muy baja, para un biólogo o un ecólogo, sin duda, sería mucho mayor. Y así se podrían abordar infinidad de ejemplos en materia del turismo alternativo. Un comerciante de un pueblo de cualquier área de montaña o de zona de litoral deseará seguramente una mayor frecuentación turística, y no le importará tanto como a un ganadero, un agricultor, o un pescador, la contaminación y la saturación que se puedan producir en un fin de semana en dicho pueblo (Gómez, 2001).

Por este motivo, emprender un estudio de capacidad de carga debe ir precedido de *una* primera fase, de cuya realización, *dependerá en* buena parte el éxito del mismo. Esta primera fase deberá conseguir, por medio de una ronda previa de consultas, el consenso de los distintos agentes implicados y el establecimiento de unos objetivos generales de gestión. En otras palabras, concretar qué grado de actividad turística se pretende alcanzar y cuáles deben ser los niveles de uso de dicha actividad. Como lo afirman la Semarnat y el Sectur (Programa de ecoturismo en Áreas Naturales Protegidas de México, 2 de septiembre de 2007): "una vía de éxito consiste en identificar las condiciones ambientales, sociales y económicas deseadas por una comunidad y sentar estrategias de desarrollo que permitan gestionar la capacidad de carga turística desde el necesario compromiso social".

Una vez establecidos los objetivos generales del estudio, se puede comenzar ya con el trabajo propiamente dicho, en una primera etapa de carácter descriptivo. Para ello se parte de la descripción del contexto general del lugar de estudio, determinando y profundizando en los factores geográficos, socioeconómicos y político-jurídicos. Este último punto es muy importante porque conviene conocer cómo piensan los diferentes grupos de interés, los propietarios de la tierra, campesinos, pescadores, comerciantes, grupos de opinión, políticos, por mencionar algunos, así como la legislación vigente en cada lugar. De esta manera se puede evitar algo que desafortunadamente ocurre con frecuencia: la tarea científica permanece alejada de la realidad (Gómez, 2005).

En segundo lugar también es necesario conocer bien el recurso susceptible de aprovechamiento turístico, así como la descripción física del mismo: el terreno, la propiedad de la tierra, puntos de entrada y salida, estacionamientos, puntos de atracción, sistemas de transporte e infraestructuras de hospedaje, entre otros. Del mismo modo, es de particular interés conocer a las personas que gestionan el recurso y sus objetivos de gestión.

Finalmente, de esta primera fase de aproximación, hay que emprender un estudio de las actividades turísticas que se llevan a cabo desde un triple punto de vista: caracterización del perfil del turista, descripción de las actividades que realiza, determinando los posibles conflictos que pudieran surgir, y finalmente el análisis de los niveles de uso que se están dando, que ayudarán a la cuantificación de los impactos inducidos por el turismo (Gómez, 2005).

Tras esta etapa de carácter descriptivo, ya estaremos en condiciones de emprender la tarea de mayor importancia, y también la de mayor dificultad en todo estudio de capacidad de carga. Se ha comentado en varias ocasiones que esta fase implica un alto grado de subjetividad para la toma de decisiones, pero, al mismo tiempo, la singularidad de cada caso requiere una gran originalidad en la búsqueda de soluciones adecuadas.

La fase evaluativa nos enfrenta directamente con el desafío de gestionar la capacidad de carga de un asentamiento turístico y con la implementación de una verdadera estrategia de desarrollo turístico. En caso de que fuera necesario el establecimiento de límites al desarrollo turístico, lo cual, por otra parte, hay que decidir qué parámetros de medida se van a utilizar, qué variables y valores nos servirán como indicadores del desarrollo turístico (Dachary y Arnaiz, 2002).

Quedan pendientes dos cuestiones básicas y que no deben olvidarse en ningún estudio de capacidad de carga, la gestión de los impactos provocados por el turismo y las medidas de control y seguimiento. Las medidas que se emplean para el control y la regulación de las prácticas turísticas se clasifican en blandas y duras. Tanto unas como otras pueden ser igualmente eficaces, dependerá de cada caso. Una medida blanda puede ser la exigencia del pago de una entrada para entrar a *un* determinado parque y una dura, por ejemplo, la restricción del número de entradas diarias.

En otro momento se comentó que el turismo posee un fuerte componente modificador del paisaje, más notificado en determinadas prácticas como las de sol y playa, pero siempre provoca impactos de alguna naturaleza en las áreas en las que se instala, positivos y negativos. No debemos pensar que regular el grado de actividad turística es sinónimo de que el recurso permanecerá inalterado para siempre. De ahí la importancia del seguimiento de los impactos provocados por el turismo, ya sean físicos, sociales o económicos y de las medidas correctoras. Todo esto último nos debe conducir a una periódica revisión de los objetivos previstos y de los realmente alcanzados ya que el turismo es una actividad cambiante y difusa en el tiempo y el espacio y lo que es válido hoy podría carecer de sentido mañana (Murillo y Orozco, 2006).

IV. Capacidad de carga en el ejido del bosque de la Primavera en Guadalajara y las Isla de la Piedra en Mazatlán

Entre los grandes problemas que afectan tanto al bosque de la Primavera como a la Isla de la Piedra en Mazatlán, podemos mencionar:

- Cambio climático.
- Deforestación o pérdida de bosques y selvas.
- Agotamiento de la capa de ozono.
- Pérdida de la biodiversidad (o pérdida de especies).
- Contaminación del suelo, del agua y del aire.
- Erosión o pérdida de los materiales del suelo.
- Desertificación.
- Urbanización creciente o con falta de planeación.
- Por la llegada de 5,000 visitantes diarios en determinadas fechas del año.

Circunstancias que obligan a implementar un estudio de capacidad de carga, como a continuación se propone (Jiménez y Chávez, 2009).

Para la capacidad de carga se analizan tres niveles:

1. Cálculo de capacidad de carga física (CCF).
2. Cálculo de capacidad de carga real (CCR).
3. Cálculo de capacidad de carga efectiva o permisible (CCE).

1. Capacidad de carga física

Máximo de visitas al sitio en un día

CCF = s x nv / sp

CCF = 1.5 mts. de ancho /1mt. de ancho *5.5 nv.= **8.25** (Bosque de la Primavera)

CCF = 1.5 mts. de ancho /1mt. de ancho *5.0 nv.= **7.50** (Isla de la Piedra)

S = superficie disponible en metros lineales

SP = Superficie por persona igual a 1mt de terreno

NV = Número de ocasiones en que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día.

El número de vistas se calcula de la siguiente manera, es necesario sacar el Nv primero para después hacer el cálculo de CCF.

Nv = hv / tv

Nv= 11hrs. / 1 (tiempo estimado de la visita) = **11**

- El lugar estará abierto de las 08:00 a las 19:00 hrs. (11 horas)
- El tiempo estimado para la visita es de 1 hrs.
  Hv= Horario de visita
  Tv= Tiempo necesario para visitar el sendero

2. Capacidad de carga real (CCR)

Va a someter la CCF con factores de corrección:

1. Factor social (FCsoc)
2. Erodabilidad (FCero) se considera como limitante los sectores en donde exista evidencias de erosión (zonas pantanosas, deslaves, invasión de vegetación, parte difícil para caminar).
3. Accesibilidad (FCacc)
4. Precipitación (FCpre)
5. Brillo solar (FCsol) 10 a 15 p.m. horario más inadecuado, ya que los rayos ultravioleta pueden generar cáncer.
6. Cierres temporales (FCctem)
7. Anegamiento (FCane)

1. Factor Social (FCsoc) Capacidad de visitación
Grupos máximos de 15 personas
Distancia al menos de 50 metros entre grupos y 1 metro por persona = 65

Ng = largo total del sendero / Distancia requerida por cada grupo

Ng= 1000mts. /65mts. = **15.3846 a 15 grupos** (Bosque de la Primavera)
Ng= 2500mts. /75mts. = **33.3333 a 15 grupos** (Isla de la Piedra)
Ng=Número de grupos
P= Ng x Número de personas por grupo
P= 15.3846 x 15 personas = **230.769** personas (Bosque de la Primavera)
P= 33.3333 x 15 personas = **499.999** personas (Isla de la Piedra)

Es necesario la identificación de la magnitud limitante= ML

ML= Mt – P
ML= 1000 mts. – 230.769 pers.= **769.231**
(Bosque de la Primavera)
ML= 2500mts. – 499.999 pers.= **2000.01**
(Isla de la Piedra)
MT = Metros totales
Entonces
FCsoc = 1 – mlx / mtx
FCsoc= 1- 769.231 / 1000mts. = 1 - 0.7692 = **0.2308**
FCsoc= 1- 2000.01 / 2500mts. = 1 - 0.800004 = **0.1999**

Sendero sólo para caminar y con presencia de biodiversidad (se sugiere que sean circulares o elípticos).
Factores de corrección Fcx = 1 – mlx/mtx
Donde: Fcx = factor de corrección por la variable x
mlx = magnitud de corrección de la variable x mtx = magnitud total de la variable x (lo que mide el sendero

2. Erodabilidad (FCero)
FCero= 1- mpe / mt.
FCero = 1 – 120mts. / 1000mts. = 1 – 0.12 = **0.88** (Bosque de la Primavera)
FCero = 1 – 500mts. / 2500mts. = 1 – 0.2 = **0.80** (Isla de la Piedra)
Mpe = Metros del sendero con problemas de erodabilidad
Mt = Metros Totales

3. Accesibilidad (FCacc)

Mide el grado de dificultad que podrían tener los visitantes para desplazarse por el sendero (debido a la pendiente).

Sólo se consideran los tramos con dificultad media o alta.

Se le da el valor de 1 para grado medio y de 1.5 para el alto

Dificultad	*Pendiente*
Ningún grado de dificultad	< 10%
Media dificultad	10% a 20%
Alta dificultad	> 20%

Sólo se consideran los que tienen dificultad media o alta.

FCacc = FCacc= 1 - (ma x 1.5) + (mm x 1) / Mt.
FCACC= 1- (150mts. x 1.5) + (320mts. x 1) / 1,000 Mts. = **0.455**
(Bosque de la Primavera)
FCACC= 1- (375mts. x 1.5) + (520mts. x 1) / 2,500 Mts. = **0.567**
(Isla de la Piedra)
Ma= Metros de dificultad alta
Mm= Metros con dificultad media

4. Precipitación (FCpre)
Considera a los meses de mayor precipitación

FCpre= 1 - hl / ht
FCpre = 1- 415 hrs. / 3487 hrs. = **0.8809** (Bosque de la Primavera)
FCpre = 1- 498 hrs. / 2970 hrs. = **0.8323** (Isla de la Piedra)

- Se tomaron en cuenta los meses de junio, julio y agosto como el tiempo de lluvias más fuertes y continuas y 5 días del mes de septiembre, pues aún llueve en esa época pero la precipitación es menor.
- El lugar abrirá de las 08:00 a las 19:00 hrs. (11 horas)
- Se tomó en cuenta que las lluvias normalmente son por las tardes de las 15:00 a las 20:00 hrs., aproximadamente.
- Se abrirá el lugar solo seis días a la semana para tener un día de descanso y mantenimiento del lugar.

Hl = Horas de lluvia limitantes por año
Ht = Horas al año que el lugar está abierto

5. Brillo solar (FCsol)
Cuando el brillo del sol es muy fuerte y las visitas resultan difíciles e incomodas.
- 240 días/ año x 5 horas de sol limitante = 1200 horas/ sol limitante al año.
- 120 días/ año x 2 horas sol limitante = 240 horas sol limitante al año.
- 1440 horas/ sol limitante al año.
- 240 días de época seca x 12 horas al día = 2080 horas sol al año.
- 120 días época seca x 6 horas/ sol al día = 720 hr/ sol/ al año.

Fcsol= 1-hsl x ms / ht x mt.
FCsol = 1-(1344 hrs. /3487 hrs.)*(986 mts. / 1000 mts.) = 1- (0.5404*0.986) = **0.61** (Bosque de la Primavera)
FCsol = 1-(1344 hrs. /2970 hrs.)*(250mts. / 2500 mts.) = 1- (0.54*0.88) = **0.95** (Isla de la Piedra)

- Se tomó de las 10:00 a las 14:00 hrs. cuando es más acentuado el sol.
- Estará abierto 317 días.

Hsl = Horas de sol limitantes por año
Ht = Horas en que el sitio está abierto al año
Ms = Metros sin cobertura
Mt = Metros totales del sendero

6. Cierres temporales o bien controversiales, obligados por mantenimiento, recuperación de la flora y fauna silvestre (FCtem).

FCTEM= 1-hc / ht
FCTEM=1- 528hrs. / 3487 hrs. = **0.8485** (Bosque de la Primavera)
FCTEM=1- 165hrs. / 3487 hrs. = **0.9527** (Isla de la Piedra)

Hc = Horas en que el sitio se encuentra cerrado
Ht = Horas totales

7. Anegamiento (FCane)
Donde el agua tiende a estancarse
FCane = 1- ma / mt
FCane = 1 – 285 mts. / 1000 mts. = **0.715** (Bosque de la Primavera)
FCane = 1 – 150 mts. / 2500 mts. = **0.94** (Isla de la Piedra)

Ma = Metros del sendero con problemas de anegamiento
Mt = Metros totales

Capacidad de carga real (ccr)
CCR=CF (FCSOC*FCACC* FCERO* FCPRE* FCTEM*FCSOL*FCANE)
CCR=16.5(0.2308*0.455*0.88*0.8809*0.8485*0.9010*0.715)=16.5(0.0444977)= **0.7342** (Bosque de la Primavera)
CCR=7.5(0.66*0.567*0.08*0.8323*0.9527*0.90*0.94)=7.5(0.2008274)= **1.5062** (Isla de la Piedra)

Capacidad de manejo (CM)
Con base en la siguiente tabla con los valores ya establecido evaluamos lo siguiente

	Bosque de la Primavera	*Isla de la Piedra*
Variable	Valor	Valor
Infraestructura	0.4525	0.52
Equipo	0.4401	0.45
Personal	0.4375	0.62
Promedio	0.4433	0.53
Capacidad de manejo	44.33%	53.00 %

CM = Infraestructura + equipo + personal / 3 * 100
CM = 0.4525 + 0.4401 + 0.4375 / 3 * 100 = **44.33** (Bosque de la Primavera)
CM = 0.52 + 0.45 + 0.62 / 3 * 100 = **53.00** (Isla de la Piedra)

- Para los valores de equipo solo se cuenta con 50%, así que mediante una "regla de Tres" determinamos el porcentaje adecuado para esta variable de equipo.
- Los valores ya están determinados por el estudio.
- El 60% nos daba un valor de 2, lo cual significa que dicho sendero es medianamente satisfactorio.

Capacidad de carga efectiva

CCE = CCR x CM
CCE = 0.7342 x 44.33 = **32 personas** (Bosque de la Primavera, véase foto 2)
CCE = 1.5062 x 53.00 = **80 personas** (Isla de la Piedra, véase foto 1)

- Estos datos representan el número máximo de visitas que puede permitir el lugar y son 11 visitas por recorrido de 1 hrs. Y en total nos dan 32 personas x 10 visitas durante la jornada de 11hrs. = esto es 320 personas como máximo en todo el día.
- Como el lugar va a abrir 11 horas totales, en los recorridos serían 10 y 40 personas y nos quedaría una hora para descansar y disminuir el impacto sobre el suelo. Se piensa dejar en el horario de las 14 hrs. a las 15 hrs., cuando el sol es más intenso y así aprovechar este tiempo para comer, descansar o hacer cualquier actividad de recreación que no dañe el entorno.
- Se realizaran 20 viajes cada 30 minutos, con grupos de 16 personas por cada recorrido.

Capacidad de carga

	Bosque de la Primavera: 1000ml a visitar	Isla de la Piedra (Mazatlán): 2500ml a visitar
CCF (Capacidad de carga física)	16.5	7.5
FCsoc (Factor social)	0.2308	0.66
FCacc (Accesibilidad)	0.455	0.567
FCero (Erodabilidad)	0.88	0.8
FCpre (Precipitación)	0.8809	0.8323
FCtem (Cierres Temporales)	0.8985	0.9527
FCsol (Brillo Solar)	0.96010	0.90
FCane (Anegamiento)	0.715	0.94

Capacidad de manejo

	Bosque de la Primavera	Isla de la Piedra (Mazatlán)
Infraestructura	0.45	0.52
Equipo	0.44	0.45
Personal	0.43	0.62
Capacidad de manejo	44.33%	53%

Capacidad de carga efectiva

Bosque de la Primavera	Isla de la Piedra (Mazatlán)
32 personas por 1 hora	80 personas por 1 hora
320 personas por 10 horas	800 personas por 10b horas

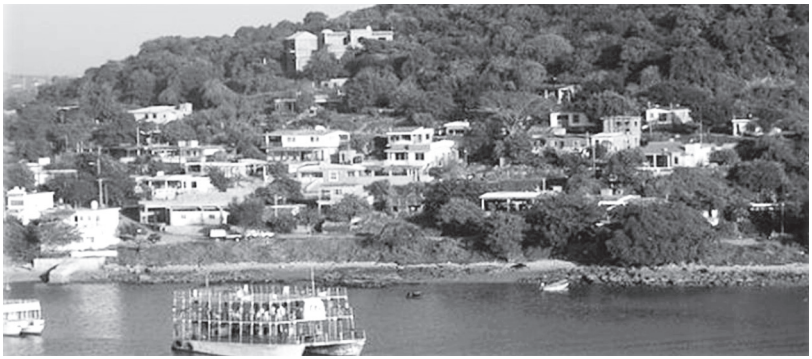


Foto 1. Isla de la Piedra, saturación de edificaciones en el entorno natural.

Foto 2. Bosque de la Primavera, saturación de viviendas residenciales en el entorno natural

V. Conclusiones

El concepto de capacidad de carga no debe contemplarse como una fórmula matemática o como un método mecánico de determinar los límites óptimos de crecimiento del desarrollo turístico o de identificar los impactos de la actividad turística (Andaluz, 2001). Más bien debe insertarse en los procesos de planificación a nivel local como un medio de prevenir dichos impactos. No es un límite absoluto sino una manera de determinar los umbrales críticos a

partir de los cuales cualquier cambio en los componentes del sistema ya no es admisible. Por eso es tan importante la revisión y control de los resultados y el estudio de las reacciones del sistema a los impactos del turismo.

El establecimiento de una serie de objetivos generales para el proceso de planificación se revela como el primer paso a dar en la tarea de determinar la capacidad de carga de un recurso turístico. Para ello es fundamental partir de una visión integradora y sintética de todos los componentes del sistema.

El éxito de la aplicación ejecutiva del desarrollo turístico ya sea en el bosque o en la playa, depende en gran medida de un correcto análisis del funcionamiento del sistema y de los actores del mismo.

Por consecuencia, el tema más importante es la gestión de la capacidad de carga turística y el grado de consenso social que requiere su aplicación en el bosque de la Primavera en Guadalajara y la isla de la Piedra en Mazatlán (fotografías 3 y 4). El concepto de capacidad de carga está indisolublemente unido al desarrollo local y a la sustentabilidad de los recursos. Por tanto, estos estudios, por su capacidad de determinación y medición de los impactos turísticos, deben integrarse con todas las consecuencias en la planificación territorial.

Anexo fotográfico

Foto 3. Fotografía del bosque de la Primavera (tomada el 2 de enero de 2014).

Foto 4. Fotografía de la isla de la piedra en Mazatlán, Sinaloa (enero de 2014).

VI. *Bibliografía*

Andaluz, Antonio (2001). Los desafíos del derecho ambiental con respecto a la defensa de los intereses difusos: referencia a las propuestas de la nueva legislación boliviana. En *Justicia ambiental: construcción y defensa de los nuevos derechos ambientales, culturales y colectivos en América Latina*. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. México.

Argueta, Arturo (2001). La protección legal y social de los sistemas de saberes indígenas, la biodiversidad y los recursos genéticos. En: *Justicia ambiental: construcción y defensa de los nuevos derechos ambientales, culturales y colectivos en América Latina*. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. México.

Boege, Eckart (2001). La creación de capacidades técnicas y organizativas en las comunidades indígenas y campesinas para el desarrollo sustentable frente a la globalización económica. En: *Comercio, medio ambiente y desarrollo sustentable. Perspectivas de América Latina y el Caribe*. PNUMA.

Boullón, R. C. (1985). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.

Boullón, Roberto (1999). Metodología de inventario turístico. México: OEA-Cicatur.

Butíer, R. (1996). The Concept of Carrying Capacity for Tourism Destinations: Deador Merely Buried? En *Progress in Tourism and Hospitality Research,* vol. 2, n. 0, 3 y 4, pp. 283-293.

Cazes, O. (1992). *Fondements pour une Géographie du tourisme et des loisirs*. Hréal, Rosny.

Delgado-Ramos, Gian Carlo (2004). *Biodiversidad, desarrollo sustentable y militarización*. Plaza y Valdez.

Dachary, C. y Arnaiz, S. (2002). *Globalización, turismo y sustentabilidad*. Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.

Getz, D. (1983). Capacity to absorb tourism: Concepts and Implications for Strategies Planning. *Annals of Tourism Research*, vol. 10, pp. 239-263.

Gómez, María (2001). El derecho de los pueblos indígenas: su naturaleza colectiva. En: *Justicia Ambiental: construcción y defensa de los nuevos derechos ambientales, culturales y colectivos en América Latina*. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

Gómez Nieves, Salvador (2003). *Desarrollo turístico y sustentabilidad*. México: Universidad de Guadalajara.

Gómez Nieves, Salvador (2005). *El desarrollo turístico imaginado*. México: Universidad de Guadalajara.

González, Rafael (2001). Participación ciudadana y justicia para la naturaleza. En *Justicia ambiental: construcción y defensa de los nuevos derechos ambientales, culturales y colectivos en América Latina*. México: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

Jiménez Vargas, Roberto y Chávez Hernández, Pablo Rafael (2009). *El turismo sustentable como alternativa económica de desarrollo local en un área natural protegida del ejido la Primavera en Zapopan, Jalisco, México*. Universidad de Guadalajara.

Leff, E. (2004). *Racionalidad ambiental, la reapropiación social de la naturaleza*. México: Siglo XXI.

Leff, E. (2001). Los derechos del ser colectivo y la reapropiación social de la naturaleza: a guisa de prologo. En: *Justicia ambiental: construcción y defensa de los nuevos derechos ambientales, culturales y colectivos en América Latina*. PNUMA.

Lozato-Oiotart, L-P. (1992). Oeographical rating ir zourism development. *Taurisra Managemenít*, vol. 13, n.0 1, Pp. 141-144.

Martin, B. S. y Uysal, M. (1990). An examination of the relationship between carrying capacity and the tourism lifecycle: management and policy implications. *Journal of Environmental Management,* vol. 34, n. 04, pp. 327-333.

Murillo Flores, Francisco Javier y Orozco Alvarado, Javier (2006). *El turismo alternativo en las áreas naturales protegidas*. Universidad de Guadalajara.

O'Reilly, A. M. (1991). Tourism carrying capacity. En: Medlik, S. (ed.) *Managing*

Tourism, pp. 301-306, Butterworth-Heinemann, Oxford.

Vera Rebollo, J. E., López Palomeque, E., Marchena, M. y Antón Clavé, S. (1997). *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel.

Watson, G. L. y Kopachevsky, J. 1' (1996). Tourist Carrying Capacity: A critical look at the discursive dimension. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, vol. 2, n. 02, pp. 169-179.

Capítulo V
La gastronomía en el desarrollo turístico local

Javier Orozco Alvarado
Patricia Núñez Martínez
Gabriela Scartacini Sparado

Resumen

El turismo se ha distinguido por ser una de las actividades económicas con mayor crecimiento y diversificación después de la II Guerra Mundial. Desde entonces ha experimentado importantes transformaciones, tanto por la adopción de nuevos modelos de desarrollo, como por la dinámica del cambio climático, los avances tecnológicos o el fenómeno de la globalización.

En nuestro país, al igual que en muchos otros del mundo, el turismo es una de las actividades más dinámicas, no sólo por su impacto económico en la generación de empleos, de ingresos y divisas sino por su relación directa con el medio ambiente.

Una de las estrategias para reducir la brecha entre los países bien posicionados turísticamente y los países en desarrollo como el nuestro, ha sido el impulso, la transformación y el rediseño de los destinos turísticos o bien creando otros modelos de desarrollo turístico a partir del turismo alternativo, entre ellos, el gastronómico.

Palabras clave: turismo alternativo, gastronomía, desarrollo económico, globalización desarrollo local.

I. El turismo en el mundo

El turismo está experimentando importantes transformaciones, tanto por la adopción de nuevos modelos de desarrollo, como por la dinámica del cambio climático, los avances tecnológicos o el fenómeno de la globalización.

En México, al igual que en muchos países del mundo, el turismo es una de las actividades más dinámicas, no sólo por su impacto económico en la generación de empleos, de ingresos y divisas sino por su relación directa con el medio ambiente.

A nivel internacional, el turismo se ha distinguido por ser una de las actividades económicas que tuvieron un mayor crecimiento y diversificación después de la II Guerra Mundial. Según la propia Organización Mundial del Turismo (en adelante OMT), "el turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo" (www.2.org./es/content).

Las cifras que sustentan lo anterior reflejan que a nivel internacional las llegadas de turistas pasaron de 25 millones en 1950 a 278 millones en 1980, y 528 millones en 1995; para el año 2010, la cifra había aumentado a 940 millones de turistas, los cuales alcanzarían los 995 millones en 2011, un año después la cifra subió a 1,035 millones y en 2013 llegó a 1,087 millones de turistas (Panorama OMT del turismo internacional, 2013: 2).

Se prevé, según estimaciones de la OMT (2013), que entre 2010 y 2030 las llegadas de turistas seguirán incrementándose en 3.3% anual, hasta alcanzar en 2020 los 1,400 millones, y en 2030 los 1,800 millones de turistas (p. 2).

De acuerdo con los datos del último Barómetro OMT del Turismo Mundial, en el año 2013 "el gasto de los visitantes internacionales en alojamientos, gastronomía, espectáculos, compras y otros bienes y servicios representó para los destinos del mundo unos ingresos estimados en 1'159,000 millones de dólares" (OMT, en: www.media.unwto.org/es/press-release/2014). Cabe señalar, además, que según los registros de la OMT (2013), del total de turistas internacionales en 2012, el motivo de viaje siguió siendo el ocio, recreo y vacaciones en 52%, las visitas a amigos y parientes,

motivos religiosos o de peregrinación, tratamientos de salud, etc., 27%; otro 14% lo hizo por negocios y motivos profesionales y el restante 7% no especificó (p. 4).

Con relación al aumento de los turistas internacionales, el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai, señaló en un comunicado de prensa de mayo de 2014, que dicho aumento "fue igual al incremento de los ingresos que generaron más de mil millones de turistas que viajaron por el mundo en 2013, por motivos de negocios, ocio, visitas a amigos y familiares u otros" (OMT, en: www.media.unwto.org/es/press-release/2014). En el mismo comunicado se hace mención a que los ingresos derivados de exportaciones generados por el turismo internacional fueron de 1.4 billones de dólares en dicho año.

A escala mundial, el turismo representa la quinta categoría de exportación, después de los combustibles, productos químicos, alimentos y automóviles; al mismo tiempo, ocupa el primer lugar en muchos países en desarrollo (OMT, en: www.media.unwto.org/es/press-release/2014).

Con base en lo anterior, se puede corroborar lo expresado por la OMT, en el sentido de que el turismo es uno de los principales actores del comercio internacional, así como una importantísima fuente de ingresos de muchos países en desarrollo, en donde esta actividad se ha convertido en un motor clave del progreso socioeconómico.

Con respecto a la diversificación de la actividad turística, hemos de señalar que el turismo tradicional o convencional, característico de la segunda mitad del siglo XX, ha ido alternando con otro tipo de turismo, el denominado alternativo, en especial el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural, cuya significación en el sector ha adquirido mayor importancia en la presente centuria.

La OMT insiste en que los países en desarrollo trabajen su política turística enfocada al turismo sustentable. Aunque durante los últimos años ha mejorado este sector en México, la realidad es que aún no logra competir con las grandes potencias turísticas, pues mientras países como España han incrementado la afluencia de turistas internacionales en 50%, en la última década nuestro país se mantiene estancado con un promedio anual de alrededor de 23 millones y medio (para el año 2012). Si comparamos esta cifra

con los cerca de 58 millones de turistas que llegaron a España en el mismo año, los 67 millones que lo hicieron a Estados Unidos, o los aproximadamente 83 millones cuyo destino fue Francia (OMT, Panorama OMT del Turismo Internacional, 2013: 6), nos daremos cuenta que en México aún queda mucho por hacer en este sector. En México, en el periodo 1980-2012, el turismo se incrementó a una tasa de crecimiento medio anual (TCMA) de llegada de turistas, de 2% (Programa Sectorial de Turismo, 2013-2018).

Una de las estrategias para reducir la brecha entre los países bien posicionados turísticamente y los países en desarrollo como el nuestro, sería impulsar, transformar o rediseñar los destinos turísticos; o bien, crear otros modelos de desarrollo turístico, como se ha hecho en aquellos países, con el fin de que nos permita salir del lugar 53 (Programa Sectorial de Turismo 2013-2018) que ocupamos en competitividad y en habitaciones por habitante en el mundo. M**éxico tiene que replantear no só**lo su modelo de desarrollo económico sino también su modelo de desarrollo turístico.

Aunque no es lo deseable copiar otros modelos, por la importancia de la diferenciación de productos, es necesario tomar en cuenta las estrategias de aquellos países que han logrado combinar el desarrollo turístico tradicional con la innovación hacia otros campos de la actividad turística como el turismo alternativo.

Un ejemplo lo constituye España, que logró transformarse de ser un destino de turismo masivo a un destino de alta diversidad turística en tan sólo dos décadas; pasó de un turismo tradicional de sol y playa a otro modelo que combina el turismo cultural, rural, gastronómico, de negocios y de cruceros, entre otros.

Es también el caso de Costa Rica, que después de unas cuatro décadas, pero particularmente durante las últimas dos, logró alcanzar un importante liderazgo mundial en la conservación de su patrimonio natural, especialmente en la conservación de bosques y la biodiversidad, mediante el impulso del turismo alternativo.

México cuenta con los recursos y con la capacidad para impulsar otras modalidades de turismo que le permitan hacer frente a los vaivenes de la estacionalidad de la actividad turística, sobre todo porque cuenta con un enorme patrimonio cultural y natural en todo su territorio. Por lo anteriormente expuesto, tanto el turismo tradicional o convencional (sol y playa, cultural, salud,

náutico, deportivo, social, turismo de negocios) como el alternativo (turismo de naturaleza, turismo rural, ecológico, gastronómico, etc.) deben ocupar un lugar preponderante en el diseño de la política turística en México, sobre todo si se toma en consideración la postura de la OMT, cuyo secretario general, Taleb Rifai argumentó en octubre de 2011 que el sector turismo "experimentará un crecimiento continuado del sector, un crecimiento más moderado, responsable e incluyente [...]. Por ello, es más importante que nunca que todo el desarrollo turístico se guíe por los principios de la sostenibilidad" (OMT, Comunicado de prensa, octubre 2011).

II. El desarrollo turístico sustentable

Desde principios de la década de los setenta comenzó a cuestionarse a nivel mundial la razón por la cual el crecimiento económico no había llevado a muchos países hacia el desarrollo. Surgieron así dos enfoques teóricos que buscaban explicar cuáles eran las mejores alternativas para alcanzar un desarrollo que les permitiera el mejoramiento de la calidad de vida de la población y el aprovechamiento responsable de los recursos naturales. El primero, conocido como el enfoque para el "desarrollo local" y, el segundo, como el de la "sustentabilidad", dieron como resultado un nuevo modelo, denominado modelo para el "desarrollo sustentable".

Los primeros referentes de lo que actualmente se conoce como "desarrollo sustentable" surgen para intentar dar respuesta a la crisis del modelo civilizatorio, el cual ha mostrado una serie de problemas, como son la centralización en la toma de decisiones, la especialización productiva basada en la sobreexplotación de los recursos naturales, la exclusión social y la seria amenaza sobre el patrimonio natural y cultural.

Las primeras reflexiones en torno a dicha problemática tuvieron lugar en Estocolmo, en el año de 1972, en la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible, organizada por la Conferencia de las Naciones Unidas, en la que se abordó el tema sobre el Medio Humano; mismo año en que salió también a la luz la publicación titulada *Los límites del crecimiento,* a cargo del Club de Roma.

Años más tarde, en 1984, la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo se reunió por primera vez, atendiendo el llamado de las Naciones Unidas, con el fin de elaborar una agenda global para el cambio, con la idea de que era posible construir un futuro más próspero, más justo y más común.

Esta Comisión publicó su informe en 1987 con el título *Nuestro futuro común*, conocido también como Informe Bruntland, donde se plantea que el desarrollo sustentable es un proceso capaz de generar un desarrollo no sólo sostenible ecológicamente sino también en términos económicos y sociales.

En ese informe se define el "desarrollo sostenible" como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

Cinco años más tarde, en 1992, tuvo lugar en Río de Janeiro, la Cumbre Mundial sobre el "Desarrollo Sostenible", también conocida como "Cumbre de la Tierra", en donde se llevó a cabo la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, con la cual se buscaba mostrar al mundo que los factores medioambientales del planeta están dinámica e íntimamente relacionados con las condiciones económicas y de justicia social.

En la Conferencia de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y el Desarrollo (1992), surge el Programa 21, también conocido como Agenda 21, que no es otra cosa que el plan de acción acordado en dicha Cumbre para impulsar el futuro sustentable del mundo, en donde la participación de los gobiernos locales desempeña un papel primordial para el logro de los objetivos. Con relación al turismo se subraya que para que éste sirva como elemento activo en el desarrollo sustentable, debe ser eficiente ambientalmente, económicamente igualitario y socialmente justo.

Cinco años después se llevó a cabo la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, realizada en Lanzarote, Islas Canarias, España, en abril de 1995, donde se redactaron los 18 principios y objetivos del turismo sustentable, de los cuales consideramos oportuno destacar los siguientes:

1. El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a

largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales.

El desarrollo sostenible es un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas.

4. La contribución activa del turismo al desarrollo sostenible presupone necesariamente la solidaridad, el respeto mutuo y la participación de todos los actores implicados en el proceso, tanto los sectores públicos como privados. Esta concertación ha de basarse en mecanismos eficaces de cooperación a todos los niveles: local, nacional, regional e internacional.

7. Para participar en el desarrollo sostenible, el turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por la economía local, garantizando su plena integración y contribuyendo positivamente al desarrollo económico local.

8. Toda opción de desarrollo turístico debe repercutir de forma efectiva en la mejora de la calidad de vida de la población e incidir en el enriquecimiento de cada destino.

9. Los gobiernos y autoridades competentes, con la participación de las ONG y las comunidades locales, deberán acometer acciones orientadas a la planificación integrada del turismo como contribución al desarrollo sostenible.

En general, este nuevo modelo llamado "desarrollo sostenible" se distingue por ser duradero en el tiempo, eficiente y racional en el uso de los recursos y equitativo en los beneficios; pero además, reconoce que "las soluciones a los retos del desarrollo sostenible deben partir de la realidad de cada localidad con la implicación directa de gobiernos más cercanos a los ciudadanos (ayuntamientos y otras administraciones locales) y la participación activa de los agentes económicos y la sociedad civil (Quintero,2010).

Como parte de los compromisos adquiridos en torno a este nuevo modelo de desarrollo sustentable, en 2002 se celebró en Sudáfrica la Cumbre Mundial de Johannesburgo sobre Desarrollo Sostenible, donde se ratificaron los acuerdos de Río, pactados en 1992. Los países ahí representados asumieron "la responsabilidad colectiva de promover y fortalecer los pilares interdependientes y sinérgicos del desarrollo sostenible, desarrollo económico, desa-

rrollo social y protección ambiental en los planos local, nacional, regional y mundial".

Entre los acuerdos pactados en la Cumbre de Johannesburgo, destaca el contenido del apartado 43, en el que se refiere que se promoverá el desarrollo sostenible del turismo a fin de aumentar los beneficios que las comunidades receptoras obtienen de los recursos que aporta el turismo, manteniendo al mismo tiempo la integridad cultural y ambiental de dichas comunidades y aumentando la protección de las zonas ecológicamente delicadas y del patrimonio natural.

El compromiso de todos los países participantes era promover el desarrollo sostenible del turismo y el fomento de la capacidad en ese ámbito, para contribuir al fortalecimiento de las comunidades rurales y locales. Con base en estos compromisos, en 2004 la Organización Mundial del Turismo planteó que el desarrollo turístico sustentable va más allá del ecoturismo, al considerar que el turismo sustentable tiene diferentes referentes espaciales o de escala.

Se hace hincapié en que los principios de sustentabilidad deben contemplar tres premisas de manera equilibrada para alcanzar el desarrollo sustentable a largo plazo: hacer un uso responsable y óptimo de los recursos naturales, respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas y que los beneficios económicos se distribuyan de manera equilibrada y contribuyan a la reducción de la pobreza.

La OMT subrayó en aquel momento que "el desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, pues el turismo sostenible es un proceso continuo y requiere seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias" (www.worl-tourism.org/sustaintable).

Estas nuevas interpretaciones del "desarrollo sustentable", dan pauta para señalar, como lo asienta Quintero (2010), que el "desarrollo turístico sostenible" local debe corresponder a una propuesta de desarrollo que sea:

a) Biológicamente aceptable, es decir, acorde con las posibilidades y el entorno ecológico de la zona.

b) Económicamente viable, es decir, debe plantearse su posibilidad y oportunidad económica y, por tanto, su rentabilidad financiera.
c) Socialmente admisible, es decir, es fundamental contar con el apoyo de los distintos actores sociales, lo que permite, además, la aceptación y la integración de la sociedad en los proyectos de sostenibilidad.

En 2012, después de veinte años de que tuviera lugar la Cumbre de la Tierra (1992), se llevó a cabo la Reunión de Río+20, en donde se realizó un evento paralelo denominado "Turismo para un futuro sostenible", ahí se destacó que el turismo es un sector que proporciona empleo y sustento a millones de personas, especialmente a mujeres y jóvenes, es esencial para avanzar en los tres pilares del desarrollo sostenible: el económico, el social y el ambiental (OMT, Comunicado de prensa, junio 2012).

El Secretario General de la OMT, Taleb Rifai, destacó en esa reunión que "en medio de preocupaciones económicas crecientes, hoy, más que nunca, necesitamos pedir políticas correctas, inversiones adecuadas y prácticas empresariales apropiadas que puedan hacernos avanzar hacia un crecimiento más justo, más centrado en las personas y más integrador" (OMT, Comunicado de prensa, junio 2012). Por su parte, el Secretario General de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, Supachai Panitchpakdi, destacó los efectos multiplicadores del turismo: "No podemos olvidar que por cada empleo que se crea en el turismo, se crean muchos más en otros sectores".

En el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, se establece en el Objetivo 5, que:

> El desarrollo sustentable del sector turístico tendrá una visión integral que contempla criterios medioambientales, económicos y sociales. Este enfoque contribuirá a incrementar la derrama económica que genera el turismo promoviendo una distribución más justa y equitativa de los beneficios y una mayor protección del patrimonio natural y cultural. Esta visión se verá reflejada en el esfuerzo por sistematizar y consolidar mecanismos de monitoreo de estos criterios en coordinación con las entidades federativas y los municipios turísticos. Estas acciones beneficiarán al medio ambiente, a los turistas y, sobre todo, a las comunidades receptoras (p. 19).

A partir de este nuevo paradigma del "desarrollo sustentable", podemos decir que la relación entre turismo y desarrollo es innegable, pues a nivel mundial existen evidencias empíricas que muestran cómo la actividad turística ha contribuido al desarrollo socioeconómico de muchos países.

Sobre todo porque, como lo muestra Figuerola (1990), el turismo puede contribuir a mejorar el aspecto económico, social y el bienestar social de áreas geográficas específicas, a través de:

1. Incremento de la renta disponible por habitante.
2. Alza del nivel cultural y profesional de la población.
3. Expansión del sector de la construcción y de todos los interrelacionados.
4. Industrialización básica de la economía de la región.
5. Modificación positiva de la estructura económica y social de la zona.
6. Trasvase a los servicios de mano de obra ocupada en el sector primario o en el subempleo.
7. Supresión de las corrientes migratorias hacia el exterior.
8. Atracción de mano de obra desempleada de municipios periféricos.

En ese sentido, este mismo autor destaca cómo el desarrollo intersectorial a nivel regional tiene un efecto multiplicador sobre otras ramas productivas en la región; pues la llegada de turistas en volúmenes considerables repercute en un incremento de las necesidades de otros bienes y servicios, "lo que a su vez, como un proceso en cadena, hace que se desarrollen otros sectores productivos", como alojamiento, restaurantes, transporte, agencias de viaje, lugares de recreo y diversión, comercio, entre otros (Figuerola, 1990: 178).

Tomando en consideración lo expuesto anteriormente, coincidimos con otros estudiosos del turismo, en que para que un destino turístico se ostente como promotor de desarrollo sustentable, debe ser capaz de diseñar una estrategia de desarrollo socioeconómico que surja de las necesidades y características propias de cada territorio, en otras palabras, que se diseñen sobre la base de un modelo de desarrollo local, en la que participen de manera cons-

ciente y comprometida los actores involucrados en la actividad turística: gobiernos locales, sociedad civil, turistas y residentes.

III. Importancia del turismo alternativo

El turismo alternativo es una rama o segmento de la actividad turística que mantiene una relación muy estrecha con las estrategias de desarrollo turístico sustentable. Esta modalidad de la actividad turística ha sido practicada a lo largo de la historia por todos los turistas del mundo, sobre todo porque que está estrechamente vinculada a la hotelería, la gastronomía, la salud y las diversiones. La diferencia de esta práctica con respecto a otros segmentos de la actividad turística, como el tradicional turismo de ocio, cultural y de reuniones, es que, por décadas, no ha sido lo suficientemente promovido ni ha recibido el suficiente apoyo, ni de las autoridades de turismo ni de los gobiernos.

A pesar de su importancia, este segmento de mercado de la actividad turística comienza apenas a ser considerado como un producto que puede llegar a contribuir no sólo a la generación de empleos o ingresos en este sector, sino también al desarrollo económico sustentable de las comunidades locales; particularmente ahora que existe cada vez una mayor preocupación de la comunidad internacional sobre la explotación incontrolada de los recursos naturales, de los daños ambientales que ocasiona la actividad turística, la amenaza creciente sobre la biodiversidad en el planeta y los riesgos que conlleva el cambio climático para las generaciones futuras.

En general, el turismo alternativo agrupa principalmente actividades como el turismo rural, de naturaleza, ecológico, de aventura, temático y gastronómico, entre otros. Se caracteriza por ser respetuosa del medio ambiente, aprovechar racionalmente los recursos naturales y mantener una relación muy estrecha y complementaria con otros segmentos de la actividad turística.

Infortunadamente, no todos los países del mundo tienen las mismas posibilidades de aprovechar económica y socialmente este segmento de la actividad turística, pues no todos cuentan con abundancia de recursos naturales, como bosques, selvas, monta-

ñas, ríos, volcanes, aguas termales, biodiversidad, riqueza gastronómica, historia, tradiciones y comunidades ancestrales. Por eso nuestro país tiene en sus manos una gran posibilidad para especializarse en cualquiera de estos segmentos de la actividad turística y aprovechar la relación que el turismo alternativo tiene con el actual potencial turístico de sol y playa, cultural, religioso y de reuniones con que contamos en México.

A diferencia de nuestro país, que cuenta con abundantes recursos naturales, las grandes potencias del turismo mundial han tenido que optar por impulsar segmentos como el turismo cultural, de ocio, de reuniones, lúdico o inventar una variada oferta moderna de servicios turísticos que les permita la especialización y una mayor diferenciación para aprovechar las bondades de la actividad turística.

En el turismo, al igual que en cualquier otro mercado de bienes y servicios, la diferenciación de productos es fundamental; pues en el mercado no podemos vender todos lo mismo, y mucho menos en los mercados mundiales.

IV. El turismo gastronómico

Al igual que el turismo ha evolucionado a lo largo de la historia, la función de la alimentación también ha ido cambiando, de tal suerte que dentro de la actividad turística la alimentación forma parte de la experiencia del viaje. Nunes dos Santos (2007) señala al respecto lo siguiente:

> En principio el hombre buscaba alimentos sólo para satisfacer sus necesidades biológicas, luego esa búsqueda de alimentos se relacionó con elementos como el lujo, la religión, los festejos, las ofrendas, el status social, para finalizar en el placer y la satisfacción del ritual, este último influenciado por los franceses que hicieron de la comida un momento de placer e intensa interacción social (p. 237).

Esta actividad se remonta al siglo XIII cuando comenzaron a elaborarse las primeras guías gastronómicas en Europa, relacionadas principalmente con la rica gastronomía francesa, las cuales eran realizadas por famosos *gourmets* o *gastronomes*, personas de gran-

des apetitos que se dedicaban a clasificar los mejores restaurantes de la época.

El gusto por la buena comida se ha mantenido como una tradición a lo largo de la historia por quienes disfrutan no sólo de la convivencia social sino de las tradiciones gastronómicas. Es el caso de los rosticeros de Francia, quienes crearon la mundialmente famosa Chain du Rosticeurs a finales del siglo XIX como una continuación del gusto por la gastronomía y que se mantiene hasta nuestros días en muchos países del mundo, incluido México. Es una especie de club de *gastronomes*.

Dentro de la actividad turística, la gastronomía puede conceptualizarse como un producto asociado al negocio de la hotelería y los restaurantes, o bien, como una actividad complementaria tanto del turismo genérico como del específico; es este caso, funge como un recurso turístico. Como producto turístico, ha ido evolucionando hasta convertirse en un atractivo que motiva el desplazamiento de personas, también se ha integrado a la base de muchas economías locales. "El turismo gastronómico es también un vehículo esencial para el desarrollo, pues utiliza productos de origen local, asegurando así que los dólares de los turistas se reinviertan en la comunidad, y permitan prosperar a otras empresas" (OMT, Comunicado de prensa, septiembre 2012).

La conversión de recurso turístico a producto turístico:

> [...] resultará de una transformación o revalorización de dicho recurso, por tanto la gastronomía puede convertirse en un producto y de esta manera se ajusta a la definición desarrollada por Antón (2005), en donde el producto turístico lo "constituye un conjunto de elementos que configuran la oferta turística sustancial de un destino. Se trata de recursos turísticos puestos en valor y adaptados a las funciones y usos turísticos mediante su presentación y comercialización" (Leal, 2011: 17).

En general, el turismo gastronómico es una actividad que consiste no sólo en visitar un lugar sino en dejarse sorprender con nuevos sabores, ingredientes y aromas. A través de la gastronomía, el turista conoce parte de la cultura local, al degustar los platillos típicos que caracterizan a las distintas regiones geográficas que visita, de tal suerte que, como lo afirma Finkelsein (2005): "la gastronomía local es un elemento identificador de la cultura que

delimita tiempo, espacio, forma y hábitos alimenticios" (citado por Nunes dos Santos, 2007: 241).

La gastronomía, según Schlüter (2003), "forma parte de la nueva demanda por parte de los turistas de elementos culturales permitiendo que la propia comunidad sea incorporada en la elaboración de esos productos detentando los saberes y sabores locales" (citado por Nunes dos Santos, 2007: 240).

La relación entre turismo y gastronomía se manifiesta en dos formas: cuando la gastronomía es una actividad complementaria al turismo genérico, el turista come porque viaja; en cambio, cuando la gastronomía se concibe como un segmento específico de la actividad turística —denominado turismo gastronómico—, el turista viaja para comer.

Según Tikkamen (2007, citado por López y Sánchez, 2012), la relación entre el turismo, la gastronomía (y el vino), se manifiesta:

> [...] a través de cuatro aspectos diferentes: como atracción, lo cual significa que el destino puede utilizar este elemento para promocionar dicho lugar; como componente del producto, donde se ahonda en el diseño de rutas gastronómicas (o enológicas); como experiencia, abordando la existencia de uno o varios lugares donde la gastronomía adquiere un nivel diferente y se convierte en un reclamo en sí mismo, siendo un ejemplo de ello la cocina realizada por los grandes maestros; y como fenómeno cultural, sustentándose en la existencia de diferentes festivales gastronómicos (p. 576).

A partir de analizar la relación entre turismo y gastronomía han surgido una serie de definiciones del turismo gastronómico. Según Hall y Sharples (2003) es "aquel del cual participan personas cuyas actividades, comportamientos e, incluso, la selección del destino está influenciada por las gastronomía (citado en Schlüter, 2008: 13).

Por su parte, Hall y Sharples (2003) definen al turismo gastronómico como "la visita a productores primarios y secundarios de alimentos, festivales gastronómicos, restaurantes y lugares específicos donde la degustación de platos y/o la experimentación de los atributos de una región especializada en la producción de alimentos es la razón principal para la realización de un viaje" (citado en Schlüter, 2008: 14).

El turismo gastronómico, señala Leal (2011), "es un sector en crecimiento dentro del mercado turístico; para muchos turistas,

degustar alimentos y bebidas, corresponde a una de las principales razones para visitar nuevos destinos; adicional a lo anterior, el turismo gastronómico es una manifestación de la cultura de un país" (p. 16).

En México, la Secretaría de Turismo define al turismo gastronómico como aquel cuya intencionalidad es visitar un destino en particular sólo para conocer y experimentar determinados tipos de comidas y bebidas particulares de la región, para conocer las especialidades gastronómicas que se preparan con motivos o en fechas específicas que coinciden con fiestas cívicas o culturales de importancia local y/o nacional o porque son de temporada, para conocer sus ingredientes e incluso para aprender a prepararlos, es decir, para descubrir nuevas sensaciones y experiencias culinarias (Sectur, en www.sectur.gob.mx).

Cabe señalar, además, que la relación entre turismo gastronómico y sustentabilidad se puede definir, según Scarpato (2002: 139), de la siguiente manera:

> [...] el turismo gastronómico refleja los aspectos de sustentabilidad del turismo en general pero entran a jugar un conjunto de elementos adicionales como los que se mencionan a continuación:
> La supervivencia de la producción local de alimentos, puntos de venta y mercados de productos frescos.
> La viabilidad de preparación de comidas caseras.
> La transmisión de conocimientos culinarios y la educación del paladar de los niños.
> El derecho al placer y la diversidad.
> El impacto del turismo sobre la autenticidad gastronómica y el bienestar comunitario (citado por Schlüter, 2008: 19).

La sustentabilidad gastronómica significa para Schlüter (2012), "una mayor apreciación respecto a cómo los alimentos de calidad pueden contribuir al bienestar individual, social y de la especie" (p. 19).

Por otro lado, cabe señalar que el turismo gastronómico se caracteriza no sólo porque todos los turistas necesitan comer cuando van a cualquier lugar, como un acto natural del ser humano, sino porque existen otras motivaciones importantes, como pueden ser

las que propone Schlüter (2008) con base en Fields (2002): motivos físicos, culturales, interpersonales y de estatus y prestigio.

Motivos físicos: las motivaciones están relacionadas con algunas necesidades que no pueden ser satisfechas en la vida cotidiana, como la posibilidad de relajarse, cambiar de rutina, etcétera.

Motivos culturales: relacionados con la búsqueda de lo nuevo en el ámbito de la gastronomía y la posibilidad de conocer la cultura a través de la gastronomía.

Motivos interpersonales: relacionados con la posibilidad de estrechar relaciones, hacer nuevas amistades, socializar, salir de la rutina.

Motivos de estatus y prestigio: porque la mesa representa el punto de encuentro de una mezcla de personas y culturas, que demuestra la importancia de la vinculación social. La asociación del paladar con el estatus hace que sea importante comer en un restaurante de prestigio y, a la vez, ser visto por los restantes comensales.

Tomando como referencia a Tikkanem (2007), López y Sánchez (2012) señalan que la relación que podría darse entre la gastronomía, el turismo y la motivación "se podría agrupar en cinco propuestas: la gastronomía como atracción turística; la gastronomía como parte del producto turístico; la gastronomía como parte de la experiencia en el turismo; la gastronomía como parte de la cultura; y la relación entre turismo y producción de alimentos" (p. 577).

Con relación a la tipología del turista gastronómico, cabe señalar que, de acuerdo con los estudios que se han hecho principalmente en España y Argentina, las personas que realizan este tipo de turismo viajan en pareja, o con compañeros de trabajo, y en menor medida con su pareja o hijos, cuentan con un nivel académico elevado y son poco sensibles a los precios; por eso no reparan mucho en los gastos para probar nuevos sabores.

Otra de sus características es que son bastante exigentes, pues les importa la calidad y la autenticidad de la gastronomía que les es presentada. Casi siempre planifican sus viajes, influenciados por el buen gusto por la comida y un buen maridaje. Eso explica por qué muchos de los países que cuentan con una rica viticultura y una buena gastronomía son los lugares predilectos de estos viajeros.

La gastronomía no sólo atrae una clase de turistas que genera ganancias para la actividad turística sino que también logra despertar e incentivar a los visitantes a conocer otros lugares, sus culturas y tradiciones. Pues sus motivaciones por conocer otros lugares no sólo se asocian con el interés de asistir o visitar restaurantes lujosos sino también conocer chefs, visitar mercados, tiendas y sitios donde se expende comida para descubrir nuevos sabores y variadas preparaciones culinarias.

Además de sus beneficios económicos, se puede decir que son un punto de influencia en el desarrollo social y económico; es una manera de fortalecer los lazos familiares estando de visita en algún lugar o en viajes de placer y contribuye al desarrollo turístico de localidades y pueblos de concurrencia turística.

V. Importancia de las rutas gastronómicas

Las rutas gastronómicas ofrecen la oportunidad de incorporar un valor agregado a la actividad local, esto es, permiten añadir valor a un atractivo geográfico. La creación de estas rutas es una estrategia de un destino para vender al visitante una experiencia gastronómica única en una atmósfera agradable y cálida. Es una manera de captar mercados a través de la cultura, la historia, la geografía, las costumbres, las tradiciones y la riqueza gastronómica local.

Aunque en la actualidad muchos países comienzan a desarrollar este segmento de mercado, los países que cuentan con una oferta turística gastronómica más estructurada son principalmente Italia, Francia y España, los cuales han consolidado también desde hace muchos años otros segmentos como el turismo cultural, el turismo religioso y de cruceros, entre otros.

En América Latina sobresalen por su oferta turística gastronómica México, Argentina, Chile y Perú. Aunque todavía son pocos los países que en nuestro continente ofrecen rutas gastronómicas temáticas. Algunas de las rutas gastronómicas más importantes en el ámbito internacional son en España, la ruta del jamón Ibérico; en Italia la ruta de la cocina mediterránea y sabores regionales; en Francia, las mundialmente conocidas rutas de la champaña y del coñac, en Suecia, la ruta de la langosta; en Chile, la ruta del vino y

en Argentina la famosa ruta de la yerba mate. Mientras que México cuenta con 18 rutas gastronómicas.

Algunos países que han obtenido el reconocimiento de la UNESCO por su gastronomía son Japón y España, el primero por su comida tradicional y el segundo por su comida mediterránea.

La UNESCO también incorporó en su *Lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad*, en el año 2010 a "La cocina tradicional mexicana- El paradigma de Michoacán", con base en los siguientes argumentos:

R.1: La cocina tradicional mexicana es un elemento fundamental de la identidad cultural de las comunidades que la practican y transmiten de generación en generación.

R.2: Su inscripción en la *Lista Representativa* podrá incrementar la notoriedad del patrimonio cultural inmaterial y fomentar el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana.

R.3: Las medidas de salvaguardia aplicadas actualmente, así como las previstas para el futuro, comprenden la realización de consultas y proyectos de investigación, así como una formación práctica, con el apoyo del Estado y las comunidades interesadas (UNESCO, Decisión 5.COM 6.30, en www.unesco.org/culture/ich/es/RL/00400)

Según información de la Secretaría de Turismo a nivel federal, las 18 rutas gastronómicas de México, "abarcan 155 destinos en 32 entidades del país, 21 pueblos Mágicos, nueve ciudades Patrimonio de la Humanidad, 14 sitios naturales y culturales, 25 etnias y más de mil 500 platillos y bebidas típicas de los rincones de México" (*El Universal*, 28 de febrero de 2012): Los fogones entre viñas y aromas del mar (Baja California y Baja California Sur); Cocina de dos mundos (Chihuahua); La mesa de la huerta y el mar (Sinaloa); El altar del día de muertos (Michoacán); La ruta de los mercados (Morelos y Guerrero); El sabor de hoy (Cd. de México); Platillos con historia (Querétaro y Guanajuato); Cocina al son del mariachi (Jalisco); Los sabores del mar (Nayarit y Colima); La cultura del maguey (Hidalgo); Del mar a la laguna (Tamaulipas); Del café a la vainilla (Veracruz); Los mil sabores del mole (Oaxaca); Los dulces sabores de antaño (Tlaxcala y Puebla); La ruta del cacao (Chiapas y Tabasco); Los ingredientes mestizos del Mayab (Yucatán y Quintana Roo); El sazón del minero (Aguascalientes, San

Luis Potosí y Zacatecas); Entre cortes y viñedos (Nuevo León, Coahuila, Durango y Sonora) (*El Universal*, febrero, 2012).

En el mismo Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 se inserta específicamente en el objetivo 4.11 que señala: "Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el País". Para lograr este objetivo se plantearon cuatro estrategias:

4.11.1. Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico.
4.11.2. Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico.
4.11.3. Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos.
4.11.4. Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.

Para cada una de estas estrategias se plantearon cinco objetivos del Programa Sectorial del Turismo 2013-2018.

Objetivo sectorial 1. Transformar el sector turístico y fortalecer esquemas de colaboración y corresponsabilidad para aprovechar el potencial turístico.
Objetivo sectorial 2. Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística.
Objetivo sectorial 3. Facilitar el financiamiento y la inversión público-privada en proyectos con potencial turístico.
Objetivo sectorial 4. Impulsar la promoción turística para contribuir a la diversificación de mercados y el desarrollo y crecimiento del sector.
Objetivo sectorial 5. Fomentar el desarrollo sustentable de los destinos turísticos y ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras.

Dentro de estos cinco grandes objetivos, haremos mención sólo del segundo que contempla seguir cinco estrategias, cada una con sus respectivas líneas de acción; es precisamente en una de esas líneas de acción donde se menciona al turismo gastronómico.

Estrategia 2.1. Generar información, investigación y conocimiento sobre los destinos y líneas de producto.
Estrategia 2.2. Impulsar la innovación, diversificación y consolidación de la oferta turística por región y destino.
Estrategia 2.3. Promover altos estándares de calidad en los servicios turísticos.

Estrategia 2.4. Impulsar la profesionalización de los prestadores de servicios turísticos.
Estrategia 2.5. Impulsar una política de seguridad integral para proporcionar una experiencia turística satisfactoria y plena a los visitantes.

Las líneas de acción de la estrategia 2 son:

2.2.1. Integrar agendas de competitividad por destino, a partir de los diagnósticos que consideren las características específicas de los destinos, regiones y productos turísticos.
2.2.2. Impulsar un modelo de desarrollo turístico integral y regional con accesibilidad, identidad, calidad, seguridad y sustentabilidad.
2.2.3. Definir los productos que se detonará a nivel de destino, región y país.
2.2.4. Planear el desarrollo consensuado de líneas de producto y consolidación regional de destinos sustentables.
2.2.5. Crear y mejorar las condiciones de infraestructura y equipamiento en los destinos y sitios de interés público.
2.2.6. Promover mayor conectividad con los mercados emisores de potenciales visitantes para facilitar su arribo a nuestros destinos turísticos.
2.2.7. Diversificar la oferta, centrada en productos exclusivos regionales como recursos naturales, experiencias de turismo de nicho como deportes, cultura, gastronomía, ecológico.
2.2.8. Incentivar el desarrollo de iniciativas emprendedoras, creativas e innovadoras para potenciar la diversificación de productos turísticos.
2.2.9. Impulsar una política en los tres órdenes de gobierno que permita agilizar el tránsito de turistas (*Diario Oficial de la Federación*, 13 de diciembre de 2013).

Con base en lo anterior podemos señalar que en México en este momento se puede aprovechar la gastronomía como un recurso turístico, pues no hay que perder de vista que además, el país cuenta con todo para desarrollar muchos productos turísticos que se han practicado desde la antigüedad y que hoy frente al mundo están siendo revalorados; los mercados han evolucionado y han

alcanzado tal desarrollo que ahora la gente valora la necesidad de volver a tener acceso a las antiguas costumbres, a las viejas formas de vida, de esparcimiento o de convivencia que existieron en el pasado; que vivieron nuestros ancestros y que ahora necesitamos practicar para mantener vivo el planeta, nuestras costumbres, historia y tradiciones.

Por eso es importante desarrollar nuestro ingenio, nuestra creatividad y nuestros conocimientos para impulsar actividades turísticas alternativas, como lo están haciendo en otros países como Portugal, Argentina, Costa Rica o Perú.

VI. Conclusiones

A manera de conclusión podemos decir que, aunque los principales elementos por considerar en un destino turístico son sus hoteles, los servicios, las diversiones o su historia, la comida es un aspecto fundamental para cualquier viajero. Un destino sin gastronomía estaría incompleto, pues el turismo busca tener una relación directa con las comunidades que visita, con sus costumbres, tradiciones y sabores.

No se debe desestimar que los turistas también buscan experimentar nuevos sabores, ingredientes, bebidas, sensaciones, en resumen nuevas experiencias culinarias y una variedad de platillos. Por eso hay que apostar por el turismo gastronómico.

El reto es convertir a México en una potencia mundial en turismo alternativo, en turismo gastronómico. No hay razón para ofrecer lo mismo que los Estados Unidos, Francia o España. Tenemos la oportunidad de ser diferentes, de especializarnos en lo que sabemos hacer y desarrollar todo aquello que tenga que ver con lo que tenemos.

México cuenta con los recursos naturales y humanos y con grandes oportunidades para desarrollar el turismo gastronómico, que vaya acorde con los principios del turismo alternativo; concebido como un turismo limpio, preservador del medio ambiente y reconstructor de los sistemas ecológicos para lograr la armonía de los seres humanos consigo mismos, con la naturaleza y con el desarrollo de las comunidades locales.

VII. Referencias bibliográficas

Comunicados de prensa de la OMT. Disponibles en: www.media.unwto.org.

Diario Oficial de la Federación, Programa Sectorial de Turismo 2013-2018. 13 de diciembre de 2013.

El Universal, México, febrero de 2012.

Figuerola, Manuel (1990). *Teoría económica del turismo*. Madrid: Alianza Universidad Textos.

Leal, M. (2011). La diversificación del destino turístico a través del turismo gastronómico: el caso de Vilanova i la Geltrú (Barcelona). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9 (1): 15-24.

López, T. y Sánchez, S. (2012). La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10 (5): 575-584.

Nunes dos Santos, C. (2007). Somos lo que comemos. Identidad cultural, hábitos alimenticios y Turismo. *Estudios y Perspectivas del Turismo*. Argentina, 16 (2): 234-242.

Organización Mundial del Turismo (2013). *Panorama OMT del turismo internacional*. Recuperado de: www.unwto.org

Quintero Santos, José Lázaro (2008). *Turismo y desarrollo local en México. El caso del municipio de Cabo Corrientes en Jalisco*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Universidad Complutense de Madrid.

Schlüter, R. (2008). *La gastronomía como atractivo turístico y factor de desarrollo. El caso de Tomás Jofré*. Parte 1. Argentina: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos y Centro de Investigaciones y Desarrollo del Turismo (Serie de Estudios sobre Turismo núm. 1).

Vera, Fernando (Coord.) (1997). *Análisis territorial del turismo. Una nueva geografía del turismo*. Barcelona: Ed. Ariel.

Desarrollo y perspectivas del turismo alternativo
se terminó de imprimir en julio de 2015
en los talleres de Ediciones de la Noche
Madero 687, Zona Centro, 44100,
Guadalajara, Jalisco.
El tiraje fue de 500 ejemplares.

www.edicionesdelanoche.com