Dimensiones

Turísticas

Academia Mexicana de Investigación Turística, A. C.

Publicación semestral • Vol. 4 • Núm. 6 • enero-junio 2020 • e-ISSN: 2594-2069

<https://doi.org/10.47557/AMOM6025>

Dimensiones

Turísticas

Publicación semestral • Vol. 4 • Núm. 6 • enero-junio 2020 • e-ISSN: 2594-2069

<https://doi.org/10.47557/AMOM6025>

Academia Mexicana de Investigación Turística, A. C.

Academia Mexicana de Investigación Turística, A. C.

La Academia Mexicana de Investigación Turística, A.C. (AMIT), de acuerdo con sus estatutos es una sociedad sin fines de lucro cuyos miembros, adscritos a universidades, centros de investigación u otro tipo de entidades públicas y privadas, proceden del campo de estudio del turismo, así como de disciplinas como la geografía, economía, sociología, comunicación, antropología, psicología, administración, ciencia política, demografía, ecología, entre otras. La AMIT pretende generar un espacio de trabajo colegiado entre los investigadores(as) dedicados a los estudios del turismo.

Directora de *Dimensiones Turísticas*

Nora Leticia Bringas Rábago

Teléfono: +52 (664) 631 63 00 ext. 1306

Correo electrónico: amit.dimentur@gmail.com

Contacto de asistencia

Teresa López Avedoy

Teléfono: +52 (664) 631 63 00 ext. 1315

Correo electrónico: amit.dimentur@gmail.com

Diseño, formación y cuidado de la edición

Miguel Ángel Ávila García

Irma Leticia Bermúdez Aceves

Dimensiones Turísticas, Vol. 4, Núm. 6, Año 4, enero-junio 2020, es una publicación semestral, editada por la Academia Mexicana de Investigación Turística, Villa Costa Azul núm. 55, Mediterráneo Club Residencial, Mazatlán, Sinaloa, C. P. 82113, tel.: +52 (664) 631 63 00 ext. 1306, <https://dimensionesturisticas.amiturismo.org>, amit.dimentur@gmail.com. Editora responsable: Nora Leticia Bringas Rábago. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo: 04-2018-082217054200-203, e-ISSN: 2594-2069, ambos otorgados por el Instituto Nacional de Derechos de Autor. Responsable de la última actualización de este número, administrador web de la Academia Mexicana de Investigación Turística: Carlos Vladimir Ruelas González, Carretera Escénica Tijuana-Ensenada Km 18.5, San Antonio del Mar, Tijuana, Baja California, C. P. 22560, fecha de última modificación, 7 de junio de 2020.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Publicada bajo licencia **Creative Commons**

Atribución/Reconocimiento - No Comercial - Sin Derivados 4.0

Dimensiones

Turísticas

Publicación semestral • Vol. 4 • Núm. 6 • enero-junio 2020 • e-ISSN: 2594-2069

Nora Leticia Bringas Rábago

DIRECTORA

CONSEJO CIENTÍFICO

Cayetano Espejo Marín · Universidad de Murcia, España
Salvador Gómez Nieves · Universidad de Guadalajara, México
Daniel Hiernaux-Nicolas · Universidad Autónoma de Querétaro, México
Raquel Huete Nieves · Universidad de Alicante, España
Antonina Ivanova Boncheva · Universidad Autónoma de Baja California Sur, México
Alfonso de Jesús Jiménez Martínez · Universidad Autónoma de Guerrero, México
Tomás López Guzmán · Universidad de Córdoba, España
Alejandro Palafox Muñoz · Universidad de Quintana Roo, México
Agustín Santana Talavera · Universidad de La Laguna, Canarias, España
Regina G. Schlüter · Centro de Investigación y Estudios Turísticos, Argentina
Rocío del Carmen Serrano Barquín · Universidad Autónoma del Estado de México
Pablo Szmulewicz · Universidad Austral de Chile, Chile
Miguel Ángel Troitiño Vinuesa · Universidad Complutense de Madrid, España
José Fernando Vera Rebollo · Universidad de Alicante, España

COMITÉ EDITORIAL

Alfonso González Damián · Universidad de Quintana Roo, México
Maximiliano Korstanje · Universidad de Palermo, Argentina
Álvaro López López · Universidad Nacional Autónoma de México
Andrea Muñoz Barriga · Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador
Maribel Osorio García · Universidad Autónoma del Estado de México, México
Ana Pricila Sosa Ferreira · Universidad del Caribe, Quintana Roo, México
Basilio Verduzco Chávez · Universidad de Guadalajara, México
Lilia Zizumbo Villarreal · Universidad Autónoma del Estado de México, México

INDEX

NORA LETICIA BRINGAS RÁBAGO 7-8 Presentation

ARTICLES

HÉCTOR MORENO MENDOZA 9-38 The Ecomuseum as a space for the activation
AGUSTÍN SANTANA TALAVERA of tourism governance processes.
Heritage co-management as responsible management

JESSICA FIGUEROA PINEDO 39-62 Tourism and fighting poverty in Perú.
Two regional case studies

JOSUÉ ROBERTO GARZA TOVAR 63-90 Territorial structure of tourism in the region
ÁLVARO SÁNCHEZ CRISPÍN Palenque-Cascadas de Agua Azul, Chiapas, Mexico
ALICIA FIGUEROA ENCINO

VÍCTOR VLADIMIR SÁNCHEZ MENDOZA 91-118 The tourist image of Mazatlan, Mexico:
BERTHA ELENA FÉLIX COLADO According to the perception of national tourists
JESÚS ROBERTO VELARDE NAVA

CARLOS GAUNA RUIZ DE LEÓN 119-148 Contributions from the postgraduate program in
CARLOS R. VIRGEN AGUILAR Sciences for development, sustainability and tourism
to knowledge creation regarding Puerto Vallarta and its
area of influence

ESSAY

MARIO ALBERTO VELÁZQUEZ GARCÍA 149-158 The study of the night in tourism:
HELENE BALSLEV CLAUSEN a research agenda

BOOK REVIEW

ELIZABETH OLMOS MARTÍNEZ 159-164 Gómez-López, D. y Velarde-Valdez, M. (2019).
Tourism and sustainability in rural areas.
México: Ediciones Navarra.

CAYETANO ESPEJO MARÍN 165-170 Álvarez Sousa, A., Mantecón, A.
y Puertas-Cañaveral, I. (Eds.). (2019).
Sociology of Tourism.
Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

ABOUT 171-183

Dimensiones Turísticas

ÍNDICE

NORA LETICIA BRINGAS RÁBAGO 7-8 Presentación

ARTÍCULOS

HÉCTOR MORENO MENDOZA 9-38 El Ecomuseo como espacio para la activación
AGUSTÍN SANTANA TALAVERA de procesos de gobernanza turística.
Cogestión del patrimonio como gestión responsable

JESSICA FIGUEROA PINEDO 39-62 Turismo y la lucha contra la pobreza en el Perú.
Análisis de dos casos regionales

JOSUÉ ROBERTO GARZA TOVAR 63-90 Estructura territorial del turismo en la región
ÁLVARO SÁNCHEZ CRISPÍN Palenque-Cascadas de Agua Azul, Chiapas, México
ALICIA FIGUEROA ENCINO

VÍCTOR VLADIMIR SÁNCHEZ MENDOZA 91-118 La imagen turística de Mazatlán, México:
BERTHA ELENA FÉLIX COLADO Según la percepción de los turistas nacionales
JESÚS ROBERTO VELARDE NAVA

CARLOS GAUNA RUIZ DE LEÓN 119-148 Aportaciones al conocimiento turístico del destino
CARLOS R. VIRGEN AGUILAR Puerto Vallarta y su zona de influencia,
desde el posgrado en Ciencias para el desarrollo,
la sustentabilidad y el turismo

NOTA CRÍTICA

MARIO ALBERTO VELÁZQUEZ GARCÍA 149-158 El estudio de la noche en el turismo:
HELENE BALSLEV CLAUSEN una agenda de investigación

RESEÑAS

ELIZABETH OLMOS MARTÍNEZ 159-164 Gómez-López, D. y Velarde-Valdez, M. (2019).
Turismo y sustentabilidad en el ámbito rural.
México: Ediciones Navarra.

CAYETANO ESPEJO MARÍN 165-170 Álvarez Sousa, A., Mantecón, A.
y Puertas-Cañaveral, I. (Eds.). (2019).
Sociología del Turismo.
Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

ACERCA DE 171-183

Dimensiones Turísticas

Presentación

Esta edición de la revista contiene textos que abordan la percepción de la imagen, los proyectos culturales como los ecomuseos, la noche, la pobreza, la estructura territorial, y el conocimiento académico (no necesariamente en ese orden), siempre teniendo como eje central la actividad turística.

En el primer artículo, Héctor Moreno y Agustín Santana exploran los procesos de gobernanza en un proyecto cultural de desarrollo comunitario como son los ecomuseos, con el referente principal del Proyecto Cultural de Desarrollo Comunitario de La Aldea, en la isla de Gran Canaria, España. Apoyándose en la observación directa, entrevistas al personal de los museos y encuestas a los asistentes, los autores centran su atención en la cogestión del patrimonio como una vía para lograr mayor eficacia en la repartición de responsabilidades y competencias de la población local, en torno a la gestión, la interpretación y la preservación de su patrimonio, con miras a privilegiar un reparto equitativo de los beneficios, la defensa de la cultura, la identidad local y un uso sostenible de los recursos a largo plazo.

En el segundo trabajo, Jessica Figueroa Pinedo invita a reflexionar acerca de las posibilidades que ofrece el turismo para combatir la pobreza en un país como Perú, ubicado al sur del continente americano. Para ello centra su análisis en dos casos: la región del Cuzco en el sur andino y la provincia de Trujillo en la costa norte. Aunque con características geográficas y socioeconómicas diferentes, ambas regiones le han apostado al turismo como una alternativa para reducir la pobreza y las desigualdades; sin embargo, el estudio realizado pone al descubierto la realidad social que subyace en las mismas, evidenciando en ambos casos que el turismo no es, la panacea que se espera para resolver los ancestrales problemas de pobreza que experimenta este sureño país.

En el tercer artículo, Josué Roberto Garza, Álvaro Sánchez y Alicia Figueroa presentan la estructura territorial del turismo en la región maya de Palenque-Cascadas de Agua Azul en Chiapas, México, decretado como patrimonio de la humanidad por la Unesco debido a su gran valor histórico y cultural. Partiendo del trabajo de campo realizado, la revisión hemerográfica, entrevistas con actores clave y encuestas a turistas nacionales y extranjeros, los autores analizan la dinámica turística de la región, constatando que la zona arqueológica de Palenque es el eje sobre el que gira la actividad turística y que, a pesar de su conectividad terrestre con la Ruta maya, no existe una articulación espacial de la oferta turística, inhibiendo con ello los encadenamientos productivos en la región.

Desde un estudio cuantitativo, Víctor Vladimir Sánchez, Bertha Elena Félix y Jesús Roberto Velarde profundizan en la imagen turística de Mazatlán, Sinaloa, partiendo de reconocer la importancia de los atributos cognitivos y afectivos percibidos por los turistas nacionales que visitan este tradicional destino de sol y playa, ubicado en el Pacífico mexicano. Entre los principales hallazgos subrayan que, aun con la percepción generalizada sobre la inseguridad en ese destino, no se ve afectada su imagen turística, toda vez que la mayoría de los visitantes han ‘normalizado’ esta situación, al existir en sus lugares de origen contextos similares. En suma, los turistas nacionales tienen una imagen global satisfactoria del destino y perciben a Mazatlán como un destino familiar, agradable y seguro.

A partir de un enfoque multidisciplinar, Carlos Gauna y Carlos Virgen hacen un recuento de las tesis de maestría y doctorado del posgrado Ciencias para el desarrollo, la sustentabilidad y el turismo de la Universidad de Guadalajara que tienen como delimitación temática y espacial la actividad turística en el destino de Puerto Vallarta y su área de influencia. Para ello, analizan la actividad turística, su conformación histórica y los procesos de desarrollo, haciendo una valoración crítica de los impactos económicos, socioculturales y medioambientales en la zona, entre otros temas. A partir del conocimiento generado a lo largo de 20 años del posgrado, se muestran las aportaciones realizadas para la solución de conflictos y el fortalecimiento de las capacidades locales, teniendo presente el cuidado y protección de los recursos naturales y culturales que son la base sobre la que se cimenta el destino turístico.

Con un tema poco estudiado, pero que ha cobrado importancia en los últimos años, Mario Alberto Velázquez y Helene Clausen hacen una reflexión sobre la importancia de la noche y la obscuridad como factores que transforman y dinamizan la vida social de los lugares turísticos, y cómo estos espacios están cargados de simbolismo. Los autores hacen un acercamiento sociológico al tema a partir del concepto de economía de la experiencia íntima, centrando su atención en la convergencia de aspectos culturales, procesos económicos y coyunturas históricas, lo que permite configurar las prácticas de los turistas en la vida nocturna de las ciudades o destinos turísticos en general.

Finalmente, se incluyen dos reseñas de libros: una preparada por Elizabeth Olmos Martínez sobre el libro: Turismo y sustentabilidad en el ámbito rural, coordinado por Domingo Gómez y Mónica Velarde, y la otra realizada por Cayetano Espejo Marín respecto al libro: Sociología del turismo, obra coordinada por Antonio Álvarez Sousa, Alejandro Mantecón e Inmaculada Puertas. Ambas publicaciones vieron la luz en el año de 2019.

Nora Leticia Bringas Rábago
Directora de Dimensiones Turísticas

EL ECOMUSEO COMO ESPACIO PARA LA ACTIVACIÓN DE PROCESOS DE GOBERNANZA TURÍSTICA. COGESTIÓN DEL PATRIMONIO COMO GESTIÓN RESPONSABLE

HÉCTOR MORENO MENDOZA

hectormormen@gmail.com

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

AGUSTÍN SANTANA TALAVERA

asantana@ull.edu.es

Universidad de La Laguna

Resumen

Un ecomuseo orienta sus tareas de conservación, formación y reproducción identitaria y patrimonial con base en la cercanía al territorio y a sus poblaciones. Ello conlleva un sistema de gestión flexible que se adapta a especificidades contextuales, empoderando a las poblaciones locales para gobernarse por sí mismas con relación a un proyecto común. Este estudio explora la activación en los procesos de gobernanza en los ecomuseos, en el Proyecto Cultural de Desarrollo Comunitario de la Aldea en la isla de Gran Canaria (Islas Canarias, España), conformado por 15 museos relacionados con oficios y labores tradicionales. A partir del análisis es posible confirmar que la cogestión, en concordancia con la gobernanza, es una herramienta eficaz para el reparto de responsabilidades y competencias en la gestión de los recursos, siendo sostenible en el tiempo y contribuyendo a superar crisis intermedias (económicas y sociales).

Palabras clave: antropología social, ecomuseo, gobernanza, gestión, Islas Canarias

THE ECOMUSEUM AS A SPACE FOR THE ACTIVATION OF TOURISM GOVERNANCE PROCESSES. HERITAGE CO-MANAGEMENT AS RESPONSIBLE MANAGEMENT

Abstract

An ecomuseum guides its conservation, training, and identity building and heritage reproduction, based on proximity to the territory and its populations. This entails a flexible management system that adapts to contextual specificities, empowering local populations to govern themselves in relation to a common project. This study explores the activation in ecomuseum governance processes, in particular The Cultural Community Development Project of the Village on the island of Gran Canaria (Canary Islands, Spain), consisting of 15 museums related to traditional crafts and work. From the analysis it is possible to confirm that co-management, in accordance with governance, is an effective tool for sharing responsibilities and competencies in resource management, being sustainable over time and contributing to overcoming intermediate crisis (economic and social).

Keywords: social anthropology, ecomuseum, governance, management, Canary Islands

Fecha de recepción: 16 de febrero de 2020. *Fecha de aceptación:* 14 de abril de 2020

CÓMO CITAR: Moreno-Mendoza, H. y Santana-Talavera A. (2020). El Ecomuseo como espacio para la activación de procesos de gobernanza turística. Cogestión del patrimonio como gestión responsable. *Dimensiones Turísticas*, 4(6), 9-38. <https://doi.org/10.47557/ZCGR8597>

1. Introducción

La elevada oferta cultural que se ofrece como museos y otros activos culturales ha hecho que estas instituciones desarrollen cada vez mejor sus capacidades para gestionar tanto retos medioambientales (Lebel et al., 2006; Lucchi, 2016) como sociales (Carbone, 2019). Una de estas respuestas ha sido la innovación en las formas de entender y definir los ecomuseos (Davis y Corsane, 2014, p. 119). Se entiende aquí que los ecomuseos se caracterizan por identificar, en una región dada, el ambiente de vida tradicional a través del patrimonio cultural y natural valorizados para ser protegidos y preservados (Elliot, 2006). En este sentido, y tomando como base la Declaración de Intenciones del *Long Net Workshop*, Trento Italia (Red Europea de Ecomuseos, 2004), el ecomuseo es aceptado como una forma de acuerdo dinámico comunitario (Taylor, 2020), por el que se preserva, interpreta y gestiona el patrimonio para un desarrollo sostenible.

Esos acuerdos son la base para la implantación de mecanismos de gobernanza, con el objetivo común del desarrollo social, medioambiental y económico de la población local. Ese proceso común de gestión en el patrimonio (Davis, 1997, p. 199) pasa por la responsabilidad entre los actores del recurso cultural, promoviendo múltiples usos del patrimonio. Entre ellos destaca el uso turístico, tomando la cultura y el entorno socioecológico como atractivo, en principio, para formas alternativas de turismo.

El turismo responsable se basa en el turismo sostenible, pero sin llegar a convertirse en una tipología turística específica o temática (Idelhadj, Rivera y Rodríguez, 2012). Más que un producto, se trata de una serie de compromisos, sensibilidades, y responsabilidades sobre las acciones que afectan tanto al turista como a los operadores e intermediarios turísticos y las administraciones públicas implicadas. Siguiendo estos principios, todos deben reconocer el papel central de la población local y el control que puede ejercer en los procesos de desarrollo turístico de su territorio (Santana-Talavera, 2008). Esta forma de concebir el turismo tiene una faceta social que implica respetar, promover y desarrollar las culturas locales y protegerlas de la homogeneización cultural, la sobrecomercialización y la sobreexplotación. Para ello, se promueve el control y la autogestión de los recursos locales por la participación de la comunidad local. Se utilizan así diferentes estructuras organizativas en el proceso de toma de decisiones (adaptadas a las especificidades de las poblaciones y sus territorios), buscando un reparto equitativo de los beneficios, el respeto y defensa de la cultura e identidad local, favoreciendo las vías hacia la sostenibilidad y el diálogo intercultural en el desarrollo turístico.

El turismo responsable (TR), como acción turística vinculada al movimiento de los ecomuseos, constituye en sí mismo un movimiento social que involucra a un nicho de mercado (Reverté y Guix, 2013). La aplicación de tales acciones sobre un territorio, además de contribuir positivamente a la conservación del patrimonio natural y cultural, potencia experiencias memorables y mejor percepción de los lugares tanto para los anfitriones como para los visitantes. El TR como actitud tiende a: minimizar los impactos socioculturales, socioeconómicos y ambientales no deseados, mejorar el bienestar de las poblaciones de acogida, involucrar a esas poblaciones en las decisiones que afectan sus vidas y oportunidades de futuro, y a mejorar la comprensión de la cultura local por parte de los turistas. Esa visión responsable debe articularse sobre algunas nociones de gestión, siendo la gobernanza la herramienta para involucrar a la población local en las decisiones sobre el patrimonio cultural.

El propósito de este trabajo es explorar la activación en los procesos de gobernanza en los ecomuseos, partiendo de la implicación de diferentes agentes en su desarrollo, estableciendo el nivel de participación y la cogestión de la población local en la administración de los recursos del proyecto comunitario. Para ello se ha elegido como caso de estudio el Proyecto Cultural de Desarrollo Comunitario de la Aldea (PDCLA), en la isla de Gran Canaria (Islas Canarias, España). A partir de entrevistas, conversaciones informales, cuestionarios y observación directa, se determina la aplicación de la cogestión del patrimonio como aspecto de gestión responsable.

Para esta investigación, se concibe la cogestión del museo como el conjunto de decisiones y actividades en términos de conservación y desarrollo sustentable del entorno; se asume el principio de la administración comunitaria. De esta manera, constituye un paradigma de gestión con respecto a la dirección tradicional museística (dependiendo de su modelo organizativo).

Se plantea como hipótesis que la cogestión, como forma de aplicación de la gobernanza, se muestra como una herramienta eficaz para el reparto de responsabilidades y competencias en el rendimiento de los recursos, siendo sostenible en el tiempo y contribuyendo a superar crisis intermedias (económicas y sociales).

2. La cogestión como estrategia de la gobernanza en el ecomuseo

2.1 Gobernanza en los museos

La gobernanza ha ganado protagonismo en los últimos años en diversos sectores de la sociedad, como mecanismo de negociación y cooperación entre diversos actores (a nivel privado o público, y desde el punto de vista individual, empresarial o insti-

tucional). La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Unesco (2005, p. 78) propone la gobernanza en el sector del patrimonio para mantener el equilibrio entre los objetivos sociales y económicos, y entre las metas individuales y las comunales. El marco de la gobernanza tiene por finalidad promover el uso eficiente de los recursos y exigir responsabilidades en la administración de esos recursos. Lo que se busca es alinear en la medida de lo posible los intereses de los particulares, el patrimonio cultural y la sociedad.

En el contexto de los museos, se ha tomado la adaptación que hace Legget (2006) para este ámbito: “Los *stakeholders* de un museo son individuos u organizaciones que tienen un interés o influencia en la capacidad de un museo para lograr sus objetivos”. Freeman definió un *stakeholder* como: “cualquier grupo o individuo identificable que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa” (Freeman, 1984, p.46). El término se utiliza tanto en el ámbito empresarial como en el social: asociaciones, instituciones o colectivos.

Este mecanismo ha sido estudiado en otros contextos, como en las políticas globales de propiedad intelectual, entendiéndola como un conjunto de acuerdos y ordenamientos jurídicos, que en gran medida regulan el flujo de información en internet (Souza et al., 2014), o en políticas medioambientales (Durant, 2017; Newin et al., 2018; Videira et al., 2017). Es en el caso de los museos donde hay especial interés por la vinculación de la diversidad de actores en la formación de estrategias para un desarrollo social, económico y cultural común (Cosmin, 2018; Elsorady, 2018; Loach et al., 2017; Zuned, 2018).

Un desafío fundamental para alcanzar la gobernanza es involucrar a una diversidad de socios y ganar legitimidad (Huxham y Vangen, 2005; Vangen y Huxham, 2012). La atracción misma para colaborar es aprovechar esta diversidad de capacidades y recursos dispares, generar nuevas soluciones y sinergias entre socios en respuesta a este espectro de diversidad de retos. La gobernanza es discutida en la literatura desde diversas dimensiones. Primero, por el grado de colaboración a corto plazo o a largo plazo (Keast et al., 2007). En segundo lugar, el nivel de formalidad y rango de centralización, desde una red suelta a una fuerte asociación con su propia entidad legal, administración, organización y personal (Bryson et al., 2006; Provan y Kenis, 2008). Tercero, hay sistemas de rendición de cuentas que aclaran quién de la asociación es responsable y para qué (Geddes y Shand, 2013). Finalmente, existe el valor de apertura en el grado de participación de los miembros y claridad de roles asignados (Huxham y Vangen, 2000), a través de personas que representan socios sin asignación preesta-

blecida de roles. Son esos miembros, o voluntarios, los encargados de intervenir en la cogestión de los recursos del espacio cultural, en este estudio los museos.

El término “cogestión”, también referida como gestión participativa, coadministración, o gestión compartida, constituye un “arreglo institucional entre los usuarios locales de un territorio o conjunto de recursos naturales y/o grupos interesados en su conservación, y las agencias públicas a cargo de la administración de estos recursos. Implica tanto un reparto de responsabilidades y competencias, como una clara definición entre el ejercicio de la autoridad pública y las pautas de uso, acceso, control y posterior manejo de los recursos” (Giro, 1998). El mismo autor menciona que la cogestión es en esencia un *partnership* (asociación) entre partes que comparten un interés, una responsabilidad y una visión sobre el uso sostenible de un recurso. Esas alianzas deben incluir a diversos sectores. En el campo de los museos, la cogestión pasa por el uso participativo de las comunidades de las áreas afines a espacios eco-culturales o en vías de musealización (Adán, 2010; Janes, 2016). Esa ecogestión tiene como reto alcanzar acuerdos entre los diversos sectores económicos que conforman el tejido productivo en un área determinada.

2.2 Desafíos de las alianzas intersectoriales

Una asociación intersectorial (un museo) involucra al público, sectores privados y terceros que trabajan juntos para gestionar recursos y capacidades, compartir las decisiones a tomar a medio y largo plazo, o para abordar un problema social complejo (Selsky y Parker, 2005; Bryson et al., 2006). La literatura existente en cuanto a alianzas intersectoriales es muy diversa y depende específicamente del sector determinado (Huxham y Vangen, 2005; Bryson et al., 2006).

Hay un alto costo directo para cada socio que conforme la red de alianzas: tiempo del personal, contribución financiera, compartir activos e información. En un sector transversal, como la cultura, las asociaciones se toman tiempo para llegar a buen término y la entrega es a menudo lenta. Con frecuencia muchas asociaciones intersectoriales no logran sus objetivos. La literatura sobre el sector transversal respecto a asociaciones se puede resumir en relación con tres desafíos particulares: gobernanza, estrategia y liderazgo.

Estudios previos caracterizan la naturaleza de la estrategia como multinivel, interconexión, dinámica, y como resultado, con consecuencias no deseadas (Seitanidi, 2008; Clarke y Fuller, 2010; Vangen y Huxham, 2012). Es por lo que muchos autores enfatizan la necesidad de negociar un acuerdo sobre un propósito, pero hay una

división en la literatura sobre la mejor manera de superar este problema (una forma rápida y otra más lenta).

El desafío inicial de liderazgo es crear asociación (Crosby, 2010; Klijn et al., 2010), que es ayudado por una organización o coordinador poderoso, creíble, comprometido a largo plazo, capaz de replantear y elevar el perfil del problema, y tiene un gran capital (Waddock y Post, 1991; Bryson et al., 2006). Una vez que la asociación intersectorial se ha iniciado, los líderes necesitan equilibrar el número y diversidad de personas involucradas, entre una más democrática (Bryson et al., 2006), o un enfoque selectivo (Klijn et al., 2010). Cuando surjan conflictos, los líderes deben tener un rol esencial de mediación (Crosby y Bryson, 2010; Klijn et al., 2010).

En la revisión literaria, por un lado, destaca la necesidad de contar con un líder individual fuerte, ya sea desde el sector público (o privado) basado en la autoridad (Ansell and Gash, 2008; Crosby, 2010; Geddes y Shand, 2013), o un emprendedor social privado (Waddock y Post, 1991).

3. El Proyecto Cultural de Desarrollo Comunitario de La Aldea

3.1 Proyecto de Desarrollo Comunitario de La Aldea

El PDCLA surge en un contexto muy específico en el que gran parte de las razones que llevaron a su creación vienen determinadas por las especiales condiciones geográficas en que se encuentra. La Aldea de San Nicolás se ubica al oeste de la isla de Gran Canaria (Mapa 1) y está rodeada por una agreste orografía. Este hecho explica su aislamiento durante muchos siglos: la primera carretera que llegó a La Aldea de San Nicolás se construyó en 1939, desde Agaete. Anteriormente, las comunicaciones con el exterior se realizaban por mar. Su relieve, erosionado y muy abrupto, está seccionado por numerosos barrancos. Su clima es seco con un paisaje semiárido lo que ha determinado la proliferación de pequeños núcleos diseminados a lo largo del municipio buscando las zonas más húmedas, planos de barrancos y sus alturas coronadas de extensos pinares (López, 2003; Sánchez, Suárez y Moya, 2002). El municipio de La Aldea San Nicolás se encuentra a unos 50 kilómetros de la capital de la isla, Las Palmas de Gran Canaria, y 63 o 111 kilómetros según la ruta escogida, del área turística de la isla (Maspalomas - Puerto Rico). La población es de 7 mil 504 habitantes (2019). El cultivo del tomate es la principal actividad del municipio (Cabildo de Gran Canaria, 2018).

Figura 1. Mapa de localización del Proyecto Comunitario de La Aldea.

Fuente: Elaboración propia.

Este aislamiento y la proliferación de barrios y pequeños núcleos poblacionales diseminados pueden ayudarnos a entender la conservación, riqueza y variedad del legado etnográfico que el municipio posee.

El PDCLA comienza cuando dos maestros del Colegio Público Cuermeja (aún en activo), José Pedro Suárez y Lidia Sánchez, deciden incorporar la cultura popular a las actividades del centro educativo en el que trabajaban. Esto ocurrió en 1980, en la Residencia Escolar de La Aldea de San Nicolás. La preocupación del profesorado por

lograr la convivencia llevaba aparejada la idea de reducir los efectos negativos que la prolongada separación de sus entornos familiares podría tener sobre los residentes. De esta manera surge una experiencia didáctica y etnográfica encomiable (Sánchez, Suárez y Moya, 2002).

Figura 2. Visitantes entrando al Centro Locero

Foto: Agustín Santana Talavera (septiembre de 2017).

Figura 3. Visitantes en el Molino de Gofio

Foto: Héctor Moreno Mendoza (febrero de 2020).

Esta experiencia de participación etnográfica divulgativa ha sido reconocida nacional e internacionalmente por sus valores culturales y educativos, pero fundamentalmente por su preocupación por la recuperación y transmisión del patrimonio inmaterial. La Unesco (2011) considera patrimonio inmaterial las tradiciones que se transmiten oralmente o mediante gestos y se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva, siendo cada individuo el portador del patrimonio de su propia comunidad. Se incluyen las tradiciones orales, las costumbres, las lenguas, la música, los bailes, los rituales, las fiestas, la medicina tradicional y la farmacopea, las artes culinarias y todas las habilidades especiales relacionadas con los aspectos materiales de la cultura, tales como las herramientas y el hábitat.

En definitiva, en el caso del PDCLA, según sus gestores, es aquel que nos aporta frescura, sentimientos y vivencias a través de nuestros recuerdos: olores, sonidos, expresiones, imágenes, etc., que están en la memoria de nuestros mayores, como testigos excepcionales de todas aquellas vivencias que hoy perviven en el recuerdo como referente cultural y que ha sido considerado por el Comité Científico Internacional de Museos, como “el museo vivo más importante de Europa” (Sánchez y Suárez, 2006).

3.2 Descripción

Son diversas actividades las que conforman el PDCLA: los Museos vivos (ver figura 4 con la distribución de los museos en el núcleo del municipio), los talleres de artesanía, los deportes autóctonos, las Jornadas Anuales Regionales de Folclore, la participación en actos populares (Auto de los Reyes Magos, Rancho de Ánimas), entre otros. Desde su creación, el proyecto de desarrollo comunitario ha ido generando numerosos museos vivos (Anderson, 1982; Naumova, 2015), donde se puede disfrutar con las tradiciones: ordeñar, arar, trillar, amasar, hacer el queso, conocer en vivo todas las tradiciones artesanales recuperadas, visitar una escuela tradicional, un almacén de tomates acompañado por el capataz, la tienda de aceite y vinagre por un tendero, entre otros. (Sánchez, Suárez y Moya, 2002).

Figura 4. Croquis de la distribución de museos en el PDCLA

Leyenda: Museos La Aldea

1 Molino de Gofio	6 Almacén de Tomates	11 Carpintería
2 Gañanía	7 Escuela	12 Centro Locero
3 Museo del Pastor	8 Barbería	13 Museo de la Música
4 Herrería	9 Museo Vestimenta Tradicional	14 Tienda
5 Museo Medicina Rural	10 Zapatería	15 Carnicería

Fuente: Elaboración propia a partir de google earth.

El Proyecto comenzó con La Gañanía, una finca tradicional de principios del siglo XX con estancias originales donde se muestran las formas de vida de la cultura rural, y el molino de agua para moler el gofio¹ una edificación de finales de siglo XIX que ha sido reconstruida (Sánchez, Suárez y Moya, 2002). A continuación, se incorporaron otros museos con los oficios y actividades del pueblo en el siglo XX: la tienda, museo de la música, centro locero, la barbería, la escuela, el almacén de tomates, la zapatería, la medicina rural, la carpintería, la herrería y la carnicería (Suárez y otros, 2005). Los dos últimos espacios incorporados al Proyecto son el museo del pastor (2014) y el museo de la vestimenta tradicional (2016).

3.3 Oferta permanente y temporal

Se pueden realizar tres visitas o rutas distintas: una primera, “corta”, visitando el molino de gofio, el museo del pastor y la Gañanía, donde se pueden realizar diferentes tareas: amasar, hacer pan; hacer gofio, descamisar (quitar la vaina o cáscara a las piñas o mazorcas), desgranar, aventar, tostar o moler. Una segunda, “media”, donde se muestran oficios y formas de vida de antaño, visitando la herrería, la escuela, el almacén de tomates, la tienda, la zapatería, la barbería, la medicina rural, el centro

¹ Producto alimenticio heredado de las culturas aborígenes canarias que sigue vigente; actualmente se pueden hacer variedades con varios cereales, el más usual es el mijo molido que se mezcla con azúcar. Equivale al “pinole” mexicano.

locero, el museo de la música, la carpintería, la carnicería y el museo de la vestimenta tradicional. se pueden ver todos o algunos museos que más tengan interés para el grupo visitante. Y una tercera, “larga”: el molino de gofio, la Gañanía, el museo del pastor, la herrería, la escuela, la medicina rural, la barbería, la carpintería, la zapatería, el centro locero, el museo de la música, la tienda, la carnicería, el almacén de tomates y el museo de la vestimenta tradicional. Esta ruta también es configurable en cuanto a espacios.

3.4 Aspectos de gestión

Como aspectos de gestión, los horarios se pueden concertar con la organización, se suele adaptar a las necesidades del grupo (se pide que sean un mínimo de 10 personas, no hay máximo, aunque no se recomiendan grupos mayores a 25 personas). La entrada es gratuita. El museo dispone de folletos (solo en español y en digital), paneles y carteles (español), visitas guiadas (español) y no cuenta con videos o proyecciones.

El Proyecto se conforma como una asociación sin ánimo de lucro, dirigido por una asamblea que es coordinada por un presidente, un vicepresidente, un tesorero, un secretario y un vocal. La asamblea es la forma de gobierno en el Proyecto. Se reúnen dos veces, martes y jueves, todas las semanas. Normalmente se reúnen 50 personas. Los cargos directivos son asignados mediante propuestas. Se realizan votaciones para tomar decisiones. Hay un estatuto y una memoria de asociación. Las decisiones se toman en la asamblea, mediante consenso o voto directo o delegado para llegar a acuerdos.

Los ingresos anuales, 15 000 € (2019), proceden de una subvención de la Fundación para la Etnografía y Desarrollo de la Artesanía Canaria (FEDAC, Fundación Autónoma perteneciente al Cabildo de Gran Canaria). Durante mucho tiempo no estuvieron adscritos ni registrados. Ahora conforman una asociación. En cuanto al personal, el número de implicados directo es de 45 voluntarios. Para algunos actos se superan los 200 participantes.

El Proyecto no dispone de cafetería o restaurante, ni de tienda de *souvenirs*; no hay personal contratado para limpieza, seguridad o visitas guiadas. Como política del Proyecto nunca critican la relación mantenida con los gobiernos. Se tiene un convenio de colaboración con la Consejería de Educación del Gobierno de Canarias. Existe otro convenio con la FEDAC, para poder pagar alquileres y comida para los animales. Con el ayuntamiento local no existe ningún convenio. No hay relación (para toma de decisiones o financiación) con empresas privadas. Por ejemplo, si hay que acudir a un congreso, el proyecto o en ocasiones sus miembros tienen que pagar todos los gastos.

3.5 Gobernanza (*principios y criterios*) y actores en el ecomuseo

Después de la observación directa realizada y de las entrevistas que se han llevado a cabo, se determina que el Proyecto cumple con los 35 criterios de los cinco principios de gobernanza: Legitimidad y voz, Dirección (visión estratégica), Eficacia y eficiencia (rendimiento), Responsabilidad y transparencia (rendición de cuentas) y Justicia (cumplimiento de la ley). Algunos aspectos destacados con relación a la gobernanza son: Los voluntarios participan de forma activa en la toma de decisiones. Además, los representantes delegan las decisiones en los implicados. En el Proyecto se fomenta el debate, se comparten las decisiones a tomar, y existe una memoria anual donde se establecen los objetivos del año siguiente. Los responsables creen que existe diversidad y eficacia, así como una gran labor de aprendizaje por lo hecho y por lo que se está por hacer. Los representantes afirman que nunca ha habido desconfianza con este modelo de gestión. Los únicos problemas podrían estar relacionados con tendencias políticas (aunque el Proyecto no se implique políticamente), y el referente al presupuesto anual. No ha habido nunca problemas legales que afecten a los implicados.

El grupo humano (los voluntarios) es el *stakeholder* (implicado) principal de este proyecto. Cada voluntario cuenta con una función específica en el grupo. Los responsables de esta asociación se consideran a sí mismos mediadores en las relaciones diversas entre los asociados y voluntarios, fundamentalmente a partir del conocimiento personal sobre los detalles significativos en cada caso. Su estrategia consiste en dar protagonismo a quien socialmente se considera relevante en un ámbito determinado (el carpintero en la carpintería o el maestro en la escuela), evitando suplantar protagonismos pese a las cambiantes relaciones de amistad. 40 años de experiencia en el proyecto avalan el conocimiento y reconocimiento que unos tienen de los otros, por lo que los liderazgos son compartidos según las destrezas individuales percibidas por los implicados (prestigio y respeto profesional).

Las personas que conforman el proyecto son las que poseen los atributos de poder, legitimidad y urgencia, todas sin excepciones, ya que sin ellos no se podría continuar con el proyecto. Cada una de esas personas representa una parte importante de un propósito colectivo que es la suma de conocimientos y aportaciones individuales, tanto materiales como inmateriales.

Figura 5. Haciendo el queso en la Gañanía

Foto: Héctor Moreno Mendoza (septiembre de 2017)..

4. Metodología

El propósito de este trabajo es explorar la activación en los procesos de gobernanza en el PDCLA, partiendo de la implicación de diferentes agentes en su desarrollo, estableciendo el nivel de participación y la cogestión de la población local en la administración de los recursos. Se ha optado por una estrategia de investigación cualitativa centrada sobre el caso de estudio (Eisenhardt, 2002; Hamel et al., 1993; Simons, 2011; Yacuzzi, 2005; Yin 2003). La selección del caso se realizó tras una revisión de los museos insulares (Gran Canaria, España), atendiendo al mejor referente de ecomuseo existente en la isla de Gran Canaria, el cual recibe más de cuatro mil visitas anuales (Tabla 1). Las aplicaciones posteriores, al menos parcialmente, siguen el trabajo de Adie y Hall (2017), que realizan un análisis comparativo de tres casos de estudio de sitios culturales a través de encuestas realizadas a visitantes.

Para este estudio, se toma un enfoque cualitativo (Shaw e Ivens, 2002). La aplicación de esta perspectiva se aplica mediante el análisis de las respuestas de los cuestionarios, determinando la muestra según el grado de saturación detectado en respuestas abiertas (Thomas y James, 2006), y contrastando esa información con la obtenida a través de otras técnicas como la entrevista en profundidad, la entrevista conversacional y la observación directa.

Tabla 1. Distribución de los visitantes en el caso de estudio.

Visitas (2019)	Total	Escolares y colectivos %	Insulares %	Nacionales %	Internacionales%	Actividades %
P.C. Aldea	4 600	56	15	10	15	4

Fuente: Elaboración propia.

Partiendo de los problemas destacados en el marco teórico de la investigación, y los objetivos que la focalizan, se elaboró un cuestionario guía para las entrevistas (en profundidad y conversacionales), decidiendo que se permitiría a los informantes introducir temas de interés. Esta estrategia permite que, más allá de la información relevante, los informantes aporten matices que ayudan en la interpretación.

Para las entrevistas se consideró tomar a los responsables de la gestión como informantes clave, estableciendo una guía semiestructurada que planteaba 14 temas o cuestiones de interés (beneficios, aportación personal, vínculos emocionales, visión, aportación a la persona, elementos destacables, elementos que cambiaría, forma de gestión, conflictos, visitantes y visibilidad, profesionalización, problemas y retos, futuro del mismo). Las entrevistas tuvieron una duración aproximada preestablecida de 45 minutos. Se llevó a cabo la grabación digital de audio de cada una, favoreciendo la interpretación (Yin, 2003).

Las entrevistas realizadas, complementadas con observación directa, sirvieron para determinar los objetivos e hipótesis planteadas. Estas técnicas contribuyen a la determinación cualitativa de la gestión del museo, orientando la interpretación de resultados en el análisis realizado con el CAQDAS (Software informático para análisis de información cualitativa).

Se llevaron a cabo diez conversaciones informales con responsables de diversos negocios en el entorno del Proyecto: cafeterías, panadería, farmacia, supermercado, tienda de ropa, entre otros. Las dos cuestiones principales tratadas versaron sobre los beneficios aportados por el Proyecto a la economía local y la conveniencia de la sostenibilidad del Proyecto en el tiempo.

En una fase previa a las entrevistas, se realizó un cuestionario a una muestra aleatoria simple, determinada por saturación, de 100 visitantes (tabla 2). Los investigadores toman datos hasta que se produce una saturación de información.

Tabla 2. Periodo, áreas y características sociodemográficas de la encuesta

Periodo	29/7/2017 - 21/12/2017		
Muestreo	Proyecto Comunitario La Aldea (100 cuestionarios)		
Muestra	100 (Muestreo intencional)	Sistema de recogida de datos	PAPI
Edad	< 18 años: 7.4%	Género	Mujer 54.6%
	18 - 30 años: 15.6%		
	31 - 50 años: 37.4%		
	51 - 70 años: 31.8%		
	> 70 años: 6,2%		
	NC: 1.6%		
			Hombre 44.2%
			No Contesta: 1.2%

Fuente: Elaboración propia.

El cuestionario se diseñó para valorar la opinión de los visitantes, distribuido en 14 preguntas: 1) país de residencia, 2) tipo de alojamiento, 3) cómo ha llegado al museo, 4) con quién visita el museo, 5) edad, 6) género, 7) razones de la visita, 8) cómo conoció el museo, 9) ha realizado visita guiada (calidad y tiempo), 10) valorar características (trato, ambiente, presentación, calidad y utilidad, aprendizaje, interés, accesibilidad, señalización, precio de las entradas, servicios, y tiempo de espera, 11) calidad - precio, 12) aspectos que “le gustó”, 13) aspectos que “no le gustó” y 14) sugerencias.

Para analizar el contenido y proceder a la codificación de las tres últimas, debido a la posibilidad tan amplia en las respuestas, ya que las preguntas eran abiertas, se establecieron ocho categorías en cuanto al contenido de los mismos, tomando como referencia los aspectos del museo que establece el Laboratorio Permanente de Público de Museos del (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2013): 1) exposición, 2) comunicación e información, 3) funcionamiento, 4) conservación, 5) instalaciones, 6) personal, 7) promoción y 8) otros.

Para realizar el análisis cualitativo y que este sea efectivo (Gibbs, 2012), la gestión de datos ha sido eficiente, coherente y sistemática. Para ello se ha utilizado un CAQDAS, concretamente Nvivo 10.

Se inició la tarea en Nvivo con la importación de la información, a través de elementos internos (cuestionarios, entrevistas y notas observacionales) y elementos externos (tomados de las redes sociales y páginas webs del museo), estos últimos con la herramienta Ncapture. A continuación, se realizó la codificación (reunir material por temas, tópico o caso) y creación de nodos (apartados que permiten recopilar información y buscar por patrones). Se ha codificado la información mediante la “codificación

automática basada en patrones”, luego se vinculan activamente todos los nodos y documentos. A partir de esta tarea, se realizaron consultas para buscar y analizar palabras o frases en los recursos o nodos, enfatizando la frecuencia de aparición en los discursos tratados. Con esto fue posible iniciar la búsqueda de patrones basados en la clasificación, comprobando su congruencia y triangulando con lo observado en el trabajo de campo.

Para finalizar, se exploraron los datos a partir de gráficas, modelos u otras técnicas de visualización. Esto sirvió para ayudar a explorar tendencias y probar teorías. A medida que el proyecto ha ido avanzando, se han realizado informes, cuyo interés ha sido a) analizar y revisar el avance, b) identificar temas que ocurren con más frecuencia, y c) presentar conclusiones.

5. Resultados

La necesidad de correlacionar la intención del proceso de participación, y por extensión los principios de la gobernanza, con las características específicas de los museos, se muestra como un aspecto relevante debido a las implicaciones socioeconómicas e identitarias que tienen estas implicaciones culturales sobre las poblaciones vinculadas. Ha sido determinante la identificación de actores principales (voluntarios) y secundarios (vinculados al proyecto), tanto reales como potenciales que tengan la capacidad de influir en la red y, con ello, poder tomar parte en los acuerdos alcanzados sobre la oferta cultural. Pero también la concreción de los recursos financieros que, más allá de la profesionalización, condiciona el equipamiento, contenido del museo, oferta temporal o servicios. Ambos factores concurrentes, actores implicados y financiación, marcarán las posibles estrategias para el uso más eficiente de los recursos existentes y el cumplimiento de los objetivos fijados por las propias instituciones patrimoniales.

El enfoque tradicional en la gestión de los museos es, generalmente y con excepciones, incapaz de evaluar los efectos que tendría la incorporación de nuevos agentes y nuevas formas de gestión en la estrategia concerniente a agentes involucrados o con la capacidad de serlo. Con las herramientas utilizadas (observación directa, entrevistas al *staff* de los museos y cuestionarios al público, que triangulan la información (Patton, 2002), se interpretarán los resultados obtenidos con Nvivo, del caso de estudio tratado.

5.1 Modelo de gestión y sus limitaciones

Cabe destacar que en el caso del Proyecto Comunitario La Aldea, la proyección de imagen y la consecuente captación de público es tremendamente intuitiva y no profesional, conformando un modelo de gestión frágil. En este caso, basado en el voluntariado local y de régimen asambleario, se reúne dos veces por semana (generalmente unas 40 personas, con delegación de voto entre sus miembros), tomándose las decisiones de funcionamiento e incluso de nuevos proyectos (cada proyecto con un/a coordinador/a) de manera participada en régimen de mayorías. Conseguido el liderazgo, propuesto individualmente, pero aceptado por una mayoría, se enfrenta al reto estructural de obtener financiación.

Se podría observar que, en la ejecución final, sus compromisos de conservación, difusión y mejora de los usos del Patrimonio, estará en gran medida enmarcada en la distribución de recursos económicos. Sin embargo, la estructura que delimita tanto los acuerdos internos como las relaciones con su entorno, en sentido amplio, contribuyen en gran parte al grado de agilidad en la ejecución de proyectos. El Proyecto Comunitario La Aldea, es capaz de ejecutar pequeñas (en duración y público objetivo) muestras y actividades museísticas casi autogestionadas y autofinanciadas por sus promotores.

Tabla 3. Características del modelo de gestión del Proyecto Comunitario de La Aldea.

Características	Proyecto Comunitario de La Aldea
Titularidad	Privada
Financiación	Dependiente de subvenciones, convenios y donaciones
Consejo de administración	Autogobierno. Solo sometido al aval dado por la asamblea
Personal	Voluntarios. Cada uno se implica en lo que sabe y puede sin remuneración
Núm. de personal	45 voluntarios fijos Aprox. 200 voluntarios eventuales
Financiación (2019)	15 000 €
Fuente de financiación	Subvención de la Fundación para la Etnografía y Desarrollo de la Artesanía Canaria (FEDAC. Cabildo de Gran Canaria)
Modelo de toma de decisiones	Asambleario. Cargos directivos elegidos.
Donaciones	Habituales
Relación público-privada	Con empresas es prácticamente nula.
Cumplimiento 35 criterios de gobernanza	Cumple

Fuente: Elaboración propia.

La representación de la estructura organizativa y la financiación hace perceptible un gradiente que va de la profesionalización de la actividad al voluntarismo emotivo. Es de destacar el compromiso de cada miembro de una comunidad con un proyecto. Se da por bueno a través de su propuesta y demostración, aportando cada cual su tiempo y experiencia concreta.

El análisis del ecomuseo muestra una carencia de relaciones con el tejido empresarial insular. Esa falta de relaciones, en gran parte es debido a la carencia de visión estratégica y responsabilidades comerciales del Proyecto, pero también por el carácter voluntario de sus integrantes. Canarias centra su economía en la prestación de servicios, recibiendo de 13.1 millones de turistas en 2019, de los cuales la isla de Gran Canaria tiene más de 4 millones. Estos visitantes se alojan en 164 hoteles y 425 establecimientos no hoteleros, pero además habría que contar una multiplicidad de empresas de transporte (autobuses y vehículos de alquiler), gastronomía y restauración, servicios de ocio (especialmente agencias de viaje y guías turísticos), entre otros. La no implicación directa de las empresas en la actividad de representación patrimonial, cuando la cultura se contempla como un complemento al viaje (solo el 2.6% lo declara un motivo para elegir la elección de Canarias), es muestra del escaso interés mostrado por los promotores del patrimonio y el convencimiento, más allá de sus límites estrictos, de que lo Público debe garantizar el estudio, la conservación y la difusión, incluyendo la función educativa e identitaria.

Cierto es que el desempeño de un museo/sitio patrimonial se debe, por principio y legislativamente, en primer lugar, a las poblaciones locales – aunque la definición de lo local en un mundo globalizado es bastante incierta (Borja y Castells, 2006; Catrina, 2015). La gobernanza, como mecanismo de participación democrática (Mercer, 2005), es un compromiso no paritario con las complejas áreas de las relaciones de poder económicas, humanas y socioculturales, donde la ciudadanía es copartícipe, implicados y actores. En principio cualquier museo, a la hora de tomar decisiones museográficas y de extensión social, debe tener en cuenta que el visitante juega un papel importante. Ello sin olvidar su responsabilidad económica con el territorio y, por tanto, su compromiso de visibilidad, en este caso, ante los residentes y los turistas.

Figura 6. Museo de la música

Foto: Agustín Santana Talavera (diciembre de 2019).

En este análisis es notoria la dificultad del Proyecto de pertenecer a circuitos turísticos (9% turistas), pero es necesario aclarar el contexto territorial. Además, el Proyecto Comunitario es prácticamente invisible tanto en la promoción turística como para la población insular. Al olvido y dificultad de comunicaciones estructurales e históricas de este municipio, se suma también lo patrimonial.

Figura 7. Museo de la Escuela

Foto: Agustín Santana Talavera (diciembre de 2017).

Tabla 4. Caracterización y opinión de los visitantes del Proyecto Comunitario de La Aldea.

Caracterización del visitante	Proyecto Comunitario de La Aldea (n = 100) Total encuestados: 100
Visitantes	Escolares y colectivos: 60%, Insulares: 15%, Nacionales: 10% e Internacionales: 15% 9% turistas 80% residentes
¿Cómo llegan?	75% excursión
Conocimiento del museo	Asociación o grupo Amigos y familiares
Motivación destacada	"Mejorar los conocimientos" 27% "Es uno de los principales atractivos" 17%
Satisfacción (sobre 10)	8.88
Comentarios libres	162 comentarios, de los que 48 son sugerencias Positivos 101 Negativos 13

Fuente: Elaboración propia.

Tratando de medir la satisfacción de la visita, se solicitó a los encuestados calificar en escala Likert 10 una serie de aspectos (trato, ambiente, presentación, claridad y utilidad de contenidos, aprendizaje, interés, accesibilidad, señalización, entradas, servicios, esperas), obteniendo una media de 8.88. Los aspectos mejor valorados fueron el aprendizaje (9.5) y el trato (9.4), mientras que los peor valorados fueron la accesibilidad (8.7) y los servicios (6.5). Estos datos pueden, tomados de manera sistemática, contribuir a mejorar las encomiendas del Proyecto, dando voz a los visitantes. Sin embargo, más destacable es el número y la calidad de los comentarios o respuestas libres que muestran el interés de los visitantes por intervenir en el proceso de representación patrimonial.

Más allá de solicitar mejoras en los servicios, del tipo incluir restauración o tienda de *souvenirs* (que no dejan de ser importantes en estos contextos patrimoniales y de ocio), los visitantes indican que desean otras cuestiones, como, por ejemplo: que debe adaptarse la comunicación de contenidos (videos y folletos). El problema radica en la falta de profesionalización y medios para contar con un equipo responsable de la comunicación. De hecho, el folleto disponible para públicos, no escolar, no reúne las características apropiadas para la comunicación de contenido patrimonial.

Figura 8. Un grupo de alumnos aprendiendo a sembrar en la Gañanía

Foto: Héctor Moreno Mendoza (noviembre de 2017).

5.2 La gobernanza en el Proyecto de desarrollo comunitario

La gobernanza como mecanismo de ejercer el poder, puede ser establecida a través de 5 principios y 35 criterios (Agarwal et al., 2016; Graham et al., 2003). En el caso del Proyecto Comunitario de la Aldea se ha determinado que se cumplen con la totalidad de principios y criterios.

Como se indicó líneas arriba, el voluntariado, conformado en asamblea, es el *stakeholder* principal de la acción patrimonial. Se trata de un grupo de personas que, desde 1980, han tratado de transmitir valores etnográficos que se consideran parte de la tradición, configurando un conjunto vivo de representaciones museísticas. A partir de un núcleo más o menos estable, se reúnen de manera flexible entre 200 y 300 personas, a quienes se les otorga roles y funciones específicas. En un tiempo prolongado y con diversidad de pareceres, la responsabilidad de gestionar las relaciones personales ha recaído en los líderes electos. Pequeños detalles pueden ser interpretados como agravios, se suscitan rivalidades o celos, con lo que la gobernanza y liderazgo interno se vuelve tan importante como el externo. Los responsables son los encargados tanto de dar protagonismo al que lo merece dentro de su ámbito, dejando espacios internos para la toma de decisiones y tratando de cubrir la diversidad existente, como de mediar en los posibles conflictos.

Figura 9. Voluntaria explicando la molienda del Gofio

Foto: Agustín Santana Talavera (diciembre de 2018).

5.3 Entrevistas a voluntarios

Las entrevistas se realizaron a 10 voluntarios de los más activos del Proyecto, con edades comprendidas entre los 66 y 86 años: cuatro mujeres y seis hombres. Con las entrevistas realizadas, se corrobora que el Proyecto ha sido favorable para la comunidad, ya que ha aportado beneficios económicos y sociales. A nivel personal, a los voluntarios les ha aportado alegría, voluntad y entretenimiento. Se deduce que las principales aportaciones han sido la recuperación de tradiciones perdidas o a punto de perderse y las vivencias de aprendizaje de los propios voluntarios. Algunas de esas tradiciones son el folclore (el Rancho de Ánimas) y los bailes, así como la búsqueda de la realización de actividades tras la jubilación de sus respectivos trabajos. Muchos declaran sentir felicidad, orgullo, cariño o devoción por su labor en el Proyecto, así como no sentir obligaciones a la hora de participar. Hay variedad en cuanto a la motivación de participación en el Proyecto, aunque se destaca la de bailar o cantar; algunos resaltan su papel formando parte de la exposición en los museos: moliendo, haciendo la siembra, explicando la carpintería o el almacén de empaquetado de tomates. Todos muestran la experiencia de sentirse útiles en su participación. Son diversas las aportaciones que destacan el nivel personal, como ganar salud o mantener amistades.

Los entrevistados destacan que todo es importante en el Proyecto, aunque específicamente las relaciones establecidas con los voluntarios y la conservación de los bienes tangibles e intangibles del mismo. La totalidad de los participantes en la en-

trévista expresan que no cambiarían nada del Proyecto, así que cuando tienen alguna propuesta la proponen en la asamblea, se debate y se busca un consenso para decidir. Todos formulan que les gusta la forma de gestión, así como su deseo de mantener el modelo actual de funcionamiento. De las entrevistas realizadas se deriva que no ha habido conflictos de gravedad, y solo los pequeños desacuerdos entre participantes se solucionan hablando y normalmente de manera rápida. Se consideran un grupo.

Aunque todos los voluntarios entienden que el Proyecto puede crecer con más visitantes y visibilidad, consideran que no se pueden ver desbordados para atender a grandes masas de visitas. Creen que se le puede dar más promoción desde la administración pública. Todos los entrevistados opinan que no se tendría que profesionalizar todo o parte del Proyecto, y que, si esto pasase, dejarían de participar en el mismo. Lo que sí se ha pensado es la creación de una cooperativa que cobre por realizar otros servicios (como servir comidas o vender *souvenirs*), los ingresos serían para la cooperativa. Todos creen que la entrada a los museos debe seguir siendo gratuita.

Los problemas, aunque no se destaquen, son principalmente la falta de ayudas económicas para realizar el mantenimiento de los museos o para la comida de los animales, así como la pérdida de voluntarios. El mayor reto ha sido el viaje realizado a Cuba en 1993, en el cual unas 80 personas se financiaron el billete realizando diversas actividades de tipo cultural. Todos los entrevistados coinciden que los problemas se solucionan hablando. Los coordinadores del Proyecto juegan un importante papel para la resolución de problemas de diversa gravedad. Los voluntarios entienden que el Proyecto debe mantenerse con la gente que se va incorporando. Las instituciones públicas tienen la posibilidad de ayudar a mantener el modelo actual, comprando los espacios privados y cediendo la gestión a la asamblea, la propiedad sería municipal. El modelo, aunque está consolidado, se fortalecería de esta manera.

5.4 Conversaciones informales

Se deduce de las conversaciones informales realizadas a los responsables de diez establecimientos comerciales de las cercanías del centro de la ciudad de La Aldea de San Nicolás (donde se ubica el PDCLA), que la realización de las diversas actividades que desarrolla el Proyecto repercute de forma positiva en sus negocios. La totalidad de las personas con las que se realizaron estas conversaciones muestra su apoyo al mismo, y declaran que desde su inicio ha sido fructuoso tanto desde un punto de vista social, pero sobre todo económico. Se observa que los beneficios son mayores en cuanto más cerca estén sus negocios al centro del municipio, donde se concentra la mayoría de los museos vivos.

En cuanto a la sostenibilidad en el tiempo del Proyecto, hay diversidad de opiniones. Aproximadamente la mitad de los comerciantes pone en duda la viabilidad y mantenimiento a largo plazo del Proyecto (10 años como referencia). La principal razón que muestran es la elevada edad de la mayoría de los voluntarios que actualmente participan en los museos vivos, y temen que no pueda ser sostenible a varios años vista. Sin embargo, la otra mitad no pone en duda la sostenibilidad social, que implicaría sostenibilidad económica del Proyecto (incluyendo museos y otras representaciones), consideran que serán otras personas las que asuman responsabilidades, y que por lo tanto seguirán con las actividades que hasta ahora desarrollan. Evidentemente, los que tienen dudas sí manifiestan la esperanza de mantener las visitas al entorno, ya que con ello se benefician económicamente del visitante. Absolutamente todos muestran acuerdo en la necesidad de conceder más ayudas económicas (ya sea a través de instituciones públicas o privadas) al Proyecto Comunitario.

Figura 10. Visitante en el Almacén de empaquetado de tomates

Foto: Héctor Moreno Mendoza (diciembre de 2017).

6. Discusión

Los voluntarios del PDCLA piensan que este modelo es el más adecuado para la gestión, haciendo partícipe a más gente, involucrando sobre todo a los jóvenes. La misión (a corto plazo) del Proyecto es seguir creciendo, ya que los implicados entienden que no está todo terminado. Mientras que la visión (la proyección futura) es perpetuar en el tiempo la cultura que generaron las diferentes formas de vida.

Como conclusiones al caso de estudio que se ha seleccionado, se han determinado tres aspectos, que son generalizables a otros ecomuseos: a) la elevada carga emotiva y de sentimientos, por lo que predomina la palabra sobre los textos. Mientras que en otros museos hay que mantener silencio y evidentemente nada se puede tocar, en este modelo se busca que la gente hable y toque los artefactos todo lo que pueda; b) las personas que están en los espacios museísticos, en ocasiones, son las que han vivido de alguna manera en cada uno de esos lugares, eso hace que lo diferencie de otros; c) el lado altruista de las personas que conforman este museo, lo muestran no solamente presentando lo que hay, sino restaurando, aportando ideas, decorando, animando al visitante a que ellos son los verdaderos protagonistas.

El éxito de un museo no debe medirse como el de una empresa, en términos de beneficio económico para sí mismo o la institución que le patrocina (Barbieri et al., 2017; Evemuseografía, 2017), sino que se basa en la utilidad social que puede aportar a la comunidad de la que es depositario (Brown y Mairesse, 2018). Es poco eficiente realizar una inferencia directa entre éxito y número de visitantes, en tanto que esa cifra tendría que ser ponderada con respecto a la capacidad de convocatoria (conectada con la imagen proyectada) y la influencia en las instituciones, así como con el nivel de satisfacción de sus empleados. Otros indicadores serían el impacto que genera en la calidad de la educación científica de la comunidad y los flujos económicos directa o diferidamente promovidos, incluyendo la capacidad de generar empleos y habilidades empresariales (Beel, 2017). Debido a eso, se requiere el compromiso de todas las partes implicadas en el desarrollo del museo y sus acciones de activación y difusión patrimonial. El conjunto de *stakeholders*, desde los gestores, a la comunidad local, las empresas y el visitante, como actor principal al que se destinan los esfuerzos de mantenimiento y actualización de la oferta museística, se conforma como núcleo de las posibles estrategias encaminadas a las buenas prácticas (Soren, 2005) en la gobernanza de la institución (Candlin et al., 2020).

7. Conclusiones

El presente trabajo se enmarca en un análisis de mayor rango, que trata de constatar no tanto el éxito de los museos, sino de los beneficios comunes que pueden obtenerse por su éxito para las poblaciones implicadas. Potenciar la sensibilidad patrimonial (tanto cultural como ambiental), generar fondos para causas no lucrativas y establecer conciencia de comunidad, en algunos casos de identidad, justifica sobradamente el esfuerzo de la institución para crear amplias redes de impacto social. Es por lo que preocupa establecer instrumentos metodológicos que permitan inferir grados de

gobernanza y gobernabilidad, determinar el rango y profundidad de sus redes, y la calidad de las relaciones entre los *stakeholders*. Tal información, generada de manera sistemática, puede contribuir a establecer una relación bidireccional y simbiótica entre el museo y los actores locales, detectando además posibles conflictos de intereses o brechas en la estructura de la red.

La gobernanza de los museos pasa por el valor de lo mostrado, el rigor de lo comunicado, el acercamiento al usuario, la implicación en los entornos locales y un grado aceptable de independencia política y financiera. En destinos turísticos, o cuando el propio museo se constituye como atractivo o complemento motivador de la visita, la literatura de casos parece aconsejar el desarrollo de estrategias que, pasando por el conocimiento, estimen el perfil de sus posibles usuarios-turistas y sus necesidades, por encima del solo interés de comunicación de discursos. Se trata de cumplir con la directriz de transmitir para conservar, y no de banalizar el patrimonio.

Con los resultados obtenidos se puede afirmar la hipótesis planteada al comienzo de esta investigación. Se reconoce como limitación de la investigación presentada y de estas conclusiones la imposibilidad de haber realizado un análisis diacrónico que incluyera el seguimiento de acciones concretas en la red de relaciones. Aun con ello, se considera que la perspectiva expuesta puede contribuir a la generación y fomento de nuevas formas de relación público-privada-comunitaria, estableciendo roles y responsabilidades medibles que apoyen el camino a la sostenibilidad. No parece racional que el museo sea un valor solo para sí mismo y sus proponentes, ni tampoco que el museo sea una suerte de parque temático. El análisis de la operatividad de la gobernanza aplicada al patrimonio muestra diferentes escenarios posibles.

Referencias

- Adán, J. (2010). Cuestiones para la gobernabilidad y planeación de espacios ecoculturales y restricciones para su musealización en Chile. *Her&Mus, Heritage & Museography*, 04, 56-66.
- Adie, B. A. y Hall, C. M. (2017). Who visits World Heritage? A comparative analysis of three cultural sites. *Journal of Heritage Tourism*, 12(1), 67-80.
- Agarwal, R., Schwer, B. y Shuman, S. (2016). Structure-function analysis and genetic interactions of the Luc7 subunit of the *Saccharomyces cerevisiae* U1 snRNP. *RNA*, 22(9), 1302-1310.
- Anderson, J. (1982). Living history: Simulating everyday life in living museums. *American Quarterly*, 34(3), 290-306.
- Ansell, C. y Gash, A. (2008). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of public administration research and theory*, 18(4), 543-571.

- Barbieri, L., Bruno, F. y Muzzupappa, M. (2017). Virtual museum system evaluation through user studies. *Journal of Cultural Heritage*, 26, 101-108. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1016/j.culher.2017.02.005>
- Beel, D. E. (2017). The will to empower: reworking governmentality in the museum. *Area*, 49(4), 460-467. doi: 10.1111/area.12330
- Borja, J. y Castells, M. (2006). *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. México: Taurus.
- Brown, K. y Mairesse, F. (2018). The definition of the museum through its social role. *Curator: The Museum Journal*, 61(4), 525-539.
- Bryson, J. M., Crosby, B. C. y Stone, M. M. (2006). The design and implementation of Cross Sector collaborations: Propositions from the literature. *Public administration review*, 66, 44-55.
- Cabildo de Gran Canaria (2018). Conoce Gran Canaria, Recuperado de <http://cabildo.grancanaria.com/la-aldea-de-san-nicolas>
- Candlin, F., Larkin, J., Ballatore, A., y Poulouvassilis, A. (2020). The missing museums: accreditation, surveys, and an alternative account of the UK museum sector. *Cultural Trends*, 29(1), 50-67.
- Carbone, F. (2019). Post-multicultural challenges for cultural heritage managers and museums in the age of migrations. *Museum Management and Curatorship*, 34(1), 2-23.
- Catrina, S. (2015). Local Heritage Interpretation by Private “Cultural Agents” from Maramures. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188, 174-180. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.361>
- Clarke, A. y Fuller, M. (2010). Collaborative strategic management: Strategy formulation and implementation by multi-organizational cross-sector social partnerships. *Journal of Business Ethics*, 94(1), 85-101.
- Cosmin, I. (2018). Untaping the potential of strategic partnerships with the stakeholders in museums—a managerial approach. Proceedings of the International Conference on Business Excellence. *Sciend*o 1(12), 446-456.
- Crosby, B. C. y Bryson, J. M. (2010). Integrative leadership and the creation and maintenance of cross-sector collaborations. *The leadership quarterly*, 21(2), 211-230.
- Davis, P. (1999). *Ecomuseums: a sense of place*. Inglaterra: Leicester University Press.
- Davis, P. y Corsane, G. (2014). Communities, Heritage and new cultural landscapes. En Roe, M. y Taylor, K. (Eds.), *New Cultural Landscapes*, (pp. 128-145). Abingdon, UK: Routledge.
- Durant, R. F. (2017). *Environmental governance reconsidered: challenges, choices, and opportunities*. Cambridge: MIT Press.
- Eisenhardt, K. M. (2002). Building theories from case study research. En Huberman, A. M. y Miles, M. B. (Ed). *The qualitative researcher's companion*. London: Sage Publications.

- Elliot, S. (2006). *Targets for the arrows of fate: ecomuseology as a rescue mechanism in response to the threatened cultural landscapes of Southeast Turkey*. Newcastle, Inglaterra: Newcastle University.
- Elsorady, D. A. (2018). The role of stakeholders as a competitive advantage in the formulation of antiquity museum strategies in Egypt. *Museum Management and Curatorship*, 33(4), 365-38.
- Evemuseografía (2017). Museos y medición de éxito. *Museos + innovación*. Recuperado de <https://evemuseografia.com/2016/03/29/museos-y-la-medicion-del-exito/>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Harper-Collins.
- Geddes, L. y Shand, R. (2013). Assessing governance and learning lessons. *International Journal of Law and Management*, 6(55), 401-416.
- Gibbs, G. (2012). *El análisis de datos cualitativos en Investigación Cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- Giro, P. O. (1998). *Co-Manejo de Recursos Naturales y Áreas Protegidas: Teoría y Práctica*, CEESP / UICN.
- Graham, S., Harris, K. R., Fink-Chorzempa, B. y MacArthur, C. (2003). Primary grade teachers' instructional adaptations for struggling writers: A national survey. *Journal of Educational Psychology*, 95(2), 279.
- Hamel, J., Dufour, S. y Fortin, D. (1993). *Case study methods*. California: Sage Publications.
- Huxham, C. y Vangen, S. (2000). Leadership in the shaping and implementation of collaboration agendas: How things happen in a (not quite) joined-up world. *Academy of Management Journal*, 43(6), 1159-1175.
- Huxham, C. y Vangen, S. (2005). Aiming for collaborative advantage: Challenging the concept of shared vision. *Advanced Institute of Management Research Paper*, 15.
- Idelhadj, I., Rivera Mateos, M. y Rodríguez García, L. (2012). Turismo responsable, espacios rurales y naturales y cooperación para el desarrollo: a propósito de la "Declaración de Tetuán" (Marruecos). *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(5), 651-664. Recuperado de http://www.pasosonline.org/Publicados/10512/PS0512_19.pdf
- Janes, R. R. (2016). *Museums without borders*. Nueva York: Routledge.
- Keast, R., Brown, K. y Mandell, M. (2007). Getting the right mix: Unpacking integration meanings and strategies. *International Public Management Journal*, 10(1), 9-33.
- Klijn, E. H., Steijn, B. y Edelenbos, J. (2010). The impact of network management on outcomes in governance networks. *Public Administration*, 88(4), 1063-1082.
- Lebel, L., Anderies, J., Campbell, B., Folke, C., Hatfield-Dodds, S., Hughes, T. y Wilson, J. (2006). Governance and the capacity to manage resilience in regional social-ecological systems. *Ecology and Society*, 11(1).

- Legget, J. (2006). *Mapping what matters in New Zealand museums. Stakeholders perspectives on museum performance and accountability*. (Thesis in management and museums studies) Massey University, New Zealand.
- Loach, K., Rowley, J. y Griffiths, J. (2017). Cultural sustainability as a strategy for the survival of museums and libraries. *International Journal of Cultural Policy*, 23(2), 186-198.
- López, J. S. (2003). *Norte de Gran Canaria. Guía de Patrimonio Cultural y Turismo Sostenible*. Las Palmas de Gran Canaria: Mancomunidad de Ayuntamientos del Norte de Gran Canaria.
- Lucchi, E. (2016). Simplified assessment method for environmental and energy quality in museum buildings. *Energy and Buildings*, 117, 216-229.
- Mercer, C. (2005). From indicators to Governance to Mainstream: Tools for Cultural Policy and Citizenship. En Andrew, C., Gattinger, M., Jeannotte, M. S. y Straw, W. (Eds.), *Accounting for Culture: Thinking Through Cultural Citizenship* (pp. 9-20). Ottawa, Canadá: University of Ottawa Press.
- Naumova, A. (2015). "Touching" the Past: Investigating Lived Experiences of Heritage in Living History Museums. *International Journal of the Inclusive Museum*, 7(3-4), 1-8. doi:10.18848/1835-2014/CGP/v07i3-4/44486..
- Newig, J., Challies, E., Jager, N. W., Kochskaemper, E. y Adzersen, A. (2018). The environmental performance of participatory and collaborative governance: a framework of causal mechanisms. *Policy Studies Journal*, 46(2), 269-297.
- Patton, M. Q. (2002). Two decades of developments in qualitative inquiry: A personal, experiential perspective. *Qualitative social work*, 1(3), 261-283.
- Provan, K. G. y Kenis, P. (2008). Modes of network governance: Structure, management, and effectiveness. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(2), 229-252.
- Red Europea de Ecomuseos (2004). Declaración de Intenciones del Long Net Workshop. Trento, Italia.
- Reverté, F. G. y Guix, A. S. (2013). El turismo responsable en España a debate. Consideraciones desde el punto de vista de la producción y del consumo turístico. *Investigaciones Turísticas*, 5, 60-85.
- Sánchez, L. y Suárez, J.P. (2006). *Boletín no. 3-4 Rescatar el Patrimonio intangible: el proyecto comunitario de La Aldea de San Nicolás*. Patrimonio Histórico. Cabildo de Gran Canaria.
- Sánchez, L. G., Suárez, J. P. y Moya, J. (2002). *Proyecto comunitario de La Aldea: un compromiso con la cultura popular*. Santa Cruz de Tenerife: Gobierno de Canarias. Recuperado de <https://bit.ly/2Kk1cvD>
- Santana, A. (2008). El turismo cultural: ¿un negocio responsable?, *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 17(4), 279 - 294.

- Seitanidi, M. (2008). Adaptive responsibilities: Nonlinear interactions in cross sector social partnerships. *Emergence: Complexity & Organization*, 10(3), 51-64.
- Selsky, J. W. y Parker, B. (2005). Cross-sector partnerships to address social issues: Challenges to theory and practice. *Journal of Management*, 31(6), 849-873.
- Shaw, C. e Ivens, J. (2002). *Building great customer experiences*. New York: Palgrave/Mcmillan.
- Simons, H. (2011). *El estudio de caso: Teoría y práctica*. Madrid: Ediciones Morata.
- Soren, B. J. (2005). Best practices in creating quality online experiences for museum users. *Museum Management and Curatorship*, 20(2), 131-148. doi: <https://doi.org/10.1016/j.musmancur.2005.03.001>
- Souza, R. H. V. D., Solagna, F. y Leal, O. F. (2014). As políticas globais de governança e regulamentação da privacidade na internet. *Horizontes Antropológicos*, 20(41), 141-172.
- Suárez Moreno, F. y Suárez Pérez, A. (2005). *Guía del patrimonio etnográfico de Gran Canaria*. Las Palmas de Gran Canaria: Cabildo de Gran Canaria.
- Taylor, J. K. (2020). Toward a Cooperative Future: Museums and Community. En *The Art Museum Redefined* (pp. 197-208). Cham: Palgrave Macmillan.
- Thomas, G. y James, D. (2006). Reinventing grounded theory: some questions about theory, ground and discovery. *British Educational Research Journal*. 32(6), 767-795.
- Unesco (2011). ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? Recuperado de <https://bit.ly/2XPL0dt>.
- Vangen, S. y Huxham, C. (2012). The tangled web: Unraveling the principle of common goals in collaborations. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 22(4), 731-760.
- Videira, N., Antunes, P. y Santos, R. (2017). Engaging stakeholders in environmental and sustainability decisions with participatory system dynamics modeling. En Gray, S. y Paolisso, M. (Eds.), *Environmental modeling with stakeholders* (pp. 241-265). Cham: Springer.
- Waddock, S. A. y Post, J. E. (1991). Social entrepreneurs and catalytic change. *Public administration review*, 393-401.
- Yacuzzi, E. (2005). *El estudio de caso como metodología de investigación: teoría, mecanismos causales, validación*. Universidad del CEMA, CEMA Working Papers: Serie Documentos de Trabajo.
- Yin, R. K. (2003). *Case study research: design and methods*. London: Sage Publications.
- Zuned A. (2018). Museum Tourism: A Comparative Study on the Royal Museum of Greenwich and the Ironbridge Gorge Museum. En Katsoni V. y Velandar K. (Eds.). *Innovative Approaches to Tourism and Leisure* (67-87). Cham: Springer.

TURISMO Y LA LUCHA CONTRA LA POBREZA EN EL PERÚ. ANÁLISIS DE DOS CASOS REGIONALES

JESSICA FIGUEROA PINEDO

jessicafigueroapinedo@gmail.com

Laboratori Multidisciplinària de Recerca en Turisme

Universitat de Girona, Espanya

Resumen

La importancia que está adquiriendo la actividad turística en el Perú invita a analizar su estrecha relación con la pobreza, pues las prácticas turísticas se desenvuelven en regiones con persistentes niveles de pobreza y desigualdad. El objetivo del presente artículo es contribuir al debate sobre las posibilidades del sector turismo de reducir la pobreza en regiones pobres. Para ello, se presentan dos casos de estudios en el Perú: Cuzco, en el sur andino y Trujillo (La Libertad) en la costa norte. A partir de datos secundarios de las fuentes oficiales se procede a un análisis en profundidad de la actividad turística y su impacto socioeconómico en cada región. Los resultados llaman la atención hacia los problemas sociales y las dificultades que tienen estas regiones en lograr que los beneficios de la actividad turística repercutan en la población local.

Palabras clave: Turismo, pobreza, desarrollo regional, Perú.

TOURISM AND FIGHTING POVERTY IN PERU. TWO REGIONAL CASE STUDIES

Abstract

The current importance achieved by the tourism sector in Peru begs for an analysis of its close relationship with poverty, since tourist practices are developed in regions with persistent levels of poverty and inequality. The objective of this article is to contribute to the debate on the possibilities of the tourism sector to reduce poverty in poor regions. For this purpose, it analyses two case studies in Peru: Cuzco, in the Southern Andes and Trujillo (La Libertad), in the North coast. An in-depth analysis of tourism activity and its socioeconomic impact in each region is carried out based on secondary data from official sources. Findings draw attention to the difficulties that these regions have in making the benefits of tourist activity have a positive impact on the local population.

Keywords: tourism development, poverty, regional development, Peru.

Fecha de recepción: 12 de marzo de 2019. *Fecha de aceptación:* 20 de diciembre de 2019

CÓMO CITAR: Figueroa-Pinedo, J. (2020). Turismo y la lucha contra la pobreza en el Perú. Análisis de dos casos regionales. *Dimensiones Turísticas*, 4(6), 39-62. <https://doi.org/10.47557/SCUO1957>

1. Introducción

La reducción de la pobreza se ha convertido en uno de los principales retos del siglo XXI a nivel internacional y actualmente constituye uno de los principales Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) propuestos por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para el 2030. En ese sentido, la importancia mundial del turismo como actividad económica ha llevado a los organismos internacionales liderados por la Organización Mundial de Turismo (OMT) a promocionarlo como una herramienta indispensable para la atenuación de la pobreza en países en vías de desarrollo (OMT, 2003). Al asumir ese reto, la OMT trató de enfocar el turismo como un instrumento de reducción de la pobreza por su capacidad de generar empleo y definió correctamente el problema. Se trata de centrar las prácticas turísticas en términos de desarrollo sostenible de las poblaciones servidas por el flujo de turistas y de sacar el máximo provecho de la inversión económica y financiera que ellas suponen, poniendo en valor el territorio, la diversidad cultural y promover una mayor vinculación de los pobres con el mercado turístico local (OMT, 2005; 2010; UNDP, 2011).

Otros organismos multilaterales, como el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, UNDP por sus siglas en inglés) han demostrado un mayor interés en usar el turismo como herramienta de desarrollo y lucha contra la pobreza en sus proyectos, programas, subvenciones y préstamos a países en desarrollo. Por ejemplo, el Banco Mundial ha tenido un importante rol en el desarrollo del turismo y la preservación de monumentos arqueológicos desde la década de 1960 (Hawkins y Mann, 2007). Las organizaciones bilaterales también han demostrado un renovado interés en el turismo, por ejemplo, las agencias internacionales de desarrollo, tales como: *l'Agence Canadienne de Développement International (ACDI)*, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) o *SNV Netherlands Development Organization*, todas involucradas con la actividad turística desde diferentes perspectivas pero con el objetivo de solucionar el problema de la pobreza y mejorar las condiciones de vida de muchas poblaciones de países en desarrollo (Lima et al. 2012; Hummel y Van der Duim, 2012). Sin embargo, pese a los esfuerzos de ayudas, programas y cooperación internacional, los avances en el cumplimiento de los objetivos de reducción de la pobreza a nivel mundial aún son limitados y generan muchos debates sobre su efectividad real (Lima, 2014; Gascón et al., 2013; Scheyvens, 2007).

En ese contexto, el Estado peruano, adoptando las directrices de la OMT, ha orientado el desarrollo de la actividad turística hacia la lucha contra la pobreza. Un reflejo de ello, es el Plan Estratégico Nacional de Turismo (Pentur), uno de los planes más importantes realizados en el Perú sobre el desarrollo regional y ordenamiento turístico, bajo la supervisión del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), y que tiene como objetivo principal dirigir y promover el desarrollo competitivo de la actividad turística del Perú, con políticas orientadas hacia el desarrollo sostenible, la lucha contra la pobreza y la inclusión social (Sariego y García, 2008; Mincetur, 2016).

En efecto, el crecimiento del turismo en Perú ha sido muy positivo en la última década; según datos del referido Ministerio, la llegada de turistas internacionales aumentó de 1.4 millones en el 2004 a 4.4 millones en el 2018. Por consiguiente, la actividad turística también ha adquirido mayor importancia para la economía nacional. Acorde con Mincetur, los ingresos de divisas por turismo receptivo aumentaron de 1.2 millones de dólares en 2004 a 4.9 millones de dólares en 2018, con un aporte de 3.9% al Producto Interno Bruto (PBI) nacional.

La importancia que adquiere la actividad turística en el Perú invita a analizar su estrecha relación con la pobreza pues las prácticas turísticas se desenvuelven en regiones con persistentes niveles de pobreza y desigualdad. Por una lado, El turismo internacional se concentra en el tradicional circuito sur andino, una región que concentra una gran riqueza histórica y cultural, pero a la vez muchas de sus comunidades experimentan profundas privaciones y desigualdades, principalmente en las zonas altas y montañosas de los Andes (Figueroa et al., 2015). Por otro lado, en la última década el Gobierno peruano busca diversificar la oferta turística poniendo en valor los atractivos turísticos de otras regiones del país, como es el caso de la Costa Norte del Perú, con el fin de presentar un país diverso y renovado para atraer la mirada turística internacional hacia otros destinos (Sariego y García, 2008; González, 2017).

Por consiguiente, el objetivo de este artículo es contribuir al debate sobre las posibilidades que ofrece el sector turístico en reducir la pobreza y lograr que las poblaciones locales se beneficien de las oportunidades del desarrollo turístico de manera equitativa y sostenible. Para ello presentaremos dos casos de estudio en Perú: el caso de Cuzco en el sur andino y Trujillo (Departamento de La Libertad), en la costa norte. Si bien son regiones con sus propias características geográficas, socioeconómicas y niveles de desarrollo turístico diferentes, representan espacios interesantes para este tipo de análisis, con experiencias turísticas excepcionales en términos culturales y

patrimoniales y, a la vez, poblaciones que sufren las consecuencias de los niveles de pobreza y vulnerabilidad.

Cuzco-Machu Picchu es un destino turístico internacional consolidado hace décadas, que atrae a un turismo de masas. Mientras que Trujillo, en el Departamento de La Libertad, es un destino turístico en pleno auge que está haciendo grandes esfuerzos de promoción y revalorización de su patrimonio arqueológico (Trivelli y Hernández, 2009) para captar también la mirada del turista extranjero y convertirse en el segundo destino turístico internacional en el Perú.

En primer lugar, se presenta un balance de la relación entre turismo y pobreza. Posteriormente, se muestran los casos de estudio analizados a través de los datos secundarios de las fuentes oficiales. Finalmente, el análisis comparativo y las conclusiones.

2. La relación entre el turismo y pobreza

Actualmente la pobreza es considerada como un fenómeno multidimensional y complejo de definir porque intervienen múltiples variables y dimensiones (Alkire y Foster, 2009; Herrera, 2002). Los especialistas coinciden en que la pobreza debe ser analizada no solo a partir de los datos económicos, sino que necesita incluir aspectos cualitativos que expliquen las causas reales y profundas de este fenómeno. Como afirma Sen (2000), el análisis no debe centrarse en los niveles de ingresos y consumo sino en la capacidad de los individuos de tener acceso a ellos. En ese sentido, según Dehoorne (2013, p.1, traducción propia), “luchar contra la pobreza debe entenderse como la voluntad de construir una ‘libertad positiva’, de construir las condiciones de poder elegir, tener suficientes recursos –en un sentido amplio– para poder tomar sus propias decisiones en pleno conocimiento y no dictadas por la necesidad”.

Por lo tanto, ¿el turismo puede contribuir a reducir la pobreza? Desde el campo académico, el análisis del turismo como instrumento de desarrollo y lucha contra la pobreza ha sido muy cuestionado y se ha generado todo tipo de análisis y debates. Actualmente existe una amplia literatura y un mayor interés sobre el tema: desde visiones muy críticas de los efectos negativos del turismo en los destinos y que cuestionan el discurso triunfalista del mismo como motor de desarrollo, propagado principalmente para favorecer a los grandes empresarios interesados en el negocio turístico (De Kadt, 1991; Jurdao, 1992; Christin, 2008; Gascón y Cañada, 2005), hasta a análisis más moderados que enfatizan los aspectos positivos del turismo sostenible, la con-

servación de los espacios naturales y la participación e integración de las comunidades locales (Huaita Alfaro, 2012; Scheyvens y Russell, 2012).

Lo cierto es que tanto el turismo como la pobreza son hechos socioculturales que están estrechamente vinculados a las mismas circunstancias o participan en los mismos contextos territoriales. Muchas de las prácticas turísticas se desarrollan en zonas o regiones donde los problemas de acceso a los bienes y servicios elementales escasean o donde los niveles de educación y salud de la población son muy bajos.

Para Jurdao (1992, p. 30), el turismo en algunos casos es una estrategia de desarrollo peligrosamente ambigua. Menciona que, para construir un modelo de articulación del turismo internacional en los destinos turísticos del Tercer Mundo, es preciso tener en consideración dos grupos de factores: primero, entender cómo se presenta la industria y quién se beneficia del desarrollo turístico. Este punto es de vital importancia a la hora de analizar si realmente el turismo constituye un motor de desarrollo en zonas de pobreza. Segundo, es necesario analizar la organización y la estructura comercial de la propia industria turística, en especial el poder de control de ciertos elementos activos. Es decir, si el funcionamiento del mercado turístico es equitativo y si estimula la participación de la población local o solo se concentra en pocas manos.

En esa línea, Urry (2004) comenta que el turismo en países en desarrollo como México, Kenia y Gambia, plantea cuestiones difíciles que no se derivan de procesos internos de dichas sociedades sino de una serie de situaciones externas: cambios tecnológicos como los viajes aéreos baratos; el crecimiento a nivel mundial del capital como grupos hoteleros, agencias de viajes; la búsqueda de nuevos destinos no tradicionales o lo que Urry llama la difusión de la mirada “romántica”, y la idea cada vez más difundida de que el turismo es un gran potencial de desarrollo. En ese sentido, vale la pena preguntarse ¿desarrollo para quién? pues, como señala el autor, muchas de las instalaciones e infraestructuras creadas para el turismo serán poco beneficiosas para la población indígena. Lo mismo pasa en el caso de la riqueza generada por la actividad turística se distribuirá de manera muy desigual (Urry, 2004, p. 119).

Resulta muy ilustrativo el análisis de Gascón (2012) sobre el caso de República Dominicana, país sumamente turístico y a la vez paradigmático, pues a pesar del fuerte crecimiento del Producto Interno Bruto gracias a la actividad turística, su población tiene un bajo nivel de vida.

Por otro lado, como señala (Goodwin, 2013) existen algunos casos de éxito documentados en los que el turismo ha generado beneficios para las comunidades locales; por ejemplo, en África Occidental, en Gambia los agricultores pobres de frutas y verduras se han beneficiado vendiendo a los hoteles.

Lima et al. (2012) examinan el papel del turismo para el mundo en desarrollo a través de la cooperación internacional analizando en concreto el Programa *UNWTO Volunteers* en Chiapas México. Los autores plantean que para que el turismo sea un instrumento de desarrollo eficaz, estos programas deben considerar los siguientes aspectos: en primer lugar, la participación comunitaria es vital porque produce decisiones más apropiadas. Otro aspecto señalado es el empoderamiento (*empowerment*) de los miembros de las comunidades locales, quienes se vuelvan agentes del cambio y capaces de tomar sus propias decisiones sobre la actividad turística. Sin embargo, también mencionan que se requiere el apoyo de los estados en proporcionar la legislación, información y adiestramiento para el éxito de estas iniciativas. Además, Goodwin (2013) añade que, si las iniciativas turísticas establecen asociaciones colaborativas eficaces con un sector privado de éxito, el turismo puede reducir la pobreza.

3. Casos de estudio

3.1 El caso de Cuzco

El Departamento de Cuzco se encuentra situado en el sur de Perú, su territorio abarca desde las más altas cumbres andinas hasta la selva. La variedad geográfica corresponde también a una gran diversidad de poblaciones y de géneros de vida. En la montaña viven los lugareños, generalmente muy aislados y consagrados al pastoreo de altura, mientras que en los valles, como el Cuzco, los habitantes son muy dinámicos y activos en lo que se refiere a la agricultura; pero en los últimos 30 años se han incorporado a las actividades turísticas y artesanales. Según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018a), el departamento tiene una población total de 1 205 527 habitantes, una de las más importantes del sur andino.

La ciudad de Cuzco (capital del departamento) concentra una enorme riqueza patrimonial y cultural por su condición de capital del Imperio Inca. Posteriormente, tras la llegada de los españoles en 1534, Cuzco se convirtió en una de las ciudades más importantes del Virreinato, donde se mezclan monumentos y templos incas con la arquitectura colonial. En Cuzco se encuentra el atractivo turístico más importante y famoso a nivel internacional: el Santuario Histórico de Machu Picchu, símbolo de las

culturas prehispánicas de América del Sur e ícono turístico del Perú. Como menciona Valcárcel (2009, p. 29) “es sencillamente impresionante, inolvidable, una visita a Machu Picchu, moderna Meca para las gentes de todas las naciones”. Cuzco y Machu Picchu fueron declarados Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en 1983, en reconocimiento a sus valores culturales y naturales excepcionales.

Características de las prácticas turísticas cuzqueñas

Cuzco ha experimentado una serie de cambios sociales y económicos; precisamente, a partir de 1960 cuando se dio el primer gran impulso para el desarrollo de la actividad turística en el Perú con la inversión en infraestructura, restauración y puesta en valor de monumentos arquitectónicos a través del Plan Copesco¹. Esos hechos cambiaron completamente el paisaje turístico de esta región.

No cabe duda que Cuzco ejerce un gran poder de atracción tanto para el turismo internacional como para el nacional, a partir del interés que despertó el descubrimiento de sus ruinas a inicios del siglo XX. Además, la declaración de Machu Picchu como una de las maravillas del mundo moderno en 2007, significó mayor promoción para la región. Según datos del Observatorio Turístico del Perú, la llegada total de visitantes a Cuzco presenta un crecimiento sostenido desde 1992 de 242 mil 264 visitantes a 1 408 146 en 2015, como se aprecia en el cuadro 1.

Cuadro 1. Evolución histórica del número de turistas en el Departamento de Cuzco 1992-2015

Año	Turistas extranjeros	Turistas nacionales	Total
1992	45 734	196 530	242 264
1993	69 173	228 118	297 291
1994	131 536	256 913	388 449
1995	173 894	254 795	428 689
1996	216 758	247 415	464 173
1997	218 752	248 963	467 715
1998	269 762	227 204	496 966
1999	330 349	232 070	562 419
2000	361 211	218 483	579 694
2001	410 448	233 084	643 532
2002	366 325	249 908	616 233

¹ Este plan nace de la Comisión Especial Perú Unesco (Copesco). Actualmente es una unidad ejecutora del Mincetur para crear proyectos de infraestructura turística a nivel nacional. Para más detalles consultar: <https://www.planopesconacional.gob.pe/>

Continuación del cuadro 1.

Año	Turistas extranjeros	Turistas nacionales	Total
2003	455 249	241 542	696 791
2004	491 822	242 504	734 326
2005	528 394	243 466	771 860
2006	564 967	244 428	809 395
2007	601 540	245 390	846 930
2008	638 112	246 351	884 463
2009	614 374	247 313	861 687
2010	517 123	248 275	765 398
2011	674 685	325 876	1 000 561
2012	775 423	408 765	1 184 188
2013	820 979	420 987	1 241 966
2014	857 548	421 200	1 278 748
2015	967 266	440 880	1 408 146

Fuente: Observatorio Turístico del Perú.

Sin embargo, como puede observar, a principios de la década de los 90, el arribo de turistas extranjeros era muy incipiente. Ello se debe a que, durante la década de los 80, el Perú estaba sumergido en una crisis económica y social causada por la violencia terrorista que afectaba principalmente la zona sur andina, con consecuencias muy negativas para el turismo. Posteriormente, el turismo receptivo en Cuzco empieza a incrementarse y se observa que a partir de 1998 los visitantes extranjeros superan a los nacionales, esto se explica por las medidas de pacificación y la recuperación de la estabilidad económica del país. Carnaffan (2010) analiza la marca turística utilizada por PromPerú en el año 2000 “Perú país de los Incas” justamente evocando a ese pasado mágico e idealizado para utilizarlo como estrategia de diferenciación turística en el mercado global. Asimismo, a partir del año 2001, durante el gobierno de Alejandro Toledo, las políticas públicas se centraron en la promoción de la Marca País y la promoción del turismo en el mercado internacional.

Los datos también nos indican que durante 2009 y 2010, el número de turistas extranjeros disminuyó. Esta disminución se explica por varios motivos. En primer lugar, la crisis económica mundial a partir del 2008 que afectó a nuestro principal mercado emisor de turistas, como es el caso de Estados Unidos. Asimismo, el cierre por tres meses de Machu Picchu en enero de 2010, debido a los desastres que ocasionaron las lluvias y que destrozaron parte de la vía férrea que une la ciudad del Cuzco con

la ciudadela de Machu Picchu. Este hecho afectó la imagen turística de este destino (El Comercio, 31 de enero 2010).

El turismo en el contexto socioeconómico

Si bien el número de turistas que visitan el Departamento de Cuzco ha crecido en la última década, no es la principal actividad que contribuye a generar riqueza en el departamento. Según datos del INEI (ver Gráfica 1), la minería es el primer sector que contribuye al PIB regional con 49.2% mientras que, el sector turismo (representado por hoteles y restaurantes) ocupa el sexto lugar, con una contribución de 4.1%.

**Gráfica 1. PIB Cuzco por sectores, 2016
(Porcentaje)**

Fuente: Elaboración propia con datos de INEI (2016).

La producción minera se basa en la explotación del cobre, oro y plata. Además, Cuzco cuenta con los yacimientos de gas natural más importantes del continente americano. El Proyecto *Gas de Camisea*, en marcha desde el 2004, ha convertido a la región en el primer productor nacional de hidrocarburos.

Tradicionalmente la economía de Cuzco, al igual que las demás regiones andinas, se ha basado esencialmente en la agricultura; sus distintos climas favorecen su desarrollo, principalmente en el valle de Cuzco. La región posee importantes áreas de producción agrícola y agroindustrial. Asimismo, la agricultura es la fuente de subsistencia de gran parte de la población rural. En la actualidad, este sector ha reducido

su productividad ocupando el quinto lugar, con una participación del 4.7%. Ello se explica por la falta de tecnificación, los procesos de urbanización de Cuzco, entre otros problemas.

La región de Cuzco ha sido la región con mayor crecimiento económico en Perú. De acuerdo con los datos del INEI presentados en el cuadro 2, el crecimiento del PIB del Departamento de Cuzco se ha duplicado entre el 2007 y 2016, pasando de 10.9 millones de soles a 21.8 millones soles en 2016. Con relación al sector turismo, si bien, la participación porcentual en el PIB regional ha ido bajando de 4.6% a 4.1% entre 2007 y 2016, ello no significa que en términos monetarios absolutos el PIB se haya reducido; por el contrario, se ha incrementado, tal como lo ilustran los datos. Esto se explica por el crecimiento de otros sectores que están dando un mayor impulso a la economía regional.

**Cuadro 2. Contribución del sector turismo al PIB
del Departamento de Cuzco, 2007 y 2016**

Año	PIB Cuzco (miles de soles)	PIB turismo (alojamiento y restaurantes) (miles de soles)	Participación del sector Turismo (%)
2007	10 913 725	497 564	4.6
2016	21 829 280	888 715	4.1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI (2016).

Ahora bien, Cuzco recibe importantes ingresos por concepto de canon minero, regalías y derechos. En el periodo 2004-2007, las transferencias de canon se han incrementado notablemente, pasando de 17 millones en 2004 a 220 millones de soles en 2007, los cuales se reparten de acuerdo a la Ley del Canon (Grupo Propuesta Ciudadana, 2009, p.34), Sin embargo, hay que considerar que a partir del año 2013 se ha registrado una caída de estos ingresos por la baja de los precios internacionales de los metales, generando inconvenientes a los gobiernos municipales y las comunidades que dependen de la minería (Mendoza et al., 2014). Además, hay que tener en cuenta que la generación de empleo en el sector minero es menos intensiva. Según datos del INEI (2017, p. 269), el sector minero empleó al 0.7% del total de la Población Económicamente Activa Ocupada en 2016.

A pesar del espectacular crecimiento económico de la región, Cuzco presenta aún graves problemas de desarrollo. Aunque en la última década se han logrado avances en la reducción de la pobreza. Según los datos del INEI que muestra el

cuadro 3, la pobreza se redujo de 54.2% en 2007 a 25.2% en 2017. No obstante, estos valores superan el promedio nacional. Además, la distribución de la pobreza muestra contrastes muy marcados, la capital regional y alrededores presentan menor incidencia de la pobreza que las zonas altas y montañosas. Según el Mapa de pobreza provincial y distrital 2013, elaborado por el INEI (2015), el distrito de Wanchaq, en la provincia de Cuzco, es el menos pobre de la región inferior al 0.9%, mientras que, por ejemplo, en la zona de Paucartambo, la pobreza es mayor al 30%. Es decir, la pobreza se concentra en las zonas rurales y montañosas, y el desarrollo en las ciudades o zonas urbanas.

Por otro lado, los avances han sido muy lentos en indicadores como desnutrición infantil, anemia y mortalidad infantil; en todos los casos las cifras superan el promedio nacional, lo cual evidencia un grave problema de salud pública. Con relación a la tasa de analfabetismo no hubo grandes progresos. Se observa una leve disminución de 12.1% en el 2007 a 11.5% en el 2015; una tasa muy superior al promedio nacional (6%) (Ver cuadro 3).

Cuadro 3. Principales indicadores sociales del Departamento de Cuzco y Perú

	Cuzco	Perú
Pobreza monetaria total (%)		
2007	57.4	39.3
2017	25.2	21.7
Tasa de desnutrición crónica niños menores de 5 años (%)		
2009	38.4	23.8
2015	16.7	14.4
Tasa de analfabetismo de 15 a más años de edad (%)		
2007	12.1	8.5
2015	11.5	6
Anemia en niños menores de 5 años (%)		
2015	41.7	32.6
2016	46.8	33.3
Tasa de mortalidad infantil (por cada 1000 nacidos vivos)		
2014	31	23

Fuente: INEI (2018b) con base en datos de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG).

Turismo, desarrollo y lucha contra la pobreza

Uno de los grandes problemas del desarrollo de Cuzco tiene que ver con el ineficiente nivel de ejecución del gasto público y la incapacidad de los gobiernos regional y local para ejecutar proyectos de inversión que respondan a las necesidades de desarrollo integral de la región (Sánchez Guzmán et al., 2006). Según el informe del Grupo Propuesta Ciudadana (2009), el destino de las inversiones públicas por parte del gobierno nacional entre el 2005 y 2007 ha sido principalmente en el sector transporte y comunicaciones que representa el 50% del gasto total, mientras que en el ámbito de desarrollo social se ha destinado el 18%.

Otro punto esencial es la formación del capital humano. De acuerdo con Sen (2000), este acompaña el crecimiento económico y permite crear las condiciones propicias para el desarrollo sostenible. Sin ello, los agentes de desarrollo son demasiado débiles e incapaces de vencer los obstáculos que el crecimiento socioeconómico exige de todos los actores presentes en el mercado turístico. Según un estudio del Observatorio Turístico del Perú (2009) en Cuzco existe una brecha entre la oferta y la demanda de recursos humanos en el sector hotelero de la ciudad. En esta investigación el Observatorio constató la existencia de una mano de obra con muy pocos recursos educativos y con pocas posibilidades de abrirse camino hacia condiciones socioeconómicas capaces de habilitarla para nuevos emprendimientos individuales o grupales, en un mercado dominado por cadenas hoteleras foráneas (un tema analizado en Figueroa et al., 2015). En esa línea, resulta interesante la investigación de Knight, et al. (2017) sobre la comparación de los discursos de desarrollo a nivel nacional en Perú y su contraste con las visiones locales de pobreza y turismo en comunidades rurales del Valle Sagrado en Cuzco. Sus resultados demuestran que existe una confrontación constante entre el desarrollo del turismo dominado por una economía neoliberal y una mayor presión de las empresas foráneas con las visiones y necesidades de las comunidades rurales.

A todo ello hay que añadir la existencia de lo que se suele llamar informalidad, es decir la inexistencia de reglas formales que garanticen a las prácticas turísticas desarrollarse ordenada y formalmente. Según un estudio realizado por Rodríguez y Higa (2010, p. 2) acerca de la informalidad en Perú, afirma que es uno de los países con la proporción más alta de la fuerza laboral bajo alguna forma de informalidad en América Latina. Según datos del INEI (2016, p. 79) la informalidad total es de 72.3% en 2014. En cuanto a los datos de la informalidad por actividad económica en 2014, el sector restaurantes y hoteles tiene una alta incidencia de informalidad, pues casi la mitad, 40%, de su Valor Agregado Bruto proviene del sector informal. Carlos Cana-

les, presidente de la Cámara Nacional de Turismo (Canatur) señala que alrededor del 72% de las empresas ligadas al sector turismo son informales (Gestión, 3 de octubre 2012). Una de las razones que explica esta situación, según De Althaus (2007), es la legislación laboral que impide, por su elevado costo para las empresas, que un mayor número de empresas y trabajadores sin derechos puedan formalizarse. Por lo tanto, la informalidad no es solo un problema de gestión empresarial, sino también la consecuencia de la producción de desigualdades socioeconómicas y culturales.

3.2 Trujillo (Departamento de La Libertad)

El Departamento de La Libertad está situado en la costa noroccidental del Perú. Su territorio abarca las tres regiones naturales: desde las costas del Océano Pacífico, pasando por las montañas escarpadas y abruptas de la sierra andina y finalizan en las tierras altas de la selva amazónica, con una población total de 1 778 080 habitantes. La diversidad de su geografía y los recursos variados de la naturaleza y un clima propicio para el desarrollo de la industria agroexportadora, han atraído a la región una población donde las posibilidades de trabajo y de riqueza son más favorables, principalmente en la ciudad de Trujillo y ciudades costeras de la región.

La ciudad de Trujillo, capital del Departamento de La Libertad es actualmente uno de los destinos turísticos en pleno auge en la costa norte de Perú. La ciudad de Trujillo es una ciudad activa y dinámica, y una de las ciudades más importantes de la costa norte por sus características económicas y culturales. Desde el punto de vista económico, Trujillo es el centro económico, comercial y agrícola más importante de la región, ello se explica por el auge de las agroexportaciones y por la recuperación de las principales haciendas azucareras (De Althaus, 2007, p. 111).

Desde el punto de vista cultural, Trujillo fue territorio de importantes civilizaciones prehispánicas (Cupisnique, Moche y Chimú) del cual se conservan valiosos objetos y monumentos arqueológicos que evidencian el elevado desarrollo que alcanzaron estos pueblos. Posteriormente, con la llegada de los conquistadores españoles, Trujillo fue una importante ciudad virreinal, fundada por el conquistador Diego de Almagro en 1534. Desde ese entonces, la fisonomía de la ciudad cambió completamente. La fusión de las culturas y costumbres prehispánicas y europeas le han dado a Trujillo unas características especiales que se aprecian en la riqueza de su patrimonio histórico, la cultura y tradiciones de sus pueblos y en la variedad de su gastronomía, elementos que la hacen atractiva a la mirada turística.

En los últimos años, la región ha hecho grandes esfuerzos para diversificar su oferta turística, se ha invertido en la recuperación y puesta en valor de impor-

tantes vestigios arqueológicos, despojados durante décadas por los huaqueros y vendedores informales de piezas arqueológicas. Gracias al esfuerzo y alianza del sector público y privado se han creado museos de vanguardia para atraer un mayor número de visitantes, y sus atractivos se han articulado desde 2008 en la ruta turística denominada Ruta Moche que incluye los Departamentos de La Libertad y Lambayeque para promocionar de manera conjunta los atractivos turísticos de la costa norte de Perú.

Los íconos arqueológicos más representativos de la región son: la ciudadela de Chan Chan, declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en 1986, al ser la ciudad de adobe más grande de América prehispánica; las Huacas del Sol y La Luna; el descubrimiento (en 2006) de la Señora de Cao, en el Complejo Arqueológico El Brujo, que según los estudios realizados se trataría de la primera mujer gobernante de la cultura Moche. Estos atractivos se complementan con playas como el balneario y pueblo de Huanchaco o tradiciones culturales tales como su famoso festival de La marinera.

Crecimiento del turismo

La demanda turística hacia la ciudad de Trujillo se ha duplicado en el periodo 1992-2015. Sin embargo, Trujillo como destino turístico atrae más al turista nacional que al extranjero. Según datos del Observatorio Turístico del Perú, que se presentan en el cuadro 4, el departamento recibió en 2015 un total de 623 mil 382 turistas, de los cuales 567 mil 476 son turistas nacionales y 55 mil 536 turistas extranjeros. Incluso se observa que la región recibe más turistas nacionales que Cuzco y los motivos son fácilmente comprensibles: la ciudad de Trujillo es más accesible en términos económicos para el turista nacional que Cuzco. Y como Trujillo está ubicada en la costa, el acceso es más fácil.

Cuadro 4. Departamento de La Libertad: Evolución del número de turistas 1992-2015

Año	Turismo Receptor Histórico	Turismo Interno Histórico	Total
1992	4 069	306 564	310 633
1993	8 318	316 658	324 976
1994	25 749	628 717	654 466
1995	52 598	767 924	820 522
1996	61 346	857 035	918 381
1997	51 197	793 809	845 006
1998	24 935	587 540	612 475
1999	31 091	556 639	587 730
2000	27 515	460 190	487 705
2001	32 955	452 150	485 105
2002	28 379	445 838	474 217
2003	39 612	563 407	603 019
2004	40 939	563 777	604 716
2005	42 266	564 147	606 413
2006	43 593	564 517	608 110
2007	44 920	564 887	609 807
2008	46 247	565 257	611 504
2009	44 735	565 627	610 362
2010	48 901	565 997	614 898
2011	50 228	566 367	616 595
2012	51 555	566 737	618 292
2013	52 882	567 106	619 988
2014	54 209	567 476	621 685
2015	55 536	567 846	623 382

Fuente: Elaboración propia con datos del Observatorio Turístico del Perú.

Llama la atención que, a mediados de la década de 1990, el crecimiento del turismo fue espectacular, llegando a recibir en total algo más de 918 mil visitantes en 1996. Los visitantes extranjeros aumentaron considerablemente ese mismo año. Sin embargo, los años siguientes descendió notablemente, no llegando a superar en la actualidad la cifra mencionada. Intentemos dar una explicación de estos insólitos hechos.

La primera idea es que, entre 1996 y 1998, el fenómeno del Niño afectó todo Perú y produjo importantes catástrofes en los Andes del Sur, siendo muy afectada

la región del Cuzco/Machu Picchu (Corporación Andina de Fomento, 2010). Ese hecho devastador tuvo efectos muy dañinos en el Sur, pero se volvió una bonanza en vastas regiones de la Costa en términos turísticos. Es decir, el Sur dejó de recibir sus visitantes y la Costa aprovechó esa circunstancia. Es, por cierto, una explicación catastrófica; no obstante, es muy realista para el país. Probablemente es el mismo fenómeno que da razón de la desaparición de culturas tan ricas y prósperas como la de Los Moches.

Con el objetivo de convertir la Ruta Moche en el segundo destino turístico internacional en Perú, el Mincetur destinó 11 millones de soles en 2008 para la ejecución de obras e infraestructura turística en el norte de Perú. Asimismo, el gobierno a través de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú) desarrolló un plan de *marketing* para incrementar el turismo internacional, con un presupuesto de 4 millones de soles para 2011 (Andina, 10 de agosto 2010). Lo cierto es que, pese a los esfuerzos hasta el momento, la Ruta Moche no ha logrado el impacto esperado. Los datos demuestran que el número de visitantes extranjeros al Departamento de La Libertad no registra un aumento notable (La República, 14 de julio 2014; Tnews, 2016).

Las practicas turísticas en el espacio económico

Si bien el turismo en la región es un sector dinámico gracias a la puesta en valor de su patrimonio, la participación del Turismo en el PIB regional, en términos porcentuales, no tiene peso muy importante. Los datos disponibles del INEI que se presentan en la Gráfica 2, demuestran que el sector turismo (representado por hoteles y restaurantes) ocupa el noveno lugar en contribución al PIB regional, con un aporte de 2.5% en 2016.

Gráfica 2. PIB del Departamento de La Libertad por sectores, 2016 (Porcentaje)

Fuente: Elaboración propia con datos estadísticos del INEI (2016).

Ello explica por qué otros sectores han crecido y adquirido mayor relevancia en la economía regional. En primer lugar, la manufactura que aporta 15.7% y en segundo lugar la agricultura con una participación de 14.3 %. La minería es la cuarta actividad más importante con un aporte de 11% al PIB regional y produce principalmente oro, entre otros minerales. Esta actividad permite a la región recibir ingresos por concepto de transferencia de canon minero que en 2016 registró 253 millones de soles (El Comercio, 1 de agosto 2017).

Pobreza y prácticas turísticas

La región presenta un nivel de desarrollo más elevado que el resto de las regiones peruanas y se encuentra en un nivel intermedio en cuanto a niveles de pobreza y desarrollo humano. Según datos del INEI (2017), que se aprecian en el cuadro 5, la pobreza monetaria total se ha reducido de 37.3% en el 2007 a 23.5% en el 2017, aunque aún supera el promedio nacional.

Los datos económicos dan muestra del crecimiento favorable y dinámico especialmente en la costa, precisamente en la ciudad de Trujillo mientras que las poblaciones de las zonas periféricas y en las provincias de la sierra tienen condiciones de vida más precarias. Por ejemplo, según el Mapa de Pobreza Provincial y Distrital elaborado

por el INEI en el 2009, la provincia con menor pobreza es Trujillo con 21.5% de pobreza total. Dentro de la provincia de Trujillo, el distrito de Moche (donde se ubica el complejo arqueológico Huacas de Moche), la pobreza alcanza al 33.7% de la población. Mientras en las provincias más alejadas como Julcán la pobreza total alcanza el 77% de la población. Esa diferencia de desarrollo, como señala Cotler et al. (2009) puede deberse a una marcada desintegración del territorio por la falta de infraestructura vial que conecte la costa con el interior de la región.

Con relación a indicadores sociales de salud y educación, se observa que la región ha hecho grandes progresos en comparación a Cuzco. Por ejemplo, la tasa de analfabetismo ha disminuido de 8.3% en 2009 a 6% en 2015, igual al promedio nacional. Aunque todavía queda mucho por mejorar, en cuanto a niveles de desnutrición y mortalidad infantil que muestran niveles que superan el promedio nacional (ver cuadro 5).

Cuadro 5: Principales indicadores sociales del Departamento de La Libertad y Perú

	La Libertad	Perú
Pobreza monetaria total (%)		
2007	37.3	39.3
2017	23.5	21.7
Tasa de desnutrición crónica niños menores de 5 años (%)		
2009	27.2	23.8
2015	15.9	14.4
Tasa de analfabetismo de 15 a más años de edad (%)		
2009	8.3	7.6
2015	6.0	6.0
Anemia en niños menores de 5 años (%)		
2009	36.9	37.2
2015	24.7	32.6
Tasa de mortalidad infantil (por cada 1 000 nacidos vivos)		
2014	24	23

Fuente: Elaboración propia con datos del INEI (2017).

En ese sentido la puesta en valor del patrimonio arqueológico y cultural de la región ha significado un importante beneficio y una oportunidad para revalorar la identidad e integrar a la población local en la gestión de las actividades turísticas. Por ejemplo,

Morales Gamarra (2010) director del proyecto arqueológico Huaca de la Luna, explica que este proyecto cuenta con un programa importantísimo para la región, porque abarca cuatro áreas específicas: arqueología, conservación y acondicionamiento, uso público y desarrollo comunitario. Estos cuatro aspectos conforman una nueva estrategia de gestión y manejo pensando en beneficiar a la comunidad local. Y, de hecho, según el autor, este proyecto es un polo de desarrollo económico y social al haber generado puestos de trabajo directo e indirecto que favorecen a la población local. Morales Gamarra también explica que el 90% de los ingresos generados por concepto de visitas son reinvertidos en las actividades del proyecto y en obras públicas a favor de la comunidad.

Por otra parte, Trivelli y Hernández (2009) critican la reducida inversión por parte de las autoridades locales en los proyectos arqueológicos de la región. También señalan la falta de involucramiento por parte del Ministerio de Cultura limitándose principalmente a aspectos normativos, dejando mayor libertad a las fundaciones privadas en la gestión del patrimonio. Por lo tanto, en el caso de las Huacas de Moche y Magdalena de Cao el mayor grado de involucramiento lo integran las fundaciones nacionales y extranjeras, y en menor medida el Gobierno central y regional.

4. Perspectivas comparativas generales

Ambas regiones analizadas tienen rasgos comunes, por ejemplo: grandes riquezas en recursos patrimoniales, arqueológicos y naturales, con una base demográfica amplia. En los últimos 15 años han experimentado un crecimiento económico espectacular gracias a la explotación de recursos minerales y grandes proyectos agroindustriales. En ambos casos no son las prácticas turísticas que sirven de motor principal a la producción de riqueza regional, ni siquiera en el eje Cuzco/Machu Picchu. Las inversiones mineras y la agricultura prevalecen si las comparamos con el sector turismo. Como resultado de ello, los dos departamentos analizados, sobre todo Cuzco, reciben sumas importantes de dinero a través del llamado “canon minero”.

Ahora bien, las actividades mineras están sometidas a un régimen fiscal que las obliga a otorgar al Estado y a las regiones donde se encuentran ciertos réditos - canon minero - mientras las actividades turísticas recogen sus beneficios por impuesto común y corriente, de tal manera que la riqueza generada por las prácticas turísticas obedece simple y llanamente a las reglas del mercado. El Ministerio de Cultura administra una parte importante de los ingresos por concepto de boletos a los sitios arqueológicos e impuestos locales, que son reinvertidos en su mantenimiento.

Ambas regiones tienen problemas persistentes de pobreza y desarrollo social. La pobreza se concentra en el ámbito rural donde la población experimenta profundas privaciones. En ambos casos, como lo prueban las estadísticas analizadas, son las decisiones políticas las que van a determinar el grado de inversión en el desarrollo social de estas regiones.

El caso más preocupante corresponde a Cuzco, principal destino turístico internacional en Perú. Las enormes deficiencias en salud y educación no permiten a la población participar cabalmente y sacar provecho de la riqueza producida por el turismo, relegando a parte de la población hacia los espacios de la informalidad y de la supervivencia, engrosando los grupos sociales considerados pobres o por debajo de los niveles de pobreza. Por lo tanto, la relación entre informalidad y pobreza amerita una investigación más profunda.

En el Departamento de La Libertad y precisamente en la ciudad de Trujillo las condiciones socioeconómicas en general son más aceptables. Tiene menores niveles de pobreza socioeconómica. Su nivel de desarrollo educativo es más alto que los encontrados en Cuzco. No obstante, existe una importante bolsa de población socioeconómicamente pobre, generalmente ubicada en las zonas periféricas de la ciudad y en los alrededores de los centros arqueológicos más importantes. En ese sentido, el crecimiento del turismo y la puesta en valor de sus monumentos arqueológicos pueden significar un aporte importante para reducir la pobreza de las comunidades locales en los próximos años.

5. Conclusiones

Las lecciones obtenidas con base en el análisis de ambos casos en Perú demuestran la compleja relación entre el turismo y la pobreza; es decir, el incremento del turismo no va a resolver automáticamente los preocupantes problemas sociales, tal como lo señala el discurso generalizado de los organismos internacionales. Por lo tanto, las prácticas turísticas aún no pueden ser consideradas como el gran motor del desarrollo socioeconómico de las respectivas regiones.

En ese sentido, las regiones que no permiten o dificultan el acceso a la educación y a los bienes y servicios elementales son víctimas de su propio abandono. No se trata, pues, solamente de crear las condiciones para que las prácticas turísticas puedan llevarse a cabo en una región, sino más bien de proporcionar a los individuos o grupos los instrumentos de su propio desarrollo y capacitarlos para que el desarrollo

sea parte integrante de su porvenir como individuos o grupos activos y dinámicos en la región.

Perú tiene un enorme desafío en lograr que el crecimiento del turismo se integre a un proyecto de desarrollo territorial, que contribuya a la lucha contra la pobreza, desarrollando espacios humanos de forma sostenible principalmente en las zonas rurales *laissées pour compte*.

Referencias

- Alkire, S. y Foster, J. (2007). Counting and Multidimensional Poverty Measurement, *OPHI Working Paper* 7(32), 1-44. Recuperado de <https://bit.ly/3eAb8ir>
- Andina (10 de agosto de 2010). *Impulsarán Ruta Moche como segundo destino turístico del Perú*. Andina-Agencia Peruana de Noticias. Recuperado de <https://bit.ly/2xwGHcE>
- Carnaffan, S. J. (2010). *Peru: Land of the Incas? Development and Culture in Responsible, Homestay Tourism in Peru* (tesis de doctorado). Newcastle University, Inglaterra, Reino Unido.
- Christin, R. (2010). *Manuel de l'antiturisme*. Montreal, Canadá: Éditions Écosociété
- Corporación Andina de Fomento (2010). *El Fenómeno del Niño 1997 - 1998 memoria, retos y soluciones. Vol. V: Perú*. CAF. Recuperado de <https://bit.ly/2Vmy0L4>
- Cotler, J. Barrenechea, R. Glave, M. Grompone, R. y Remy, M. I. (2009). *Poder y Cambio en las Regiones*. Lima, Perú: IEP, PNUD (Cuadernos PNUD. Serie Desarrollo Humano N° 15).
- De Althaus, J. (2007). *La revolución capitalista en el Perú*. Lima, Perú: Fondo de Cultura Económica.
- Dehoorne, O. (2013). Tourisme et lutte contre la pauvreté: opportunités et défis. *Revue Études Caribéennes*, 24-25. Recuperado de <https://bit.ly/3crZkgv>
- De Kadt, E. (1991). *Turismo: ¿pasaporte al desarrollo?: Perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo en los países en vías de desarrollo*. Madrid, España: Endymion.
- El Comercio. (31 de enero 2010). *Cusco en crisis: Machu Picchu requiere una decisión política para evitar desastre*. Recuperado de <https://bit.ly/2RJvfkH>
- El Comercio. (1 de agosto de 2017). *Regiones recibieron S/ 1.862,7 millones por canon minero*. Recuperado de <https://bit.ly/3exS58u>
- Figueroa, J., Arellano, A. y Tello, S. (2015). Développement touristique ou reproduction sociale de la pauvreté: Les leçons de Cuzco, Pérou, *Téoros*, 33(2), 1-47. Recuperado de <http://journals.openedition.org/teoros/2679>

- Gascón, J. (2012). Introducción: Apuntes para un análisis crítico del turismo. En J. Buades, E. Cañada y J. Gascón, *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces* (pp. 11-21). Madrid: Foro Turismo Responsable.
- Gascón, J. y Cañada, E. (2005). *Viajar a todo tren: turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Barcelona, España: Icaria Editorial.
- Gascón, J., Morales, S. y Tresserras, J. (Eds.) (2013). *Cooperación en turismo. Nuevos desafíos, nuevos debates*. Barcelona, España: Foro de Turismo Responsable.
- Gestión. (3 de octubre de 2012). *El 72% de las empresas ligadas al turismo es informal*. Recuperado de <https://bit.ly/2VDJJ6S>
- González Velarde, F. (2017). Estado y modelo de desarrollo turístico en la costa Norte del Perú: El caso de Máncora, *Piura, Pasos*, 15(4), 867-88. doi: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2017.15.059>
- Goodwin, H. (2013). Turismo y reducción de la pobreza. En J. Gascón, S. Morales y J. Tresserras (Eds.), *Cooperación en turismo. Nuevos desafíos, nuevos debates* (pp. 387-405). Barcelona, España: Foro de Turismo Responsable.
- Grupo Propuesta Ciudadana (2009). *Gasto público y canon en el Perú. Análisis y recomendaciones para el mejor aprovechamiento de las rentas del Gas de Camisea*, Lima, Perú: Grupo de Propuesta Ciudadana, CBC. Recuperado de <https://bit.ly/34OLcvm>
- Hawkins, D. E. y Mann, S. (2007). The World Bank's role in tourism development. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 348-363.
- Herrera, J. (2002). Introducción. Pobreza y desigualdad en el área andina. Elementos para un nuevo paradigma. *Bulletin de l'Institut Français d'Études Andines*, 31(3), 413-428.
- Huaita Alfaro, A. M. (2012). Ecoturismo y desarrollo humano: el caso de una asociación privada con la comunidad de infierno, *Turismo y Patrimonio*, 7, 23-31.
- Hummel, J. y Van der Duim, R. (2012). Tourism and development at work: 15 years of tourism and poverty reduction within the SNV Netherlands development organisation. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), 319-338.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2015). *Mapa de pobreza distrital y provincial 2013*, Lima, Perú: INEI. Recuperado de <https://bit.ly/2VnGaTv>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2016). *Producción y empleo informal en el Perú. Cuenta satélite de la economía informal 2007-2015*. Lima, Perú: INEI. Recuperado de <https://bit.ly/3el76F4>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2017). *La Libertad compendio estadístico 2017*. Lima, Perú: INEI. Recuperado de <https://bit.ly/2yvy5mn>

- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2018a). *Perú: Crecimiento y distribución de la población, 2017. Primeros resultados*. Junio 2018. Lima, Perú: INEI. Recuperado de <https://bit.ly/2RMIYai>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2018b). *Evolución de la pobreza monetaria 2007-2017*. Informe Técnico. INEI. Recuperado de <https://bit.ly/2RNevZV>
- Jurdao Arrones, F. (1992). *Los mitos del turismo*. Madrid, España: Ediciones Endymion.
- Knight, D.W., Cottrell, S.P., Pickering, K., Bohren, L y Bright, A. (2017) Tourism-based development in Cusco, Peru: comparing national discourses with local realities, *Journal of Sustainable Tourism*, 25(3), 344-361, DOI: 10.1080/09669582.2016.1213269
- La República. (14 de julio 2014). *Ruta Moche aún no logra ser el segundo destino turístico del país*. Recuperado de <https://bit.ly/34Npnfq>
- Lima, S., García, C. y Eusebio, C. (2012). El turismo como una estrategia para el mundo en desarrollo: el Programa UNWTO. Volunteers. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(3), 303-314.
- Lima, S. (2014). *International Cooperation for Development in Tourism Destinations* (tesis de doctorado). Universidad de Aveiro, Aveiro, Portugal.
- Mendoza N. A., Passuni P. S. y De Echave, J. (2014). *La minería en el Sur Andino: el caso de Cusco*. Lima, Perú: CooperAction- Acción solidaria para el desarrollo.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur). (2016). *Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025 (Pentur)*. Lima, Perú: Mincetur. Recuperado de <https://bit.ly/2VkuEDC>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur). (s.f). *Estadísticas en línea*. Recuperado de <http://www.mincetur.gob.pe>
- Morales Gamarra, R. (2010). Entre el Sol y La Luna: Huacas de Moche, arqueología, conservación y desarrollo. *Gaceta Cultural del Perú*, (41), 12-15.
- Observatorio Turístico del Perú. (2009). *Badatur estadísticas*. Recuperado de <http://www.observatorioturisticodelperu.com>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2003). *Turismo y atenuación de la pobreza*. Madrid, España: OMT.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2005). *Turismo, microfinanzas y reducción de la pobreza*. Madrid, España: OMT -PlaNet Finance.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2010). *Manual on Tourism and Poverty Alleviation – Practical Steps for Destinations*. Madrid, España: OMT.

- Rodríguez, J. e Higa, M. (2010). *Informalidad, empleo y productividad en el Perú*. (Documento de trabajo n°282). Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de <https://bit.ly/2RO2CTu>
- Sánchez Guzmán, E., Muennekhoff, B. y Ricard Lanata, X. (2006). *Propuesta para el gobierno regional 2007-2010. Región Cusco*. Lima, Perú: CIES / CBC.
- Scheyvens, R. (2007). Exploring the Tourism-Poverty Nexus. *Current Issues in Tourism*, 10(2-3), 231-254.
- Scheyvens, R. y Russell, M. (2012). Tourism and poverty alleviation in Fiji: comparing the impacts of small- and large-scale tourism enterprises. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), 417-436.
- Sen, A. (2000). *Desarrollo y libertad*. Barcelona, España: Editorial Planeta.
- Tnews (22 de agosto 2016). *Cifra de turistas en la Ruta Moche no despega*. Recuperado de <https://bit.ly/3afxzpW>
- Trivelli, C. y Hernández Asencio, R. (2009). Apostando por el desarrollo territorial rural con identidad cultural: La puesta en valor del patrimonio prehispánico de la costa norte de Perú. En Ranaboldo, C. y Schejtmann, A. (Eds.), *El valor del patrimonio cultural. Territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas* (pp. 201-307). Lima, Perú: IEP, Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.
- United Nations Development Programme (UNDP). (2011). *Tourism and Poverty Reduction Strategies in the Integrated Framework for Least Developed Countries*. Discussion paper. Recuperado de <https://bit.ly/2xwFpyk>
- Urry, J. (2004). *La mirada del turista*. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres.
- Valcárcel, L. E. (2009). *Machu Picchu. El más famoso monumento arqueológico del Perú*. Lima, Perú: Fondo de Cultura Económica del Perú.

ESTRUCTURA TERRITORIAL DEL TURISMO EN LA REGIÓN PALENQUE-CASCADAS DE AGUA AZUL, CHIAPAS, MÉXICO

JOSUÉ ROBERTO GARZA TOVAR
jossagarzz@yahoo.com.mx

ÁLVARO SÁNCHEZ CRISPÍN
ascrispin@yahoo.com

ALICIA FIGUEROA ENCINO
alice_figueroa369@yahoo.com.mx
Universidad Nacional Autónoma de México

Resumen

Este artículo examina la estructura territorial del turismo en la región Palenque-Cascadas de Agua Azul, Chiapas, con uno de los sitios arqueológicos más visitados en México, Patrimonio de la Humanidad por la Unesco y dos áreas naturales protegidas. Los hallazgos de la investigación documental y de campo muestran un hecho paradójico: la fuerte conexión terrestre del área de estudio con otros circuitos turísticos en la Ruta Maya y en Chiapas, frente a la desarticulación espacial de su oferta turística, lo que restringe los eslabonamientos productivos del turismo con la economía local.

Palabras clave: estructura territorial, turismo, Palenque-Cascadas de Agua Azul, Chiapas, México

TERRITORIAL STRUCTURE OF TOURISM IN THE REGION PALENQUE-CASCADAS DE AGUA AZUL, CHIAPAS, MEXICO

Abstract

This article examines the territorial structure of tourism in the Palenque-Cascadas de Agua Azul of Chiapas, a region with one of the most visited Mayan cities in Mexico, Unesco World Heritage Site, and two natural protected areas. Based on documentary research and field work, carried out between 2017 and 2019, the main findings show a contradictory fact: while the study area has strong land-connections with other tourist destinations in the Mayan Route, at the same time, it shows weak spatial links among its own tourist resources, which constrains the productive relevance of tourism in the local economy.

Key words: territorial structure, tourism, Palenque-Cascadas de Agua Azul, Chiapas, Mexico

Fecha de recepción: 10 de enero de 2020. *Fecha de aceptación:* 30 de marzo de 2020

CÓMO CITAR: Garza, J. R., Sánchez-Crispín, A. y Figueroa, A. (2020). Estructura territorial del turismo en la región Palenque-Cascadas de Agua Azul, Chiapas, México. *Dimensiones Turísticas*, 4(6), 63-90. <https://doi.org/10.47557/ZDXF5859>

1. Introducción

México compite en el mercado turístico internacional con un número creciente de países que anualmente incorporan productos similares o novedosos y que, en varios casos, gozan de una mejor imagen para el turista internacional. Por tanto, el gobierno mexicano ha diversificado la oferta nacional de recursos para el turismo a fin de mantener la competitividad de este sector económico, tercera fuente de divisas extranjeras (Coll-Hurtado, 2016; Velázquez y Cardona, 2017).

En este tenor, entidades federativas que antes poco figuraban en el escenario turístico nacional hoy acogen grandes inversiones públicas y privadas, entre ellas, Chiapas que, pese a ser una de las más pobres y tener una historia reciente de conflictos políticos y sociales, registra un flujo sostenido de turistas (Sectur, 2018). En tal entidad se localiza la región Palenque-Cascadas de Agua Azul (RPA) que contiene la cuarta zona arqueológica más visitada en el país y única en Chiapas decretada por la Unesco como Patrimonio de la Humanidad, a la que se asocian dos áreas naturales protegidas federales. Estos escenarios fueron considerados por el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur), a principios de siglo, para construir un Centro Integralmente Planeado para el turismo, similar a Cancún y Los Cabos, pero bajo el binomio de arqueología y selva que, aunque inconcluso, estimuló la construcción de un aeropuerto internacional, en 2014, el proyecto de una autopista a San Cristóbal de Las Casas y remodelaciones del equipamiento urbano y turístico. A esto se suma la incorporación, en 2015, de la cabecera municipal de Palenque al programa Pueblos Mágicos de México de la Secretaría de Turismo federal, así como el anuncio del Tren Maya, uno de los megaproyectos turísticos más ambiciosos del nuevo sexenio presidencial (2018-2024).

Tal escenario proyecta a la RPA como uno de los espacios turísticos más dinámicos en Chiapas en función de sus flujos de capitales y turistas. Empero, carece de un interés en el ámbito científico social, en general, y en la geografía mexicana, en particular. En consideración de lo anterior, el propósito de la investigación consiste en identificar, por un lado, los elementos físico-culturales que hacen de este lugar un sitio preferencial para el turismo en México y, por otro, los patrones territoriales generados por este.

El artículo contiene las siguientes secciones: el soporte teórico-metodológico de la investigación; el contexto geográfico regional ligado con el turismo; el nodo turístico con su oferta de recursos, servicios y vías de comunicación; su arreglo espacial en el ámbito urbano y rural; el patrón geográfico de movilidad de los turistas y, al final,

con base en cada uno de estos componentes, se revela la estructura territorial de tal sector económico, junto con el mapa que los sintetiza. Los hallazgos señalan, por un lado, la posición estratégica y fuerte conexión terrestre del área de estudio con respecto a la Selva Lacandona y la Ruta Maya, que brindan un contexto favorable para el crecimiento del turismo. Por otro lado, se exhibe la desarticulación espacial interna de esta actividad, debido a la implantación de un esquema masivo y selectivo, donde tres perímetros bien acotados en la ciudad de Palenque y dos de 14 centros ecoturísticos identificados en campo monopolizan la promoción, el equipamiento y los flujos de turistas, incluidos en casi el único tour para visitar la RPA y a los que el 80% de los viajeros encuestados restringió su visita. El panorama anterior, se concluye, entorpece los eslabonamientos productivos del turismo con la economía local y conduce a la saturación de visitantes en unos pocos lugares, mientras que excluye a la mayoría de estos de la dinámica turística regional.

2. Marco teórico-metodológico

En geografía, el concepto de *organización territorial* se desarrolla en la Unión Soviética, desde la primera mitad del siglo XX, con fines de planeación espacial, regionalización económica y aprovechamiento del medio físico (Buch-Hanson y Nelson, 1985). Más tarde, en los años 80, se emplea para examinar la industria y la agricultura, dentro del marco de la geografía regional (Privalovskaya, 1983; Kostrowicki, 1986). En términos generales, esta herramienta teórica permite estudiar la realidad a partir de dos dimensiones (Kostrowicki, 1986): una abstracta, compuesta por los procesos territoriales que se refieren a la conformación histórica del espacio geográfico. La otra es la parte concreta representada por las estructuras territoriales que materializan los objetivos, intereses y expectativas de la sociedad, en términos políticos, sociales y económicos (Kostrowicki, 1986).

Este trabajo emplea este último concepto para estudiar el turismo, por lo que vale la pena agregar que, en geografía económica, la estructura territorial identifica el carácter espacial de un sector económico en las etapas de producción, consumo y distribución, junto con sus inherentes ventajas e inconvenientes (Sánchez, Mollinedo y Propin, 2012; Mollinedo, 2014; Garza y Sánchez, 2015; Yurkievich y Sánchez, 2016). En específico, Propin y Sánchez (2001, p. 149), aluden que tal concepto sintetiza los “rasgos distintivos del espacio geográfico”, por lo que puede expresarse en lenguaje cartográfico y evidenciar las contradicciones sociales de un lugar y sus interacciones en escalas diversas.

Con relación al turismo, la estructura territorial examina los elementos físicos, técnicos y humanos necesarios para su implantación y expansión en un sitio o región específica (Gallegos y López, 2004). Esto tiene que ver con tres situaciones: una, el acomodo espacial de la oferta de recursos y servicios turísticos; dos, la eficiencia de las vías de comunicaciones y transportes que permiten el arribo, desplazamiento y salida de los turistas y, tres, la intensidad de los flujos de bienes y visitantes en el ámbito nacional e internacional (Sánchez, Mollinedo y Propin, 2012).

Para examinar los elementos anteriores se siguió una metodología que constó de una parte documental y otra de campo. La primera se basó en la consulta de bibliografía, estadísticas y cartografía del medio natural, socioeconómico y turístico del área de estudio. Esto se completó con programas de tipo ambiental y urbano de seis organismos oficiales: Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conanp), Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur), Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat), Secretaría de Turismo (Sectur) y Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) para detectar los aspectos técnicos y socioeconómicos de los proyectos de infraestructura y turismo.

En forma paralela, se revisaron guías, revistas y mapas turísticos de la RPA, así como las páginas web de los gobiernos estatal y municipal, empresas privadas (hoteles, restaurantes, agencias de viaje y empresas comunitarias de ecoturismo) y de *TripAdvisor*. La finalidad fue identificar la oferta turística en el área de estudio, las imágenes y discursos con que se venden al viajero y las experiencias y opiniones de los turistas acerca de los lugares que visitaron y los servicios que contrataron en el área de estudio.

El trabajo de campo incluyó cinco visitas a la RPA, entre 2017 y 2019, para corroborar y ampliar la información de gabinete. Se efectuaron tres en temporada alta (vacaciones de verano, Semana Santa y fin de año) y dos en baja (mayo-junio y noviembre) con el propósito de apreciar los contrastes en la dinámica turística entre ambos períodos. En las salidas se visitaron, en *tours* y por cuenta propia, los recintos naturales y culturales de interés para el turismo y se llevaron a cabo las actividades de investigación siguientes: una, recopilación y análisis de hemerografía local y publicidad turística; dos, identificación de los centros ecoturísticos y registro de los tiempos, costos y formas de traslado a cada uno; tres, observación participante sobre las conductas de los viajeros en cuanto a su estancia, medio de transporte y consumo; cuatro, aplicación de 20 entrevistas semi-estructuradas a personajes clave del sector para conocer los retos, problemas y proyectos actuales de éste en la escala muni-

cial y regional. El universo de las entrevistas englobó dos delegados de turismo de la Región Selva, dos secretarios de la Oficina de Turismo Municipal en Palenque, 13 propietarios y empleados de hoteles, restaurantes y transportadoras turísticas, y tres comisariados ejidales en Cascadas de Agua Azul, Misol-Há y Welib-Há.

En forma complementaria, se aplicaron 102 encuestas a turistas nacionales (58) y extranjeros (44), seleccionados de manera aleatoria, a lo largo de los sitios representativos del turismo en la RPA, como en los aún no masificados por dicha actividad. La encuesta se centró en distinguir el tipo de turista que los visita y los elementos significativos de su viaje desde una óptica espacial. Paralelamente, se examinaron 25 *tours* y paquetes de viaje hacia el área de estudio, compilados de internet e *in situ*, para obtener un panorama más amplio sobre los itinerarios, costos y el patrón desplazamiento de los viajeros.

3. Rasgos físico-geográficos

La RPA se ciñe a los municipios de Palenque y Salto de Agua (figura 1) y, en términos geomorfológicos, se localiza en la unión de dos grandes provincias fisiográficas: Llanura Costera del Golfo y Sierras del Norte de Chiapas. Esto crea un paisaje de planicies, mesetas y montañas, favorable para el turismo por los contrastes que posee el relieve, cuya altitud asciende hacia el sur, desde el nivel del mar hasta 1 500 msnm. La morfología es de composición caliza y está sometida a un intenso plegamiento con *sinclinales y anticlinales* en dirección noroeste-sureste (Morales, Priego y Bollo, 2017). El relieve resultante se distingue por barrancos y valles paralelos, dispuestos en bloques fracturados y escalonados con pendientes pronunciadas que facilitan la erosión fluvial y el modelado kárstico (Niño, Gallegos y Castillo, 2008; Semarnat y Conanp, 2017). Estos procesos, combinados con la hidrología del lugar, producen escenarios naturales de primer orden para el turismo.

Figura 1. Localización de la región turística Palenque-Cascadas de Agua Azul.

Fuente: Elaboración propia con base en datos cartográficos del INEGI.

Según la clasificación de Köppen, el clima predominante en la RPA es *cálido-húmedo* con lluvias todo el año (Af), con una temperatura media anual superior a los 26°C y la del mes más frío, rara vez descende de 20°C (García, 2004). Tales condiciones garantizan un escenario tropical a lo largo del año, bien aquilatado por turistas provenientes de climas fríos, sobre todo en invierno. Por lo que respecta a la precipitación, la media anual excede de 3 000 milímetros en varios puntos del área de estudio que la colocan como una de las zonas más húmedas en territorio nacional (Conagua, 2016). El 70% del volumen se reparte de mayo a octubre, lo que facilita el desplazamiento de los turistas en la época seca cuando se registran las temporadas altas para el turismo (fin de año y Semana Santa).

El área pertenece a la región hidrológica Frontera Sur, la de mayor disponibilidad y escurrimiento superficial en México (Conagua, 2016). Esto asegura profusos cuerpos de agua susceptibles de incorporarse a la actividad turística; entre ellos una red extensa de drenajes perennes y caudalosos, como los ríos Bascán, Chacamax, Nututún, Shumulhá y Tulijá, contenidos en la vertiente del Golfo de México y en la cuenca hidrológica Grijalva y Usumacinta, la más grande y caudalosa en Mesoamérica.

La RPA forma parte del Corredor Biológico Mesoamericano que enlaza las zonas más importantes en biodiversidad del sureste mexicano y América Central. En la RPA, tal cualidad explica la presencia del Parque Nacional Palenque (1 771 ha) y el Área de Protección de Flora y Fauna Cascadas de Agua Azul (2 580 ha); ambas remanentes de selvas altas y medianas perennifolias en las que subsisten, en cada una, cerca de 400 especies de plantas vasculares y 600 vertebrados terrestres, de los que 20% gozan de protección especial y 3% son endémicos (Gómez, Pérez, Espinoza y Márquez, 2015; Semarnat y Conanp, 2017). Estos datos ilustran el potencial de tales lugares para el turismo, pero también su fragilidad ecológica.

4. Sociedad, economía y turismo

La población del área de estudio refleja un aumento exponencial en el último medio siglo: de 45 mil habitantes, en 1970, a más de 180 mil en la actualidad (INEGI, 2015). Tal contingente se concentra en un 65% en Palenque; particularmente en su cabecera municipal, único conglomerado urbano en la RPA, con cerca de 50 mil habitantes. El resto de la zona estudiada se compone por más de mil localidades con menos de 2 mil 500 habitantes en las que reside el 61% de la población en Palenque y el 91% en Salto de Agua (INEGI, 2015). La mayoría de tales asentamientos conforma ejidos, cuya relevancia para esta investigación estriba en los recursos naturales que albergan para el turismo.

La composición étnica de la RPA es una de las más elevadas en México. Tanto en Palenque como en Salto de Agua, las personas que hablan alguna lengua nativa y que, además, se reconocen como indígenas corresponden al 44% y 90% de la población, en ese orden, en donde los grupos predominantes son de origen maya ch'ol y tzeltal (INEGI, 2015). Sin embargo, otro rasgo de la RPA radica en la pobreza bajo la que subsisten el 77% de los habitantes en Palenque y el 91% en Salto de Agua (Coneval, 2016). De ahí el interés del gobierno estatal por promover el turismo, para generar empleos e infraestructura y contrarrestar tal panorama.

Aún predominan las actividades primarias en la RPA con siete de cada diez habitantes, en particular en el sector agropecuario que ocupa el 60% de la población económicamente activa (PEA) (INEGI, 2015). En agricultura, el 82% de la superficie cosechada es de temporal y subsistencia de tres productos básicos: maíz, frijol y chile (Sagarpa, 2016). Se añaden el café, con rendimientos bajos y tecnología deficiente y, en forma creciente, la palma africana para la industria de los alimentos y cosméticos (Escobar, 2010; Gobierno del Estado de Chiapas, 2013).

La cría de ganado bovino conforma la actividad económica preponderante en términos de extensión, valor y volumen de producción, sobre todo, en forma extensiva con productividad baja (Gobierno del Estado de Chiapas, 2013). Esta se emplaza sobre los pastizales inducidos por el desmantelamiento de la selva en más de la mitad del área, lo que contrasta con el 10% de la superficie agrícola (Escobar, 2010; INEGI, 2017). Las actividades terciarias se restringen al núcleo urbano de Palenque. Por ser cabecera municipal y centro económico-administrativo de la *Región XIII Maya*, reúne una PEA terciaria más relevante (40%) que Salto de Agua (15%) (INEGI, 2017). En ambos casos, casi tres cuartas partes laboran en los servicios, varios concernientes al turismo, como en hoteles y restaurantes.

En relación con esta actividad económica, aunque la RPA capta los primeros flujos de turistas en los años 80, cuando se decreta la zona arqueológica de Palenque como Parque Nacional (1981) y Patrimonio de la Humanidad (1987), su despegue como destino turístico acontece en los años 90, con el levantamiento armado zapatista que, en forma sorprendente, atrae a miles de turistas nacionales y foráneos a Chiapas y motiva la habilitación de carreteras en la entidad (Coronado, 2008). Posteriormente, el gobierno mexicano promueve grandes planes de infraestructura orientados a la integración económica del sur-sureste mexicano, como Mundo Maya, Proyecto Mesoamérica, Corredor Biológico Mesoamericano y Zonas Económicas Especiales, a partir de los que se modernizan carreteras, puertos aéreos y marinos que mejoran la conectividad de Chiapas con el país e incentivan la llegada masiva de turistas nacionales y capitales ligados con el turismo, como el de hospedaje (Villafuerte, 2004; Garza y Sánchez, 2015).

En este contexto, el gobierno chiapaneco anuncia en los primeros años del siglo XXI el Centro Integralmente Planeado para el turismo (CIP) Palenque-Cascadas de Agua Azul, cuyo fin era crear el primer parque turístico eco-arqueológico de México (Fonatur, 2006). El plan maestro incluía, en más de 20 mil hectáreas, hoteles ecológicos tipo *resort*, miradores escénicos, teleférico, campo de golf, parque acuático y el reforzamiento de la conectividad con otros nodos turísticos regionales (Fonatur, 2012). Sin embargo, tal equipamiento no se concluyó debido a recortes presupuestales en las instituciones federales y estatales de turismo (Libert, 2019), excepto un aeropuerto, cinco kilómetros al norte de la zona arqueológica de Palenque.

En el sexenio pasado, el CIP Palenque se integró al Plan de Infraestructura 2014-2018, pero como uno exclusivamente cultural, igual que dos recintos arqueológicos de la Península de Yucatán: Chichen Itzá y Calakmul (SCT, 2014). Este contempló una inversión federal de 67 millones de dólares sobre 1,040 hectáreas, lo que supuso la

continuación del proyecto original, pero con una envergadura menor con la remodelación de los accesos a la zona arqueológica y a la cabecera municipal que, en 2015, se integró al programa Pueblos Mágicos de la Secretaría de Turismo.

5. El nodo turístico

5.1 Recursos

La singularidad del área de estudio con respecto al turismo radica en la zona arqueológica de Palenque, cuyo referente más amplio lo compone la cultura maya, producto ya afianzado en el mercado turístico internacional (Sánchez y Propin, 2010). A esto se agrega que tal recinto es una de las “cunas” del Período Clásico Maya (250-900 d.C.), junto con Tikal, en Guatemala, Copan en Honduras y Calakmul, en Campeche y uno de los centros ceremoniales de mayor extensión, acervo arquitectónico, desarrollo urbano y jeroglíficos en Mesoamérica (Díaz, 2009). En 2017, Palenque captó casi un millón de turistas (920 470) que lo ubicaron como el cuarto sitio arqueológico más concurrido en el país, detrás de Teotihuacán, Chichén Itzá y Tulum (INAH, 2018). Tal contexto ilustra su peso en el mercado turístico nacional y el interés oficial de apuntalarlo como el epicentro del turismo en Chiapas (Fonatur, 2006).

Por lo que respecta al medio físico, hay tres elementos del bosque tropical de interés para el turismo: los recursos hídricos, la cubierta vegetal y la fauna. De los primeros, hay áreas someras y sin corrientes empleadas por turistas y residentes como balnearios naturales, ante el ambiente bochornoso que impera todo el año. Se suma la coloración turquesa del agua, por la disolución y combinación de materiales calcáreos con otros minerales, al menos en la época seca del año (noviembre-abril), cuando el arrastre de sedimentos es menor, lo que acrecienta su valor panorámico. El relieve escarpado origina que los ríos precipiten por taludes, de entre 5 y 30 m de altura; esto crea rápidos y cascadas escalonadas para natación, buceo, kayak, *rafting* y saltos de agua (práctica local que consiste en brincar río abajo de una poza a otra).

En cuanto a la vegetación, la RPA se publicita, por el sector público y privado, como un “paraíso tropical”, “rodeada de naturaleza” o “enclavada en el corazón de la selva”, a través de eslóganes que la presentan como un escenario casi virgen donde el viajero puede “convivir”, “sumergirse” o “entrar en contacto” con la naturaleza. Empero, la destrucción paulatina del ecosistema natural local por las actividades agropecuarias redujo drásticamente su extensión. Solo hay parches de selva densa en las áreas naturales protegidas (no exentas de agricultura, ganadería y desmontes clandestinos, como se constató en campo) y en algunos ejidos en los que subsisten

armadillos, jabalíes, mapaches, ocelotes, puercoespines, tapires, tejones y tlacuaches (Semarnat y Conanp, 2017). Aunque, para resaltar el “exotismo” del lugar, la publicidad turística menciona al jaguar, tucán, guacamaya y nauyaca –una de las serpientes más venenosas del mundo–; sin embargo, no se hallaron registros confiables de su existencia. Los únicos animales fáciles de apreciar son los monos araña y saraguatos, cuyos gritos agudos suelen confundir los viajeros con los del jaguar, según se constató *in situ*.

Aun cuando para muchas personas la selva funge solo como marco para admirar las pirámides o concurrir a los balnearios naturales, hay tres actividades que se promocionan en tal ecosistema: uno, alojarse en medio de la selva en cabañas, palapas y tiendas de campaña, a fin de “escuchar los sonidos de la naturaleza”; dos, *jungle tours* diurnos y nocturnos con prácticas de senderismo, fotografía y observación y, tres, deportes de aventura como ciclismo de montaña, *hiking*, *trekking* y parapente. La espectacularidad del paisaje natural por la combinación de cascadas, ríos de color azul y vegetación es utilizada por el gobierno estatal para apuntalar a la RPA como un destino filmico de *sets* de cine y televisión, así como para exhibiciones y competencias de deportes extremos, lo que se comprobó en folletos y revistas de turismo, y abona al imaginario turístico y difusión del área en el contexto mundial.

5.2 Infraestructura de hospedaje

La RPA registró, en 2017, 92 hoteles y 2,598 cuartos de alojamiento que representan el 10% y 13%, en ese orden, de la oferta estatal y la única de esa dimensión al noreste de Chiapas (INEGI, 2017). La mitad de los establecimientos dispone solo de los servicios básicos (51%), pero la distribución de los cuartos de hotel por categoría de estos es más uniforme: 32% de una y dos estrellas, 30% de tres estrellas y 38% de cuatro y cinco estrellas (INEGI, 2017). Lo anterior exhibe una oferta de alojamiento heterogénea en calidad y precio, ventajosa para turistas con presupuestos distintos, desde hoteles *resort* o *boutique* de cadenas nacionales e internacionales (*Best Western*, *Howard Johnson*, Hoteles Misión y Villa Mercedes), hasta posadas, hostales, cabañas, *campings* y hamacas en palapas con precios de uno a cinco dólares de Estados Unidos, por noche.

5.3 Vías de comunicación

La RPA goza de gran conectividad con Chiapas y con el resto del país por emplazarse sobre la planicie costera, casi al nivel del mar, y su proximidad geográfica con el

Golfo de México y la Península de Yucatán, que facilitó la construcción relativamente temprana de líneas férreas y carreteras. Las primeras se crearon en 1950, con el Ferrocarril del Sureste que enlazó la capital del país con Mérida, Yucatán, cuando “Palenque se integró al mundo” (Hardy, 2004, p.165). Aunque el tren era de carga, una vez concesionado a la empresa estadounidense Chiapas-Mayab, entre 2002 y 2005, se orientó al turismo de lujo en el segmento de Palenque a Mérida, pero se suspendió por las malas condiciones de las vías y porque la concesionaria quebró (Lastra, 1 de agosto de 2007). Este servicio pretende reanudarse en el sexenio actual con el Tren Maya mediante tres circuitos turísticos, dos de ellos partirán de Palenque: Tramo Selva (a Calakmul) y Tramo Golfo (a Chichén Itzá), lo que augura un aumento sustancial de visitantes y capitales al área de estudio.

La RPA se emplaza sobre tres carreteras vertebrales para el turismo en el sureste mexicano y en Chiapas, como se explica enseguida. La Carretera Federal 186, 28 km al norte de la zona arqueológica, la coloca a medio camino entre la Riviera Maya y la capital del país, lo que facilita visitarla, así sea de paso, cuando se viaja entre ambos lugares. La Carretera Fronteriza del Sur o 307, articula el área de estudio con los sitios arqueológicos y comunidades de la Selva Lacandona. Por ser Palenque la ciudad más cercana a ellas, a menudo se engloban en su oferta turística, a pesar de situarse a más de 100 km de distancia. La arteria señalada conduce también a los cruces fronterizos de El Ceibo y Frontera Corozal con la región del Petén en Guatemala (Tikal y Flores). Finalmente, al ubicarse en el extremo norte de la Carretera Federal 199, la RPA funge como puerta de ingreso o salida, hacia o desde, la Península de Yucatán. Esta vialidad es primordial para el turismo en Chiapas, ya que enlaza las dos localidades con más turistas internacionales: Palenque y San Cristóbal de Las Casas, entre las que, en diciembre de 2019, el gobierno estatal aprobó la construcción de la “Carretera de las Culturas” para acortar y mejorar el traslado de viajeros y residentes, a concluirse en un lustro. La articulación terrestre de la RPA se completa con una red de extensa de transportes (autobuses, colectivos y taxis) que la enlaza con las ciudades y destinos turísticos del centro y sureste mexicano, y la Península de Yucatán. Estas rutas parten de la terminal de autobuses ADO y varias compañías locales de segunda categoría instaladas en la cabecera de Palenque.

En cuanto a los enlaces aéreos, la inauguración, en 2014, del aeropuerto internacional de Palenque permite, por vez primera, la conexión directa con la Ciudad de México, mediante dos vuelos semanales de la compañía Interjet. Además, con el anuncio del Tren Maya, la hemerografía local reporta el interés del gobierno chiapaneco por abrir nuevas rutas a Oaxaca, Cancún y Tikal, en el mediano plazo. Con todo,

los pocos vínculos aéreos de la RPA se compensan con el aeropuerto internacional de Villahermosa, Tabasco, situado a 135 kilómetros de distancia (a una hora y media) de Palenque con servicios ida y vuelta a esta ciudad, cada 30 minutos, en *vans*, taxis y autobuses, y que cuenta con vuelos a los núcleos urbanos más importantes del territorio mexicano y a Houston, en Texas.

6. Arreglo territorial de la oferta turística

Con base en los recorridos en campo se identificaron tres escenarios para la promoción del turismo en la RPA que se examinan a continuación:

6.1 Carretera Palenque-“Ruinas”. Se revela como el espacio más dinámico para el turismo por su vecindad con la zona arqueológica. Se extiende como un corredor paralelo a la Carretera a las Ruinas donde se contabilizó una decena de cafeterías y restaurantes y 24 alojamientos; una cuarta parte son de los más exclusivos del lugar, como Villa Mercedes, Chan Ká Resort, Axkán Arte y Villas Kin-Há; el resto posee instalaciones de menor tamaño y calidad como cabañas, *campings* y *trailer parks*. El atractivo del lugar para el turismo radica también de situarse en los márgenes del Parque Nacional con arroyos, pozas de agua, cascadas y senderos interpretativos, como el de Motiepá que exhibe vestigios arqueológicos parcialmente cubiertos por la vegetación. El corredor se distingue por el estilo “rústico” ó “ecológico” de los alojamientos con servicios de terapias con medicina tradicional (temazcal, espacios de meditación, yoga y relajación), así como elementos *hippies* (tatuajes, palapas con mantas y *posters* zapatistas o revolucionarios), bohemios (música en vivo), esotéricos (lectura de cartas y simbología maya), científicos (proyección de documentales y conferencias) y la vida nocturna en plena selva. Estos ingredientes son particularmente llamativos para el turista internacional que hace del lugar su resguardo principal en la región y, también, constituyen una especie de escape para tabasqueños y chiapanecos los fines de semana, según refirieron los empleados de hoteles. El lugar emblemático del corredor es “El Panchán”, antes un racho ganadero con todos los elementos antes señalados, al que *Lonely Planet* califica como el “epicentro del turismo alternativo en Palenque, hogar de trotamundos y artistas bohemios” (Beth, 2010, p. 755). En un esfuerzo por diversificar la oferta turística del corredor se crearon dos parques temáticos con inversión privada, basados en la conservación de la selva, la educación ambiental y la recreación: Ecoparque Aluxes y Ecomundo que gozan de gran popularidad entre

turistas y residentes, por lo que se afianzarán como escenarios complementarios a la zona arqueológica.

6.2. Cabecera municipal. A pesar de que la cabecera de Palenque cuenta con una oferta restringida para el turismo —Casa de Cultura, Iglesia de Santo Domingo, Museo del Textil Lak Puj Kul y Plaza del Artesano—, su importancia para este sector reside en los servicios que dispone: hospedaje (80% de los hoteles en la RPA), alimentación (80 negocios con categoría turística), transporte (terminales de autobuses, colectivos y taxis) y otros complementarios como bancos, minisupers y farmacias. Este equipamiento es prácticamente inexistente en el resto de la Región Selva en Chiapas, lo que torna a la ciudad en su mejor centro de apoyo turístico (Ayuntamiento de Palenque, 2007). El grueso de los servicios está confinado en tres áreas que acaparan las inversiones, así como la atención y demanda de los turistas (figuras 2a y 2b): 1. Corredor inter-urbano Pakal-Ná-Palenque: corresponde al segmento de la Carretera Federal 199, entre el aeropuerto y la terminal de autobuses ADO, asiento de grandes hoteles de tres y cuatro estrellas. 2. Avenida Juárez y Parque Central: contienen la mayor dinámica comercial en la ciudad con numerosos negocios para la población local, así como hoteles, bancos, restaurantes, minisupers, transportadoras turísticas y terminales de taxis, colectivos y autobuses. Esta área se remodeló a causa de la inscripción de la cabecera de Palenque a los Pueblos Mágicos de México, con lo que se intenta atraer más visitantes, según los oficiales de turismo entrevistados. 3. La Cañada: es la única zona verde en la ciudad emplazada en un reducto de selva reforestada; posee un concepto ecoturístico, similar al de la Carretera a las Ruinas, con cafeterías, restaurantes y hoteles de tres y cuatro estrellas, calles empedradas y buen alumbrado, por lo que es el lugar con más turistas internacionales.

6.3. Ecoturismo. Este segmento se expandió en Chiapas, desde los años 90, al grado de que el gobierno estatal promociona hoy a la entidad como el “paraíso del ecoturismo en México”, por ser la segunda entidad federativa con más biodiversidad y la primera en áreas naturales protegidas (Conabio, 2013). En la RPA se identificaron 14 centros ecoturísticos mediante el trabajo de campo, páginas web, folletos, revistas y mapas de turismo. Para efectos de esta investigación son lugares en el espacio rural que cuentan con uno o varios recursos del bosque tropical de interés para el turismo (ríos, lagos, pozas de agua, cascadas, zonas de vegetación y fauna) y algunos servicios de atención al turista.

Figura 2a. Palenque: arreglo territorial de la oferta turística

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo.

Figura 2b. Cabecera municipal de Palenque: La Cañada y Avenida Juárez-Parque Central

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo.

La mayoría de los centros ecoturísticos en el área de estudio (12) pertenecen a comunidades indígenas ch'ol y tzeltal y se localizan en ejidos donde un sector al interior de ellos se dedica al turismo, mientras que solo dos se ubican en propiedades privadas (Parador Valle Escondido y Kan Kan Há). Las actividades que promocionan van desde natación y observación de flora y fauna hasta deportes extremos, como kayak y rafting, junto con el conocimiento de las tradiciones locales. Con estas actividades el gobierno municipal y estatal buscan revertir la pobreza de sus propietarios y hacer un uso sostenible de los recursos naturales (Ávila-Romero, 2015), así como diversificar la oferta turística de la RPA más allá de la zona arqueológica de Palenque, según las autoridades de turismo entrevistadas: “mientras esta se vende sola, los centros ecoturísticos sirven para prolongar la estancia de los visitantes a ese recinto cultural que se registra todo el año y en ocasiones dura unas horas”. Sin embargo, se halló un espectro amplio de tales lugares en función de ocho atributos con los que se elaboró la figura 3 y que son: 1. Acceso pavimentado, 2. Capacitación, 3. Guías y renta de equipo, 4. Restaurante, 5. Cabañas, 6. Transportación, 7. Promoción oficial y 8. Referencia en mapas turísticos.

En una posición privilegiada están Cascadas de Agua Azul y Misol-Há que cuentan con todo lo anterior, desde buena accesibilidad por la carretera federal 199 y equipamiento, hasta colaboración con agencias de viaje. Ambos lugares registran cerca de tres mil excursionistas al día en temporadas altas o fines de semana y, al año, alrededor de 400 mil, de acuerdo con los comisariados ejidales. Esto los coloca entre los sitios turísticos más visitados en Chiapas, cuyos paisajes usa el gobierno del estado para publicitar el ecoturismo en la entidad y que en varias páginas de internet aparecen en el top ten de las cascadas más bellas en México. Incluso, en Agua Azul se planeaba habilitar un parque acuático, similar a Xcaret en Cancún, con aldeas mayas, jardín botánico, campo de golf, hoteles resort, miradores y zoológico (Fonatur, 2012). Tanto Misol-Há como Agua Azul se incluyen en la mayoría de los tours para la zona arqueológica de Palenque, mientras esta se recorre por la mañana, los segundos se promocionan para “tomar un baño” o “refrescarse” después, al medio día, en las horas de más calor.

Figura 3. Centros ecoturísticos identificados en la región
Palenque-Cascadas de Agua Azul, Chiapas.

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo.

En una posición intermedia se ubican Welib-Há, Colen-Há, Bajlum Pakal y Parador Vallescondido. Se trata de lugares con, al menos, cuatro atributos para el turismo de los ocho aquí considerados, incluso, los tres primeros gozan de certificación en alojamiento y alimentación por la Secretaría de Turismo. Sin embargo, adolecen de una cooperación con las transportadoras turísticas, lo que los excluye de los itinerarios establecidos por esas compañías, debido a la falta de interés de estas, a su poca accesibilidad o a que no son convenientes para los ejidatarios por la cuota alta que exigen por turista, según el comisariado de Welib-Há. La única forma de visitarlos es por vehículo particular, taxis o colectivos desde la cabecera de Palenque.

Al otro lado del espectro, se hallaron ocho centros ecoturísticos con tres o menos ventajas para la actividad turística. Aún cuando tienen referencia en mapas, carecen de promoción oficial e, incluso, instalaciones básicas para el turismo. Por esta razón, pasan desapercibidos para el grueso de las personas que arriba a Palenque, a pesar de tener paisajes similares a los de Misol-Há y Cascadas de Agua Azul. Con todo, su atractivo descansa en su aislamiento geográfico que abona al imaginario de los visi-

tantes en torno a la selva chiapaneca como un escenario inmaculado y apacible. Esto fue indicado por los encuestados y en *TripAdvisor* donde se les describe como “paraísos exóticos”, “excelentes para la meditación y el descanso” y “alejados del bullicio”. Aunque también la falta de seguridad, equipo y guías certificados representa un riesgo para el turista. En campo se observó que estos lugares son visitados, en forma mayoritaria, por mochileros o voluntarios de organizaciones no gubernamentales (ONG) y por la población local que ahí concurre los fines de semana y en períodos vacacionales.

7. Turistas: patrón territorial de desplazamiento

En 2017, la RPA recibió 515 mil turistas y ocupó la tercera posición entre los destinos turísticos chiapanecos, después de San Cristóbal de Las Casas y Tuxtla Gutiérrez, y la primera por los de origen extranjero con 93 mil (18%) (Sectur, 2018). En este contexto, las encuestas a visitantes revelaron que el 90% de estos últimos provino de tres regiones: Europa Occidental (50%), América Latina (22%) y América del Norte (18%), y 32 países diferentes, lo que corrobora el alcance de la RPA en el mercado turístico internacional (figura 4). En el plano nacional, se hallaron viajeros de 25 entidades federativas, de los que tres cuartas partes residían en diez núcleos urbanos del centro-occidente del país, a mil y mil 500 kilómetros de distancia del área de estudio, como Ciudad de México, Guadalajara, Guanajuato, Morelia y Toluca. El resto eran personas del sureste mexicano (20%), la frontera norte (17%) y Chiapas (3%) (figura 5).

Las “ruinas” o “pirámides” de Palenque fueron para el 67% de los encuestados el motivo principal para visitar el área de estudio, a las que calificaron como “únicas”, “irrepetibles” o “majestuosas” y a las que regresarían y recomendarían. Si bien el pasiaje natural (selva, cascadas o ríos) se citó en primer lugar por una cuarta parte de los turistas (24%), su cercanía y originalidad representó para la mayoría de los encuestados “un complemento excepcional a su viaje”, “de gran belleza” o un “marco ideal a la arqueología”.

Figura 4. RPA: Procedencia geográfica de los turistas internacionales encuestados

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo.

Figura 5. RPA: procedencia geográfica de los turistas nacionales encuestados

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo.

Asimismo, el 76% de los encuestados de origen nacional y todos los extranjeros visitaron, antes o después de la RPA, otros puntos de interés en el Mundo Maya. En consonancia con esta situación, el medio de transporte de todos los encuestados para acceder o salir del área de estudio fue terrestre, lo que evidencia la baja demanda del aeropuerto de Palenque. La explicación subyace en que la RPA conformó, para el 68% de ellos, un destino turístico intermedio en su itinerario de viaje por el sureste mexicano y América Central, que disponen de aeropuertos mejor interconectados con México y otros países; entre ellos, el de Villahermosa, Tabasco, por el que llegó un 18% de los encuestados de origen nacional.

El contingente más relevante de turistas arribó a la RPA por cuenta propia en autobús (39%) y en transportes de agencias de viaje (47%). De las segundas hubo tres tipos: las turoperadoras extranjeras (15%), las compañías nacionales (8%) y las locales que operan desde otros sitios en Chiapas (24%). Solo el 14% de las personas accedieron en vehículo particular y residían en el territorio chiapaneco o en entidades vecinas, lo que se asocia con la cercanía y el conocimiento de las carreteras. Al interior del área de estudio, se detectó que tres cuartas partes de los turistas (74%) empleó las transportadoras turísticas locales y las de los hoteles para ir de la zona arqueológica a Misol-Há y Cascadas de Agua Azul. Esto tiene que ver con el precio relativamente accesible de los *tours*, entre 30 y 50 dólares estadounidenses, y la facilidad de contratarlos en hoteles, restaurantes, terminales de transporte y sobre la Avenida Juárez. Se adicionan factores técnicos y sociales que abonan al uso extendido de tales compañías entre los viajeros, como el mal estado de las carreteras, la falta de gasolineras y la inseguridad; esta incluye bloqueos carreteros, tráfico de drogas, conflictos intracomunitarios y robos que alcanzan difusión internacional, especialmente cuando afectan a extranjeros, como entre 2017 y 2020, a turistas alemanes, coreanos, ingleses y polacos, según reportes de la prensa local y nacional, lo que merma el desarrollo de la actividad turística.

Con relación al tiempo de permanencia en la RPA, el 54% de los encuestados se quedó dos días, una tercera parte menos de 24 horas (29%) y el 17% tres días o más. Esto concuerda con cifras oficiales en las que la estadía promedio en Palenque apenas supera una noche por turista (1.07). De acuerdo con el trabajo de campo, hay dos razones de esto: una es la promoción de solo cuatro sitios: zona arqueológica y Parque Nacional Palenque, Misol-Há y Cascadas de Agua Azul. No sorprende así que el 77% de los encuestados limitó su visita a estos, por cuenta propia o en *tours*. La otra razón es la falta de espacios y eventos de entretenimiento y culturales más allá del ingrediente arqueológico.

Finalmente, con base en las encuestas se identificaron cuatro tipos de turistas en el área de estudio con los siguientes perfiles: a. Jubilados extranjeros: eran de origen europeo que contrataron los *tours* en sus países de origen y que arribaron al país vía aérea, por la Ciudad de México o Cancún. Entre esos puntos recorrieron, por autobús, varias localidades del sursureste del país y la Península de Yucatán en viajes de una semana a un mes, en grupos de 50 personas o más. Si bien permanecieron una noche o menos en la RPA, realizaron un gasto importante en hospedaje y alimentación, de cerca de 100 dólares estadounidenses por día. La mayoría se alojó en hoteles de cuatro y cinco estrellas en la Carretera a las “Ruinas”, para visitar únicamente la zona arqueológica al día siguiente. Estos turistas son de los más afectados por los asaltos en la Carretera Federal 199.

b. Mochileros extranjeros: jóvenes europeos que recorrieron por cuenta propia, solos o con amigos, varias entidades del país e, incluso, otras naciones de América Latina, en períodos de un mes a seis meses. Además de viajar por placer, algunos trabajaban en ONG en Chiapas, agrupaciones zapatistas y vendían artesanías para costear su viaje. El grueso se hospedó con amigos, hostales, pensiones, *campings* o en hamacas dentro palapas sobre la Carretera a las “Ruinas”. También, acudieron a fondas y cafeterías y usaron el transporte público (colectivos, autobuses y taxis), o bien, las operadoras turísticas locales para dirigirse a los centros ecoturísticos.

c. Turista nacional 1: corresponde al grueso de los visitantes nacionales que viajó en vacaciones de Semana Santa, verano, fin de año y en días feriados, con amigos y familiares, por cuenta propia o touroperadoras nacionales, cuyo itinerario abarcó otras localidades en el sureste mexicano. La mayoría se alojó en hoteles de dos, tres y cuatro estrellas en la cabecera de Palenque, La Cañada y, en menor medida, en la Carretera a las “Ruinas”.

d. Turista nacional 2: personas de otros municipios chiapanecos y Tabasco que se desplazaron en vehículo particular con familiares o amigos. Estos individuos llegaron los fines de semana y en días feriados. Se caracterizaron por visitar más restaurantes, espectáculos nocturnos en hoteles (sobre la Carretera a las Ruinas) y parques temáticos (Aluxes y Ecomundo), sin necesariamente entrar a la zona arqueológica, a la que antes ya habían visitado.

e. Turista nacional 3: se refiere a las personas que arribaron por motivos científicos, académicos o de trabajo, como a las mesas redondas de Palenque y a otros eventos, públicos o privados, relacionados con la arqueología, con estancias mayores a dos días y un consumo superior a 50 dólares en alimentación y hospedaje.

8. Estructura territorial del turismo en la RPA

Con base en los apartados anteriores se elaboró el mapa final que sintetiza la información contenida en esta investigación (figura 6). En él se corrobora que el nodo en torno al que gravita la actividad turística en la RPA es la zona arqueológica de Palenque. Allí inicia o concluye el itinerario de los turistas y hacia ella están orientados los servicios de hospedaje y vías de acceso principales. Su trascendencia prehispánica aporta los elementos valorizados hoy por el turismo que, aunada al decreto como Patrimonio de la Humanidad por la Unesco y a una intensa inversión, pública y privada, en promoción y equipamiento turístico, la afianzan como un punto ineludible en la Ruta Maya, que año con año recorren miles de turistas nacionales y extranjeros.

Respecto a la selva, a pesar de estar sometida a una gran perturbación ecológica, conserva elementos hídricos, arbóreos y faunísticos de gran singularidad, que completan la visita a la zona arqueológica de Palenque. La mayoría de tales recursos está confinada a las áreas naturales protegidas, pero también en 14 centros ecoturísticos, casi todos indígenas, en los que se asienta en diversos grados la economía turística. Tres son los nichos en que estos lugares basan su apuesta para el turismo: ecoturismo, turismo de aventura y turismo comunitario con actividades acuáticas y en la selva de tipo contemplativo, deportivo y cultural por el contacto con los grupos autóctonos, de gran demanda a nivel mundial.

Más allá de su oferta turística, otro factor que explica el crecimiento y dinámica espacial del turismo en la RPA es su posición geográfica y conectividad terrestre con la Selva Lacandona, la Península de Yucatán y Guatemala. Tales ventajas la colocan como un sitio de enlace hacia tales regiones, que se refuerza por los servicios de alimentación, alojamiento, transporte y otros suplementarios en la ciudad de Palenque. Esto parece ser el motivo por el que el área de estudio es la única del estado incluida en una cuarta parte de los *tours* y paquetes de viaje a la Ruta Maya, examinados para este estudio. Además, la articulación terrestre de la RPA con otros circuitos turísticos en Chiapas y fuera del estado sirvió para proyectarla, a principios de siglo, como un centro de distribución del turismo en Chiapas (Fonatur, 2006 y 2012). Este atributo crecerá con la construcción de nuevos canales de comunicación aérea (a Oaxaca, Cancún y Tikal), ferroviarios (a Mérida y Chetumal con el Tren Maya) y carreteros (autopista a San Cristóbal de Las Casas), en el corto y mediano plazos (Mariscal, 26 de diciembre de 2019).

Figura 6. Estructura territorial del turismo en la región
Palenque-Cascadas de Agua Azul, Chiapas.

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo.

A pesar de este escenario propicio para el crecimiento del turismo, esta actividad sigue un patrón espacial puntual en torno al sitio arqueológico y a dos centros ecoturísticos: Misol-Há y Cascadas de Agua Azul, los tres emplazados sobre la Carretera Federal 199. La visita consecutiva a ellos (por lo general, tres horas en el primero, 30 minutos en el segundo y tres horas en el tercero) es prácticamente el único *tour*, en internet e *in situ*, para el área de estudio, del que casi el 80% de los entrevistados “escapó” a otros sitios turísticos. Se observó que a esto contribuye el que las agencias de viaje locales y foráneas, en vez de ofrecer más recorridos al interior de la RPA, trasladan directamente a los turistas a la estación de autobuses en Palenque para seguir en la Ruta Maya o a San Cristóbal de Las Casas, donde el 38% de los encuestados prefirieron pernoctar por su mayor oferta cultural, de entretenimiento y servicios, según lo referido por ellos mismos.

El contexto anterior da lugar a la saturación de personas en los tres sitios antes aludidos, en particular los fines de semana y en temporadas altas cuando reportan casi tres mil en un día. Por ejemplo, la Carretera a las “Ruinas” se congestiona de transportes turísticos y vehículos particulares que tardan hasta cuatro horas para entrar al sitio prehispánico, de acuerdo con la prensa local, y que se agrava con el cobro de entrada

al Parque Nacional, a cargo de la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conanp). Esto genera el encono de turistas, delegados y transportistas del sector turístico, ya que el grueso de los viajeros no visita propiamente el área natural, solo la cruza para acceder a la zona arqueológica. Para resolver este problema, se ha planteado por parte del sector público y privado, según los delegados de Turismo Regional, la creación de un solo pago para el INAH y la Conanp, así como la instalación de un teleférico, pero no se han concretado por falta de presupuesto y de acuerdos institucionales.

En Misol-Há y Cascadas de Agua Azul el problema aumenta con los puestos de comida, *souvenirs* y artesanías de los ejidatarios, sobre todo en el segundo, donde se contaron más de 300. Esto desvanece la naturaleza prístina con la que se les publicita y genera animadversión entre algunos turistas. De hecho, una quinta parte de los encuestados calificó al segundo recinto como un “tianguis feo y sucio”, “demasiado turístico” y “sobrevalorado”, al que “dudosamente regresarían”. Se agregan conflictos intracomunitarios por el acceso a ambos centros ecoturísticos, ya que los ejidos circundantes instalan casetas de cobro para beneficiarse también del cruce de turistas. Esto, además de ocasionar la molestia de algunos visitantes, transportistas y delegados de turismo, crea una tensión social entre los propietarios de los centros ecoturísticos y sus vecinos, lo que generó enfrentamientos violentos en Cascadas de Agua Azul, entre 2007 y 2011, en los que intervino el gobierno estatal. En la actualidad, la situación se tiene relativamente resuelta con un cobro doble mínimo en Misol-Há (0.25 USD) y una sola caseta de cobro en Agua Azul, bajo la Conanp, cuyo monto se divide a la mitad entre el centro ecoturístico y el ejido vecino de Bachajón.

De esta manera, la concentración espacial del turismo entorpece su encadenamiento productivo con la economía local. En la ciudad de Palenque, solo las áreas en torno a la cabecera, la zona arqueológica y el aeropuerto poseen un equipamiento urbano y turístico en condiciones óptimas, pero afuera proliferan los asentamientos irregulares por el crecimiento demográfico acelerado de los últimos años. En el ámbito rural aún predominan las actividades agropecuarias tradicionales y extensivas con las que el turismo compite por el territorio y los recursos. En este contexto subsisten 14 centros ecoturísticos entre los que se aprecian diferencias sustanciales en cuanto a equipamiento, accesibilidad y promoción. Solo Cascadas de Agua Azul y Misol-Há, catalogados aquí como centros ecoturísticos primarios, reciben un flujo sostenido de visitantes a lo largo del año, mientras que el grueso de los centros secundarios y marginales apenas tienen accesos y referencia en mapas o sobre las carreteras. Esto condiciona su participación en la dinámica turística y, lejos de conformar un producto integral que atraiga más visitantes y prolongue su estadía, limita la distribución equitativa de los beneficios que aportan.

9. Conclusiones

La estructura territorial del turismo en la RPA goza de dos espacios bien diferenciados para la promoción de esta actividad: la zona arqueológica maya y el bosque tropical lluvioso. La primera engarza el imaginario de los viajeros que allí arriban y organiza la dinámica turística espacial, desde la infraestructura hotelera y carretera, hasta el desplazamiento de los turistas. En forma paralela, el área dispone de un patrimonio natural destacado por situarse en el límite de dos grandes regiones geomorfológicas, su latitud tropical y cercanía con el Golfo de México. Esto redundo en dos situaciones favorables para el turismo: la primera es un volumen extraordinario de agua que, por el desnivel del terreno y los procesos kársticos, forma caídas escalonadas de gran espectacularidad, algunas emblemas del turismo en Chiapas, como Misol-Há y Cascadas de Agua Azul. La otra circunstancia es una biodiversidad alta del bosque tropical, cuya accesibilidad y equipamiento las tornan en una de las formas más fáciles de internarse en la selva chiapaneca.

El hecho de que el RPA esté plenamente integrada en el Mundo Maya brinda enormes ventajas al turismo por la promoción internacional y los proyectos de infraestructura y turísticos de carácter federal, lo que facilita la interconexión entre los recursos y el desplazamiento de los viajeros. Esto es de particular trascendencia para el área de estudio por su localización a la entrada de la Península de Yucatán, articulación con las comunidades lacandonas más conocidas y Guatemala. Tal cualidad hace que la RPA actúe como nodo estratégico del turismo dentro y fuera de Chiapas, por la que se volvió receptora de importantes planes para esta actividad, desde el CIP Palenque-Cascadas de Agua Azul, a inicios de siglo, hasta el Tren Maya en el actual sexenio presidencial, a concluir en 2024.

Sin embargo, frente a ese panorama ventajoso para el turismo en la RPA, prevalece un patrón espacial heterogéneo a su interior, con una fuerte desarticulación entre los recursos turísticos. Tal proceso subyace a la implantación de un esquema masivo y selectivo en el que pocos recintos acaparan las inversiones, públicas y privadas, así como los flujos de turistas. En el municipio de Palenque son perímetros bien acotados entre la zona arqueológica y el aeropuerto internacional. Se agrega la cabecera municipal que, pese a contar con una oferta hotelera importante y el título de Pueblo Mágico por la Sectur, carece de una imagen atractiva para esta actividad y está lejos de captar un volumen similar de visitantes al de su competidor más cercano: San Cristóbal de Las Casas, ciudad colonial en la que muchos turistas prefieren pernoctar por

su mayor equipamiento de recursos y servicios turísticos y que ejerce un papel central en la dinámica del turismo chiapaneco.

En el espacio rural, solo dos de 14 centros ecoturísticos tienen una entrada continua de viajeros: Cascadas de Agua Azul y Misol-Há englobados en la oferta turística del área con el sitio arqueológico. Tal panorama conduce a la masificación de tales escenarios frente al abandono de la mayoría, incluso con rasgos igualmente singulares, pero incapaces de insertarse en la dinámica turística actual, amén de su limitada promoción e infraestructura. En correspondencia, es contradictorio que, pese al interés oficial y privado de prolongar la estancia de los turistas y diversificar la oferta turística de la región estudiada, la publicidad y los *tours* para desplazarse a su interior se limiten a esos sitios.

El contexto anterior tiene repercusiones socioeconómicas negativas como la supremacía en la región de una economía de subsistencia y la participación limitada de la población local en el turismo, particularmente de los indígenas, el sector dominante, que se dedica a la venta informal de artesanías, alimentos y bebidas o que se emplean en puestos de baja cualificación en hoteles y restaurantes. Se adicionan fuertes desequilibrios entre las comunidades rurales por el ingreso de turistas, donde el éxito relativo de unas, en términos económicos, contrasta con la pobreza de la mayoría, lo que justificaría profundizar en futuras investigaciones.

Pese a lo anterior, la RPA podría contender aún, desde una posición ventajosa, con otros destinos turísticos del sureste mexicano, por la singularidad de sus recursos y convertirse uno de los parques eco-arqueológicos más importantes del país, sobre todo si se adjuntan productos alternativos al turismo para aminorar la perturbación ecológica a la que han sido sometidos por varios decenios y que articulen a un sector más grande de la población local.

Referencias

- Ávila Romero, A. (2015). Análisis del turismo alternativo en comunidades indígenas de Chiapas, México. *Études caribéennes*, 31-32. Recuperado de <http://journals.openedition.org/etudescaribeennes/7601>
- Ayuntamiento de Palenque. (2007). *Programa de Desarrollo Urbano de Palenque, Chiapas. 2007-2030, Síntesis ejecutiva*. México: Secretaría de Obras Públicas, y Gobierno de Chiapas. Recuperado de http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/productos/files/OTSEINFRA/PROG_DES_URBANO_PALENQUE.pdf

- Beth, K. (2010). Tabasco y Chiapas. En Noble, J., Armstrong, K. y Benchwick, G. (Eds.) *Lonely Planet, Mexico, 12th edition* (pp. 709-780) Singapur: Lonely Planet Publications Pty Ltd.
- Buch-Hanson, M. y Nelson, B. (1985). Marxist Geography and the concept of Territorial Structure. *Antipode*, 17(2-3), 50-59.
- Coll-Hurtado, A. (2016). *Espacio y ocio: el turismo en México* (Colección: Temas Selectos de Geografía de México). México: Instituto de Geografía, UNAM.
- Comisión Nacional del Agua (Conagua). (2016). *Estadísticas del Agua en México*. México: Conagua y Semarnat.
- Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (Conabio). (2013). *Estrategia para la conservación y uso sustentable de la diversidad biológica del estado de Chiapas*. México. Recuperado de <https://bit.ly/2V8AYCu>
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval). (2016). *Informe de pobreza y evaluación en el estado de Chiapas*. México: Coneval. Recuperado de <https://www.coneval.org.mx/coordinacion/entidades/Chiapas/Paginas/principal.aspx>
- Coronado, G. (2008). Insurgencia y turismo: reflexiones sobre el impacto del turista politizado en Chiapas. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(1), 53-68. doi: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2008.06.005>
- Díaz, M. (2009). Tras las huellas de Palenque: las primeras exploraciones. *LiminaR. Estudios sociales y humanísticos*, 7(1), 104-134.
- Escobar, P. (2010). *Condiciones sociales, culturales y económicas de los municipios de Chiapas*. México: Universidad Intercultural de Chiapas (UNICH).
- Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur). (2006). *Planeación de Centros Turísticos: La experiencia y práctica de Fonatur*. México: Fonatur. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/50914092/Plan-de-centros-turisticos-la-exp-fonatur>
- Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur). (2012). *Planeación y diseño de nuevos proyectos, programa de asistencia técnica a estados y municipios*. México: Fonatur. Recuperado de <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/11255.pdf>
- Gallegos, O. y López, A. (2004). Turismo y estructura territorial en Ciudad Juárez, México. *Investigaciones Geográficas*, 53, 141-162. doi: <http://dx.doi.org/10.14350/rig.30219>
- García, E. (2004). *Modificaciones al sistema de clasificación climática de Köppen*. México: Serie Libros Núm. 6, Instituto de Geografía, UNAM.

- Garza, J. y Sánchez, Á. (2015). Estructura territorial del turismo en San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, México. *Cuadernos de Turismo*, 35, 185-209. doi: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.35.221571>
- Gobierno del Estado de Chiapas (2013). *Programa Regional de Desarrollo, 2013-2018, Región XIII Maya*. México: Comité de Planeación para el Desarrollo Regional (Coplader). Recuperado de http://www.ped.chiapas.gob.mx/ped/wpcontent/uploads/ProgReg/20132018/2013_PRD_13_Maya.pdf
- Gómez, H., Pérez, M., Espinoza, J. y Márquez, M. (2015). Listado florístico del Parque Nacional Palenque. Chiapas, México. *Botanical Sciences*, 93(3), 559-578. doi: <http://dx.doi.org/10.17129/botsci.151>
- Hardy, A. (2004). *Palenque, pasado y presente: monografía*. México: EdySis
- Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). (2018). *Museos y zonas arqueológicas con mayor afluencia al cierre 2017*. México: INAH. Recuperado de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ActividadesCulturales.aspx>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2015). *Encuesta Intercensal 2015*. Aguascalientes: INEGI.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2017). *Anuario Estadístico y Geográfico de Chiapas 2017*. Aguascalientes: INEGI. Recuperado de https://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF_Docs/CHIS_ANUARIO_PDF.pdf
- Kostrowicki, J. (1986). *Un concepto clave: organización espacial*. México: Instituto de Geografía, UNAM.
- Lastra, J. (1 de agosto de 2007). Desmantelan el tren Chiapas-Mayab, denuncian rieleros. *La Jornada*. Política. México.
- Libert, A. (2019). Belleza escénica y conflicto territorial: la manufactura de la naturaleza en las Cascadas de Agua Azul, Chiapas, 6, 9-42.
- Mariscal, A. (26 de diciembre de 2019). Iniciativa privada construirá carretera estratégica para proyectos extractivos en Chiapas. *Aristegui Noticias*. Recuperado de <https://aristeguinoicias.com/2612/mexico>
- Mollinedo, G. (2014). *Organización territorial de la economía turística en Guatemala* (tesis de maestría). Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México.
- Morales, H., Priego, A. y Bollo, M. (2017). Los paisajes físico-geográficos del estado de Chiapas, México a escala 1:250 000. *Terra Digitalis*, 1(1), 1-7. Recuperado de http://terradigitalis.igg.unam.mx/html/ojs3/index.php/terra_digitalis/article/view/8/0
- Niño, N., Gallegos, C. y Castillo, N. (2008). Zonificación ecogeográfica para el ordenamiento territorial de Cascadas de Agua Azul, Chiapas, México. En M. E. Salinas (Coord.), *El Ordenamiento territorial, experiencias internacionales* (pp. 459-496). México: SEMARNAT, INE y Universidad de Guadalajara.

- Privalovskaya, G. (1983). *Organización territorial de la industria*. Cuba: Academia de Ciencias de Cuba.
- Propín, E. y Sánchez, Á. (2001). Características básicas de la estructura territorial de la economía mexicana. *Investigaciones Geográficas*, 46, 148-163.
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (Sagarpa). (2016). *Chiapas, agricultura, superficie cosechada por tipo de cultivo*. México: SIAP. Recuperado de <http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/perfiles/Inicio>
- Sánchez, Á., Mollinedo, G. y Propín, E. (2012). Estructura territorial del turismo en Guatemala. *Investigaciones Geográficas*, 78, 104-121. doi: <http://dx.doi.org/10.14350/rig.32473>
- Sánchez Á. y Propín, E. (2010). Tipología de los núcleos turísticos primarios de América Central. *Cuadernos de turismo*, 25, 165-184.
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). (2014). *Programa Nacional de Infraestructura 2014-2018*. Recuperado de <http://www.ferroistmo.com.mx/Programa-Nacional-de-Infraestructura-2014-2018.pdf>
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat) y Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conanp). (2017). *Programa de Manejo Área de Protección de Flora y Fauna Cascadas de Agua Azul*. México. Recuperado de <http://www.conanp.gob.mx/acciones/pdf/PMCascadadeAguaAzul.pdf>
- Secretaría de Turismo (Sectur). (2018). *Ocupación en hoteles y moteles por centro turístico, corte mensual*. México: Datatur. Recuperado de <http://www.datatur.sectur.gob.mx:81/Reportes/Reportes.aspx>
- Velázquez, G. y Cardona, G. (2017). El crecimiento económico en México y su relación con el turismo y medio ambiente (2003-2015), *Mundo FESC*, 7(13), 56-72. Recuperado de <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/mundofesc/article/view/104>
- Villafuerte, D. (2004). *La frontera sur de México. Del TLC México-Centroamérica al Plan Puebla Panamá*. México: Plaza y Valdés, S.A.
- Yurkievich, G. y Sánchez, Á. (2016). Estructura territorial de la actividad pesquera en Guaymas, Sonora. *Investigaciones Geográficas*, 91, 152-167.

LA IMAGEN TURÍSTICA DE MAZATLÁN, MÉXICO: SEGÚN LA PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS NACIONALES

VÍCTOR VLADIMIR SÁNCHEZ MENDOZA
victor.sanchez@uas.edu.mx
Universidad Autónoma de Sinaloa

BERTHA ELENA FÉLIX COLADO
poly_colado@hotmail.com
Universidad Autónoma de Sinaloa

JESÚS ROBERTO VELARDE NAVA
roberto_nava_13v@hotmail.com
Universidad Autónoma de Baja California Sur

Resumen

Tener una imagen turística segura y confiable entre los turistas nacionales es una meta fundamental por cada destino y de manera particular en Mazatlán, Sinaloa. El objetivo es el análisis de la percepción de los componentes atributivos y factores personales que determinan la formación de la imagen turística del destino. Para lograrlo, se consideran aportaciones teóricas sobre imagen turística y percepción. Además, se utilizó una metodología cuantitativa a través del método descriptivo, mediante cuestionarios aplicados a 265 turistas de abril a septiembre de 2017. Entre los resultados destaca la percepción sobre la seguridad que no afecta a la imagen turística debido a que los turistas se sintieron seguros puesto que en sus lugares de origen también tienen lugar hechos violentos.

Palabras clave: imagen turística, percepciones, turistas nacionales, factores personales, violencia y Mazatlán

THE TOURIST IMAGE OF MAZATLAN, MEXICO: ACCORDING TO THE PERCEPTION OF NATIONAL TOURISTS

Abstract

Having safe and reliable tourist image among national tourists is a fundamental goal for each of the destinations and particularly in Mazatlan, Sinaloa. The objective is the analysis of the perception of the attributive components and personal factors that determine the formation of the tourist image of the destination. To achieve this, theoretical contributions on tourism image and perception were taken into account. In addition, a quantitative methodology was used through the descriptive method, the data collection is supported by questionnaires applied to 265 tourist from april to september 2017. The results include the perception of security that does not affect the tourist image because tourists felt safe even though violent events occur in their places of origin.

Keywords: tourist image, perceptions, nationals tourists, personal factors, violence, Mazatlan

Fecha de recepción: 22 de octubre de 2019. *Fecha de aceptación:* 10 de enero de 2020

CÓMO CITAR: Sánchez, V., Félix, B. y Velarde, J. (2020). La imagen turística de Mazatlán, México: según la percepción de los turistas nacionales. *Dimensiones Turísticas*, 4(6), 91-118. <https://doi.org/10.47557/SSHR8137>

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el turismo es uno de los sectores más dinámicos por su incremento año con año y que contribuye con el 10.4 % del Producto Interno Bruto (PIB) mundial, generando 313 millones de empleos en el mundo, es decir uno de cada diez, y aporta el 7% de las exportaciones mundiales provocando el crecimiento y desarrollo económico en diferentes regiones del orbe (*World Tourism Organization*, 2018).

De forma paralela al importante papel que desempeña el turismo en la economía de cualquier nación, se observa un aumento en la competencia de los destinos turísticos, junto con otros factores como el uso de la tecnología, la sostenibilidad y la seguridad mundial serán elementos que contribuyan al desarrollo turístico. En este escenario, es importante resaltar que estos destinos compiten específicamente por tener una imagen percibida favorable en relación con otros (Baloglu y Mangaloglu, 2001). De esta manera, para lograr una posición competitiva y sólida se requiere de una imagen turística positiva en la mente de los visitantes que influya directamente en la toma de decisión. Solo de esta forma se logrará atraer a más turistas, hacer destinos turísticos más atractivos, seguros y confiables, además de posicionarse en el mercado turístico mundial.

De lo expuesto se desprende la relevancia del concepto de imagen frente a la seguridad y confianza que puede ofrecer un destino turístico de cualquier segmento, en este caso es de sol y playa, convirtiéndose en uno de los temas de mayor interés en los estudios e investigaciones de turismo después de los momentos de inseguridad y violencia que se han presentado en México desde el año 2008 hasta la fecha (Sánchez, 2012; Sánchez, 2015; Santamaría y Flores, 2012). Específicamente, uno de los aspectos que deben explorarse con mayor detalle es la estructura (atributos, componentes y factores) que representa la imagen de un destino turístico. Por ese motivo, se presentan los objetivos y metas de la investigación:

El objetivo general que persigue este trabajo es comprender la imagen turística del destino turístico de sol y playa de Mazatlán, Sinaloa, México, a través de sus atributos y percepciones. Este objetivo general se compone de cuatro objetivos específicos, que son:

- Identificar los atributos cognitivos y afectivos que caracterizan el componente común de la imagen turística de este destino.
- Evaluar los atributos cognitivos y afectivos que caracterizan el componente común de la imagen turística de este destino.
- Conocer los factores personales y de estímulo de los turistas nacionales.

- Analizar la imagen turística del destino Mazatlán, según las percepciones de los turistas nacionales.

La meta principal consiste en la obtención de la percepción de la imagen turística de Mazatlán por los turistas nacionales mediante la técnica del análisis descriptivo. El presente trabajo se estructura en cuatro partes. La primera parte abarca el objetivo (general y específico), antecedentes y justificación, y la metodología; la segunda es el enfoque teórico basado en dos conceptos prioritarios como imagen y percepción; la tercera consiste en el análisis de los resultados obtenidos a través de la recolección de datos. Se incluyen las conclusiones del trabajo de investigación. Por último, el trabajo presenta una serie de posibles implicaciones teóricas y prácticas. En aras de validar los resultados, sería conveniente utilizar técnicas de análisis factorial, datos confirmatorios para mejorar el trabajo, pero se atenderán en futuras líneas de investigación.

1. 1. Antecedentes

En el presente apartado se abordan aspectos que ofrecen los antecedentes de este trabajo de investigación: en primer lugar, se muestra el modelo de formación de imagen turística; segundo, es la medición de la misma; tercero, se presenta la contextualización de este trabajo; por último, se presenta la justificación.

En primer término, Baloglu y McCleary (1999a) plantean un modelo general de formación de la imagen de un destino turístico que será parte esencial para lograr los objetivos de la investigación. En este modelo citado se encuentran dos factores primordiales que participan en la construcción de la imagen de un destino turístico, tal como se observa en la figura 1.

Figura 1. Modelo de la formación de la imagen de un destino.

Fuente: Baloglu y McCleary (1999a).

Estos autores proponen un modelo completo e interesante, estructurado de la siguiente manera: dos elementos esenciales como lo perceptual/cognitivo y lo afectivo que caracterizan el componente común de una imagen, acompañados de dos tipos de factores: personales (valores culturales, motivación y características sociodemográficas) y de estímulo (fuentes de información y la experiencia previa); por último, la imagen global se construye a partir de las evaluaciones perceptuales y las consultas afectivas están en función de las respuestas cognitivas (Baloglu y McCleary, 1999a).

En segundo término, se presenta la medición de la imagen del destino turístico que sirve como instrumento para medir o determinar tal imagen. Además, dicha medición ha sido elaborada por diversos autores (Echtner y Ritchie, 2003; Hunt, 1975, Richardson y Crompton, 1988; Sánchez y Bigné, 2001; San Martín et al., 2006) a partir de las técnicas estructuradas, siendo el procedimiento más utilizado para el tratamiento estadístico. Para su aplicación se usa la escala Likert y la de diferencial semántico. Adicionalmente, la técnica no estructurada, basada en preguntas abiertas se desarrollará en el apartado de Metodología.

En tercer término, se expresa la contextualización de este trabajo, que fue desarrollado en el puerto de Mazatlán, ubicado en la región noroeste de México, dentro de la parte sur del estado de Sinaloa. Entre los meridianos $105^{\circ} 56'55''$ y $106^{\circ} 37'10''$ al oeste del meridiano de Greenwich, y entre los paralelos $23^{\circ} 04'25''$ y $23^{\circ} 50'22''$ de latitud norte. Su altitud sobre el nivel del mar varía desde el nivel de la costa hasta 1 900 metros (DIGAOHM, s/f/v). Además, Mazatlán tiene una extensión territorial de poco más de 5 mil kilómetros cuadrados y se sitúa a 21 kilómetros del Trópico de Cáncer; colinda al norte con el municipio de San Ignacio y el estado de Durango, al sur con el municipio de Rosario y el Océano Pacífico, al este limita con el municipio de Concordia, y al poniente con el litoral del Océano Pacífico (Velarde, 2014, p. 27).

Figura 2. Mapa de localización del municipio de Mazatlán, Sinaloa.

Fuente: Elaboración propia Equipo Dimensiones Turísticas con base en datos cartográficos del INEGI.

Mazatlán, conocido como “La Perla del Pacífico”, es uno de los destinos turísticos de sol y playa más destacados de México. El turismo de sol y playa es una de las actividades económicas relevantes del puerto, dado a que recibió una cantidad de 2 367 088 turistas en el año 2016 según la Secretaría de Turismo (Sectur), Sinaloa (2017). Sus playas de más de 20 kilómetros de longitud son la atracción principal, con una temperatura anual de 18 a 24 grados centígrados y el oleaje es generalmente moderado (Velarde, 2014, p. 27). Ante los escenarios de violencia e inseguridad que se presentaron en el destino turístico de Mazatlán entre el 2008 y el 2011, se generó una serie de acontecimientos que impactaron de manera negativa a este destino, considerándolo entre las 10 ciudades más peligrosas del mundo en 2010, afectando así su imagen y el desarrollo del turismo (Sánchez, 2015). A pesar de esos años violentos, se presentó una disminución de estos acontecimientos a partir del 2012 a la fecha. Esto ha provocado que el número de visitantes aumente de 1 600 000 en 2010 (Compendio Estadístico de Turismo, 2012) a 2 367 088 en el año 2016 (Sectur Sinaloa, 2017) y se recupere la confianza y seguridad en Mazatlán.

Finalmente, se muestra la justificación exponiendo que, ante este contexto, es un buen momento para que el sector turístico de Mazatlán se posicione en las miradas,

percepciones y fidelizaciones de sus visitantes, y en la conquista de nuevos mercados. Siendo Mazatlán, un destino que tiene alrededor de 87 kilómetros de playas y un malecón de 25 kilómetros con fácil acceso, estos elementos resultan factores positivos para su desarrollo, invitar a los turistas a visitarlo.

Se puede afirmar que es de suma importancia la imagen en la elección o la inclinación por visitar un destino turístico, considerando que si el turista tiene una percepción favorable, ocasionará que recomiende a otras personas para que visiten este destino. En este contexto y por la falta de estudios sobre la imagen turística en Mazatlán, se justifica este trabajo.

2. Revisión de la literatura

2.1. Concepto de imagen y percepción

A partir de la década de los 70 se han llevado a cabo numerosos estudios o investigaciones con la finalidad de conceptualizar y delimitar el término de imagen turística así como de explicar el proceso de formación de la misma. Entre los primeros destacan las obras de Hunt (1975) que habla sobre las percepciones que tienen los turistas potenciales sobre un área y Crompton (1979) refiere a la suma de las creencias, ideas e impresiones que una persona tiene sobre un destino turístico.

No existe un consenso total entre las diversas definiciones de la imagen del destino (Gómez, García y Molina, 2013). Algunos autores coinciden en comentar que este concepto ha sido vagamente definido (Baloglu y McCleary, 1999a; Beerli y Martin, 2004; Fakeye y Crompton, 1991; Galarza, Gil y Calderón, 2002), debido a que describen como impresiones o percepciones que un individuo percibe de un destino (Etchner y Ritchie, 2003).

Crompton (1979), uno de los más citados, observa la imagen de un destino como el conjunto de creencias, ideas e impresiones que la gente tiene de un objeto o destino. También, Fridgen (1987) expone que es una representación mental de un objeto o un lugar antes que el observador no está físicamente, y Assael (1984) define como imagen una percepción total de un producto que está formado por procesamiento de información de diversas fuentes a lo largo del tiempo. Estas definiciones destacan, sobre todo, el componente perceptual/cognitivo de la imagen Baloglu y McCleary, (1999a).

Desde la perspectiva de la mercadotecnia, la imagen percibida es un concepto importante en el comportamiento del consumidor y esto ha llevado su aplicación en los escenarios turísticos (Ahmed, 1996; Baloglu y Brinberg, 1997; Baloglu y McCleary, (1999b) y Etchner y Ritchie, 2003). Es notable la importancia de la imagen del des-

tino en la toma de decisiones (Crompton, 1979), debido a que una buena gestión de la misma es factor importante para tener un posicionamiento fuerte y una apropiada estrategia de mercadeo (Echtner y Ritchie, 2003). En el estudio de Gallarza et al. (2002) se realizó una revisión bibliográfica minuciosa sobre este concepto en documentos anteriores. Como resultado, estos investigadores concluyen que el término imagen-destino es un concepto de naturaleza compleja, múltiple en proceso y elementos, comparativo, de carácter subjetivo y dinámico en el tiempo y espacio.

Puh (2014) y Sanz-Blas y Carvajal-Trujillo (2014) manifiestan que la imagen del destino es una de las fuentes claves de la competitividad, influye en el proceso de selección del lugar turístico y es factor primordial para la valoración en el nivel de satisfacción ya que ambos consideran a los atributos cognitivos como elemento primordial en la percepción de la imagen.

Una de las definiciones más completas sobre el término imagen-destino es la que elaboraron Baloglu y McCleary (1999a) quienes consideran la imagen como una representación mental de las creencias, los sentimientos y la impresión global del individuo sobre un destino. Esta integra tanto las impresiones del turista como las cognitivas y afectivas, que más adelante se analizan.

Además, el concepto de percepción tiene un específico interés entre la amplia gama de definiciones sobre la imagen de un destino turístico (Hunt, 1975; Assael, 1984; Gartner, 1986; Calantone et al., 1989; Echtner y Ritchie, 1991; Coshall, 2000). En este mismo orden de ideas, Murphy, Pritchard y Smith (2000) afirman que la imagen incluye la percepción personal de los múltiples componentes del destino turístico. Por un lado, Sánchez y Bigné (2001) consideran que es la “representación mental” o la “percepción global” del turista acerca del lugar; es decir, se desprende el significativo carácter subjetivo que tiene el concepto de imagen del destino turístico.

2.2. La imagen turística y su formación

Cuando se habla de imagen turística se destaca el análisis realizado por Camprubí et al. (2009) que en su artículo “La formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual” señala:

En general, la mayor parte de los autores están de acuerdo que la imagen turística es una construcción mental, donde la representación visual se sitúa en un segundo plano frente a actores relacionados con el conocimiento, impresiones y creencias que el turista tiene sobre un destino turístico determinado. (...) Cabe destacar la propuesta de Baloglu y McCleary (1999a) en la cual determinan que la imagen turística está constituida por un componente cognitivo y afectivo. De tal manera

que ambos son los que contribuyen a la formación de la imagen turística total (Camprubí et al., 2009, p. 258).

Máynez Guaderrama et al. (2012) comentan que la imagen de un destino turístico forma parte de un mundo subjetivo, de toda aquella información interpretada bajo la perspectiva del visitante; es una interpretación subjetiva de la realidad hecha por el turista. Además, la construcción de una imagen, su comunicación y la percepción por parte de los visitantes del destino involucran un proceso dinámico de interpretaciones racionales y emocionales que impactan las expectativas, así como la intención y la decisión de los consumidores al seleccionar un destino turístico.

Respecto al proceso de formación de la imagen del destino, Gartner (1989) considera que es un proceso continuo en el que interactúan diferentes agentes y fuentes de información para crear una imagen en la mente de cada individuo. Para Etchner y Ritchie (2003), en la medición de la imagen del destino se deben tomar en cuenta no solo los aspectos comunes, sino aquellas figuras únicas que distinguen un destino particular. Es decir, estos autores sostienen que la imagen del destino, antes de visitarlo, se forma a partir de fuentes de información, comentarios de familiares y amigos entre otros. Asimismo, tras la visita al destino, la imagen percibida por los turistas puede ser diferente debido a la experiencia vivida.

Por último, el trabajo realizado por Pike (2002) expone que solo seis investigaciones de las 142 analizadas tomaron en cuenta el componente afectivo. En cambio, el resto de las mismas se enfocaron en el componente cognitivo. Para los fines de este documento se consideran ambos componentes en la medición de la imagen del destino turístico de Mazatlán.

2.3. Componentes de la imagen turística

Dentro de las investigaciones realizadas sobre la imagen del destino se concede una mayor participación y transcendencia al componente cognitivo de la imagen. Sin embargo, en la actualidad se está presentado un convencimiento de la participación del componente afectivo dentro de la percepción del individuo (turista) del destino turístico (San Martín, 2005, p.12). Es por eso que la propuesta por estos dos autores expresa que existen dos factores influyentes en el proceso de evaluación de la imagen de un destino turístico, estos son: a) cognitivos y b) afectivos Baloglu y McCleary, (1999a, p.870).

El componente cognitivo se refiere a los conocimientos y creencias individuales sobre un objeto, en este caso un destino turístico, y a través de este tipo de compo-

nente se valoran los atributos percibidos del mismo; por otro lado, el componente afectivo se refiere a los sentimientos, motivaciones, beneficios generados hacia el destino turístico. Este último es dependiente del componente cognitivo Baloglu y McCleary, (1999a, p.870).

2.4. Factores de la imagen turística

Además de los componentes cognitivo y afectivo que participan dentro de la formación de la imagen turística, también se encuentran otros factores como los personales y estimulantes:

a) Los factores personales: la formación de la imagen se sustenta en la percepción de diferentes estímulos por los individuos. La percepción está constituida por las actividades de exposición, atención e interpretación de estímulos externos, las cuales están condicionadas por las características de estímulos recibidos y, muy especialmente, por factores internos de las personas. Por lo tanto, la percepción de un destino se forma en la mente del individuo con base en un procesamiento de información sobre el lugar donde los factores personales, representados por las características sociales y psicológicas de los turistas, podrían tener un papel esencial notable (San Martín y Rodríguez, 2010, p.42-43).

b) Las motivaciones psicológicas, como necesidades del individuo, provocan un desequilibrio que puede corregirse mediante la experiencia turística. Además, son uno de los principales determinantes del proceso de decisión del turista. Dentro de estas motivaciones destacan el ocio, el escape, la diversión, el objetivo del viaje entre otros (San Martín y Rodríguez, 2010, p.43).

c) Los valores socioculturales establecen lo que es aceptado socialmente como realidad. A su vez, Moscovici (1999) establece que la misma realidad está determinada por estas representaciones sociales construidas mediante procesos mentales. Por tanto, la cultura se erige como un elemento constitutivo de la persona. En este contexto, los valores socioculturales y su influencia se convierten en uno de los factores trascendentes que pueden condicionar las percepciones de la imagen de los individuos, en particular, la cultura y el lugar de origen de los turistas, estableciendo que la imagen cognitiva de un destino se ve afectada (citado en San Martín y Rodríguez, 2010, p.43-44).

d) La influencia de las características demográficas en la formación de la imagen participa en las diferentes etapas de la percepción de estímulos por los individuos: exposición, atención e interpretación. En las investigaciones de turismo se ha mostrado la influencia elemental de los rasgos demográficos en la percepción de los turistas,

siendo la edad, el género y el nivel de educación las tres principales variables en la formación de la imagen del destino turístico (San Martín y Rodríguez, 2010, p.44).

e) Los factores estímulos se refieren a un objeto físico, experiencia o estímulo externo (San Martín y Rodríguez, 2010, p.40). En específico, Baloglu y McCleary (1999a, p. 870) incluyen la familiaridad y las fuentes de información sobre el destino turístico como los principales factores. Ritchie (1993) comenta que la familiaridad se ha vinculado tradicionalmente a la experiencia personal con el destino turístico, es decir, son las visitas efectuadas al lugar. Según, Baloglu y McCleary (1999b), la experiencia directa con un destino turístico puede modificar la imagen que el turista tiene de él (citado por San Martín y Rodríguez, 2010, p.40). De la misma manera, Baloglu (2001) enfatiza que la familiaridad no solo está integrada por la dimensión experimental que tiene el turista al momento de visitar un destino turístico, sino también por una dimensión de información –que es la cantidad de información disponible sobre el destino turístico. Es decir, cuando una persona que no ha visitado el lugar podría tener alguna familiaridad con este por medio de información del lugar expuesta en medios (de comunicación o tecnológicos) o la manifestada por otras personas (boca a oreja), este último es uno de los agentes de comunicación con mayor credibilidad y fiabilidad para los turistas. El trabajo de Um y Crompton (1990) propone dos tipos de estímulos: simbólicos y sociales, como fuentes de información que pueden influir en la representación mental del destino turístico. Los primeros incluyen los esfuerzos promocionales de los destinos elaborados por la Secretaría encargada por parte de los diferentes órdenes de gobierno y de la iniciativa privada (organismos camarales como hoteleros, restauranteros, entre otros) relacionada con la actividad turística, mientras que los segundos destacan la comunicación de boca a oreja realizada por los turistas que visitan un destino turístico.

3. Metodología

Con la finalidad de dar respuesta a los objetivos planteados, se llevó a cabo una investigación inicial cualitativa y otra, posterior, cuantitativa. Esta primera fase cualitativa consistió en obtener conocimiento e información sobre el tema estudiado. Se efectuó una investigación exploratoria con levantamiento de fuentes secundarias como: la consulta de artículos y de libros sobre imagen-destino que da como resultado el fortalecimiento del marco teórico. La segunda es la cuantitativa, que se fundamenta en una encuesta personal realizada a 265 turistas nacionales, usando como instrumento un cuestionario estructurado aplicado en el destino turístico de sol y playa, tomando como referencia para esta investigación a Mazatlán, Sinaloa.

El procedimiento de esta investigación consistió en validar la encuesta. Se aplicó una prueba piloto del instrumento de recolocación de datos (cuestionario) con 20 turistas, en abril de 2017, y se detectaron algunas incoherencias que fueron corregidas. La elección de la muestra se realizó aleatoriamente en los principales sitios turísticos de Mazatlán, entre los meses de mayo a septiembre de 2017. Además, la encuesta levantada fue dirigida a la población objetivo de este estudio que está integrada por individuos mayores de 18 años y de nacionalidad mexicana que se encuentran visitando este destino turístico ubicado en el sur de Sinaloa, en los lugares preferidos de visita como: el malecón, la Zona Dorada, el acuario y el centro histórico de la ciudad.

Las técnicas estructuradas se consideran el procedimiento más idóneo para el tratamiento de los datos estadísticos. Para su aplicación se usan la escala de Likert y la de diferencial semántico. Los tipos de análisis estadístico que se permiten usando esta técnica son: análisis descriptivo, factorial, análisis de varianza y de regresión. Para los fines de esta investigación se utilizó el primero en mención. En el cuadro 1 se recoge una ficha técnica que resume el proceso metodológico.

Cuadro 1. Ficha técnica del proceso metodológico

Metodología	Cualitativa y cuantitativa
Técnicas de investigación	Encuesta (cuestionario personal)
	Técnica estructurada: escala de Likert y diferencial semántico
	Técnica no estructurada: preguntas abiertas
Categoría de análisis	Imagen turística
Objeto de estudio	Destino turístico de Mazatlán
Sujetos de estudio	Turistas mexicanos
Tamaño de la muestra	265
Tipo de muestreo	Muestreo probabilístico y aleatorio simple. Nivel de confianza: 95% y error 5%.
Fecha del trabajo de campo	Mayo a septiembre de 2017

Fuente: Elaboración propia

4. Instrumento

Previo al diseño del cuestionario, se exploraron los aspectos y lugares turísticos. Además se revisó material de promoción de Mazatlán con el fin de identificar los atributos más relevantes de este destino e igualmente se revisaron las escalas empleadas en trabajos anteriores que miden la imagen Baloglu y McCleary, (1999a); Sánchez y

Bigné, 2001; Echtner y Ritchie, 2003; Beerli y Martín, 2004; San Martín et al., 2006) los cuales permiten identificar atributos de la imagen aptos de ser incorporados al cuestionario (más adelante se detallan), ajustándose a las características específicas del destino que es objeto de estudio y al perfil de los turistas que visitan al mismo.

En los cuestionarios se incluye una breve explicación de la investigación y se indica a los encuestados que sus respuestas y observaciones se tratarán de forma anónima y confidencial. Asimismo, serán evaluadas de manera conjunta y no de manera individual. Baloglu y McCleary (1999b) y Dencker (1998) comentan que las variables como geográfica, económica, demográfica, psicográfica y mercadológica son de suma importancia a fin de conocer el perfil del turista; para este trabajo se ubican en algunas partes del instrumento de investigación.

El cuestionario se estructura en cinco bloques:

a) Variables sociodemográficas, tales como género, edad, estado civil, estado de procedencia, escolaridad y ocupación laboral.

b) Variables turísticas, tales como si es la primera vez o ha repetido la visita a este destino, viaja acompañado, tipo de alojamiento, tiempo de estancia, motivo de viaje y gasto económico.

c) Percepción de la imagen turística de Mazatlán. Este bloque se subdivide en tres subgrupos (componente cognitivo, componente afectivo e imagen global) compuesto por 26 items). 1. El Componente cognitivo consta de 16 atributos que hacen referencia a aspectos que están mayormente relacionados con la imagen tales como “las playas”, “la gastronomía”, “malecón”, “centro histórico”, “vida nocturna en el destino”, “clima”, “paisaje”, “por ser un destino barato”, “Zona Dorada”, “transporte público”, “monumento al pescador”, “el Faro”, “el clavadista”, la inseguridad en la zona turística”, “el narcotráfico” y “otros componentes”. Se emplea una escala de Likert con valores entre 1 y 5, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo. De acuerdo con Bové y Laguado (2010) expresan que esta escala es usada con mucha frecuencia y les pide a los encuestados que señalen un grado o desacuerdo en cada afirmación. Asimismo, otro componente cognitivo investigado es sobre la seguridad del destino tales como “estuvo en alerta sobre un hecho violento en la zona turística”, “la violencia generada por el narcotráfico ha modificado su percepción sobre la seguridad de Mazatlán”, “Usted está acostumbrado o familiarizado con la violencia o inseguridad en su lugar de origen”, “se sintió en confianza en el destino turístico de Mazatlán”, “se sintió seguro en el destino turístico de Mazatlán” y “se sintió seguro en el resto de la ciudad de Mazatlán”; aquí se utiliza una escala de Likert de la siguiente

manera donde 1 es totalmente de acuerdo y 5 es totalmente en desacuerdo. 2. Componente afectivo. Incluye la valoración de los atributos afectivos a través de una escala de diferencia semántica de dos posiciones (agradable-desagradable, alegre-triste, segura-insegura, tranquila-peligrosa). A lo que se refiere a la escala diferencial semántica, Bové y Laguado (2010) expresan que es una escala de clasificación con siete puntos, cuyos finales se relacionan con niveles bipolares que tienen un significado semántico. En una aplicación especial, los encuestados la responden a través de cada extremo con uno de dos adjetivos bipolares “frío” y “caliente”. 3. Imagen global mide a través de una pregunta la imagen global de Mazatlán mediante una escala de Likert de 5 valores, donde 1 es muy satisfactorio y 5 es muy insatisfactorio.

d) Variables de comportamiento. Se compone de varias preguntas como: lo que más le gusta al turista cuando visita Mazatlán, uso de medios de comunicación y tecnológicos para obtener mayor información y percepción sobre Mazatlán, quién le recomendó visitar este destino y la intención de este recomiende visitar el destino a sus amigos, familiares entre otros. Estas se ubican en el apartado tres de la sección de resultados.

e) Preguntas abiertas. Para los fines de esta investigación, la técnica no estructurada consiste en el uso de preguntas abiertas que permiten al individuo (turista nacional) realizar descripciones libres sobre el destino (San Martín et al., 2006). De esta manera, Echtner y Ritchie (1993) expresan que se permite capturar o medir las impresiones holísticas del individuo sobre el lugar, así como las características que a su juicio son únicas o representativas del destino, estas son: 1. ¿Qué imágenes están vinculadas con Mazatlán?; 2. ¿Qué lugares agradables y desagradables tiene Mazatlán?; 3. ¿Con qué colores y olores identificas a Mazatlán? y 4. ¿Qué es lo que más le gusta de Mazatlán? Estas preguntas se encuentran ubicadas en el apartado cuatro de la sección de resultados de este artículo.

Una vez finalizado el trabajo de campo y recogidos los cuestionarios, continúa el proceso de análisis de los datos que fue elaborado por el método estadístico descriptivo. Los datos fueron divididos por las diversas estructuras del cuestionario tabulados en los programas Excel y SPSS 18 (software). Los datos cuantitativos serán expuestos en porcentajes para proporcionar una mejor presentación de cada variable.

5. Resultados

A continuación se presentan los resultados de las encuestas que se aplicaron a 265 turistas de nacionalidad mexicana durante sus vacaciones en el destino turístico de Mazatlán, con la finalidad de conocer sus percepciones sobre la imagen turística. Este

capítulo consta de cinco apartados que se denominan: a) Perfil sociodemográfico de los turistas mexicanos; b) Visitando a Mazatlán; c) Promoción y publicidad en medios de comunicación y tecnológicos “conociendo Mazatlán”; d) Percepción de la seguridad, confianza e imagen turística de Mazatlán y e) Análisis del componente común de la imagen.

5.1. Perfil sociodemográfico de los turistas mexicanos

En el cuadro dos se presentan elementos del perfil sociodemográfico de los turistas mexicanos:

Cuadro 2. Perfil sociodemográfico de los turistas mexicanos

VARIABLES	%	VARIABLES	%
Sexo		Estado de procedencia	
Masculino	47.71	Sinaloa	13.58
Femenino	52.29	Durango	12.08
		Coahuila	15.85
Edad		Chihuahua	14.77
18-30 años	25.76	Nuevo León	7.54
31-40 años	32.20	Otros	36.23
41-50 años	23.11		
51-60 años	14.39	Escolaridad	
61- más años	4.54	Primaria	5.30
		Secundaria	13.70
Estado Civil		Bachillerato	28.14
Soltero	29.20	Licenciatura	47.91
Casado	60.77	Posgrado	3.04
Viudo	2.69	Ninguno	2.70
Divorciado	2.69	Ocupación	
Otro	6.70	Empleado	43.85
		Ocupación propia	23.46
		Otra	31.54

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación

El perfil sociodemográfico de los turistas permite presentar las principales características de los turistas mexicanos durante el año 2017, a partir de los cuales se obtienen los siguientes resultados: la distribución por sexo es equilibrada con una participación de 52.29% para mujeres y 47.71% para hombres. Además, el estado de procedencia de los turistas que visitan el destino es 15.85% de Coahuila, 14.77%

de Chihuahua, 58% de Sinaloa, 12.08% de Durango, 7.54% de Nuevo León; por último, 36.23% son de otros estados del país. Por otro lado, el 32.20% de los turistas encuestados se ubican en el segmento de 31-40 años, seguidos por la categoría de 18-30 años, con un 25.76%, luego un 23.11% representan de 41-50 años, mientras los turistas de 51-60 años representan un 14.39%, por último, solo un 4.54% son personas de la tercera edad.

Con relación a su escolaridad, la mayoría de los turistas tiene licenciatura con 47.91%, el 28.14% ha terminado el bachillerato; el 21.01% de los turistas cuenta con educación básica (primaria y secundaria) y solo 3.04% con posgrado. En cuanto a su estado civil, el 60.77% son casados, el 29.20% son solteros y 2.69% son viudos o divorciados. Por lo que se refiere a la ocupación laboral, el 43.85% son empleados, el 23.46% trabajan por cuenta propia y 31.54% corresponde a otros (jubilados, pensionados, estudiantes, otros).

5.2. Visitando al destino turístico de Mazatlán

Cuadro 3. Características de la visita del turista mexicano

VARIABLES	%	VARIABLES	%
Motivo del viaje		Viaja acompañado por	
Conocer otro destino turístico	12.08	Solo	4.8
Recreación o diversión	56.60	Familia	75.4
Visitar familiares o amigos	9.05	Pareja	7.5
Negocios	3.39	Amigos	9.9
Congresos y convenciones	1.13	Otros	2.4
Sol, mar y arena	13.58		
Otros	2.26	Derrama económica (pesos)	
		0-5 000	45.42
Familiaridad		5 001-10 000	27.89
Primera ocasión	39.08	10 001-15 000	13.44
Varias ocasiones	60.54	15 001-20 000	12.35
Tipo de Hospedaje		Estancia (días)	
Hotel	72.97	1-3	40.00
Casa de familiares	18.15	4-7	44.09
Motel	1.10	7 o más	15.09
Otros establecimientos	7.77		

Fuente: Elaboración propia información obtenida de la investigación.

En este apartado se muestran diversos aspectos importantes que determinan el proceso de percepción de la imagen turística por los mexicanos que visitan este destino, a partir de los cuales se obtienen los siguientes resultados: respecto a la frecuencia de visita, la de varias veces presentó el mayor índice con 60.54% y la primera vez con 39.08%. Sobre la permanencia o estancia en el destino el mayor peso es el rubro de 4 a 7 días con 44.09%, la estadía de 1 a 3 días con 40%, por último, el de 7 o más días es de 15.09%.

Los tipos de hospedaje más elegidos son hoteles y casa de familiares con 72.97% y 18.15% respectivamente, seguidos por otros establecimientos y motel con 7.77% y 1.10 cada uno. En cuanto al gasto económico (pesos mexicanos), el rubro de 5 001 a 10 000 es el de mayor representación con 45.42%, lo siguen de 0 a 5 000 con 27.89%, 15 001 a 20 000 con 13.94% y de 10 001 a 15 000 con 12.35%. El principal motivo de viaje para visitar Mazatlán es por recreación o diversión con 56.60%, continúan sol, mar y arena, conocer otro destino, visitar amigos o familia con 13.58%, 12.08% y 9.05% respectivamente. Por último, con menor participación, es por negocios, otros motivos y congresos o convenciones con 3.39%, 2.26% y 1.13%.

5.3. Promoción y publicidad en medios de comunicación y tecnológicos

Los medios de comunicación son un factor de suma importancia para el turista donde obtiene información sobre el destino turístico que desea visitar, proporcionando un imaginario del sitio. De tal manera, el 56.36% de los turistas nacionales señalaron al Internet como el principal medio y a la prensa y revistas como los que menos les proporcionan información.

Después de los medios de comunicación, otro elemento que brinda información y participa como pieza clave sobre un destino turístico son las recomendaciones, principalmente la de boca en boca que puede ser una de las más efectivas. Por eso, la opinión de los familiares es la principal con 49.80% de los encuestados en esta investigación y la de menor participación fueron los foros o blogs con menos del 1%. Asimismo, el 78.46% de los turistas comentaron que los medios de comunicación y tecnológicos influyen mucho en la percepción de un destino turístico; en cambio, 2.69% de los turistas expresaron que nada influyen. Estos resultados son importantes debido a que dichos medios son configuradores de la percepción de una imagen turística.

5.4. Percepción de la seguridad, confianza e imagen turística de Mazatlán

Los turistas nacionales tienen una percepción de Mazatlán antes de visitarlo con características de un destino turístico principalmente agradable (94%), alegre con 75%, segura con 81% y tranquila con 72%, pero existen percepciones de turistas sobre un destino inseguro y peligroso con 6% y 13% respectivamente, debido a los escenarios de inseguridad y de violencia que se presentaron en años anteriores.

Para las respuestas obtenidas en las preguntas abiertas, se llevó a cabo un análisis de frecuencias en un documento de hoja de cálculo (Excel) para conocer las respuestas más mencionadas como: ¿qué es lo más te gustó de Mazatlán?, en primer lugar fueron las playas mazatlecas con 56.40%; en segundo lugar el malecón 10.50% y en tercer lugar la comida o gastronomía local con 9.40%. Estos tres rubros componen 76.3% del total de los turistas encuestados, seguidos por la vida nocturna, el paisaje y el clima con 6.00%, 6.00% y 3.40 respectivamente. Asimismo, el centro histórico y el transporte público con 2.60% y 1.50%. Cabe destacar que solo 1.10% de los turistas señalaron preferir Mazatlán por ser un destino barato.

De acuerdo a la percepción de los turistas durante sus vacaciones, ellos seleccionaron diversos lugares agradables que se ubican en la zona turística como en el resto del destino. En primer lugar, los encuestados percibieron a las playas mazatlecas como el lugar más agradable con 31.80%, siguiendo el malecón y la Isla de la Piedra con 22.60% y 9.80%, también, existen otros lugares catalogados como agradables: el Acuario, la Zona Dorada, el centro histórico que configuran los emblemas turísticos de Mazatlán.

Las imágenes relacionadas con el destino turístico de Mazatlán son lugares o espacios emblemáticos que se caracterizan por ser referentes en la parte histórica, económica y social de la ciudad. Por eso, los turistas percibieron como la principal imagen a las Playas (sol, mar y arena) con 45.80%; le siguen la Zona Dorada y el malecón con 13.20% cada uno, otros lugares son el monumento al pescador 9.00%, el Faro 7.10%, la vida nocturna con 4.50%. Existen imágenes vinculadas con el destino como el narcotráfico con 2.30% y la inseguridad en la zona turística con 0.80%.

Luego, el 77.27% de los turistas nacionales percibieron un destino turístico seguro en su totalidad, debido a que no presenciaron ningún hecho delictivo o exento de un riesgo. En cambio, solo 1.14% de los visitantes percibieron un destino totalmente inseguro. Además, el 79.09% de los turistas nacionales estuvieron totalmente de acuerdo con un alto nivel de confianza sobre el destino turístico de Mazatlán. En contraste, solo 1.90% tuvieron una percepción contraria a la primera opinión.

Después de haber gozado sus vacaciones, turistas originarios de los estados de Coahuila, Chihuahua, Durango, Jalisco, Nuevo León, Sinaloa, entre otros, observaron al destino turístico de Mazatlán de la siguiente manera: 52.67% de los visitantes percibieron de manera excelente; luego 41.98% opinaron que tuvieron unas buenas vacaciones, 4.58% percibieron unas vacaciones regulares en este destino turístico y por último, en conjunto, sumaron el 0.72% de los turistas percibieron unas malas o pésimas vacaciones.

Por último, los destinos turísticos tienen campañas publicitarias y promocionales en distintos medios de comunicación, pero una de las recomendaciones más efectivas es el comentario favorable sobre un destino a un familiar, amigo o compañero de trabajo. Es por eso que se le preguntó a los turistas si recomendarían Mazatlán de acuerdo a su percepción; en las respuestas: 91.15% de los turistas comentaron que definitivamente sí recomiendan al destino; en cambio, menos del 1% opinó lo contrario. Por último, la imagen global del destino turístico de Mazatlán es muy positiva o satisfactoria, valorándose en 1.54 sobre una escala de Likert donde 1 es muy satisfactorio y 5 es muy insatisfactorio.

6. Discusión y/o hallazgos del análisis del componente común de la imagen

Martínez, Fernández y Castaño (2013) comentan que durante las últimas décadas, el estudio de la imagen turística ha sido uno de las temas más tratados en materia de investigación del turismo. Asimismo, son numerosos los estudios que se han enfocado en conocer la relación entre imagen-destino, intención de visita a un determinado lugar, diferencias entre la imagen antes y después de visitar un destino, entre otros.

A continuación se realiza un análisis descriptivo de los atributos cognitivos (imagen y seguridad) y los atributos afectivos de la imagen del destino turístico de Mazatlán. En los siguientes cuadros (4, 5 y 6) se muestran las puntuaciones media y desviación estándar que obtiene cada atributo.

Cuadro 4. Análisis descriptivo de los atributos cognitivos de la imagen turística de Mazatlán.

Número	Atributos	Media*	Desviación Estándar
1	Las playas	3.93	1.54
2	El malecón	2.53	1.65
3	Zona Dorada	2.17	1.83
4	El monumento al pescador	1.40	1.82
5	El paisaje	1.40	1.63
6	El Faro	1.36	1.68
7	El clavadista	1.19	1.58
8	La vida nocturna en el destino	1.12	1.57
9	El centro histórico	0.99	1.38
10	El clima	0.93	1.40
11	Otros componentes	0.56	1.25
12	Por ser un destino turístico barato	0.37	0.96
13	Narcotráfico	0.27	0.99
14	Transporte público	0.23	0.86
15	La inseguridad en la zona turística	0.16	0.71

Escala de valores de Likert: 5=Totalmente de acuerdo y 1= totalmente en desacuerdo

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en el cuadro 4, los atributos cognitivos más relacionados con la imagen de Mazatlán por parte de los turistas nacionales durante su estancia vacacional son los relativos a la presencia de las playas, el malecón, la comida (gastronomía) y la Zona Dorada; es decir, aparecen de manera clara elementos naturales y espaciales de la ciudad como aspectos identificativos de la imagen del destino turístico. Asimismo, se pueden destacar atributos relacionados como el paisaje, el Faro, la vida nocturna, el centro histórico, el clima en la parte intermedia del *ranking* de los atributos de la imagen de la ciudad. Por último, los atributos menos relacionados con la imagen turística son elementos de inseguridad como narcotráfico e inseguridad en la zona turística, transporte público y ser un destino barato.

**Cuadro 5. Análisis descriptivo de los atributos cognitivos
de la seguridad turística de Mazatlán.**

Número	Atributo	Media*	Desviación estándar
1	Se sintió seguro en el destino turístico	1.33	.730
2	Se sintió en confianza en el destino turístico	1.49	1.67
3	Se sintió seguro en el resto de la ciudad	1.57	1.00
4	Está familiarizado con la violencia	2.55	1.68
5	El narcotráfico ha modificado su percepción	3.08	2.62
6	Estuvo alerta de algún hecho violento	4.45	1.19

*Escala de valores de Likert donde 1=totalmente de acuerdo a 5=totalmente en desacuerdo con los atributos cognitivos relacionados con la seguridad de Mazatlán

Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en el cuadro 5, un análisis descriptivo de los atributos cognitivos en la formación de la imagen del destino muestra que la seguridad y la confianza presentada es un escenario favorable para la percepción de los turistas nacionales sobre este sitio. Este hecho lo constata el estudio de Gómez (2010) considerando el lugar de origen del turista. En cambio, el impacto del narcotráfico y la familiarización con la violencia por parte de los turistas no se consideran factores importantes para determinar la imagen turística del destino de Mazatlán.

Cuadro 6. Análisis descriptivo de la imagen afectiva del destino turístico de Mazatlán

Número	Atributo	Media*	Desviación estándar
1	Lugar agradable (1) / lugar desagradable (0)	.95	.21
2	Lugar seguro (1) / lugar inseguro (0)	.78	.41
3	Lugar alegre (1) / lugar triste (0)	.75	.43
4	Lugar tranquilo (1) / lugar peligroso (0)	.66	.47

*Escala de 1 a 0¹

Fuente: Elaboración propia

Como se aprecia en el cuadro 6, un breve análisis descriptivo de los atributos que integran la imagen afectiva del destino de Mazatlán permite observar la mayor identificación de la ciudad como un sitio agradable, hecho que constata el estudio de Martínez et al., (2013). Estas son características que refuerzan la confortabilidad del destino y la fidelidad de los turistas.

¹ La escala de diferencial semántico para el uso de la media en el análisis descriptivo afectivo de la imagen de Mazatlán es la siguiente: 1 equivale el lado favorable y 0 es el lado desfavorable del atributo.

7. Conclusiones

La imagen de un destino se convierte en uno de los temas que producen mayor interés dentro de la investigación en turismo. La realización de este trabajo permite comprender de manera detallada la participación o intervención de los atributos cognitivos/perceptuales y afectivos del componente común de la imagen en la formación de la misma del destino turístico de Mazatlán. El presente trabajo perseguía, como objetivo principal, comprender la imagen turística del destino turístico de sol y playa referido, a través de sus atributos y percepciones.

Centrándose en el propósito central de la investigación, este dio paso al planteamiento de cuatro objetivos a investigar. El primero, relativo a identificar los atributos cognitivos y afectivos que caracterizan el componente común de la imagen turística de este destino: en primer término, son los atributos cognitivos de imagen y sobre seguridad turística: las playas, el malecón, la gastronomía, el clima, el paisaje, el Faro, la Zona Dorada, monumento al pescador, la vida nocturna en el destino, el clavadista, el centro histórico, por ser un destino barato, el narcotráfico, el transporte público, la inseguridad en la zona turística y otros componentes; asimismo, el turista se sintió seguro y en confianza en el destino, se sintió seguro en el resto de la ciudad, está familiarizado con la violencia, el narcotráfico ha modificado su percepción y estuvo alerta de algún hecho violento respectivamente. En segundo término, sobre el componente afectivo se identificaron los siguientes atributos: un destino turístico agradable-desagradable, seguro e inseguro, alegre o triste y tranquilo-peligroso. De esta manera, el presente trabajo utiliza una aproximación cognitiva en la medición de la imagen aunque en la literatura se ha recomendado utilizar el componente afectivo y recoger una imagen global, dado a que posee identidad propia y es superior a la suma de otros componentes (Baloglu y McCleary, 1999a; Baloglu y Love, 2005).

El segundo objetivo a investigar trata de evaluar los atributos cognitivos y afectivos que caracterizan el componente común de la imagen turística de este destino, que consiste en un análisis descriptivo a través de la media y la desviación estándar, arrojando las siguientes conclusiones: los atributos cognitivos mayormente relacionados con la imagen del destino son las playas, el malecón, la gastronomía, el paisaje y el monumento al pescador, debido a que presentan los resultados más altos. En cambio, los atributos menormente relacionados son por ser un destino barato, narcotráfico, transporte público e inseguridad en la zona turística, de acuerdo al modelo de formación de la imagen de un destino donde uno de los elementos importantes son los componentes cognitivos (Baloglu y McCleary, 1999a). En lo que respecta a los atri-

butos cognitivos sobre la seguridad del destino turístico de Mazatlán, se refiere a que los turistas nacionales perciben un destino seguro y confiable en la zona turística, de la misma forma en el resto de la ciudad. En contraste, los turistas que se encuentran familiarizados con la violencia en sus lugares de origen, a pesar de eso no estuvieron alerta sobre algún hecho violento en el destino y que el narcotráfico ha cambiado su percepción sobre este lugar según los resultados presentados. Este hecho se constata en los estudios de Korstanje (2009). Se puede explicar por el hecho de que los turistas se encuentran socializados con las mismas características de la violencia en las ciudades donde viven, por lo cual no perciben Mazatlán como un lugar inseguro.

El tercer objetivo consistía en conocer los factores personales y de estímulo de los turistas nacionales. En el proceso de formación de la imagen turística del destino participan los factores personales (procedencia, motivaciones y perfil sociodemográfico) y de estímulos (tipo información, experiencias previas y cantidad), de tal manera que la mayoría de los encuestados provienen de Coahuila, Chihuahua, Durango y Sinaloa (turismo regional), estados con índices de violencia significativos, por lo cual ellos se encuentran socializados con este escenario de inseguridad en sus lugares de origen. Sus principales motivaciones son “descansar” y “las playas”, viajan acompañados con sus parejas y/o familias, y en repetidas ocasiones, entre las edades de 18 a 40 años principalmente y son empleados. Los hallazgos muestran en los factores estímulo que los turistas obtuvieron y recibieron información del destino principalmente a través del internet y recomendaciones de amigos y familiares, que determinaron la intención de visita y su familiarización, por lo cual, estos dos factores provocaron una percepción favorable, positiva o excelente de la imagen global del destino. Estudios similares han comentado estas acciones de los factores en mención (Baloglu y McCleary, 1999a; Ritchie, 1993; Um y Crompton, 1990; San Martín y Rodríguez, 2010).

Por último Mazatlán tiene, en el análisis de las percepciones de los turistas nacionales (último objetivo específico), una imagen turística de sol y playa global con una satisfacción alta o excelente durante sus vacaciones con prácticas de vida nocturna, gastronomía, espacios de diversión, al mismo tiempo, es considerada como una ciudad agradable, segura, alegre, tranquila y confiable específicamente por familias, amigos y parejas considerándolo como un destino familiar. De esta manera, recomendarlo a sus familiares, amigos, compañeros de trabajo entre otros para que lo visiten y con la intención de repetir nuevamente su visita. Los turistas con mayor satisfacción tendrán una imagen más positiva del lugar y por tanto mayores posibilidades de regresar a visitarlo y recomendarlo (Cruz et al., 2012).

Los resultados y conclusiones procedentes de esta investigación deben matizarse en un conjunto de implicaciones y limitaciones, que se reflexiona a partir del planteamiento de futuras líneas de investigaciones. Enseguida se presentan algunas implicaciones y limitaciones así como futuras líneas de investigación:

a. Implicaciones

De acuerdo con los resultados obtenidos, desde un punto de vista práctico, las principales implicaciones de este estudio para los organismos encargados de la gestión del destino turístico son evidentes, por lo cual, la percepción de los turistas nacionales delimita el posicionamiento del destino turístico. En un primer lugar, tomando en cuenta los atributos o recursos naturales, espaciales y culturales (playas, malecón, gastronomía) respectivamente, son claves para la formación de la imagen cognitiva del destino turístico de sol y playa de Mazatlán para los turistas nacionales. En segundo lugar, Gómez, García y Molina (2013) comentan que las experiencias turísticas tienen un carácter temporal, por lo cual, sería necesario recomendar a este destino de sol y playa sobre la oferta de nuevos atractivos turísticos (de naturaleza, cultural, aventura, deportivos) y eventos familiares matinales con el fin de mejorar la percepción de la imagen del destino por parte de los turistas nacionales, debido a que comentan que Mazatlán tiene atractivos como Zona Dorada, monumento al pescador, el Faro, el clavadista, centro histórico y la vida nocturna que se relacionan con su imagen, pero hace falta diversificar y con ello mejorar la experiencia turística.

Como último punto, la imagen negativa percibida por los turistas nacionales sobre las calles sucias de la ciudad y del centro de la misma –que se puede relacionar con la atmósfera del destino, la relación de la presencia del narcotráfico y hechos mediáticos que se suscitaron en el destino turístico– han modificado la percepción de estos actores. Cambiar esta atmósfera negativa en la formación cognitiva y afectiva del destino se convierte en tema crucial para los gestores del turismo local y estatal con la finalidad de ofrecer y mejorar la imagen turística y de seguridad del destino de Mazatlán.

b. Limitaciones y futuras líneas de investigación

Por último, es necesario reconocer que esta investigación tiene una serie de limitaciones desde una perspectiva teórica y aplicada. En un primer término, aunque se ofrece una importante información de los turistas nacionales de destinos de sol y playa, no se tienen en cuenta otros actores considerados como visitantes internacionales, residentes, empresarios, gestores de la imagen u otras instituciones. En un segundo tér-

mino, el estudio se centró solamente en un destino turístico de sol y playa (Mazatlán). En tercer lugar, este artículo estudia la imagen turística del destino desde el análisis descriptivo del componente cognitivo y afectivo, obviando el análisis de factores, de ecuaciones estructurales, entre otros.

No obstante, estas limitaciones se pueden convertir en futuras líneas de investigación de donde se desprenderán trabajos académicos. De esta manera, será interesante evaluar el proceso de formación de la imagen turística del destino, ampliando el estudio a otros grupos de interés y con diversas características sociales. Por otro lado, las futuras investigaciones deberán enfocarse en el análisis de estudios comparativos con otros destinos turísticos con características homogéneas (destinos de sol y playa, y tradicionales) o en contraste con destinos heterogéneos (del interior, urbanos, culturales, entre otros).

Además, por la complicación explicativa del estudio de la imagen del destino, es necesario llevar a cabo estudios por separado, contemplando por un lado los factores que intervienen en la formación de la misma y, por otro, los aspectos personales de los turistas que intervienen en la percepción de esta imagen.

Otro posible estudio que incluirá el análisis de la imagen turística del destino será desde la perspectiva de los métodos regresivos, análisis de factores y de ecuaciones estructurales debido a que son los ideales o aptos, de acuerdo a sus fines son de carácter contrastante. Por último, otra investigación estaría orientada específicamente a los organismos encargados de la gestión del destino turístico de Mazatlán, con el objetivo de mejorar la atracción, satisfacción y fidelidad de los turistas, para lo cual es preciso tomar en cuenta la visión y posible aportación de la población residente del destino.

Referencias

- Ahmed, R. y Gray, D. (1996). Immunological memory and protective immunity: understanding their relation. *Science*, 272(5258), 54-60.
- Assael, H. (1984). *Consumer behavior and marketing action*. Boston, Estados Unidos: Kent Publishing.
- Baloglu, S. (2001). Image variations of Turkey by familiarity Index: Informational and Experimental Dimensions. *Tourism Management*, XXII(2), 127-133. doi: 10.1016 / S0261-5177 (00) 00049-2
- Baloglu, S. y Brinberg, D. (1997). Affective images of tourism destinations. *Journal of Travel Research*, 35(4), 11-15.

- Baloglu, S. y Love, C. (2005). Association meeting planners perceptions and intentions for five major US convention cities: the structures and unstructures images. *Tourism Management*, 26, 743-752. doi: 10.1016 / j.tourman.2004.04.001
- Baloglu, S. y Mangaloglu, M. (2001). Tourism Destinations Images of Turkey, Egypt, Greece and Italy as Perceived by US-Based Tour Operators and Travel Agents. *Tourism Management*, XXII(1), 1-9. doi: 10.1016 / S0261-5177 (00) 00030-3.
- Baloglu, S. y McCleary, K. (1999a). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, XXVII(4), 868-897. doi: 10.1016/S0160-7383(99)00030-4
- Baloglu, S. y McCleary, K. (1999b). U.S. international pleasure travelers ´ images of four Mediterranean destinations: A comparison of visitors and nonvisitors, *Annals of Tourism Research*, 38, 144-152. doi: 10.1177 / 004728759903800207
- Beerli, A. y Martín, J. D. (2004). Cómo influyen las fuentes de información en la imagen percibida de los destino turísticos. *Revista Española de Investigación de Marketing*, 8(2), 7-34. Recuperado de <https://bit.ly/2VsXuFp>
- Bové, M. y Laguard, R. (2010). *Análisis de los factores que configuran la imagen de Tarragona como destino turístico y sus implicaciones para el diseño de la política turística de la ciudad*. Recuperado de <https://old.aecr.org/web/congresos/2010/htdocs/pdf/p80.pdf>
- Calantone, R. J., Di Benedetto, A., Hakam, A. y Bojanic, D. C. (1989). Multiple multi-national tourism positioning using correspondence analysis. *Journal of Travel Research*, XXVIII(2), 25-32. Recuperado de <https://bit.ly/3bbCERx>
- Camprubí, R., Guia, J. y Comas, J. (2009). La formación de la imagen turística inducida: modelo conceptual. Pasos. *Revista Turismo y Patrimonio Cultural*, VII(2), 255-270. Recuperado de <https://bit.ly/2Vwr78u>
- Coshall, J. (2000). Measurement of tourist's images: the repertory grid approach. *Journal of Travel Research*, XXXIX, 85-89. doi: 10.1177 / 004728750003900111
- Crompton, J. (1979). An Assessment of the Image of Mexico as a vacation Destination and the influence of geographical location upon the Image. *Journal of Travel Research*, XVIII(4), 18-23. doi: 10.1177 / 004728757901700404
- Cruz, E. C., Nápoles, Y. N. y Ramos, E. E. (2012). Imagen percibida-satisfacción. La analogía para complacer al cliente: un estudio para mercado canadiense en el Hotel Blau Colonia, Jardines del Rey, Cuba. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(3), 706-728. Recuperado de <https://bit.ly/3cjM8dv>
- Denker, A. (1998). *Metodología científica. Turismo: como aprender, como ensinar*. São Paulo, Brasil: Senac.

- Echtner, C. y Ritchie, B. (2003). The meaning and measurement of destinations image. *Journal of Tourism Studies*, II(2), 2-12. Recuperado de <https://bit.ly/2REjSu7>
- Echtner, C. M. y Ritchie, J. B. (1991). The meaning and measurement of destination image. *Journal of Tourism Studies*, 2(2), 2-12.
- Echtner, C. y Ritchie, J. (1993). The measurement of destination image: An empirical assessment. *Journal Travel of Research* 31(4), 3-13
- Fakeye, P. C. y Crompton, J. L. (1991). Image differences between prospective, first-time and repeat visitors to the Lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30(2), 10-16. doi: 10.1177/004728759103000202
- Fridgen, J. (1987). Use of cognitive maps to determine perceived tourism region. *Revista Leisure Sciences*, IX, 101-117. doi: 10.1080/01490408709512150
- Gallarza. M.G., Gil, I. y Calderón, H. (2002). Destination image: towards a conceptual framework. *Annal of Tourism Research*, 9(1), 56-78. doi: 10.1016 / S0160-7383 (01) 00031-7
- Gartner, W. C. (1986). Temporal influences on image change. *Annals of Tourism Research*, XIII(4), pp. 635-644. Recuperado de <https://bit.ly/2Ki11kN>
- Gartner, W. C. (1989). Tourism image: attribute measurement of state tourism products usin multidimensional scallin techniques. *Journal of Travel Research*, 28(2), 16-20. doi 10.1177/004728758902800205
- Gómez, A. (2010). La imagen de Andalucía en el turismo cultural: el caso de Japón. En Jiménez, J. L. y Ruiz P. (coord.). *III Jornadas de investigación en turismo. Nuevas perspectivas del turismo para la nueva década* (pp. 643-663). Sevilla, España: Universidad de Sevilla.
- Gómez, A., García, J. A. y Molina, A. (2013). Imagen cognitiva de los destinos de interior desde la perspectiva de residentes y visitantes: una aplicación en 4 regiones españolas. *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas*, 16, 167-179. Recuperado de <https://bit.ly/2K2o5nr>
- Hunt, J. (1975). Image as a factor in tourism development. *Journal of Travel Research*, XIII(1), 1-7. doi/10.1177/004728757501300301
- Korstanje, M. (2009). Interpretando el Génesis del Descanso: una aproximación a los mitos y rituales del turismo. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(1), 99-113.
- Martínez, M. E., Fernández, J. J. y Castaño, J. M. (2013). Análisis exploratorio de la imagen turística de la ciudad de Granada por parte de una muestra de estudiantes de lengua española. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 23, 27-53. doi: https://doi.org/10.5209/rev_CESE.2013.v23.47661

- Máynez, A., Palafox, A., Vera, E. y Cavazos, J. (2012). La relación entre la competitividad y la imagen percibida de los destinos turísticos mexicanos. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, XXI(3), 1215-1221. Recuperado de <https://bit.ly/2RDHW0>
- Moscovici, S. (1999). Conciencia social y su historia. *Revista Polis*, 1(1), 17-40.
- Murphy, P., Pritchard, M. P. y Brock, J. (2000). The destination product and its impact on traveller perceptions. *Revista Tourism Management*, XXI(1), 43-52. doi: 10.1016 / S0261-5177 (99) 00080-1
- Pike, S. (2002). Destination image analysis-a review of 142 papers from 1973 to 2000. *Tourism Management*, 23(5), 541-549. Recuperado de <https://bit.ly/3abvLyd>
- Puh, B. (2014). Destination image and Tourism satisfaction: the case of a mediterranean destination. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(13), 538-544. doi: 10.5901 / mjss.2014.v5n13p0538
- Richardson, S. L. y Crompton, J. (1988). Vacation patterns of French and English Canadians. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 430-435.
- Ritchie, J. B. (1993). Crafting a destination vision: Putting the concept of resident responsive tourism into practice. *Tourism Management*, 14(5), 379-389.
- Sánchez, I. y Bigné, J. E. (2001). Evaluación de la imagen de destinos turísticos: una aplicación metodológica en la comunidad valenciana. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. 0(3), 189-200. Recuperado de <https://bit.ly/34DO3XW>
- Sanz Blas, S. y Carvajal-Trujillo, E. (2014). Cruise passengers' experiences in a Mediterranean port of call. The case study of Valencia. *Ocean & Coastal Management*, 102, 307-316.
- San Martín, H. y Rodríguez, I. (2010). Los factores estímulos y personales como determinantes de la formación de la imagen de marca de los destinos turísticos: un estudio aplicado a los turistas que visitan un destino vacacional. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, XLIV, 37-63. Recuperado de <https://bit.ly/2wE1KJC>
- San Martín, H., Rodríguez del Bosque, I. A. y Vázquez Casielles, R. (2006). Análisis de la imagen en turismo mediante técnicas estructuradas y no estructuradas: Implicaciones competitivas para los destinos turísticos. *Revista Asturiana de Economía RAE*, 35, 69-91.
- Sánchez, V. (abril, 2012). Inseguridad y violencia: Repercusiones en el turismo de cruceros en Mazatlán, Sinaloa. En *Primer Coloquio Internacional Globalización*

y Territorios: impactos y respuestas en las ciudades. El Colegio de Sonora, Hermosillo, Sonora, México.

- Sánchez, V. (2015a). Escenarios turísticos e inseguridad en el turismo. *Revista Latino-Americana en Turismología*, I(1), 61-75. Recuperado de <https://bit.ly/3cnAtul>
- Sánchez, V. (2015b). *Percepción del imaginario turístico de los turistas estadounidenses y mexicanos en Mazatlán, en un escenario de inseguridad* (tesis de doctorado en Ciencias Sociales). Universidad Autónoma de Sinaloa, Culiacán, Sinaloa, México.
- Santamaría, A. y Flores, S. (2012). *Escenarios de violencia e inseguridad en los destinos turísticos: Mazatlán como estudio de caso*. Mazatlán, México: Facultad de Ciencias Sociales.
- Secretaría de Turismo de Sinaloa (Sectur Sinaloa) (2017). *Principales Indicadores Turísticos Cuarto trimestre 2015-2016*. Recuperado de <https://bit.ly/2XB503G>
- Um, S. y Crompton, J. (1990). Attitude determinants in tourism destination choice. *Annals of Tourism Research*, XVII(3), 432-448. doi.org/10.1016/0160-7383(90)90008-F
- Velarde, M. (2014). *Agenda de Competitividad del Destino Turístico de Mazatlán 2013-2018*. México: Secretaría de Turismo-Gobierno del estado de Sinaloa-Universidad de Occidente.
- World Tourism Organization (UNWTO) (2018). Tourism Highlights, 2018. doi: 10.18111/9789284419876.

APORTACIONES AL CONOCIMIENTO TURÍSTICO DEL DESTINO PUERTO VALLARTA Y SU ZONA DE INFLUENCIA, DESDE EL POSGRADO EN CIENCIAS PARA EL DESARROLLO, LA SUSTENTABILIDAD Y EL TURISMO

CARLOS GAUNA RUIZ DE LEÓN

carlosrg@cuc.udg.mx

CARLOS R. VIRGEN AGUILAR

rogeliov@cuc.udg.mx

Centro Universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara

Resumen

Se realiza un análisis del destino Puerto Vallarta y su zona de influencia, a través de los trabajos de tesis de posgrado (maestría y doctorado) en Ciencias para el desarrollo, la sustentabilidad y el turismo de la Universidad de Guadalajara, con una visión multidisciplinar, de acuerdo con temáticas propuestas desde la academia para el análisis de la actividad turística. Refiere la importancia que tiene el turismo en una de las regiones mexicanas con mayor desarrollo, que a su vez provoca impactos económicos, socio-culturales y medioambientales; además, presenta aportaciones para la solución de los conflictos y el fortalecimiento de sus capacidades de manera sostenible.

Palabras clave: creación de conocimiento, Puerto Vallarta, turismo, desarrollo, sociedad, sustentabilidad.

CONTRIBUTIONS FROM THE POSTGRADUATE PROGRAM IN SCIENCES FOR DEVELOPMENT, SUSTAINABILITY AND TOURISM TO KNOWLEDGE CREATION REGARDING PUERTO VALLARTA AND ITS AREA OF INFLUENCE

Abstract

An analysis of Puerto Vallarta's destination and its zone of influence is made through the theses of the University of Guadalajara's graduate program (doctoral and masters) in sciences for development, sustainability and tourism, with a multidisciplinary vision, according to the themes proposed by the academy for the analysis of tourism activity. It shows the importance of tourism in one of the Mexican regions with the greatest development, which in turn causes economic, socio-cultural and environmental impacts. It also presents contributions for the solution of conflicts and the strengthening of its capacities in a sustainable manner.

Keywords: knowledge creation, Puerto Vallarta, tourism, development, society, sustainability.

Fecha de recepción: 7 de febrero de 2020. *Fecha de aceptación:* 15 de abril de 2020

CÓMO CITAR: Gauna, C. y Virgen, C. (2020). Aportaciones al conocimiento turístico del destino Puerto Vallarta y su zona de influencia, desde el posgrado en ciencias para el desarrollo, la sustentabilidad y el turismo. *Dimensiones Turísticas*, 4(6), 119-148. <https://doi.org/10.47557/EIDG4383>

1. Introducción

En la actualidad, la investigación y la formación de investigadores es un reto de las universidades. Los recursos siempre son escasos y deben ser usados de forma adecuada hacia cumplir con los fines para los que fueron constituidas las instituciones de educación superior. Entre estos fines está la investigación científica, teniendo como objetivo la realización de trabajos pertinentes y de calidad. Un esfuerzo igual de importante es construir esquemas de educación superior de posgrado que formen a los nuevos investigadores. Esto es tan válido para las ciencias exactas como las ciencias sociales.

La construcción de un posgrado de calidad que atienda la problemática social asociada al turismo, ha sido la función de un grupo amplio de investigadores de diversas disciplinas que han aportado sus esfuerzos desde el Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara (CUCosta), con el apoyo de muchos otros investigadores, nacionales y extranjeros que se han sumado como asesores del proyecto de posgrado y como apoyo disciplinar de muchas de las tesis de nivel maestría y doctorado. Los resultados han sido valiosos. En los casi 20 años de esta experiencia se tienen egresados que ahora son investigadores en instituciones de educación superior, trabajando en la formación de profesionistas del futuro y haciendo investigación de calidad en busca de dar soluciones a los problemas que enfrenta la sociedad. Como parte de esta búsqueda, un objeto de estudio reiterado en las tesis de posgrado ha sido la actividad turística en la costa de Jalisco, por lo que se considera valioso recuperar los aportes realizados a la fecha. Así, este trabajo se aborda de forma multidisciplinar, a partir del conocimiento generado desde el Posgrado en Ciencias para el Desarrollo, la Sustentabilidad y el Turismo.

El objetivo es analizar las condiciones que prevalecen en la actividad turística en uno de los territorios más importantes del país, como es Puerto Vallarta y su área de influencia, explicando su conformación histórica, las formas en que se ha impulsado el proceso de desarrollo, con todas sus virtudes y también con sus defectos, la dinámica social y su relación con el entorno, la forma como se ha ocupado el espacio y los conflictos que se provocan, a través de la visión de los trabajos de los alumnos del posgrado que, con el rigor académico manifestado, se puede explicar de manera integral la realidad social, económica, cultural y medioambiental.

El destino Puerto Vallarta se integra, para los fines de este trabajo, por la zona conurbada de Puerto Vallarta, Jalisco - Bahía de Banderas, Nayarit, y la zona de influencia de la Costalegre, Jalisco, que la conforman los municipios de Cihuatlán, La Huerta, Tomatlán y Cabo Corrientes.

2. La formación de investigadores y la investigación en turismo

La formación de investigadores desde los estudios de posgrado es relevante por su trascendencia en la actividad académica, esto es aún mayor cuando este trabajo se realiza en un país con una baja producción de investigación y es prioridad cuando se trata de una temática compleja como el turismo, que requiere una atención multidisciplinar.

Existen estudios que analizan la calidad de la formación de los investigadores, particularmente sobre las políticas públicas en México que se generan desde el gobierno federal a partir de la Secretaría de Educación Pública (SEP) y del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), haciendo una valoración crítica sobre los impactos y resultados obtenidos y presentando propuestas para su mejora (Rivas, 2004; Hernández y Nieto, 2010; Ortiz-Villanueva, 2013; Abreu-Hernández y Cruz-Flores, 2015); de forma particular el libro *La calidad del pregrado y el posgrado, una mirada latinoamericana* (Marum y Rosario, 2015), que es resultado de una conferencia latinoamericana sobre educación superior. En la misma temática existe un trabajo que da cuenta del impacto del posgrado en Argentina (Barky y Dávila, 2016).

De forma particular se tiene un trabajo sobre el impacto del posgrado en la Universidad Autónoma de Nayarit (Becerra, 2017) y dos documentos tratan especialmente sobre la formación de doctores en educación (Pacheco, 2011; Zaldívar, Canto y Quintero, 2018). Otras investigaciones analizan las características de los estudiantes de posgrado, la calidad de su formación, el proceso de egreso y el impacto en la sociedad (Contreras y Urrutia, 2017) y cómo se enfrentan los egresados al mundo del empleo como investigadores (Chavoya, 2013).

En cuanto a la investigación en turismo, se tienen trabajos que tratan sobre la problemática en México (López y Palomino, 2007; Osorio, Castillo y Moreno, 2008; Pimentel, 2016; Arnaiz, Pimentel y Gauna, 2017; Gómez-Nieves, 2018). En Uruguay, Pimentel y Carvalho (2019); en Ecuador, Pimentel, Costa y Bifano (2017); en Colombia, Castillo-Palacios y Zuñiga-Collazos (2015), en especial el análisis de la educación superior en turismo en América Latina y España, que recibió el premio “FITUR 2017” (Celis, 2019) y un análisis crítico sobre la formación en turismo en los nuevos tiempos (César y César, 2016).

En Brasil se ha realizado un estudio particular sobre la relevancia del turismo como tema de investigación de los posgrados en geografía (Silva y Fransualdo, 2019) y otro sobre la difusión de la investigación turística (Picazo, Moreno y León, 2012).

Cabe destacar los trabajos que se han realizado desde la Academia Mexicana de Investigación Turística (AMIT) sobre la situación que guarda la investigación turística en México (Osorio y Korstanje, 2017; Monterrubio, 2017; Jiménez y Velázquez, 2017; Hiernaux, 2018), sobre un análisis de la producción académica de los investigadores del turismo en México (Rodríguez y Vargas, 2018) y la evaluación de la política científica de la investigación turística en México (Bringas y Verduzco, 2019).

El trabajo de formar investigadores en México tiene su soporte en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología del gobierno de la República (Conacyt, 2019), el cual funciona de manera ininterrumpida desde 1991. Para el ingreso y la promoción al PNPC es necesario que el posgrado solicite de manera voluntaria la evaluación, la cual se basa en criterios objetivos en diversas secciones que integran el trabajo académico de un posgrado de calidad (Estudiantes, Núcleo académico básico, Plan de estudios, Movilidad, Productividad académica).

Tabla 1. Posgrados en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad de Conacyt

Tipo	Doctorado	Maestría	Especialidad	Total
Competencia internacional	89	132	24	245
Consolidado	189	372	101	662
En desarrollo	209	503	209	921
De nueva creación	171	228	69	468
Total	658	1 235	403	2 296

Fuente: Elaboración propia a partir de información del portal web del Conacyt (2019).

En el año 2003 se conformó el proyecto de posgrado en “Ciencias para el desarrollo sustentable” (maestría y doctorado) el cual estaba dirigido a formar expertos que atendieran los problemas sociales de acuerdo a las Líneas de generación y aplicación del conocimiento (LGAC) de “Desarrollo local y desarrollo regional”, “Desarrollo turístico sostenible” y “Sociedades en transición”, basadas en los objetivos que se desarrollaban en el Centro de investigación para el desarrollo turístico sostenible (Cedestur), logrando para ambos niveles el reconocimiento dentro del PNPC.

En el año 2012, por cuestiones administrativas se tuvo que cerrar la primera estructura del posgrado, rehaciendo el modelo, pero manteniendo la parte esencial que es el núcleo académico, generando modificaciones que se consideraron adecuadas a partir de la experiencia. Se puede considerar de forma administrativa que existen dos épocas del posgrado, durante la segunda, se le denominó: Ciencias para el Desarrollo, la Sustentabilidad y el Turismo (PCDST) (Gauna y Vargas, 2017). En este periodo se

logró que ambos posgrados obtuvieran un reconocimiento dentro del PNPC: la maestría ha avanzado al nivel de “en desarrollo” y el doctorado está en el nivel de “nueva creación” y durante el año 2020 será nuevamente evaluado.

La fundamentación teórica del posgrado se basa en el desarrollo y los procesos de planeación para alcanzarlo de forma particular desde la visión más amplia que ofrece la sustentabilidad. El turismo se considera como un modelo de desarrollo, pues a partir de esta actividad se pueden lograr los objetivos del desarrollo en los lugares que se lleve a cabo, siempre que genere beneficios reales a la sociedad y el uso del espacio lo realice cuidando el medio natural (CEED-Cedestur, 2001, p. 10).

Así, el turismo es más que una actividad, se puede considerar como un modelo de desarrollo que requiere un proceso de planeación, que se integra en los territorios y que concibe a la sociedad como un elemento fundamental. No se puede realizar ni pensar solo en los turistas y en los elementos inmobiliarios que se requieren en su operación:

“El turismo exige en su proceso de planificación para el desarrollo de un tratamiento interdisciplinario. El enfoque parcial de su desarrollo es precisamente el que ha dado lugar [...] a los efectos negativos que tanto se han señalado del turismo y la falta de un análisis sistemático ha impedido que el mismo sea evaluado y comparado en una forma justa [...] que pudiera coadyuvar al desarrollo económico y social de los países y regiones donde se genera” (Virgen, 2014, p.74).

3. Metodología

El esfuerzo de dar a conocer las aportaciones realizadas desde el posgrado, que muestran la calidad y pertinencia del proyecto, permite construir un relato que puede explicar de una manera amplia y profunda las condiciones de un destino turístico desde diversas disciplinas, lo que hace más enriquecedor el proceso, sobre todo cuando el destino es un referente de calidad e icónico dentro del turismo mexicano, como lo es Puerto Vallarta.

Los documentos analizados están resguardados en la biblioteca central del CU-Costa. En la primera fase se ordenaron las tesis para ambos niveles del posgrado. Esta tarea se realizó gracias al apoyo de estudiantes del programa Delfín, en el verano de 2019. Se contrastó con la información de las bases de datos administrativas de la Universidad de Guadalajara para identificar a todos aquellos estudiantes que estuvieron graduados.

Posteriormente, se vació la información relevante de las tesis en una base de datos: nombre del sustentante, director, nombre de la tesis, metodología aplicada, principales aportaciones, espacio temporal, espacio físico donde se realizó el trabajo de tesis y de observaciones en su lectura que fueran importantes. Para cada uno de los trabajos se determinó la LGAC a la que están adscritos en el posgrado. La concordancia de los trabajos de tesis con la teoría en la que se planeó el posgrado permite identificar que se han alcanzado los objetivos académicos planteados.

Toda vez que el turismo no se encuentra dentro de la clasificación disciplinar generada por el Conacyt, se determinó hacer un conteo de proyectos de tesis que abordan esta temática, Esto se sustenta en el perfil del posgrado y de las problemáticas asociadas a dicho tema en la región de la costa del Pacífico medio mexicano. Con la información de cada trabajo, se procedió a realizar un análisis descriptivo a partir de tablas estadísticas que dan cuenta del proceso de formación en el posgrado.

Teniendo presente el objetivo de esta indagación, se seleccionaron 69 trabajos que cumplen con los criterios de tener relación con el área de estudio y que se ajustan a la propuesta de distribución temática de la investigación turística propuesta por Osorio, Castillo y Moreno (2008).

Una vez concluido este trabajo se presenta una discusión donde se reflexiona sobre las aportaciones teóricas y metodológicas. También incluye un apartado de conclusiones sobre las aportaciones del programa de posgrado en beneficio de la sociedad del destino.

4. Resultados del programa de posgrado

De acuerdo con el reporte técnico de la formación de investigadores del PCDST, desde el año 2005 se han presentado 70 tesis de maestría y desde el 2006 para el doctorado se han presentado 67 (Tabla 2). Actualmente están matriculados o han concluido sus créditos curriculares otros 48 alumnos en el doctorado y 47 alumnos de la maestría, lo que augura que este número de trabajos de tesis seguirá creciendo de forma regular.

Tabla 2. Número de tesis por generación y nivel de posgrado

Época	Doctorado	Maestría
Primera	55	46
Segunda	12	24
Total	67	70

Fuente: Reporte técnico de la formación de investigadores en el PCDST (2020).

Un dato significativo es que 49% de los graduados son hombres y 51% son mujeres, manteniendo esta igualdad en los dos niveles y en las dos épocas del posgrado (Tabla 3).

Tabla 3. Sustentantes del posgrado por nivel y sexo

	Doctorado			Maestría		
	Primera	Segunda	Total	Primera	Segunda	Total
Masculino	28	5	33	24	10	34
Femenino	27	7	34	22	14	36
Total	55	12	67	46	24	70

Fuente: Reporte técnico de la formación de investigadores en el PCDST (2020).

De los alumnos titulados del posgrado, 19 del doctorado (el 35.8%) y 8 de la maestría (11.4%) lograron ingresar al Sistema Nacional de Investigadores (SNI) de Conacyt. A la fecha, 45 profesores han fungido como directores de tesis y solo dos académicos de todos ellos no cuentan con el nivel de doctorado en la actualidad, pero sí tienen el nivel de maestría.

De acuerdo con la revisión de los trabajos adscritos a las LGAC del posgrado (Tabla 4), se tiene que en “Desarrollo turístico sustentable”, se han generado 32 tesis de doctorado y 43 de la maestría; en “Desarrollo local y desarrollo regional” se cuenta con 16 tesis de doctorado y 18 de maestría, y en “Sociedades en transición” hay 19 tesis de doctorado y 9 de maestría. Muchos de estos trabajos, aunque se clasificaron en alguna de las tres líneas, tienen elementos de análisis que intervienen en las otras dos.

Respecto a la ubicación física de las investigaciones (Tabla 5), existen trabajos de Brasil, Colombia y Argentina en el doctorado, y un trabajo de España presentado en la maestría. A nivel nacional existen tesis de 8 estados: de Jalisco se realizaron 68 trabajos de los cuales 54 corresponden a Puerto Vallarta y 8 a la región Costalegre; otros 12 trabajos tienen una dimensión regional de la Bahía de Banderas. Del vecino estado de Nayarit, se realizaron 27 trabajos, de los municipios de Bahía de Banderas, Tepic y Compostela, y uno a nivel estatal. Adicionalmente hay trabajos de los estados de Baja California Sur, Sonora, Sinaloa, Chiapas, Oaxaca, Quintana Roo y Michoacán.

Tabla 4. Distribución de los trabajos de acuerdo con las LGAC del Posgrado (por grado y época).

LGAC	Doctorado			Maestría			Total
	Primera	Segunda	Subtotal	Primera	Segunda	Subtotal	
Desarrollo local y Desarrollo regional	12	4	16	11	7	18	34
Desarrollo turístico sustentable	26	6	32	33	10	43	75
Sociedades en transición	17	2	19	2	7	9	28
Total	55	12	67	46	24	70	137

Fuente: Reporte técnico de la formación de investigadores en el PCDST (2020).

Es importante mencionar que 13 trabajos no tienen ubicación geográfica: 12 de ellos de doctorado, por ser investigaciones de procesos educativos, y un trabajo de maestría que es un análisis teórico sobre calidad de vida.

Tabla 5. Identificación del área de estudio de las tesis según nivel de posgrado

Cobertura espacial de las tesis	Doctorado	Maestría	Total	Cobertura espacial de las tesis	Doctorado	Maestría	Total
País				Local: Jalisco			
Argentina	1		1	Puerto Vallarta	17	37	54
Brasil	1		1	Cabo Corrientes	1	1	2
Colombia	2		2	Concepción de Buenos Aires	1		1
España		1	1	Ejutla		1	1
Nacional				Talpa de Allende		1	1
México	2		2	Zapopan, Jalisco		1	1
Estatad				Puerto Vallarta/Tomatlán		1	1
Baja California Sur	1		1	Costalegre	3	5	8
Chiapas	1		1	Local: Nayarit			
Michoacán	1		1	Bahía de Banderas	8	12	20
Nayarit	1		1	Compostela	1		1
Sinaloa	3		3	Tepic	5		5
Sonora	1		1	Reg. de Bahía de Banderas	5	7	12
Quintana Roo		1	1				

Fuente: Reporte técnico de la formación de investigadores en el PCDST (2020) y distribución conceptual del turismo.

5. El destino Puerto Vallarta y su zona de influencia a través de los estudios de tesis del posgrado

Puerto Vallarta es el segundo destino turístico de playa del país y el primero del Pacífico Mexicano. Recibe más de seis millones de visitantes al año (tabla 6), que disfrutan las bellezas naturales del excelente clima casi todo el año y una atención esmerada por sus habitantes.

Tabla 6. Turistas hospedados según localidad 2018

Localidad	Nacionales	Extranjeros	Total
Nuevo Vallarta, Nayarit	796 912	2 006 526	2 803 438
Puerto Vallarta, Jalisco	1 368 354	1 963 646	3 331 990
Costalegre, Jalisco	77 765	18 518	96 283
Total	2 243 031	3 988 680	6 231 711

Fuente: Datatur-Sectur (2018).

En la región vive más de medio millón de habitantes, tomando en consideración que para el año 2010, de acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI (2010), el municipio de Puerto Vallarta, Jalisco tenía 255 mil 681 habitantes. Los municipios que conforman la Costalegre, Jalisco, tenían 107 527 habitantes y el municipio de Bahía de Banderas, Nayarit, tenía 124 209 habitantes, lo que nos daba para 2010 cerca de medio millón de habitantes. Tomando en consideración el crecimiento demográfico promedio, se puede estimar que ahora viven en la región de estudio más de 700 mil habitantes (Virgen y Gauna, 2011).

En los últimos 50 años se ha generado un constante crecimiento de la actividad turística, creando empresas de diverso tamaño y ampliando la operación de un clúster que ha permitido el asentamiento de emprendimientos asociados. Estos han hecho crecer a las poblaciones de pequeñas localidades hasta convertirse en grandes centros urbanos que configuran un polo de desarrollo regional.

Para comprender la dinámica de la sociedad asentada en este territorio, sus retos y los procesos complejos que se han generado, existen trabajos de investigación que aportan a la comprensión del territorio y de la sociedad que allí vive (César y Arnaiz, 2005; Cornejo-Ortega, Chávez-Dagostino y Espinoza-Sánchez, 2019).

A partir de los 167 trabajos presentados en el posgrado, se seleccionaron 69 tesis, tanto de maestría como de doctorado (Tabla 7), que tratan de la temática del turismo en la zona de estudio, haciendo la pertinente aclaración que en algunos trabajos se puede considerar su relación con el turismo de forma indirecta, toda vez que

tratan sobre el territorio y los habitantes de localidades que están relacionados por los impactos y las condiciones que la actividad turística genera.

Tabla 7. Distribución de los trabajos de tesis en función de la temática del turismo

Tema	Subtema	Nivel	Tesis
Legislación, gestión y políticas públicas del turismo	Políticas públicas	Maestría	Franco (2006).
	Gestión de riesgos, seguridad y prevención social	Doctorado	Cabral (2006); Vargas (2013).
		Maestría	Casas (2017); Gutiérrez (2018); Huerta (2018); Pérez (2018).
Turismo, cultura, patrimonio e identidad	Patrimonio y gastronomía	Doctorado	Ceballos (2009); P. Núñez (2008); Scartascini (2009).
		Maestría	González (2006); Cabrera (2008); De Niz (2018); López S. (2006); Mora (2006).
Estudios económicos y administrativos del turismo	Pymes turísticas	Doctorado	García (2018); Vargas (2017)
		Maestría	Petroskova (2019).
	Tecnologías de la Información (TICs)	Maestría	Cortés (2008).
Mercados, segmentos y desarrollo de nuevos productos	Estudios de creación y gestión de oferta y productos turísticos	Doctorado	Virgen (2007); Hernández (2016); Zepeda (2018); Olivares (2008).
		Maestría	César (2005); Navarro (2005); Huizar (2005); Zorrilla (2006); Tiznado (2007); Calderón (2008); S. Núñez (2008); Hernández, 2010; Santos (2017).
	Estudios de demanda	Maestría	González (2010).
Espacio, planeación, sustentabilidad y desarrollo local	Ordenamiento, planeación del espacio	Doctorado	Fernández, 2009; Rendón, 2017; Dávalos (2019).
		Maestría	Baños (2005); Calzada (2005); López R. (2006), Tovar (2006); Chavoya (2006); Tapia (2006); Reyes (2009); Molina (2017); Segura (2017); Jáuregui (2018); García (2019); Lara (2019).
	Sustentabilidad	Doctorado	Chávez (2007); Castro (2009); Zepeda (2019).
		Maestría	Beets (2006); Hernández (2008); Kosonoy (2008); Cruz (2009); Herrera (2019).
	Estudios de comunidades locales	Doctorado	Fernández (2014).
		Maestría	Sánchez (2005); Rueda (2005); Gómez (2006); Bravo (2006); García (2008); Villaseñor (2010); Noriega (2013); Llamas (2018); Ortiz (2017); Nájera (2018); Gutiérrez R. (2018); Villanueva (2019).

Fuente: Reporte técnico de la formación de investigadores en el PCDST (2020) y distribución conceptual del turismo.

En una revisión de los trabajos que se presentan, en el tema de legislación, gestión y políticas públicas del turismo así como en el subtema de políticas públicas, se tiene una propuesta de organización administrativa del área de turismo del ayuntamiento de Puerto Vallarta (Franco, 2006), que explica que no hay claridad sobre el nivel de su intervención en la actividad del turismo por los tres niveles de gobierno. Existen diversas posturas del tratamiento del turismo y en muchos ordenamientos no queda claro las responsabilidades y alcances que debería tener cada uno de ellos, por lo que se genera una propuesta para construir un marco legal que trate al turismo y permita hacer operativa la gestión desde el ayuntamiento, más allá de una actividad económica, y que se integren las preocupaciones sociales y medioambientales.

En el subtema de Gestión de riesgos, seguridad y prevención social, por el carácter multidisciplinar del posgrado, un grupo de psicólogos sociales y sociólogos se han enfocado en los impactos sociales que se provocan en la sociedad de Puerto Vallarta, particularmente asociados al turismo. Se basa en el impacto que se genera en la sociedad producto de los procesos de transición que se tienen por el crecimiento de la población y los efectos de transculturización y presión laboral. Hay dos tipos de trabajos, los que tratan los procesos de marginación en las zonas pauperizadas y de las condiciones de vida de las poblaciones asentadas en esas zonas (Cabral, 2006; Casas, 2017), y los trabajos que tratan de la presión psicosocial que tienen los trabajadores, de forma particular las mujeres, lo que provoca condiciones de inestabilidad social, familiar y laboral a partir de las condiciones de vida y laboral en los hoteles (Vargas, 2013; Huerta, 2018; Gutiérrez, 2018; Pérez, 2018). Todos estos trabajos han usado instrumentos estandarizados estadísticos para conocer la situación de los trabajadores de acuerdo con cada pregunta de investigación.

En el tema de Turismo, cultura, patrimonio e identidad, se tienen tesis en el subtema de Patrimonio y Gastronomía. Por la temática tan amplia se hace una subclasificación de los trabajos. Se analiza la relación de las religiones en la sociedad, por el impacto que tiene la transformación de la sociedad en relación con la actividad turística, de forma particular de la población migrante en Bahía de Banderas y los cambios que se provocan en su identidad, especialmente en sus creencias religiosas, teniendo un incremento de grupos evangélicos contra un decremento en el catolicismo. La mayor parte de los trabajadores son migrantes y en sus comunidades de origen realizaban trabajos tradicionales, asociados al campo, con fuertes raíces culturales y religiosas que se modifican por su nuevo lugar de residencia y trabajo (Ceballos, 2009).

En cuanto al impacto de la gastronomía en las comunidades y el uso de cocinas tradicionales, se plantean las potencialidades de la actividad gastronómica asociada

al turismo (Cabrera, 2008) y a las capacidades de generación de clúster en los restaurantes del destino (De Niz, 2018). Se concluye que existen limitados procesos de encadenamientos productivos y que la mayor parte de las empresas realizan sus compras de forma particular en los grandes centros comerciales.

Por un lado, se analiza la relación de la cultura con el destino, generando información sobre la importancia que reviste como un apoyo a la actividad turística y a la preservación de las tradiciones de las localidades (Mora, 2006). De forma particular destaca el tema de las artesanías, siendo un elemento que valoriza a la cultura y que es indispensable en el turismo, pues son representaciones culturales muy apreciadas por los visitantes (López S., 2006). Igualmente, se revisa el papel que juegan los guías de turistas como promotores de la cultura e identidad del destino, como elemento distintivo en la actividad turística de Puerto Vallarta (González, 2006). Se señala que se deben generar más y mejores mecanismos de capacitación y concientización para los guías de turistas y se requieren aplicar las normativas legales para evitar que este trabajo lo realicen personas no capacitadas.

Sobre el desarrollo histórico del destino se cuenta con dos abordajes: El primero plantea un análisis a partir de fuentes periodísticas y de documentos oficiales que explican el momento histórico de despegue de Puerto Vallarta entre los años 60 y 70, apuntando la importancia que tuvo la inversión pública con los equipamientos y el financiamiento para el desarrollo, pero también la relevancia del impulso por los empresarios que creyeron en el proyecto (Núñez, 2008). En el segundo trabajo se hace un recuento histórico a través de la recuperación oral de los pobladores originales sobre cómo vivieron la transformación de la localidad y el impacto que esto tuvo en la vida de los habitantes de Puerto Vallarta (Scartascini, 2009).

En los estudios económicos y administrativos del turismo, en el subtema de Pymes turísticas, se tiene una caracterización de las micro, pequeñas y medianas empresas, a partir de criterios de competitividad, con los agregados de sostenibles y de responsabilidad social corporativa como estrategias de desarrollo en las empresas hoteleras de Puerto Vallarta, aportando que se debe trabajar en la mejora de las capacidades de las empresas turísticas, de forma particular en los hoteles de tres y cuatro estrellas (García, 2018). Otro estudio presenta las características competitivas de las microempresas en San Francisco, una localidad turística del litoral de Nayarit (Petroskova, 2019). En estos trabajos se tienen resultados favorables sobre los hoteles, aunque no tan positivos en la localidad de Nayarit, debido a la incertidumbre en la inversión, los limitados procesos empresariales que se generan en la localidad, así como la falta de incentivos y apoyos desde el gobierno.

En otra tesis se exploran las capacidades que tienen los empresarios de la región a partir de la propuesta metodológica diseñada por el “*Global Entrepreneurship Monitor* (GEM)” (Vargas, 2017), encontrando que existen mejores condiciones de emprendimiento en Puerto Vallarta que los que se tienen a nivel nacional, debido al dinamismo que se genera en la región a partir del turismo. Este trabajo se realizó a través de un instrumento estandarizado estadísticamente, aplicado a dueños y responsables de establecimientos de Puerto Vallarta.

Solo hay un trabajo que atiende la temática de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) (Cortés, 2008). La investigación se realizó cuando empezaba el E-comercio y estaba en una fase primaria el uso de las tecnologías. Da cuenta del inicio de la transformación digital de las empresas locales y las transnacionales, que al generar mecanismos para incidir a través de procesos virtuales facilitó el acceso a nuevos mercados.

En la temática de Mercados, segmentos y desarrollo de nuevos productos, en la oferta turística y la creación de nuevos productos, se tienen varios apartados: en el que trata de estudios sobre la oferta hotelera, se ubican los estudios sobre la evolución de la industria hotelera en el destino, los procesos de certificación de las empresas turísticas y el ciclo de vida del producto. Estos trabajos dan cuenta de la importancia que tienen las empresas turísticas en el destino, cómo se han desarrollado en el tiempo y la relevancia que tiene la certificación para acceder a nuevos y mejores mercados (Zorrilla, 2006) (Calderón, 2008) (Núñez Martínez, S. 2008).

Es de resaltar el estudio comparativo de dos zonas turísticas: Careyes en la Costalegre, y Nuevo Vallarta en Bahía de Banderas, en el que se analizan las diferentes condiciones de dos modelos de desarrollo turísticos exitosos, los cuales tienen ofertas diferenciadas y se han convertido en iconos del turismo en la costa de Jalisco (César, 2005). Este trabajo recibió el Premio de Tesis de Maestría 2006 otorgado por la Secretaría de Turismo Federal.

En otra de las investigaciones, (Santos, 2017) realizó un modelo matemático para determinar el valor económico de la actividad hotelera mediante estudios probabilísticos, a partir de la información disponible. No obstante la limitación de los datos disponibles, el ejercicio permitió identificar una aproximación económica del valor que se genera en el sector hotelero en el destino con la información de hoteles de cinco estrellas.

Se analiza también la relación entre la empresa hotelera y las estructuras laborales, centrada en la atención sobre la absorción de mano de obra con poca calificación y en las condiciones desfavorables para los trabajadores debido a la flexibilidad labo-

ral, situación que afecta no solo a los empleados, sino que repercute en la pérdida de competitividad de las empresas (Navarro, 2005; Hernández, 2010). Estos trabajos están asociados en sus conclusiones a los desarrollados en la temática social sobre las condiciones de vida de los trabajadores.

Sobre la construcción de la marca Puerto Vallarta, se explica su integración desde la idea de los imaginarios, lo que cada símbolo de la marca representa para el destino, cuyo principal mecanismo publicitario es el emblema de las características identitarias tanto culturales como naturales que le dan singularidad y que le han permitido tener un lugar bien ganado en los mercados turísticos nacionales e internacionales (Hernández, 2016; Zepeda, 2018).

A partir de la imagen proyectada del destino Puerto Vallarta, se analiza la necesidad de generar nuevos productos turísticos que renueven al destino por la enorme competencia de los mercados del turismo (Olivares, 2008), así como la diversificación de la oferta turística de segundas residencias (Huizar, 2005). En el mismo sentido, se reflexiona sobre la relevancia del segmento de turismo de cruceros y la necesidad de que sea una actividad sustentable (Tiznado, 2007), situación que es prioritaria por la transformación del puerto de cruceros generada en Puerto Vallarta.

Un trabajo que analiza al destino de una manera amplia es el estudio del ciclo de vida del destino, llegando a la conclusión que Puerto Vallarta está en un nivel de madurez que requiere una reactivación para generar nuevas condiciones de crecimiento de la demanda. Las limitantes de este trabajo se deben a que solo toma como base los datos de la ciudad de Puerto Vallarta sin incluir a la zona de Nuevo Vallarta, Nayarit, pero por aproximación se expresa que la situación no es diferente con su inclusión. Lo más valioso de este trabajo es que a partir de una metodología reconocida en el mundo del turismo se analiza la situación histórica del destino (Virgen, 2007).

Existe un trabajo que analiza la satisfacción de los turistas a partir de la imagen proyectada del destino. En él se explora, a través de estudios de satisfacción, cómo perciben los turistas el destino, encontrando buenos resultados en general sobre la percepción de los beneficios obtenidos a partir de la imagen que se proyecta en la publicidad de Puerto Vallarta en los mercados, pero también mencionando los puntos de mejora en los que se debe trabajar en beneficio del destino (González, 2010). Este trabajo se realiza con base en la encuesta de salida de los turistas después de visitar el destino.

En la temática de Espacio, planeación, sustentabilidad y desarrollo local, en el subtema ordenamiento y planeación del espacio, se tienen diversos tipos de trabajos. El primero hace un análisis sobre los procesos de desarrollo en la región: usando

el método Delphi (Fernández, 2009), se le consulta a expertos sobre los problemas para lograr convertirse en un lugar sustentable y sus posibles soluciones. Este texto pone en relieve la falta de un trabajo sistemático desde las esferas públicas, la escasa coordinación entre los agentes públicos y privados y la ausencia de acciones de largo impulso para mejorar las condiciones de la población que vive en la ciudad de Puerto Vallarta. En el mismo tenor se acentúa que existen las condiciones para que se realicen esfuerzos hacia revertir las condiciones negativas y potenciar las capacidades que tiene la ciudad, no sólo desde el turismo sino buscando alternativas productivas diferentes y complementarias a las condiciones del destino.

Se analizan las condiciones de planeación en el territorio de Puerto Vallarta y los conflictos en los espacios urbanos, de forma particular la tenencia de la propiedad y el uso del espacio turístico y habitacional que generan presión en una relación de convivencia y conflicto (López R., 2006); y la construcción de los valores de la propiedad de la tierra en el proceso de transformación de la ciudad turística (Tovar, 2006).

En el mismo sentido se analizan los procesos de conurbación entre Puerto Vallarta y Bahía de Banderas (Reyes, 2009), la importancia de contar con ordenamientos comunes en la planeación y el desarrollo urbano. Sobre este asunto, después de más de diez años, los gobiernos de ambos estados han iniciado los procesos jurídicos para hacer posible este tema que ha estado en la agenda pública y privada, toda vez que los criterios políticos frenan una realidad donde existe un solo destino en dos estados federales diferentes.

Un trabajo asociado a estos esfuerzos de conurbación tiene que ver con la propuesta de crear un sistema de transporte público marítimo que sea seguro y eficiente tanto para pobladores como visitantes, generando una descompresión en las vías terrestres, que por la orografía del territorio vuelve complicados los traslados a lo largo del destino, desde el centro de Puerto Vallarta a la marina, a la zona de nuevo Vallarta y a las localidades del litoral de Bahía de Banderas y Cabo Corrientes (Rendón, 2017).

En ese mismo sentido existe otra conurbación, aunque está en una pequeña localidad costera, donde por su configuración espacial la localidad de Boca de Tomatlán es parte de dos municipios (Puerto Vallarta y Cabo Corrientes), donde existe desatención por ambas autoridades, generando un proceso de presión urbana que se agrava por ser el principal puerto de embarcaciones locales que transitan por la vía marítima a las localidades del litoral del vecino municipio de Cabo Corrientes (Calzada, 2005).

La problemática del Centro Histórico es estudiada de forma importante. Se analiza la necesidad de una transformación urbana para regenerar la identidad de pueblo tradicional (Chavoya, 2006). También la nueva realidad de la zona Centro que ha

perdido su capacidad de centralidad urbana, pero que es necesario replantear como tema puntual en la construcción de un producto asociado al destino (Jáuregui, 2018). Transformación que debe sufrir el Centro y la ciudad, mejorando sus capacidades para que sea transitado por todas las personas. La ciudad no tiene un sistema de accesibilidad universal, no solo pensando en los turistas sino comprendiendo toda la población (local y visitantes), como un elemento indispensable de una ciudad sostenible (Dávalos, 2019).

Por la presión que se ejerce en las áreas marginales de Puerto Vallarta, se han realizado diversos trabajos que analizan la problemática urbana de las colonias asentadas allí, tomando como ejemplo a diversas localidades donde la marginación y la falta de servicios son la constante. Al identificar las características de la población, se desvela que en su mayoría son migrantes que se asientan en zonas provocando una presión en el medio natural, que las hacen insostenibles y con enormes carencias sociales (Baños, 2005; Tapia, 2006; Molina, 2017; Segura, 2017; García, 2019; Lara, 2019). Estos trabajos se han apoyado, en la mayoría de los casos, en instrumentos de análisis territorial que permiten identificar la situación de las comunidades.

En la temática de Sustentabilidad se han dividido los trabajos en cuatro apartados que valorizan las capacidades del espacio turístico para afrontar los retos de tener un destino sostenible. Los mecanismos de implementación del turismo en un territorio que originalmente fue agrícola y sufre transformaciones asociadas al turismo, ha generado amplias zonas de habitación de los trabajadores, de diversa calidad, generando impactos que afectan tanto al espacio como a las propias comunidades allí asentadas, que requieren atención.

La evaluación de las capacidades sostenibles es abordada en dos trabajos en el municipio de Bahía de Banderas (Castro, 2009) (Zepeda, 2019). En ambos trabajos se explora el espacio turístico a partir de la medición de indicadores sociales, encontrando convergencias en sus resultados. A pesar de la falta de información pertinente y actualizada para medir diversos indicadores, se explican las asimetrías sociales a pesar de las importantes capacidades económicas asociadas al turismo en la generación de empleos y en la creación de empresas. Se tienen problemas graves en el medioambiente por las graves afectaciones al territorio y al uso inadecuado del espacio, debido a la pésima planeación urbana que se refleja en la problemática social de las zonas de alta marginación.

Una de las problemáticas ambientales generadas por el desarrollo insostenible son los tiraderos de basura ilegales. Herrera (2019) analiza cómo los desechos provienen de las actividades económicas del turismo y de la población generando un pro-

blema de contaminación, lo que se agrava por la falta de acciones desde la autoridad, al no tener mecanismos sostenibles para la recolección y confinamiento de desechos, no solo de basura, sino incluso de residuos peligrosos.

En un apartado realizado por profesionales de la biología, se evalúa la capacidad del territorio para soportar las actividades productivas en la región, particularmente el turismo y los impactos medioambientales que se ejercen sobre el territorio. A través de la medida de la huella ecológica (Chávez, 2007) se evalúa el impacto ejercido en espacios turísticos, demostrando el nivel de degradación y sus efectos, concluyendo que los visitantes tienen una mayor aportación en cuanto a la huella ecológica en el destino.

Puerto Vallarta está rodeado por espacios estuarinos. Se analiza la capacidad que tienen los manglares para soportar los impactos del turismo, demostrando el nivel de fragilidad que tienen y la importancia de su conservación, tanto por la estabilidad ambiental, como por ser un recurso usado por el turismo, por lo que se plantea su uso sostenible (Cruz, 2009).

Existen dos trabajos sobre especies animales emblemáticas de la región, la ballena (Beets, 2006) y el cocodrilo (Hernández, 2008). En el caso de la ballena, las prácticas intensivas para el avistamiento en temporada (que va de diciembre a marzo) provocan conflictos y accidentes con los animales y entre las embarcaciones, por lo que es necesario hacer cumplir los ordenamientos legales y generar mecanismos para el cuidado de los lugares de paseo marítimo. En los cocodrilos, la expansión de los espacios habitacionales y turísticos ha afectado significativamente los hábitats naturales de esta especie protegida, generando conflictos y degradación. El esfuerzo de la Universidad de Guadalajara en la construcción de una unidad de manejo ambiental (UMA), encargada de la protección, atención y estudio de esta especie, es valorada en este trabajo, en el que se explica la importancia de mantener los esteros naturales con sistemas de protección para la vida de los cocodrilos y otras especies endémicas, fundamentales para el equilibrio natural de la región.

La importancia que tienen los arrecifes artificiales para el desarrollo de la pesca y el turismo sostenible en la costa de Jalisco debe ser reconocida, a fin de contribuir a mejorar las condiciones de la naturaleza y ampliar los esfuerzos en su conservación. Se considera indispensable incrementar los estudios sobre este tema (Kosonoy, 2008).

En la temática de Estudios de las comunidades locales, existen trabajos que muestran las transformaciones de las poblaciones asentadas en el territorio turístico. Por un lado, se da una transformación de sociedades agrícolas a sociedades que trabajan en los servicios turísticos, lo que ha provocado conflictos y cambios en las

formas de vida de los habitantes que ven cambiar su estructura poblacional. Con el paso de las vías de comunicación se desarrollan actividades complementarias al turismo que integran a las comunidades a la novedosa actividad, dejando a un lado sus procesos tradicionales e involucrándose plenamente al turismo (Sánchez, 2005; Fernández, 2014).

Por otro lado, se evalúan las capacidades del territorio para la realización de actividades de turismo alternativo, explicando las bondades que tiene el espacio para el desarrollo de este tipo de proyectos. Las comunidades locales han usado los espacios de sus comunidades desarrollando proyectos que benefician a sus poblaciones con actividades de turismo alternativo de base comunitaria. Existen beneficios económicos y sociales, pero se tienen impactos en los espacios naturales por el número de visitantes y las limitadas acciones para prevenir estas situaciones (Ortiz, 2017). Además se avalúan las capacidades del territorio para la realización de proyectos ecoturísticos (Nájera, 2018).

Los proyectos de turismo alternativo que se ofertan de manera complementaria al turismo de masas deben mejorar sus capacidades. Al ser evaluados con indicadores de calidad se concluye que los proyectos analizados tienen buenas potencialidades para su operación, pero existen rezagos en los procesos de calidad empresarial, tanto en el servicio al cliente como en el cuidado al medio natural (Llamas, 2018).

Las sociedades también sufren impactos, cuando las comunidades que se han asentado son migrantes (Gómez, 2006) que llegan buscando mejoras de vida que les ofrece el turismo. Esta actividad absorbe mano de obra de forma intensiva y es imán para atraer grupos de migrantes, de forma preferente de zonas rurales empobrecidas del sur del país, pero también de profesionistas y técnicos de zonas urbanas. Una condición adicional es que las comunidades serranas, alejadas a las zonas turísticas de litoral, ven como una posibilidad integrarse al proceso de desarrollo turístico ofreciendo actividades complementarias como turismo rural sostenible (Rueda, 2005; Bravo, 2006).

Una comunidad que ha sido estudiada dos veces es Sayulita, una antes de que se declarara Pueblo Mágico (Villaseñor, 2010) y otra después de su denominación (Gutiérrez R., 2018). Esta comunidad *sui generis* de turismo de sol y playa, es analizada en el primer trabajo en la transición de un pueblo con actividades tradicionales a un pueblo turístico, que ha ido perdiendo tradiciones y en el que se implantan nuevas formas de vida. En el segundo se analiza el impacto que ha tenido como un espacio de moda y posteriormente nombrado pueblo mágico, lo que ha provocado un caos en los procesos urbanos, el incremento en los precios de las propiedades, el aumento en el

costo de vida que afecta a la comunidad y que la mayor parte de los emprendimientos son de personas ajenas a la población. Lo más grave es el conflicto de inseguridad y la pérdida de la tranquilidad de los habitantes de la localidad.

La ampliación del turismo hacia la costa sur del estado de Jalisco ha provocado una ampliación de actividades productivas en los municipios vecinos de Cabo Corrientes (García, 2008) y Tomatlán (Noriega, 2013; Villanueva, 2019). Las transformaciones en la dinámica social y económica de las localidades de playa y serranos, y el incremento de los emprendimientos por sus atractivos naturales, los han convertido en espacios para el desarrollo de actividades turísticas. Un asunto que no ha permitido su pleno desarrollo es la problemática de la tenencia de la tierra en Cabo Corrientes, por su carácter indígena, lo que no permite la venta y transmisión de dominio. En Tomatlán la problemática se origina por los conflictos históricos en la propiedad de la tierra entre los ejidos y los pequeños propietarios.

6. Discusión, aportaciones y conclusiones

En los casi 20 años en la formación de investigadores desde el Posgrado en Ciencias para el Desarrollo, la Sustentabilidad y el Turismo, la experiencia ha sido enriquecedora tanto para quienes diseñaron esta idea y aportaron sus capacidades, como para quienes se han sumado en diversos momentos, teniendo como principales protagonistas a los estudiantes, quienes con su esfuerzo e ímpetu aportaron su trabajo.

Este trabajo demuestra el carácter multidisciplinar del programa, pues se basa en la búsqueda de soluciones a los problemas sociales con una visión integral. Se ha logrado gracias a las aportaciones de los profesores, quienes desde diversas disciplinas se han integrado al posgrado, situación nada fácil, pero sí muy gratificante a la luz de los resultados.

El modelo de desarrollo basado en el turismo es el principal enfoque que se encuentra en los trabajos que se presentan; la búsqueda del desarrollo como un logro de toda la sociedad es analizado desde diversas disciplinas, pero también de posturas personales. Sin que exista confrontación, se da un proceso de complementariedad. Se puede decir que existe unidad, desde la diversidad de explicaciones, que permiten entender de una mejor manera a la realidad, que es compleja, diversa y que requiere aproximaciones multidisciplinarias para ser entendida.

Cada proyecto tiene a su vez un modelo metodológico particular, que se construye a partir de cada disciplina. En los trabajos se puede entender el nivel de desarrollo de los procesos para abordar el conocimiento, siendo cualitativos, cuantitativos o

mixtos, con una amplia gama de instrumentos aplicados a la población local, a los expertos o a los prestadores de los servicios turísticos, haciendo comparación con otros territorios, con una permanente contrastación con las aportaciones teóricas en las que se basaron los trabajos realizados.

Los trabajos permiten configurar de una manera cercana cuál es la realidad de un destino turístico con enormes potencialidades, que, de seguir las tendencias actuales, se mantendrá como un referente nacional e internacional. Para ello, se deben considerar los retos planteados de regeneración del espacio con nuevos productos que lo revaloricen y manteniendo el liderazgo de los ya existentes, a partir de criterios de competitividad. Estas capacidades competitivas se deben dar a través de mecanismos responsables en el cuidado y protección de los íconos en los que basa su liderazgo, siendo los recursos naturales y el patrimonio cultural los pilares en los que se construye el destino.

De allí que los trabajos presentados dan cuenta de la fragilidad medio ambiental en la que se encuentra Puerto Vallarta, apuntando que deben construirse mecanismos de preservación y regeneración de forma urgente, cumpliendo con las disposiciones legales y mejorando criterios normativos a favor del medio ambiente, que implica estar a favor del propio destino. Se debe analizar la situación que guardan las condiciones identitarias y culturales, mismas que deben preservarse y usarse de la mejor manera, en favor de construir un destino sustentable.

La preocupación de los impactos del turismo en la sociedad es otro elemento de atención. Los grupos marginados que se instalan en zonas periféricas requieren trabajo y servicios públicos, asistenciales y educativos, pero estos requerimientos urgentes no se logran sin un proyecto de desarrollo de largo impulso. Se deben atender los efectos, pero se deben resolver ante todo las causas que les dieron origen.

En cuanto a procesos de planeación del desarrollo, se tiene la imperiosa necesidad de que se construyan mecanismos para su operación de forma sustentable. Que en el centro de toda acción se tenga como prioridad la protección del medio natural, la preservación de la cultura e identidad y la protección a los grupos sociales más vulnerables.

La realidad del destino es comprendida de una mejor manera al realizar un análisis a través de la honesta visión colectiva, que da cuenta de un mosaico diverso. Esto no se entiende si no es a partir de la comprensión de las partes, pero más aún, no se entienden las partes sin una comprensión del todo, que en este caso es el destino. Cada variable se relaciona de forma dialógica con el resto. Se comunican, pero también se enfrentan de forma dialéctica, donde los efectos se vuelven causa de forma

recursiva. Comprender al destino Puerto Vallarta permite entenderlo como un sistema complejo y en transformación permanente.

Hacer un recuento de la actividad formativa de investigadores permite comprender la importancia que tienen los procesos científicos para describir de manera adecuada los problemas. Para plantear soluciones, se debe descubrir que existen diversos caminos para llegar a la comprensión de la realidad. Los enfoques son producto de reflexiones profundas, muchas veces encontrados, pero no por ello enfrentados. Más bien, son complementarios para tener una más amplia visión y no solo unidimensional. El trabajo académico en la formación de investigadores no concluye si estos no son capaces de generar mecanismos de vinculación con la sociedad, primero escuchando a todas las voces, para que con sus capacidades aporten soluciones que les sean significativas y que encuentren mecanismos para que las respuestas de largo plazo sean asumidas por todos los actores de forma responsable.

Referencias

- Abreu-Hernández, L. F. y Cruz-Flores, G. (2015). Crisis en la calidad del posgrado Evaluación de la obiedad, o evaluación de procesos para impulsar la innovación en la sociedad del conocimiento. *Perfiles educativos*, XXXVII(147), 162–182.
- Arnaiz, S., Pimentel, T. y Gauna, C. (2017). *Educación y Turismo*. México: Universidad de Guadalajara.
- Baños, J. A. (2005). *Asentamientos precarios en Puerto Vallarta del crecimiento informal al desarrollo urbano sustentable. El caso de las colonias “El progreso”, “Lomas del progreso” y “12 de octubre”* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Barky, O., Dávila, M. (2016). El desarrollo de las carreras de posgrado en la Argentina: características generales, problemas recurrentes y desafíos. *Revista de Educación superior*, (2), 64–86.
- Becerra, A. T. (2017). Alcances y limitaciones del posgrado en la Universidad Autónoma de Nayarit. *Revista de la Educación Superior*, 46(183), 105–121. doi: <https://doi.org/10.1016/j.resu.2017.05.003>
- Beets, K. D. (2006). *Observación de ballenas en la Bahía de Banderas como actividad turística sustentable* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.

- Bravo, C. (2006). *Turismo rural en el municipio de Bahía de Banderas, Nayarit: Una propuesta de desarrollo* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Bringas, N. L. y Verduzco, B. (2019). *Política científica del turismo en México*. México: Academia Mexicana de Investigación Turística-Universidad de Guadalajara.
- Cabral, J. (2006). *Psicología y sociedad en una ciudad turística: Propuesta e intervención en problemáticas sociales en una sociedad en transición, el caso Puerto Vallarta* (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Cabrera, A. (2008). *La gastronomía como elemento cultural para incorporar al turismo en el municipio de Cihuatlán, Jalisco* (tesis de maestría). Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.
- Calderón, M. (2008). *Evolución de la industria hotelera y su impacto económico en el desarrollo de Puerto Vallarta en la década de 1997- 2007* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Calzada, M. T. (2005). *“Boca de Tomatlán” Conurbación intermunicipal Estado de Jalisco* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Casas, C. A. (2017). *Análisis de desigualdad social en Puerto Vallarta, Jalisco, México* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Castillo- Palacios, S. y Zúñiga-Collazos, A. (2015). Perspectivas de formación profesional en Colombia, enfocada en el sector turismo. *Revista de investigación Universidad Quindío*, 27, 98–108.
- Castro, U. (2009). *Estructuras regionales emergentes y desarrollo turístico sustentable: La región Costa Sur de Nayarit, México* (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Ceballos, L. A. (2009). *Sociedad y religión en un municipio en transición. El caso de Bahía de Banderas, Nayarit* (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- CEED-Cedestur (2001). *Bahía de Banderas a futuro: construyendo el porvenir 2000-2025*. México: Universidad de Guadalajara.
- Celis, D. (2019). *Análisis de la educación superior de turismo en America Latina y España*. España: Editorial Síntesis- FITUR.
- César, A. y Arnaiz, S. (2005). *Turismo rural: modelos y propuestas*. México: Universidad de Guadalajara.

- César, A. y César F. (2016). Educación universitaria y Turismo. *Revista latinoamericana de turismología*, 2(2), 8–17.
- César, F. (2005). *Ciudades turísticas: Desarrollo e imaginarios Careyes y Nuevo Vallarta* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Chávez, R. M. (2007). *Huella ecológica y desarrollo sustentable. Un Enfoque Regional en la Costa Norte de Jalisco, México* (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Chavoya, J. I. (2006). *El centro tradicional de Vallarta, rescate y reposicionamiento turístico* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Chavoya, M. L. (2013). Ser investigador: la zanahoria de los doctores recién egresados en México. *Diálogos sobre Educación*, 4(6), 1–16.
- Conacyt (2019). Padrón Nacional de Posgrados de Calidad. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Recuperado de <https://www.conacyt.gob.mx/index.php/becas-y-posgrados/programa-nacional-de-posgrados-de-calidad>
- Contreras, O. y Urrutia, M. E. (2017). Trascendencia de un programa de posgrado en sus egresados. *Revista Iberoamericana de Educación*, 74(1), 59–74. <https://doi.org/10.35362/rie741626>
- Cornejo-Ortega, L., Chávez-Dagostino, R. y Espinoza-Sánchez, R. (2019). Prospectiva del turismo de naturaleza en la costa de Jalisco. *Investigaciones Turísticas*, (17), 189–212.
- Cortés, P. A. (2008). *El impacto del turismo electrónico (e-Tur) en la hotelería de Puerto Vallarta, México. La lucha entre las empresas trasnacionales y las locales* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Cruz, B. (2009). *Diagnóstico ambiental y valoración de los recursos para fines turísticos de los ecosistemas de manglar en la Bahía de Banderas, México* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Dávalos, A. Y. (2019). *Plan municipal de accesibilidad: renovando la ciudad de Puerto Vallarta, hacia una ciudad humana e incluyente, en búsqueda de bienestar social y mayor competitividad*. (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- DATATUR-Sectur. (2018). *Compendio Estadístico del Turismo en México 2018*. Recuperado de <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>

- De Niz Sedano, A. G. (2018). *Las empresas de alimentos y su inserción en el modelo del desarrollo local en la ciudad de Puerto Vallarta* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Fernández, C. (2014). *El turismo como factor de transformación del sector agrícola de Bahía de Banderas, Nayarit* (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Fernández, J. S. (2009). *Prospectiva estratégica para el desarrollo sustentable en Puerto Vallarta, utilizando el método Delphi* (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Franco, Y. (2006). *Ordenamiento de la actividad turística de Puerto Vallarta Caso: Política Turística, propuesta de un marco orgánico funcional para el Ayuntamiento* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- García, P. Y. (2019). *Prácticas espaciales del migrante indígena en la ciudad turística. Un acercamiento al uso del espacio público en Puerto Vallarta, Jal.* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- García, J. (2008). *La perspectiva del desarrollo local y la importancia del turismo en el municipio de Cabo Corrientes Jalisco, México* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- García, X. (2018). *MIPYMES turísticas en Bahía de Banderas. Su incorporación a programas sustentables como estrategia de desarrollo* (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Gauna, C. y Vargas, R. (2017). Construcción de un posgrado de calidad en turismo, experiencia desde el posgrado en ciencias en ciencias para el desarrollo, la sustentabilidad y el turismo del CUCosta de la U. de G. En S. M. Arnaiz, T. Duarte y C. Gauna (coords.) *Educación y Turismo* (pp. 137-170). Puerto Vallarta, Jalisco: Universidad de Guadalajara.
- Gómez, A. B. (2006). *Migración y turismo en el municipio de Bahía de Banderas*. (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Gómez, S. (2018). *La investigación del turismo y la formación de investigadores en México*. México: Universidad de Guadalajara.
- González, M. (2010). *Análisis de la imagen proyectada y la satisfacción del turismo aéreo de Puerto Vallarta, Jalisco* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.

- González, N. (2006). *El papel de los guías de turistas en un modelo de desarrollo sustentable. El caso de Puerto Vallarta, Jalisco* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Gutiérrez, N. (2018). *Actitudes del residente ante el turismo sostenible. Adaptación y validación de una escala de medida* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Gutiérrez, P. (2018). *Impacto del turismo en la calidad de vida del Pueblo Mágico de Sayulita: actores y participación local* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Hernández, P. (2008). *La UMA reptiliario CIPACTLI una alternativa de desarrollo sustentable en Bahía de Banderas, México* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Hernández, L. y Nieto, J. (2010). La formación doctoral en México, historia y situación actual. *Revista Digital Universitaria*, 11(5), 1-9.
- Hernández, V. (2010). *El empleo en el turismo: ¿Flexible y sustentable? Análisis del uso de prácticas de flexibilidad laboral en la hotelería actual de Puerto Vallarta, Jalisco, México* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Hernández, V. (2016). *La marca de ciudad en la estrategia del desarrollo local: análisis de los imaginarios sociales y su afinidad con la marca turística de Puerto Vallarta, Jalisco* (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Herrera, P. (2019). *Tiraderos ilegales de residuos sólidos y su relación con la marginación en Puerto Vallarta, Jalisco* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Hiernaux, D. (2018). Más de tres décadas de investigación turística en México, algunas reflexiones. *Dimensiones Turísticas*, 2(2), 123-132.
- Huerta, C. (2018). *Condiciones de trabajo, funcionalidad familiar y apoyo social: estudio comparativo entre madres solas y madres de familias nucleares*. (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Huizar, A. (2005). *El impacto del turismo del segundo hogar en Puerto Vallarta*. (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2010). *Censo de población y vivienda 2010*. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2010/default.html>

- Jáuregui, S. (2018). *La centralidad histórica como referente de identidad urbana en la población local de Puerto Vallarta* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Jiménez, A. y Velázquez, M. (2017). Las universidades y el turismo. Reflexiones sobre la investigación turística en México. *Dimensiones Turísticas*, 1(1), 143-156.
- Kosonoy, D. (2008). *Análisis del papel de los arrecifes artificiales para el desarrollo sustentable de la pesca y el turismo en la costa sur de Jalisco, Mexico* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Lara, K. (2019). *Índice de prosperidad urbana en una ciudad turística, caso Puerto Vallarta, Jalisco* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Llamas, J. (2018). *Valoración del turismo alternativo mediante indicadores de sustentabilidad en la Bahía de Banderas* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- López, G. y Palomino, B. (2007). *Elaboración de un diagnóstico del estado de la investigación turística en el país y generación de un programa integral de investigación para el sector turismo*. Informe Técnico. Secretaría de Turismo, Distrito Federal, México. Recuperado de http://ru.iiec.unam.mx/1175/1/Diagnostico_Turistica.pdf
- López, J. (2006). *Territorio y turismo en Puerto Vallarta: Población y Perspectivas* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- López, R. (2006). *La artesanía del comercio ambulante como manifestación cultural hacia el turismo de Bucerías a Mezcales en Bahía de Banderas, Nayarit, México* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Marum; E. y Rosario, V. (2015). *La calidad del pregrado y el posgrado, una mirada latinoamericana*. México: Universidad de Guadalajara.
- Molina, N. (2017). *Identidades colectivas en colonias de origen informal en Puerto Vallarta*. (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Monterrubio, C. (2017). Necesidades de la investigación turística en México; reflexiones en el marco de la investigación internacional. *Dimensiones Turísticas*, 1(1), 31-52.
- Mora, S. (2006). *Turismo cultural en Puerto Vallarta* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.

- Nájera, A. (2018). *Evaluación de la aptitud del territorio para turismo alternativo: caso corredor Miramar-Playa Tortugas, Riviera Nayarit* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Navarro, A. (2005). *La empresa hotelera y el mercado de trabajo (Nuevo Vallarta, Bahía de Banderas, Nayarit)* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Noriega, E. (2013). *Diseño del producto turístico competitivo: Caso Localidad José María Morelos, Tomatlán, Jalisco* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Núñez, P. (2008). *Historia, turismo y territorio. Puerto Vallarta y su región, Bahía de Banderas* (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Núñez, S. (2008). *La certificación en la empresa hotelera y el desarrollo sustentable. El caso de Puerto Vallarta, Jalisco, México* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Olivares, G. (2008). *Problemas y Perspectivas para la Diversificación de la Oferta Turística y El Desarrollo Sustentable en Puerto Vallarta, Jalisco* (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Ortiz-Villanueva, N. (2013). Calidad y posgrado en México, *VIII*(3), 119–122.
- Ortiz, D. (2017). *Ecoturismo comunitario: calidad de vida, empoderamiento y conservación del ambiente* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Osorio, M.; Castillo, M. y Moreno, I. (2008). Investigación y conocimiento turístico en México. Un acercamiento de las instituciones de educación superior y centros de investigación (IES y CIS). En *Desarrollo turístico y sustentabilidad social* (pp. 29–48). México: Miguel A. Porrúa.
- Osorio, M. y Korstanje, M. (2017). Reflexiones en torno a la investigación turística. *Dimensiones Turísticas*, *1*(1), 13–30.
- Pacheco, T. (2011). La formación de doctores en educación en la UNAM (2000-2009). *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, *II*(4), 62–85. <https://doi.org/10.22201/iissue.20072872e.2011.4.54>
- Pérez, S. P. (2018). *Incertidumbre laboral y su relación con las alteraciones en la salud mental en personas que trabajan en la industria hotelera en Puerto Vallarta y Bahía de Banderas* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.

- Petroskova, B. (2019). *Competitividad como forma del desarrollo: San Francisco, Nayarit* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Picazo, P., Moreno, S. y León, C. (2012). Difusión de la investigación científica de turismo en Brasil. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 6(4), 4-36.
- Pimentel, T., Costa, F. y Bifano, M. (2017). Distribución de la oferta educativa (OET) y las estructuras formales de investigación en turismo (EFIT) en Ecuador. *Revista Turismo y sociedad*, XXI, 193-215.
- Pimentel, T. D. (2016). Distribución de la oferta educativa (OET) y las estructuras formales de investigación en turismo en México (EFIT) México, *Revista Latino-Americana de Turismología*, 2(2), 25-48.
- Pimentel, T., Carvalho, F. (2019). La sociología de la educación en turismo en Uruguay: un análisis de la oferta educativa en turismo y de sus centros de investigación. *Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL*, 12(3), 68-85. <https://doi.org/10.5007/1983-4535.2019v12n3p68>.
- Rendón, H. J. (2017). *Transporte y desarrollo sustentable: Una propuesta alternativa para Bahía de Banderas* (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Reyes, A. (2009). *Análisis de la conurbación de la zona metropolitana interestatal de Puerto Vallarta- Bahía de Banderas* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Rivas, L. (2004). La formación de investigadores en México. *Perfiles latinoamericanos: Revista de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede México*, (25), 89-113.
- Rodríguez, I. y Vargas, A. (2018). Aproximación reticular a la producción científica sobre turismo, realizada por investigadores mexicanos. *Dimensiones Turísticas*, 2(2), 9-26.
- Rueda, O. F. (2005). *Turismo rural alternativa de desarrollo sustentable en la zona cerrada de Bahía de Banderas, Nayarit; Mexico. (Comunidades El Colomo, El Coatlante y Fortuna de Ballejo)* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Sánchez, F. E. M. (2005). *“A los lados de la carretera” el desarrollo del turismo en Bucerías, Municipio de Bahía de Banderas, Estado de Nayarit* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Santos, I. A. (2017). *Estimación del valor económico más verósimil del gasto en hospedaje en hotelería de 3 a 5 estrellas de Puerto Vallarta, tomando como año*

- base 2015, mediante el uso de modelos determinísticos* (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Scartascini, G. (2009). *Puerto Vallarta: La formación de un destino. Estudio de una sociedad en transición* (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Segura, J. R. (2017). *Asentamientos humanos irregulares en el municipio de Puerto Vallarta, Jalisco, México* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Silva, C. y Fransualdo, F. (2019). La relevancia del turismo como tema de investigación en el posgrado Strictu Sensu en Geografía en Brasil. *Estudios y perspectivas del turismo*, 28, 585-611.
- Tapia, J. (2006). *Análisis de los impactos por falta de planeación en asentamientos irregulares: caso colonia Ramblases del municipio de Puerto Vallarta, Jalisco, México* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Tiznado, E. (2007). *Propuesta de un modelo de desarrollo sustentable y turismo de cruceros en Puerto Vallarta Jalisco* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Tovar, R. (2006). *Turismo y la formación de los valores inmobiliarios. El caso de la ciudad de Puerto Vallarta* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Vargas, E. (2013). *Desarrollo, trabajo y empoderamiento en el contexto del turismo (Puerto Vallarta), desde un enfoque de género* (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Vargas, R. (2017). *El emprendimiento como estrategia para propiciar el desarrollo local sostenible: caso Puerto Vallarta, Jal.* (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Villanueva, R. (2019). *Turismo rural y factores que potencian el desarrollo local en el Valle de Tomatlán, Jalisco, Mexico* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Villaseñor, B. (2010). *Sayulita un pueblo turístico. Experiencia de transición en el municipio de Bahía de Banderas, Nayarit* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Virgen, C. (2007). *El desarrollo de un destino maduro: Puerto Vallarta, Jalisco, México* (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.

- Virgen, C. y Gauna, C. (2011). Información demográfica y económica de la región Puerto Vallarta- Bahía de Banderas: datos para la toma de decisiones. *TURy-DES Turismo y Desarrollo local*, 4. Recuperado de: <https://www.eumed.net/rev/turydes/10/varl.htm>
- Virgen, C. (2014). Turismo y desarrollo sustentable. Un acercamiento al estudio del turismo. México: Ed. AMESTUR/U. de G./UFPR.
- Zaldívar, M.; Canto, P. y Quintero, N. (2018). La calidad de los posgrados de formación docente en México. *Publicaciones de la Facultad de Educación y Humanidades del Campus de Melilla*, 48(1), 155–170. <https://doi.org/10.30827/publicaciones.v48i1.7333>
- Zepeda, A. (2018). *Puerto Vallarta a través de sus imaginarios* (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Zepeda, S. (2019). *Desarrollo y Turismo en el municipio de Bahía de Banderas, Nayarit* (tesis de doctorado). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Zorrilla, M. (2006). *Relación de la hotelería en el ciclo de vida de un destino turístico aproximaciones al caso de Vallarta* (tesis de maestría). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México.

NOTA CRÍTICA/ESSAY

El estudio de la noche en el turismo: una agenda de investigación

MARIO ALBERTO VELÁZQUEZ GARCÍA
marioalbertovelazquezg@gmail.com
El Colegio de Hidalgo

HELENE BALSLEV CLAUSEN
helenebalslev@hotmail.com
Universidad de Aalborg

Resumen

En este trabajo se propone identificar las dimensiones de un área de investigación: el turismo de la noche. De tal modo, se hará referencia a las prácticas, relaciones, creencias, consumos y usos de los lugares que se dedican preferentemente a las actividades turísticas en el periodo de tiempo posterior a la caída del sol. Con ello se busca abordar la relación entre la oscuridad, la cultura material y un conjunto de experiencias sociales específicas. Esto implica considerar a la noche como un agente social que tiene un papel activo en la construcción y desarrollo de las interacciones sociales.

Palabras clave: turismo, noche, economía de la experiencia, prácticas, interacción social

The study of the night in tourism: a research agenda

Abstract

In this article the purpose is to identify the dimensions of a research area: night tourism. This approach refers to practices, relationships, beliefs, consumptions and use of locations that are preferably dedicated to tourist activities after sunset. With this, it is addressed the relationship between darkness, material culture and a set of specific social experiences. This implies considering the night as a social agent that plays an active role in the construction and development of social interactions.

Keywords: night, tourism, experience economy, practices, social interaction

Fecha de recepción: 14 de enero de 2020. *Fecha de aceptación:* 9 de febrero de 2020

CÓMO CITAR: Velázquez, M. y Balslev, H. (2020). El estudio de la noche en el turismo: una agenda de investigación. *Dimensiones Turísticas*, 4(6), 149-158. <https://doi.org/10.47557/CZOE5346>

Introducción

Jacques Galinier y un grupo de investigadores publicaron un artículo titulado “*Anthropology of the Night*”, donde los autores enfatizaron la poca atención que ha recibido en los estudios antropológicos la vida social que tiene lugar en la noche. Esto a pesar de la serie de interacciones, ritos, cambios físicos, biológicos y mitos que a lo largo de la historia de la humanidad se producen durante este periodo de tiempo (Galinier et al., 2010). Esta falta de interés por la noche no es exclusiva de la antropología, sino que ha estado presente en otras áreas de las ciencias sociales como la sociología, que poco ha trabajado específicamente sobre las interacciones sociales particulares del horario nocturno.

En el caso del turismo, existen pocos estudios que consideren a la noche como un agente central; sin embargo, existe un creciente interés dado el aumento de atracciones turísticas nocturnas. Trabajos recientes sugieren que las experiencias turísticas se vinculan y se perciben como prácticas diurnas o nocturnas. Por ejemplo, una casa histórica durante el día puede convertirse en un lugar “embrujaado” después del anochecer, y un callejón normal se convierte en “encantador” por la combinación de la noche, la iluminación adecuada y nuestras ideas socialmente construidas (Huang y Wang, 2018). El turismo diurno y el nocturno producen dos usos diferentes en el mismo sitio, convirtiendo al tiempo en un elemento esencial para crear un espacio o acción distintiva. Los estudios realizados en ciudades europeas y chinas por Gu (2013) identificaron cinco tipos de actividades de turismo nocturno en áreas urbanas: zonas peatonales de ocio, recorridos nocturnos de áreas escénicas, artes escénicas, festivales populares e instalaciones de arte ligero. El turismo nocturno en China se desarrolla en torno a un tema específico, mientras que en Europa a menudo se trata de entretenimiento multifuncional. Además, un fenómeno bastante nuevo es el *Nuit Blanche* en las capitales europeas, donde las ciudades organizan festivales y eventos culturales nocturnos como fuegos artificiales, instalaciones de iluminación, apertura nocturna de museos para expandir la oferta de actividades nocturnas en las ciudades y atraer no solo a los turistas sino también a los residentes locales. Este concepto se desarrolló en el Reino Unido: la iniciativa *Light Night* con eventos tipo conciertos al aire libre, circos y fuegos artificiales para revitalizar los centros de las ciudades (Jiwa, et al., 2009), que además de crear una ventaja competitiva también demuestran cómo la noche y el día son construcciones sociales que cambian continuamente; estos cambios pueden ser acelerados debido al aumento del turismo y la necesidad de que las ciudades creen nuevas experiencias.

Algunas publicaciones académicas recientes como las de Tim Edensor cuestionan si hemos sido injustos con la oscuridad al no analizar la particularidad de los encuentros y relaciones *con* y *en* la oscuridad o *durante* la noche en los viajes (Edensor, 2017). La investigación de este autor se centra en la noche o la oscuridad a través de la participación de otros “sentidos” y la construcción del espacio que integra el tiempo como algo significativo durante la experiencia turística. Por lo tanto, la relación entre la oscuridad y la luz se aborda no solo en oposición o período liminal del tiempo y el espacio, como el crepúsculo al amanecer o al atardecer. Los estudios de Edensor empujan hacia una comprensión sociológica de un espacio constituido por interacciones y dinámicas posibles gracias a la oscuridad y la noche. En este documento buscamos analizar enfoques diferentes que permitan una conceptualización sobre el *cómo* de la oscuridad y la noche, entidades analíticas que configuran y definen el espacio.

Las investigaciones científicas que existen sobre la noche o la oscuridad consideran la luz o el día un punto de arranque, partiendo entonces de una postura relacional o complementaria; la noche a manera de la ausencia de la luz. Esto se refleja en los estudios recientes de Edensor (2010; 2015a; 2015b; 2017), Shaw (2014 y 2018) y de Ebbensgaard (2015), quienes proponen la “reducción luminosa”, es decir, las maneras para hacer que los paisajes nocturnos resulten más agradables a la vista. Dichas investigaciones parten de una posición político-ambiental sobre la iluminación urbana y sus fines. En esta, los paisajes nocturnos se configuran utilizando diferentes herramientas de iluminación para comunicar un espacio urbano específico y editado en el que la oscuridad y la noche se definen a través de la iluminación y no como un espacio y una entidad en sí mismos.

Con la investigación del turismo nocturno se propone explorar cómo la noche y la oscuridad son factores que transforman y organizan la vida social y material en los lugares turísticos. Una pregunta de fondo es: ¿Cómo colabora la oscuridad en la comprensión del tiempo y el espacio social? La intención es generar un lente de observación que permita comprender los cambios en las relaciones, estatus y espacios sociales conectados a los términos que nos ocupan, y el cómo estos se vinculan a las construcciones sociales y culturales de la actividad turística. El campo de investigación que se propone analizar es el conjunto de las prácticas y los conocimientos contextualizados de la noche o la oscuridad dentro de los destinos vacacionales, contribuyendo así al debate emergente sobre el turismo nocturno. Esta propuesta ofrece una genealogía de la amplia gama de objetivos económicos, ambientales y sociopolíticos que inspiran el uso creciente de la noche o la oscuridad en tanto maneras cada

vez más llamativas para atraer visitantes. A continuación, algunas propuestas teóricas para construir el área de investigación del turismo nocturno.

La economía de la experiencia íntima y la noche

Para poder analizar específicamente el tipo de representaciones sociales que construye un lugar turístico durante la noche se utilizará el concepto de *economía de la experiencia íntima* (Velázquez y Clausen, 2012). Este término busca definir la cristalización (institucionalización) que tienen los lugares, las prácticas, los símbolos y las relaciones que al estar presentes en un mismo espacio y tiempo producen lo que la mayoría de la gente considera como vivencias auténticas, en este caso relacionadas con el turismo. Este concepto representa una postura sociológica respecto al turismo, enfocándose en la forma que convergen definiciones culturales, procesos económicos y coyunturas históricas en la conformación de una serie de actividades productivas, pero también en la conformación espacial y cultural de un lugar, en este caso, durante el periodo nocturno (Bianchi, 2003; MacCannell, 1973; Pine y Gilmore, 1999; Goffman, 1959).

El término de economía de la experiencia íntima es un concepto que articula las dimensiones económicas, culturales y sociales del turismo, generando un instrumento analítico de observación relacional (Velázquez y Clausen, 2012). La primera palabra, economía, hace referencia a las características del turismo en tanto actividad productiva. En primer lugar, un elemento determinante a considerar es que los productos/escenarios que ofrece el turismo no pueden ser fácilmente transportados, por lo que sus consumidores tienen que trasladarse al sitio para poder usarlos. Como sucede con otras actividades humanas hechas en asociación con otros, los viajes para visitar un templo, una ciudad o un paisaje determinado se realizan bajo las organizaciones, reglas y normas de la economía (Bianchi, 2003); así los viajes turísticos utilizan empresas que ofrecen medios de transporte, el hospedaje de los paseantes tiene lugar en hoteles que ofrecen diversos servicios relacionados como la alimentación, la higiene, el descanso y, finalmente, la visita al mismo lugar cuenta con una serie de servicios y venta de objetos (guías, folletos, postales, objetos conmemorativos, etcétera). En otras palabras, el turismo moderno requiere de la institucionalización de sus prácticas y relaciones que regulan su funcionamiento (Bianchi, 2003; Pine y Gilmore, 1999), por ello no puede dejar de ser considerada como una actividad económica. Esta característica económica está directamente relacionada con la parte de las experiencias turísticas, por medio de la escenificación de los lugares para generar o incrementar el valor que permiten su comercialización.

La segunda parte del término, experiencia íntima, busca ligar las características económicas antes mencionadas a una explicación sobre el por qué y cómo se ha desarrollado el turismo en las últimas décadas. Para ello se parte de dos autores: MacCannell y Goffman. Respecto al primero (MacCannell, 1973), se retoma su propuesta de concebir al turismo como una acción humana que busca proporcionar experiencias significativas; es decir, que salgan de lo que ocurre en la cotidianeidad y contengan un sentido particular o único para los individuos. Los lugares donde los distintos grupos sociales pueden alcanzar este tipo de experiencias son diferentes en cada cultura, al igual que en cada época. Para MacCannell lo que explica el prolongado crecimiento de la actividad turística es que este es un medio contemporáneo para que las personas construyan momentos significativos mediante el uso temporal de un espacio donde podrán disfrutar un escenario, ciertas actividades consideradas positivas, deseables y memorables. Es importante señalar que el mismo traslado al sitio es parte fundamental de esta experiencia total (Pine y Gilmore, 1999; Mantecón, 2008).

Al decir que el turismo busca proporcionar algún tipo de experiencia que Velázquez y Clausen (2012) definen como íntima, estos autores retoman el trabajo de Goffman sobre el papel que desempeñan los lugares en las interacciones. La propuesta original de Goffman buscaba introducir el espacio como una dimensión central en las interacciones sociales. Al proponer la noche, introducimos otra dimensión más al análisis, de tal manera que los espacios sociales (delanteros o traseros), cambian su carácter dependiendo de la hora del día o la iluminación con la que cuenten; un espacio delantero (una oficina o una calle) puede convertirse en un lugar trasero donde los mismos individuos que en el día tuvieron comportamientos relacionados a un rol específico, decidan cambiarlos.

Al igual que en la propuesta original, los lugares no son espacios “absolutos”, sino que su función como delantero o trasero cambia y es sujeto de distintas interpretaciones por distintos grupos y sociedades. La plasticidad de los espacios, la luz y la oscuridad es fundamental para entender el uso moderno de la oscuridad en los espacios turísticos.

Resumiendo lo anterior, al conceptualizar al turismo como una economía de la experiencia íntima se quiere indicar que esta actividad productiva busca brindar una serie de vivencias asociadas con lugares considerados memorables. Es decir, los lugares turísticos son espacios que han sido cargados de significados sociales, históricos o culturales al punto de que la mera presencia de la gente en ellos proporciona una experiencia trascendente (MacCannell, 1973). Pero no es lo único: en estos lugares el disfrute que significa el mismo lugar se asocia a la posibilidad de no tener que asumir

totalmente los roles y estatus asociados a la vida cotidiana, para así experimentar un tipo de vida diferente; en una playa es difícil, y deseable, no distinguir a un abogado o un profesor del que no lo es. De tal manera que la “base del valor” de un lugar turístico es doble: la parte social constituida por los significados y usos de espacios delanteros y traseros a los que se acaba de hacer referencia, pero también la parte económica, esta última relacionada a la escenificación del lugar, así como a la infraestructura y empresas que permitieron acceder y convertir un espacio específico en una mercancía turística. Es importante resaltar que depende del significado que le confieren los actores que interactúan en un momento determinado dentro de ellos. Esto resulta fundamental en la propuesta de turismo de noche, porque significa que los mismos lugares después del atardecer toman un sentido y un valor social y económico distinto, por el tipo de comportamientos que los sujetos asocian a una construcción social como es el uso nocturno. Los turistas al visitar ciertos espacios durante el horario nocturno pueden estar buscando despojarse de sus roles sociales cotidianos y readaptar su actuación para permitirse comportamientos distintos, como bailar, tomar o simplemente disfrutar ser uno más dentro de una multitud que escucha un concierto.

La economía de la experiencia íntima, en el caso de la noche, sería entonces las formas de generación de valor mediante la institucionalización que tiene el uso nocturno de los lugares: las prácticas, los símbolos y las relaciones que al reunirse producen lo que la mayoría de la gente considera vivencias auténticas que solo podrían tener lugar durante este periodo del día. Esta institucionalización de las experiencias íntimas nocturnas está mediada por los imaginarios, creencias y cosmogonías de cada grupo que se transforma paulatinamente con el tiempo y las generaciones (Clausen, 2008).

Al usar la expresión de economía de la experiencia íntima se quiere dejar en claro que las zonas turísticas son una industria organizada, estructurada y con fines lucrativos. Eso significa que los “productos” y el valor que antes eran logrados por medio de actos personales, ahora han sido socialmente regulados y definidos, de forma tal que es la propia industria turística la que intenta definir qué lugares entran a la categoría de turísticos, es decir: en aquellos donde se pueden tener experiencias íntimas, controladas y reguladas de los que no (Clausen y Velázquez, 2011).

El proceso de modernización y la noche

Para comprender la relación entre la noche y el turismo se propone partir de un conjunto de cambios sociales, económicos y tecnológicos producidos a partir de la era

conocida como la modernización. Este concepto se refiere a aquellos procesos mediante los cuales sociedades emergentes de excolonias o nuevos estados independientes buscaron generar un crecimiento económico y político a través de la transformación de sus estructuras sociales, políticas y culturales, teniendo de modelo la Europa occidental y Norteamérica de los siglos XVII y XIX (Germani, 1970; Aguilar, 2005). Durante la modernización los avances tecnológicos tuvieron un rol central. Uno de los más significativos fue la luz eléctrica. La importancia de este tipo de iluminación artificial no solo fue práctica, sino simbólica; la luz comenzó a ser usada como una representación del avance de la razón sobre las creencias y las mejoras que las nuevas tecnologías proporcionaban a la sociedad (el progreso), mientras la noche se convirtió en un sinónimo de la barbarie (Galinier v., 2010). En este sentido, las ciudades serían consideradas más modernas mientras más iluminadas con electricidad estuvieran sus edificios y sus avenidas (Hensey, 2016). La extensión en las redes eléctricas y de iluminación artificial permitieron un mayor uso de la noche, lo que generaría nuevas formas de relación entre la sociedad y este periodo del día (Koslofsky, 2011). Este nuevo uso del tiempo durante la noche tuvo una compleja inserción en la cultura, generando en algunos casos condena social y culpa moral; los que “vivían de noche” podían ser considerados como aquellos que abusaban de sí mismos y del orden social, normativo y moral (Nottingham, 2003).

Durante los procesos de modernización, las sociedades experimentaron profundas transformaciones: el surgimiento de los Estados modernos, la globalización de los intercambios económicos, políticos y culturales, una modificación drástica de los modelos productivos hacia una concentración de la propiedad de los medios productivos, una intensificación en el volumen y el número de intercambios, la paulatina concentración de la población en ciudades, la desaparición o crisis de formas tradicionales de dominación y control político, así como la construcción de la individualidad hacia una nueva base de la organización jurídica, económica y cultural (Elias, 2009; Aguilar, 2005). Las implicaciones que tuvieron estas reformas para las sociedades modernas y sus miembros son uno de los temas centrales de la llamada sociología clásica de Durkheim, Weber, Marx y Simmel. En el caso de Simmel, este autor se interesó particularmente por analizar las variaciones en la construcción de la individualidad dentro de los nuevos contextos sociales modernos. Para Simmel, una de las características de este periodo es que los sujetos enfrentan una constante lucha por integrarse a los distintos roles y escenarios sociales, pero al mismo tiempo, intentan conservar un sentido de identidad única. Esta propuesta de análisis permite entender, tanto la interacción social en las grandes ciudades, como el comportamiento de las personas durante sus

vacaciones; tanto en las urbes y a la par de las zonas turísticas, las personas enfrentan el mismo problema que Simmel plantea en su texto *“La metrópoli y la vida mental”*:

Los problemas más profundos de la vida moderna se derivan de la demanda que antepone el individuo, con el fin de preservar la autonomía e individualidad de su existencia, frente a las avasalladoras fuerzas sociales que comprenden tanto la herencia histórica, la cultura externa, como la técnica de vida (Simmel, 2009, p. 388).

Retomando el argumento de Simmel, se propone que los individuos y las sociedades usen los espacios turísticos en la oscuridad como parte de esta pugna por conservar su individualidad frente a la homogeneidad que impone el mercado, pero al mismo tiempo, para sentirse integrados a estas fuerzas sociales de las que habla el autor. El uso de la oscuridad en el turismo permite acceder a identidades y prácticas distintas a las que se acostumbra durante nuestra vida cotidiana (Koslofsky, 2011; Nottingham, 2003), pero al mismo tiempo, reconoce a los individuos como parte de los grupos sociales a los que se aspira pertenecer; por ejemplo, la multitud que se reúne en una discoteca o en un concierto.

Otra propuesta sociológica que se considera oportuna para poder analizar la relación de las sociedades actuales y la noche es la de Norbert Elias en su libro *Sobre el tiempo*. Este autor propuso que el tiempo es un mecanismo de orden social (regulatorio y de organización) perfeccionado principalmente en la era de los Estados-nación. De tal forma que al igual que sucedió con los procesos de regulación estatal contra el uso de la violencia, la utilización de un mismo idioma o de un sistema de pesos y medidas, el tiempo se convirtió en un elemento diferenciador de las sociedades civilizadas de aquellas que no lo son (Elias, 2009): a mayor extensión y autonomía de la sociedad (urbanización, comercialización y mecanización), mayor será la dependencia de instrumentos de manufactura humana para medir y regular el tiempo, y menos la dependencia a medidas temporales naturales como el movimiento de la luna (Elias, 1989). La propuesta teórica de Elias sobre el tiempo permite analizar el papel que tiene este en espacios sociales particulares como son los del turismo, particularmente el imaginario que se ha construido respecto al uso del tiempo en dichos lugares, donde el paso del tiempo es representado separado de la vida cotidiana. Durante las vacaciones nos pensamos libres del control de los horarios que nos regulan en el trabajo o el estudio y este constituye uno de sus atractivos. Salir de la rutina significa, en el fondo, abandonar el control del tiempo. En los lugares turísticos se produce una reglamentación del tiempo, al igual que sucede en el resto de los espacios sociales dentro de la modernidad; la hora de entrada al hotel, los horarios de los restaurantes, de las

discotecas, etcétera. Como se ve, la cualidad integradora del tiempo está siendo usada en algunas zonas turísticas para ofertar actividades nocturnas que solo tienen un sentido social durante este periodo de tiempo.

Referencias

- Aguilar, O. (2005). Sociología y modernización. *Revista de Ciencias Sociales*, 1, 1-20. Recuperado de http://sociologia.uahurtado.cl/wp-content/uploads/2012/01/Omar_Aguilar__Sociologia_y_modernizacion.pdf
- Bianchi, R. V. (2003). Place and Power in Tourism Development: Tracing the Complex Articulations of Community and Locality. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 1(1),13-22. doi: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2003.01.002>.
- Clausen, H. B. (2008). *Juntos pero no revueltos: Un estudio de caso sobre los migrantes norteamericanos en un pueblo mexicano; Transnacionalismo y asimilación*. Denmark: Center for the Study of the Americas. Copenhagen Business School
- Clausen, H. B. y Velázquez, M. A. (2011). En búsqueda del México auténtico. Las comunidades norteamericanos en ciudades turísticas de México. En T. Mazón, R. Huete, y A. Mantecón, (eds.). *Construir una nueva vida. Los espacios del turismo y la migración residencial* (pp. 61-80). Santander: Milrazones.
- Ebbensgaard, C. L. (2015). Illuminights: A sensory study of illuminated urban environments in Copenhagen. *Space and Culture*, 18(2), 112-131. doi: <https://doi.org/10.1177/1206331213516910>
- Edensor, T (2010). Aurora Landscapes: Affective Atmospheres of Light and Dark. En K. Benediktsson y K.A. Lund (eds.), *Conversations with Landscape* (pp. 227-240). Farnham: Ashgate.
- Edensor, T. (2015a). Introduction to geographies of darkness. *Cultural Geographies*, 22(4), 559-565. doi: <https://doi.org/10.1177/1474474015604807>
- Edensor, T. (2015b). The Gloomy City: Rethinking the relationship between Light and Dark. *Urban Studies*, 52(3), 422-438. doi: <https://doi.org/10.1177/0042098013504009>
- Edensor, T. (2017). *From Light to Dark: daylight, Illumination, and Gloom*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Elias, N. (1989). *Sobre el tiempo*. España: Fondo de Cultura Económica.
- Elias, N. (2009). *El proceso de la civilización*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Galinier, J., Monod, B. A., Bordin, G., Fontaine L., Fourmaux, F., Rouillet, P. J., Salzarulo P., Simonnot, P., Therrien M. y Zilli, I. (2010). Anthropology of the Night Cross-Disciplinary Investigations. *Current Anthropology*, 51(6), 819- 847.
- Germani, G. (1970). *Sociología de la modernización*. Argentina: Editorial Paidós.
- Goffman, E. (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Gu, Z. (2013). Concepts and types of urban night tourism product. *Urban Problems*, 11, 98-102.
- Hensey, R. (2016). Past dark: a short introduction to the human relationship with darkness over time. En M. Down, y R. Hensey (comp.). *The Archaeology of Darkness* (pp. 1-10). New England: Oxbow Books.
- Huang, W. J y Wang, P. (2018). All that's best of dark and bright: Day and night perceptions of Hong Kong cityscape. *Tourism Management*, 66, 274-286.
- Jiwa, S., Coca-Stefaniak, J., Blackwell, M. y Rahman, T. (2009). Light Night: An "Enlightening" Place Marketing Experience. *Journal of Place Management and Development*, 2(2), 154-166.
- Koslofsky, C. (2011). *Evening's Empire. A History of the Night in Early Modern Europe*. United Kingdom: Cambridge University Press.
- MacCannell, D. (1973). Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589-603.
- Mantecón, A. (2008). Procesos de urbanización turística. Aproximación cualitativa al contexto ideológico. *Papers: revista de sociología*, 89, 127-144.
- Nottingham, C. (2003). 'What Time Do You Call This?' Change and continuity in the politics of the city night. En B. Steger y L. (comp.) *Night-time and Sleep in Asia and the West, Exploring the dark side of life*. (pp. 200-224). USA: Routledge Curzon.
- Pine, B. J. y Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Shaw, R. (2014). Controlling Darkness: Self, Dark and the Domestic Night. *Cultural Geographies*, 22(4), 585-600.
- Shaw, R. (2018). *The Nocturnal City*. England: Routledge Edition.
- Simmel, G. (2009). *Sociology. Inquiries into the Construction of Social Forms*. Netherlands: Koninklijke Brill, NV.
- Velázquez García, M. A. y Clausen Balslev, H. (2012). Tepoztlán, una economía de la experiencia íntima. *Latin American Research Review*, 47(3), 134-154.

Reseña bibliográfica / Book review

Gómez-López, D. y Velarde-Valdez, M. (2019).

Turismo y sustentabilidad en el ámbito rural.

México: Ediciones Navarra.

Elizabeth Olmos Martínez

elmosm.udo@gmail.com

Universidad Autónoma de Occidente, Unidad Mazatlán

Durante las últimas décadas, el turismo se ha convertido en una de las actividades socioeconómicas más importantes para el desarrollo, prosperidad y bienestar de una considerable cantidad de países; así lo señala la Organización Mundial del Turismo en sus registros de la dinámica turística global. México es uno de los países reconocidos por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) por su diversidad de sitios naturales y culturales que ofrecen una infinidad de oportunidades para su aprovechamiento turístico, por lo que la oferta de productos se ha ido transformando. En la actualidad hay destinos que, de acuerdo con sus características naturales y culturales, están orientando sus espacios hacia el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural, entre otros, que contribuyen al desarrollo sustentable.

El libro “Turismo y sustentabilidad en el ámbito rural” es una obra que integra una serie de investigaciones recientes, mostrando realidades y matices sobre lo que conocemos como turismo sustentable. Se presenta de manera ordenada y sistemática bajo la óptica de diferentes autores que ayudan al lector a conocer lo que sucede en el ámbito rural. Es importante leer este tipo de compilaciones ya que muestran rostros distintos del llamado turismo sustentable, donde la participación social ayuda a democratizar las decisiones y asumir las responsabilidades que conlleva la conservación del patrimonio natural y cultural de una localidad o región. Lo anterior permite comprender si la política pública para las comunidades donde se llevan a cabo proyectos de proyectos de este tipo cumple con los principios de contribución al desarrollo local, aportación al bienestar de la comunidad, protección del patrimonio cultural; uso, manejo y conservación de los recursos naturales necesarios para poder transitar hacia una sustentabilidad real.

El texto ofrece una oportunidad para el conocimiento nuevo y discusiones diversas en diferentes locaciones de México y Costa Rica. Se divide en tres capítulos: 1) Turismo y sustentabilidad, 2) Turismo en espacios rurales y 3) Certificación de destinos de turismo sustentable, mismos que abordan a la vez diferentes temas.

El primer tema del capítulo uno presenta una reflexión de los autores sobre el turismo como alternativa económica para mejorar las condiciones de vida de la población de las comunidades rurales y la promoción del turismo como fenómeno económico y como factor para la sustentabilidad comunitaria, incluyendo en dicha reflexión la incógnita sobre la necesidad de modificar la base teórica de las decisiones económicas para la promoción del turismo y la sustentabilidad comunitaria. Se aborda el tema desde la economía ecológica donde resalta la relevancia de incorporar indicadores biofísicos relacionados con procesos económicos, con base en procedimientos multicriterio, ya que la teoría económica ortodoxa neoclásica que se ha utilizado para la asignación y gestión de los recursos naturales ha generado cambios catastróficos, los cuales manifiestan desigualdad social y conflictos ambientales agudizando el problema en las comunidades rurales. Finalmente argumentan que con el panorama descrito, el turismo rural no será una verdadera alternativa económica para las comunidades rurales y que se pretende que dicha reflexión genere inquietudes que aporten al marco teórico que permita nuevos criterios en la toma de decisiones para la promoción del turismo.

La relevancia de este apartado va ligada a la importancia del estudio de la economía ecológica en cualquier entorno, que en este caso se integra al estudio del turismo como fenómeno económico y social orientado a la satisfacción de las necesidades de un mercado global, y como alternativa para generar riqueza en las comunidades rurales, además de que ayuda a explicar la utilización del medio ambiente en el ciclo económico: una visión necesaria en la búsqueda del desarrollo sustentable.

El segundo tema abordado es el turismo sustentable. El área de estudio es el Pueblo Mágico de Cosalá, Sinaloa, donde los autores abordan el tema bajo criterios ambientales, económicos y socioculturales. Analizan la relación entre sustentabilidad y turismo como una actividad competitiva que contribuya a elevar los niveles de bienestar de la población receptora, ya que en la reciente literatura se muestra que la aplicación exitosa del Programa de Pueblos Mágicos ha sido difícil debido a que tiene puntos débiles que requieren atención inmediata. Se hace una evaluación del desempeño del Pueblo Mágico bajo los criterios globales de turismo sustentable, a partir del análisis de la gestión del destino, los beneficios económicos, ambientales y culturales

para la comunidad receptora y los visitantes. Concluyen que Cosalá no ha logrado equilibrar los aspectos clave para alcanzar la sustentabilidad turística, no obstante su potencial para la integración de productos turísticos de este tipo.

El tema anterior marca una situación muy peculiar, ya que el análisis de los Pueblos Mágicos de México tiene diferentes aristas dependiendo del estado en que se encuentren y los valores culturales, históricos y ambientales con los que realmente cuenta cada uno de ellos. No obstante, como parte de la política turística, los Pueblos Mágicos han sido de interés para los diferentes actores involucrados en el desarrollo local, en la integración de grupos vulnerables (mujeres, jóvenes y adultos mayores) y en la operación de empresas rurales ecoturísticas con potencial cultural.

El tercer tema abordado en el capítulo uno trata de la valoración del turismo alternativo, mediante 28 indicadores de sustentabilidad en la región de Bahía de Banderas, en el cual los autores resaltan la importancia de las estrategias rumbo al desarrollo sustentable destacando las áreas naturales protegidas de México y utilizando las unidades de manejo ambiental (UMAs). Se asume que la evaluación de los atractivos y las diferentes actividades que ofertan dependen del potencial del lugar, lo que influye en el número de turistas que reciben. La región de Bahía de Banderas, debido a sus características geomorfológicas, aporta un gran escenario para la biodiversidad. Además, la zona rural ha sido aprovechada para el turismo alternativo y las evaluaciones ayudarían al éxito de las decisiones, finalmente se destaca que este tipo de turismo es una paradoja ya que solo es un discurso que no ha logrado nada en concreto.

Este tema es de vital importancia ya que los indicadores de sustentabilidad nos marcan el nivel del daño al medio ambiente y a los recursos naturales, por lo que el uso, preservación y conservación de estos dependen de toma de decisiones, de las acciones reales y del interés social y gubernamental en el ánimo del crecimiento económico y del desarrollo local y regional de los países. De acuerdo con lo encontrado por los autores, en la Región de Bahía de Banderas, no se han visto efectos positivos relacionados con el turismo alternativo, el bienestar social y la conservación ambiental.

La reflexión continúa en el desarrollo del capítulo dos, donde el primer tema muestra las condiciones del desarrollo local. Se aprecia la relación del desarrollo social en espacios rurales, tomando en cuenta la cultura como elemento sustancial para el impulso de la mejora económica de los habitantes de zonas rurales. Se describe a detalle al turismo comunitario desde su origen y los rasgos que lo definen; así como el desarrollo local en las áreas de estudio de Las Margaritas, Chiapas y las localidades

de Santa Rosa y Anexo Nuevo San Juan Chamula. Se hace un análisis integral de las condiciones geográficas, sociales, económicas y culturales que circundan la acción de las cooperativas para el turismo. Destacan el patrimonio cultural de las áreas de estudio ya que cuentan con elementos identitarios que permanecen desde la época prehispánica en México. Las cooperativas que ofertan servicios de turismo rural presentan estrategias donde los elementos culturales buscan incidir en el desarrollo local. Además, pretenden preservar dicha cultura y divulgarla para constituir la como factor de desarrollo social y económico. Los elementos culturales de mayor relevancia son la gastronomía y habla del tojolabal. Asimismo, se observa el interés de mejora de sus procedimientos en los servicios ofrecidos y la participación de los jóvenes y de grupos de mujeres.

El tema descrito nos permite conocer la relación sociocultural con la actividad económica del turismo en el sector rural, lo cual atiende una demanda en crecimiento tanto de turistas nacionales como extranjeros. Asimismo, abordar el tema desde el desarrollo local permite coadyuvar en el crecimiento económico y social, conocer de cerca el proceso de transformación que busca mejorar las condiciones de vida de las comunidades con la participación de los diferentes actores de la sociedad.

El siguiente tema se refiere a la participación de la mujer colimense en el ámbito turístico rural. Se aborda el tema con el objetivo de conocer el nivel de participación de la mujer en la empresa turística rural, específicamente de dos empresas rurales en Colima, Los Manantiales de Zacualpan y en el Parque ecoturístico El Cahuite. Aluden que, a nivel internacional, la participación de la mujer en organizaciones de nivel local o regional es una alternativa para impulsar una mayor equidad de género en el acceso y control de los recursos, a través de procesos de empoderamiento basados en el impulso del desarrollo local y regional. No obstante, en las áreas de estudio la participación de la mujer es limitada, producto de las circunstancias. Además, las tareas que desempeñan son una extensión de las mismas actividades que realizan en sus casas. Concluyen que es evidente la participación de la mujer colimense en las empresas turísticas pero se reconoce que se debe elevar el nivel de participación empresarial y también la remuneración, ya que siguen cumpliendo con un papel similar al de ama de casa.

En este caso, es necesario poner especial atención, ya que en la actualidad diferentes organizaciones y gobiernos trabajan por la igualdad

de género, misma que incluye la igualdad de oportunidades para el crecimiento personal y el empoderamiento de las mujeres en el ámbito laboral. Por lo tanto, conocer a detalle el nivel de involucramiento de las mujeres en las empresas turísticas

marca la pauta para continuar en el trabajo de transformación social en beneficio de dicho grupo.

El capítulo tres se desarrolla en Costa Rica, bajo el enfoque de sustentabilidad turística, específicamente en la provincia de Limón. Se hace una revisión de la Agenda 2030 y los 17 objetivos donde los elementos centrales son la naturaleza, la conservación y el patrimonio que giran en torno al ecoturismo. Destacan la importancia de las certificaciones de sostenibilidad turística sobre la demanda y la disposición a pagar en el Caribe costarricense y buscan determinar el efecto de dichas certificaciones. Concluyen que de acuerdo con el perfil representativo del turista y el contexto de un ecodestino certificado y de marca reconocible se activará una mayor demanda sostenible y una mayor disposición a pagar por parte del potencial turista, principalmente en el caso del mercado joven y de alto estatus, debido a una asociación de la imagen del destino a necesidades y valores del potencial turista y criterios de calidad sostenible. Por lo que la certificación de un ecodestino deberá ser estimada como un potencial promotor de un turismo de calidad mismo que se relaciona con un retorno económico para la región.

El tema anteriormente abordado confirma que la certificación de un destino turístico va ligado a la calidad, la responsabilidad social, ambiental y ética, mediante la cual se involucran diferentes grupos sociales en la búsqueda de la sustentabilidad, por lo que es necesario marcar límites aceptables en la operación, uso y manejo de los recursos naturales y culturales. Dados los impactos negativos del turismo, es necesario entonces echar mano de las certificaciones con el ánimo de reducir dichos impactos y trasladarse a un enfoque de conservación y beneficios para las poblaciones anfitrionas.

A manera de reflexión final, se puede concluir que en la práctica del turismo sustentable influyen factores endógenos y exógenos que ayudan o perjudican el éxito de los proyectos con tales características. Las escasas estrategias de política pública para el turismo sustentable no han permitido que las poblaciones se beneficien por completo. En los diferentes capítulos se observa que la falta de involucramiento de todos los actores clave hace que los proyectos de turismo sustentable sigan sin resultados concretos relacionados con los objetivos de la Agenda 2030: el desarrollo local, estrategias de conservación de la naturaleza, patrimonio, cultura, sociedad y desarrollo económico de las comunidades receptoras. Por lo que la obra ofrece la oportunidad de conocer una perspectiva crítica, de gran importancia para el conocimiento y entendimiento del fenómeno turístico. Además, se vislumbran los temas de interés dentro de las investigaciones nacionales e internacionales en las

diferentes universidades y centros de investigación, asimismo ofrece ideas y puntos de vista interesantes para la vida académica, abriendo ventanas de oportunidad para identificar nuevos temas de investigación, conocer diferentes metodologías y fortalecerlas para el beneficio de la ciencia y del conocimiento turístico.

Reseña bibliográfica / Book review

Álvarez Sousa, A., Mantecón, A. y Puertas-Cañaveral, I. (Eds.). (2019).

Sociología del Turismo.

Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Cayetano Espejo Marín

cespejo@um.es

Universidad de Murcia

En el primer capítulo de este libro, titulado “Introducción: turismo y modernidad”, Alejandro Mantecón, Inmaculada Puertas Cañaveral y Antonio Álvarez Sousa, que también son los editores del mismo, indican que “La Sociología concibe el turismo como una realidad compleja formada por procesos que se incrustan en estructuras sociales históricas. Es decir, distintas sociedades en distintos momentos generan diferentes sistemas turísticos. A su vez, el turismo acaba influyendo sobre los contextos en los que se inserta. El análisis de esta retroalimentación es el punto de partida de la investigación sociológica del turismo”.

El objetivo principal de este libro es “presentar el turismo como un fenómeno complejo que se relaciona de muy diversas maneras con campos fundamentales de la vida social, como las estructuras del poder, la seguridad pública, la tecnología, las relaciones económicas, los procesos de urbanización, el deporte o los cambios demográficos”.

Por otro lado, y no menos importante, tiene como objetivo “animar la producción de literatura sociológica sobre turismo escrita en castellano, así como redirigirla desde las carreteras secundarias por las que ha tendido a transitar hacia circuitos más reconocibles. El ocio y el turismo son temas de creciente interés para la sociedad española y para el propio Centro de Investigaciones Sociológicas, y su prestigiosa editorial en el mundo hispanoparlante contribuirá a la consecución de estos objetivos”.

Los 11 capítulos que integran esta obra ilustran las relaciones existentes entre la sociología y la actividad turística, y han sido elaborados por un acreditado grupo de sociólogos y sociólogas que cuentan con una dilatada experiencia en el análisis de los diferentes tipos de turismo y de sus variadas repercusiones sobre los diferentes ámbitos de la sociedad española.

Antonio Álvarez Sousa en el segundo capítulo titulado “Epistemología y teoría turística”, realiza un examen de las aproximaciones epistemológicas que buscan comprender el turismo con la finalidad de dar respuesta a preguntas decisivas para la sociología del turismo: ¿Existe una amplia red de teorías sobre distintos tipos de turismo? ¿Esos temas son tratados de modo uniforme o existen diferencias entre distintas corrientes de pensamiento? ¿Esas teorías se pueden ubicar en un mapa conceptual de las ciencias sociales? ¿Cuáles son? ¿Está cubierto totalmente dicho mapa o hay zonas amplias sin estudios de turismo? ¿Esos temas sobre el turismo son meras adaptaciones de teorías de la ciencias sociales o bien, mediante el estudio del turismo se desarrollaron conceptos y la profundización en ellos contribuyó a que se propagase la riqueza teórica de dichos conceptos? Entre las abundantes conclusiones a las que llega, coincide con John Tribe en que la comunidad académica de turismo no es algo uniforme, sino que es una “comunidad divergente que permite una amplia gama de enfoques y tolera diferencias individuales”.

Alejandro Mantecón en el tercer capítulo: “La sociología del turismo en España (1964-2016)”, se plantea como objetivo completar una aproximación a la historia de la sociología española del turismo. Para ello desarrolla el planteamiento metodológico en dos grandes apartados: la era de los precursores (1964-1997) y la etapa institucionalizadora (1998-2016) y concluye con la discusión.

Dentro de esta señala que la primera etapa se caracteriza por la discontinuidad de las aportaciones realizadas y por su elaboración en espacios con frecuencia alejados de los departamentos universitarios. En cambio, en la segunda etapa la situación mejora de forma sustancial, ya que durante las dos últimas décadas se atenúa el espacio existente entre la dimensión socioeconómica del turismo y la atención que la sociología española le ha prestado. La reciente aparición de temas como el de la turismofobia (que eclosiona en el verano de 2017), sirve para poner de manifiesto los aspectos más problemáticos del turismo, incluyéndolo en la agenda política, y en definitiva en la discusión pública y mediática.

Antonio Aledo, Emilio Climent Gil y José Javier Mañas Navarro son los autores del cuarto capítulo: “Aportaciones teóricas, metodológicas y aplicadas de la sociología a la planificación del turismo”. Con este trabajo proponen hallar estrategias destinadas a aplicar los conocimientos teóricos y el instrumental metodológico de la sociología a la planificación de destinos maduros. En este caso, la técnica de mapas causales colaborativos se muestra de gran utilidad para elaborar diagnósticos sobre el sector turístico en el municipio de Torrevieja, que se encuentra al sur de la provincia de Alicante. Los autores llegan, entre otras conclusiones, a considerar que el análisis desarrollado

ha identificado como las causas más relevantes en la producción de problemas del sistema turístico de Torrevieja: la gestión política cortoplacista ligada a la corrupción, la polarización hacia el sector inmobiliario de baja calidad y la inoperancia y ausencia de planes estratégicos de ordenación urbanística.

José Luis Paniza Prados, Inmaculada Puertas Cañaveral y José Manuel Jiménez Caballero han elaborado el quinto capítulo: “La investigación en el turismo deportivo: conceptualización, operacionalización y análisis”. Presentan un análisis del turismo deportivo desde una perspectiva aplicada. Tiene como objetivo principal explicar cómo se puede operativizar una conceptualización y clasificación del turismo deportivo utilizando bases de datos secundarios ya existentes. Para ello, se presenta en primer lugar una caracterización y clasificación sobre turismo deportivo, ejemplificada a partir de la información que contempla la encuesta Frontur-Egatur para su mejor comprensión. En segundo término, se muestran los enfoques de análisis de las motivaciones en turismo, con el objetivo de aplicarlos a un ejemplo práctico en el que se analiza la importancia de las variables sociodemográficas, contextuales y de destino. Para ello, en el tercer apartado, se realiza una aplicación concreta a la base de datos del Flash Eurobarometer 414 sobre las “Preferencias turísticas de los europeos”, correspondiente al año 2015. De las abundantes conclusiones obtenidas dan cuenta las tres páginas que ocupan en este capítulo.

Rafael Merinero Rodríguez es autor del sexto capítulo: “El destino turístico como red de actores: un análisis longitudinal de sus propias estructuras”. Para este autor existen cuatro formas de aplicar la perspectiva de redes al estudio del turismo: 1) la red como una metáfora de las interrelaciones entre los diferentes componentes del producto o del destino turístico; 2) los factores que influyen y condicionan positiva o negativamente la existencia de interacciones; 3) la red como contenido en el que se sustentan las relaciones entre las diferentes partes del hecho turístico analizado; y 4) el interés por los componentes de la estructura de la red. Desde el punto de vista metodológico, estas cuatro formas de abordar el estudio del turismo se han concretado en dos enfoques fundamentales; el enfoque cualitativo y el enfoque cuantitativo. Este trabajo se concentra en el segundo enfoque, de manera que a través de la adopción de principios de la matemática de matrices se pueden obtener características de las redes de relación para abordar el análisis del turismo. Este capítulo es un valioso ejemplo de aplicación de la sociología para generar conocimiento y facilitar la gestión de los destinos turísticos. Ello se puede apreciar en el estudio de la evolución del turismo en una zona rural de Andalucía. Se trata de una investigación longitudinal mediante la aplicación del análisis de redes sociales que responde a interesantes

cuestiones acerca de la influencia que ejercen diferentes estilos de gobernanza sobre las estrategias de desarrollo local en los destinos turísticos rurales.

En el séptimo capítulo, J. Rosa Marrero Rodríguez trata “Los campos de acción estratégica como instrumento analítico de los destinos turísticos maduros: Tenerife (Islas Canarias)”. Tiene como objeto el estudio de las dinámicas de los destinos turísticos que, para la autora, más que productos comerciales, son realidades productivas o entornos ecológicos conformados por empresas, administraciones y *stakeholders*. El símil con el producto comercial dificulta el análisis de la dinámica interna en el destino. Por ello, conversa con la literatura académica relativa al ciclo de vida, pero a partir de la idea de campo económico donde los actores tienen racionalidades y recursos diferenciados. Mientras en el ciclo de vida prima la valoración de la importancia relativa de las variedades exógenas/endógenas, en el campo económico se resalta su heterogeneidad interna, producto de una histórica interrelación de diversas dimensiones.

Entre otras conclusiones, afirma que la descripción del destino turístico tinerfeño y de los discursos relativos a la renovación edificatoria, pone a prueba el planteamiento sobre los campos de acción estratégica. La renovación edificatoria es uno de los mecanismos de innovación desarrollados por las empresas del campo turístico tinerfeño que les permite ser más competitivas dentro del mismo, con respecto a los turoperadores. Además, se produce un entorno normativo y político que favorece dichas acciones, sobre todo las encaminadas al alojamiento hotelero de calidad.

Daniel Briggs, Rebeca Cordero Verdugo, Antonio Silva Esquinas y Jorge Ramiro Pérez-Suárez han elaborado el octavo capítulo dedicado a “Las conductas de riesgo y la delincuencia en espacios turísticos de ocio nocturno”. Para los autores, las economías turísticas muy dependientes del ocio nocturno, que comercializan fantasías de escapatismo, hedonismo, encuentros sexuales y satisfacción del deseo libidinal de los consumidores occidentales, tienden a experimentar una serie de problemas relacionados con la gobernanza efectiva, el control y, en última instancia, la soberanía. Además de los problemas relacionados con la salud, la violencia y el desorden, existen problemas estructurales vinculados a diferentes economías que coexisten alimentando los mercados ilícitos de drogas y sexo, y que son vulnerables a la corrupción.

En un intento de proponer una reflexión analítica más profunda sobre algunos de estos temas, este capítulo se centra en el complejo de Magaluf, ubicado en las Islas Baleares. De las varias conclusiones a las que llegan, la primera no puede ser más clara ni más contundente: “la construcción de espacios turísticos de ‘fiesta’ no integrados en el entorno acaba degenerando en ‘recintos feriales’, con un itinerario predeterminado, pero normativamente laxos, donde las actitudes y los comportamientos

reprobados en contextos sociales normalizados son ahora utilizados y permitidos en pro del beneficio del empresario de la supervivencia del trabajador; con la indulgencia de la Administración local”.

Marta Domínguez Pérez y Montserrat Crespi Vallbona son las autoras del noveno capítulo, dedicado a “La sostenibilidad turística de los centros urbanos. Los mercados de abastos”. El punto de partida de este análisis se centra en un caso relativamente novedoso en cuanto a la ciudad y el turismo que ha tenido un fuerte impacto en muchas ciudades del mundo: el de los mercados de abastos tradicionales que han pasado de servir de equipamiento cotidiano a sus habitantes en etapas anteriores, a convertirse en elementos turísticos tras su reforma con fórmulas más atractivas para turistas y visitantes. Se toman como estudios de caso algunos mercados de abastos del centro de Madrid y Barcelona. La discusión sobre el futuro del patrimonio cultural, la construcción de la identidad de los lugares, los procesos de gentrificación o las nuevas culturas gastronómicas se integran en un argumento sociológico que analiza los desafíos a los que se enfrentan las ciudades postindustriales.

Jordi Giner Monfort y Carles S. Simó Noguera han redactado el décimo capítulo, sobre “La intersección del turismo y la migración de población extranjera en la Marina Alta (Alicant)”. Abordan un análisis de las interrelaciones que se crean entre las dinámicas turísticas, la economía inmobiliaria y los cambios en las estructuras de población. La comarca de la Marina Alta, en el norte de la provincia de Alicante, se configura como un caso paradigmático para estudiar los impactos sociodemográficos motivados por las confluencias que se producen entre los movimientos turístico-residenciales y los migratorios. Se realiza una estimación estadística de este espacio de convergencia, donde se ubican, por un lado, tanto flujos turísticos como flujos de inmigrantes y, por otro lado, *stocks* de turista y *stocks* de residentes extranjeros. También se propone una descripción de las principales características de las personas que ocupan esta zona gris y se analizan estadísticas de transacciones del sector inmobiliario, de gran utilidad para entender el nexo “turismo-migración-urbanismo”.

Raquel Huete es la autora del decimoprimer capítulo, que trata “La digitalización de la economía y el fin del turismo”. Tiene como propósito exponer y discutir las implicaciones que los procesos de digitalización de la economía están provocando en el ámbito turístico. El interés analítico se fija en la comprensión de los vínculos que se establecen entre el nuevo escenario tecnológico y el auge de la llamada economía colaborativa. Para la autora, la confluencia de ambos procesos de cambio social está resquebrajando los pilares del sistema turístico, planteando dilemas y desafíos que requieren la reflexión y el análisis sociológico. Presenta una detallada y documenta-

da explicación de los procesos de reestructuración experimentados por el turismo a causa de la aparición de las plataformas digitales que comercializan viviendas de alojamiento turístico. También se desentrañan subprocesos relevantes, como las dinámicas de concentración de propiedades, y se completa una aproximación crítica a los discursos de algunos de los actores socioeconómicos que determinan el nuevo sistema de relaciones, problematizando conceptos como el de la economía colaborativa.

Esta obra pone a disposición del ámbito universitario, profesional y de la sociedad en general una herramienta de gran validez, tanto para la docencia como para la investigación y planificación del turismo, más todavía en estos momentos en los que vivimos una situación difícil de calificar. Tras décadas de aportación de la sociología al estudio del turismo, ha sido un acierto la edición de este libro con los objetivos que claramente se exponen en su capítulo introductorio. Muy positiva es también la gran cantidad de referencias bibliográficas con las que cuenta cada capítulo, que serán de gran utilidad para futuras investigaciones.

La edición del libro por parte del Centro de Investigaciones Sociológicas ha sido un acierto porque añade a su prestigiosa editorial una obra de referencia y de gran valor. Con ello continúa con su labor en beneficio de la sociedad, que le da su fundamental razón de ser.

Por último, mi más sincera enhorabuena para las autoras y los autores de los capítulos por su capacidad e interés a la hora de elaborar sus aportaciones, en especial para quienes han coordinado la edición de esta brillante *Sociología del Turismo*.

POLÍTICAS

Enfoque y alcance

Dimensiones Turísticas es una publicación científica, digital y de distribución gratuita que publica y difunde trabajos originales de investigación que abordan temáticas turísticas en México y en otros contextos internacionales. Dimensiones Turísticas se especializa en el estudio de los distintos procesos sociales, culturales, económicos, políticos, ambientales y territoriales vinculados con la actividad turística a través de investigaciones analíticas, críticas y reflexivas desde una perspectiva inter y multidisciplinaria con el propósito de difundir los principales hallazgos de investigación tanto entre la comunidad académica, como con el sector gubernamental, empresarial y la sociedad en su conjunto.

Su objetivo es constituirse en un espacio que permita exponer nuevos enfoques, teorías, metodologías, estudios, experiencias y hallazgos de investigación que posibiliten avanzar en la construcción y difusión del conocimiento acerca del turismo, así como contribuir al enriquecimiento de debates actuales sobre la investigación turística

Políticas de sección

Dimensiones Turísticas publica textos inéditos de carácter científico que analicen teorías, metodologías o procesos sociales, culturales, económicos, administrativos, políticos, ambientales y territoriales vinculados con la actividad turística desde una perspectiva inter y multidisciplinaria. Se publicarán tres tipos de trabajos: artículos, notas críticas y reseñas bibliográficas.

Artículo: Se refiere a trabajos originales que expongan los principales hallazgos teóricos, empíricos o metodológicos de investigaciones concluidas o en curso que analicen desde distintas disciplinas procesos vinculados a la actividad turística.

Notas críticas: Es una reflexión académica sobre temas actuales o avances de investigación.

Reseña: Es un texto breve que refiere o analiza publicaciones en formato físico o electrónico recientes que aborden temáticas de turismo o de investigación. El Comité editorial será el responsable de sugerir los libros a reseñar.

Proceso de evaluación por pares

Los trabajos académicos serán sometidos a un proceso de evaluación anónima por pares. Las notas críticas serán sometidas al mismo proceso de evaluación que los artículos. Las publicaciones reseñadas no deberán tener una fecha de publicación mayor a dos años anteriores al año de envío de la propuesta.

Debido al proceso editorial anónimo, los datos de autores/as como adscripción, currículo sucinto, dirección electrónica y postal figurarán en una hoja aparte. Los trabajos serán sometidos a la revisión de un comité de expertos para avalar la calidad científica y deberán enviarse en su versión final y completa, ya que no se permitirán modificaciones posteriores una vez iniciado el proceso de evaluación.

El proceso para la revisión blindada de artículos es el siguiente:

Recepción del manuscrito y aviso de recepción al autor en un plazo no mayor a 72 horas. Posteriormente, inicia el proceso que consta de las siguientes fases:

- 1. Primera fase:** Envío de la propuesta al Comité editorial para realizar una pre-evaluación de la calidad del manuscrito, la pertinencia temática y la conformidad de las normas editoriales. El manuscrito podrá ser aceptado o rechazado por el Comité, que basa su decisión en criterios de calidad académica, aportación al campo científico y a la temática y normatividad. Si el manuscrito es aceptado, pasa a la segunda fase; en caso contrario, se envía un aviso de rechazo al/la autor/a.
- 2. Segunda fase:** en caso de que el pre-dictamen sea favorable, el manuscrito anónimo se enviará a dos evaluadores/as externos/as, con especialidad en la línea de investigación, temática o materia de la propuesta. En caso de contar con dictámenes contradictorios, el manuscrito se envía a un tercer evaluador/a, también especialista, cuya decisión será determinante para el dictamen final.

Los dictámenes podrán tener los siguientes resultados:

- 1. Dictamen positivo:** indica un resultado favorable; el manuscrito puede ser evaluado como: a) Publicar sin cambios; b) Publicar cuando se hayan cumplido con modificaciones menores; c) Publicar una vez que se haya efectuado una revisión a fondo.
- 2. No publicable:** El manuscrito se rechaza de forma definitiva.

En caso de que el dictamen final solicite cambios o modificaciones, los/as autores/as disponen de cuatro semanas para incorporarlos y volver someter el manuscrito para su revisión. La revisión la realiza el Comité editorial. Si los cambios se incorporan adecuadamente, el manuscrito se acepta finalmente; si se considera que no se han hecho las modificaciones requeridas se pedirá a los/las autores/as que revisen su propuesta y se contará con un plazo no mayor a dos semanas para incorporar los

cambios solicitados. Si los cambios se incorporan, será aceptado para su publicación; si los cambios no se incorporan en este segundo periodo, el manuscrito se rechaza.

Para que las propuestas sean enviadas al Comité editorial deberán cumplir con las normas editoriales de amit (APA 6). En caso contrario, serán devueltas a los/las autores/as para que ajusten sus propuestas a las Directrices.

Una vez aceptado el trabajo para su publicación, los/as autores/as conceden a la Dimensiones Turísticas los derechos de los artículos publicados, conservando sus derechos morales conforme lo establece la Ley de derechos de autor

Frecuencia de publicación

Dimensiones Turísticas es una publicación semestral. Se publica en junio y diciembre. La convocatoria para recepción de trabajos se mantiene abierta durante todo el año.

Política de acceso abierto

Dimensiones Turísticas brinda un acceso abierto y gratuito al contenido de sus investigaciones con la finalidad de difundir y garantizar un intercambio amplio y directo del conocimiento generado.

Dimensiones Turísticas no cobra cuotas por el envío, gestión o publicación de los trabajos enviados a evaluar.

Derechos de los/las autores/as

Los/las autores/as serán responsables únicos de las ideas, afirmaciones y opiniones expresadas en su texto, por lo que la revista no asume responsabilidad alguna en este sentido. Los/las autores/as conserva/n sus derechos morales conforme lo establece la Ley de derechos de autor. Dimensiones Turísticas autoriza la reproducción de su material a través de medios magnéticos, electrónicos y de reprografía siempre y cuando no se alteren los contenidos, sea sin fines de lucro y se cite la fuente completa.

DIRECTRICES PARA AUTORES/AS

Los trabajos serán sometidos a evaluación por un comité de expertos. Todas las propuestas pasarán por un proceso editorial que se desarrollará en varias fases, por lo que es necesario que la presentación de los manuscritos siga una serie de normas que faciliten la edición y eviten el retraso de la publicación.

1. Los trabajos que se envíen a Dimensiones Turísticas para su publicación deberán ser originales y académicos, no haber sido publicados en otros medios impresos, ni electrónicos. Tampoco deberán haber sido sometidos de manera

- simultánea a otras revistas u órganos editoriales. Deberán atender de manera estricta la presente guía para autores.
2. Los trabajos deberán enviarse en su versión final y completa, ya que no se admitirán modificaciones posteriores una vez iniciado el proceso de evaluación.
 3. Dimensiones Turísticas publicará tres tipos de trabajos: artículos, notas críticas y reseñas bibliográficas.
 4. Todos los trabajos serán revisados para verificar que se ajusten estrictamente a la presente guía para autores. En caso contrario se remitirán a los/las autores/as para que realicen los ajustes correspondientes. Una vez establecido que el trabajo cumple con los requisitos solicitados por la revista, será enviado a dos árbitros, quienes determinarán en forma anónima:
 - a) Dictamen positivo: indica un resultado favorable; el manuscrito puede ser evaluado:
 - Publicar sin cambios;
 - Publicar cuando se hayan cumplido con modificaciones menores;
 - Publicar una vez que se haya efectuado una revisión a fondo.
 - b) No publicable: El manuscrito se rechaza de forma definitiva.
 5. En caso de discrepancia entre ambos resultados, el texto será enviado a un tercer árbitro, cuyo dictamen será determinante para decidir si se acepta o no. Los resultados del proceso de evaluación serán inapelables en todos los casos.
 6. Los trabajos enviados por académicos/as adscritos/as a alguna institución serán sometidos a consideración de árbitros externos a la misma.
 7. Los dictámenes serán enviados a los/las autores/as oportunamente.
 8. Los trabajos enviados deberán estar escritos de manera clara, sencilla y bien estructurada, omitiendo la redacción en primera persona, ya sea en singular o plural (yo o nosotros).
 9. Los párrafos adoptarán el estilo de párrafo moderno (sin sangría).
 10. Los trabajos podrán estar escritos en español o en inglés.

Requisitos para los artículos

1. Todos los trabajos deberán estar escritos en el programa Word 2011 o anterior, en hojas tamaño carta, en una sola faz, a espacio y medio y con márgenes de tres centímetros. Tipo de letra Times New Roman de 12 puntos.
2. La extensión mínima del artículo será de 20 cuartillas y la máxima de 30 cuartillas tamaño carta, a espacio y medio, incluyendo resumen, cuadros, gráficos y figuras (mapas, ilustraciones, diagramas, fotografías) y bibliografía.
3. En la primera página deberá aparecer el título del trabajo (redactado en alta y bajas, en negritas y en español e inglés), que deberá ser breve y referir clara-

mente el contenido. Enseguida se incluirá un resumen en español e inglés (abstract) con una extensión máxima de 600 caracteres, en el que se destaque el objetivo, la relevancia del análisis, el método utilizado, los principales resultados o hallazgos más relevantes. Es responsabilidad del autor proveer una traducción correcta del resumen. Asimismo, se requieren cinco palabras clave en español e inglés (key words). Se sugiere que estas palabras sean: una geográfica, dos disciplinarias y dos temáticas, con su respectiva traducción al inglés o español que permitan identificar el contenido del artículo. Enseguida se presenta el texto principal y las referencias.

4. El texto deberá organizarse como sigue (los títulos de secciones son indicativos, las propuestas pueden llevar otro título, pero respetar los contenidos):
 - a) Título
 - b) Resumen (español e inglés) y palabras clave en ambos idiomas
 - c) Introducción
 - d) Cuerpo del trabajo: antecedentes, metodología, resultados, discusión y/o hallazgos.
 - e) Conclusiones
 - f) Bibliografía
5. Los títulos o subtítulos deberán diferenciarse entre sí, para ello se recomienda el uso del sistema decimal progresivo, cuidando que la numeración de los subtemas o secciones no sea excesiva o mayor a dos órdenes (2., 2.1, 2.1.1, 2.1.2).
6. Las siglas y acrónimos deberán ser claramente definidos en su primer uso en el texto.
7. No se aceptan abreviaturas.
8. Todas las referencias a material previamente publicado y a fuentes estadísticas deberán estar identificadas en el texto utilizando el sistema de citas autor y fecha de APA 6, anotando entre paréntesis el primer apellido del autor/a o autores, seguido del año de publicación y página(s) de referencia precedida(s) por las letras p. o pp. Por ejemplo: (Hiernaux, 2010, p. 63) o (Hiernaux y Osorio, 2015, pp. 231-235).
9. Las notas de pie de página deberán ser las estrictamente necesarias, estar numeradas sucesivamente en números arábigos y estar situadas a pié de página. Se utilizarán sólo para hacer comentarios puntuales o aclaraciones del autor y no para referencias bibliográficas. Deberán presentarse con letra Times New Roman de 9 puntos evitando anexos o apéndices.
10. Los cuadros, tablas y gráficos deberán incluir información estadística concisa, en formato de hoja de cálculo, preferiblemente en Microsoft Excel. Igualmente deberán colocarse en formato editable en el lugar propuesto en el documento, con el título colocado en la parte superior del objeto, con tipología Times New Roman 10 puntos y con su respectiva fuente de referencia colocada en la parte inferior.

11. Las figuras deberán respaldarse en un archivo aparte, en formato de imagen jpeg (.jpg) o tiff (.tif) con una resolución de 300 dpi y preferentemente en color y un archivo por cada objeto. También deberán colocarse en formato editable en el lugar propuesto en el documento, con el título colocado en la parte superior de la figura, con tipología Times New Roman 10 puntos y con su respectiva fuente de referencia colocada en la parte inferior.
12. Tanto los cuadros, tablas, gráficos y demás figuras serán numerados con el sistema arábigo (cuadro 1, 2, 3, etc.). Las fotografías son consideradas como figuras (figura 1, 2, 3, etcétera). Estas últimas deberán manejarse en formato JPG a 300 dpi como mínimo y deberán especificar como pie de foto, el autor y el año en que fueron tomadas, con tipología Times New Roman 10 puntos y con su respectiva fuente de referencia, colocada en la parte inferior.
13. Cada archivo debe ir titulado en primer lugar por el tipo de objeto, su número consecutivo y la página en que queda ubicado (graf1p8.jpg; mapa1p15.tif; fig1p12.jpg; fig2p16.xls; etcétera). En el cuerpo del texto deberá incluirse cada objeto en el lugar correspondiente en formato editable.
14. La bibliografía se incluirá al final del artículo ordenada alfabéticamente por autor, incluyendo exclusivamente las obras citadas en el cuerpo del texto como libros, capítulos de libros, artículos en revistas digital o impreso, notas periodísticas, archivos de Internet, películas, entre otros.

Requisitos para las notas críticas

1. Las notas críticas son reflexiones sobre temas de actualidad o avances de investigación. Deberán tener una extensión mínima de ocho cuartillas tamaño carta y un máximo de diez, a espacio y medio, en Times New Roman de 12 puntos, con márgenes de tres centímetros.
2. Las notas críticas serán seleccionadas por el Comité Editorial de la revista considerando su calidad, originalidad en el análisis, actualidad y pertinencia temática.
3. Las notas críticas deberán atender las mismas indicaciones con respecto al título (bilingüe), así como para citar referencias y bibliografía.

Requisitos para las reseñas bibliográficas

1. Las reseñas deben referirse a libros relevantes publicados dentro de los dos años anteriores a la fecha de publicación de la revista y su extensión máxima deberá ser de cuatro páginas tamaño carta, a espacio y medio, en Times New Roman de 12 puntos, con márgenes de tres centímetros en todos los lados.

2. La reseña deberá contener la referencia completa de la obra (formato APA 6), seguida de los comentarios de quien hace la reseña y los datos de identificación (nombre y apellidos, adscripción institucional y correo electrónico).
3. Las reseñas deberán atender las mismas indicaciones con respecto al título (bilingüe), así como para citar referencias y bibliografía.

Normas para citar las referencias bibliográficas

Las referencias a fuentes consultadas deberán incluirse al final en orden alfabético, sin distinguir el tipo de fuente y en formato APA 6.

Artículos y publicaciones periódicas impresas

Apellido, A. A., Apellido, B. B. y Apellido, C. C. (Año). Título del artículo (en redondas). Nombre de la revista (en cursivas), volumen(en cursivas)(número), pp.-pp.

Ejemplo:

Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio otras prácticas, otras miradas. Aportes y Transferencias, 6(2), 29-50.

Artículo y publicaciones digitales o electrónicas

Apellido, A. A., Apellido, B. B. y Apellido, C. C. (Año). Título del artículo (en redondas). Nombre de la revista (en cursivas), volumen(en cursivas)(número), pp.-pp. Recuperado de www.direcciónelectrónica.com

Ejemplo:

Valcuende del Río, J. M. (2012). Turismo y poblaciones indígenas: Espacios, tiempos y recursos. Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, XVI(410), 2855. Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/ScriptaNova/issue/view/18634>

Artículo con DOI

Apellido, A. A., Apellido, B. B. y Apellido, C. C. (Año). Título del artículo (en redondas). Nombre de la revista (en cursivas), volumen(en cursivas)(número), pp.-pp. doi: XXX-YYYY

Ejemplo:

Valcuende del Río, J. M. (2012). Turismo y poblaciones indígenas: Espacios, tiempos y recursos. Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, XVI(410), 28-55. doi: 1138-9788

Libros

Apellido, A. A. (Año). Título (en cursivas). Ciudad, País: Editorial.

Ejemplos:

Santana, A. (1997). Antropología y Turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas? Barcelona, España: Ariel.

Casez, G. (1992a). *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*. París, Francia: Bréal Editions.

Casez, G. (1992b). *Tourisme et tiers-monde, un bilan controversé*. París, Francia: L'Harmattan (Tome II).

Libros con editor, compilador o coordinador:

Apellido, A. A. (Ed.). (Año). Título (en cursivas). Ciudad, País: Editorial.

Ejemplo:

Vera Rebollo, J. F. (coord.). (2011). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia, España: Tirant Lo Blanch.

Versión electrónica o digital de libro impreso:

Apellido, A. A. (Año). Título (en cursivas). Editorial. Recuperado de www.direcciónelectrónica.com

Ejemplo:

Ascanio, A. (2013). *Economía del turismo* [e-book]. Ediciones de la U.

Capítulo de libro:

Apellido, A. A. y Apellido, B. B. (Año). Título del capítulo (en redondas). En A. A. Apellido (Ed.), *Título del libro* (en cursivas) (pp. nn-nn). Ciudad, País: Editorial.

Ejemplos:

Luka, N. (2011). Del espacio al lugar y al paisaje cultural: segundas residencias a orillas de ríos y lagos en Canadá central. En T. Mazón, R. Huete y A. Mantecón (eds.), *Construir una nueva vida. Los espacios del turismo y la migración residencial* (pp. 214-6). Santander, España: Milrazones.

Salvat, J., Meritxell, S. y Olmos, P. (1998). Evaluación del potencial turístico: las montañas de Prades. En J. Oliveras y S. Antón (eds.), *Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo* (pp. 107-115). Tarragona, España: Universitat Rovira I Virgili.

Videos, grabaciones y otros soportes digitales:

Apellido, A. A. (Productor) y Apellido, B. B. (Director). (Año). Título (en cursivas) [Película cinematográfica]. País de origen: Estudio.

Ejemplo:

Secretaría de Turismo de México (2015). *Compendio estadístico del turismo en México 2016* [disco compacto]. México: Sectur.

Videos, podcast y otras fuentes en línea:

Apellido, A. A. (día, mes, año). Nombre del programa o evento (en cursivas) [Tipo de archivo]. Recuperado de www.direcciónelectrónica.com

Ejemplo:

Boehm, P. (26 de noviembre de 2014). La entrevista de Herta Müller en Hay Festival Cartagena 2013 [Audio en podcast]. Recuperado de <http://programas.cooperativa.cl/unanuevamanana/>

Páginas web

Apellido, A. A. (Año). Título de la página web (en cursivas). Recuperado de www.direcciónelectrónica.com

Ejemplo:

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (inegi) (2014). Cuenta Satélite del Turismo (cst) de México. Recuperado de <http://www.beta.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825060640>

Simposios y conferencias

Apellido, A. y Apellido, B. (mes, año). Título de la presentación (en redondas). En A. Apellido del Presidente/organizador del Congreso (Presidencia), Título del simposio (en cursivas). Simposio dirigido por Nombre de la Institución Organizadora, Lugar.

Ejemplo:

Ibáñez, R. (noviembre, 2013). Retos en materia de turismo y sustentabilidad en pequeñas localidades costeras de Baja California Sur (bcs). En 7mo. Congreso Internacional de la Academia Mexicana de Investigación Turística. Academia Mexicana de Investigación Turística y Universidad Autónoma de Chiapas, San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, México.

Tesis

Apellido, A. (Año). Título de la tesis (en cursivas) (Tesis de [grado]). Nombre de la Institución, lugar de presentación.

Ejemplo:

Gaxiola Aldama, R. (2010). Turismo sexual masculino y las prácticas sociales de uso del espacio urbano en la ciudad de Tijuana (Tesis de doctorado en Ciencias Sociales con especialidad en Estudios Regionales). El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, Baja California, México.

Comunicaciones personales y entrevistas

Si bien las comunicaciones personales (correos, cartas privadas, memorandos, entrevistas telefónicas) deberán aparecer referidas en el cuerpo del texto según lo sugerido por las normas APA 6, no se incluyen en las referencias bibliográficas, por no considerarse fuentes consultables.

ENVÍOS

Los trabajos podrán enviarse atendiendo cualquiera de las dos opciones:

1. Enviar el archivo digital del trabajo a la dirección: amit.dimentur@gmail.com, asegurándose de eliminar las referencias de autoría y filiación.
2. Subir el archivo digital del trabajo directamente en el siguiente enlace: www.amiturismo.org/envio-de-articulo

Información adicional

1. Para asegurar el anonimato, además del texto completo del artículo o reseña, es necesario enviar en hoja independiente o capturar directamente en el siguiente enlace www.amiturismo.org/envio-de-articulo
 - Tipo de colaboración
 - Título de la colaboración.
 - Nombre completo del/la autor/a.
 - Correo electrónico del/la autor/a.
 - Institución y dependencia de adscripción.
 - Dirección postal • País
2. Currículo abreviado de el/la autor/a o autores/as (máximo 600 caracteres), que incluya el último grado académico y la institución donde obtuvo el grado, ocupación actual, líneas de investigación y título de los últimos tres trabajos publicados.

Lista de comprobación de preparación de envíos

Como parte del proceso de envío se requiere que los autores indiquen que el mismo cumple puntualmente con las siguientes características:

1. Que la propuesta no ha sido publicada previamente, ni se ha enviado simultáneamente a otra revista.
2. Que el fichero enviado está en formato Microsoft Word.
3. Que se han añadido direcciones web para las referencias donde sea posible.
4. Tipografía Times New Roman a 12 puntos para el texto y de 10 para títulos de cuadros, gráficas y figuras y para notas de pie de página el tamaño es 9.
5. Texto interlineado a espacio y medio.
6. Que el texto cumple con los requisitos bibliográficos y de estilo indicados en la presente Guía para autores.

Los trabajos que no cumplan con estas indicaciones pueden ser devueltos al/la autor/a, quien podrá enviar de nuevo su manuscrito siempre y cuando cumpla con los puntos solicitados.

Aviso de derechos de autor

- Los/as autores/as conceden a Dimensiones Turísticas el permiso para que su material se difunda en la revista y medios magnéticos, electrónicos y fotográficos. Los derechos de autor de los artículos publicados en Dimensiones Turísticas son cedidos a la Academia Mexicana de Investigación Turística, A.C. (amit) tras la aceptación del original para que éste se publique y distribuya en versión electrónica; asimismo, los/las autores/as conserva(n) sus derechos morales conforme lo establece la Ley de derechos de autor.
- El/la autor/a principal recibirá una forma de Declaración de originalidad y cesión de derechos de autor que deberá firmar y remitir a Dimensiones Turísticas (amit.dimentur@gmail.com) conjuntamente con la versión final del trabajo. Será su responsabilidad obtener la firma y consentimiento de los/las demás autores/as si los hubiere.
- Por otra parte, los/as autores/as podrán usar el material de su artículo en otros trabajos o libros publicados por ellos mismos, con la condición de citar a Dimensiones Turísticas como la fuente original de los textos.
- Es responsabilidad de los/las autores/as obtener por escrito la autorización correspondiente para todo aquel material que forme parte de su artículo (Vg. fotografías o mapas satelitales) y que se encuentre protegido por la Ley de derechos de autor.

Declaración de privacidad

Los nombres y direcciones de correos administrados por Dimensiones Turísticas se usarán exclusivamente para los fines declarados por la revista y no estarán disponibles para ningún otro propósito u otra persona.

OTROS

Declaración de ética

Dimensiones Turísticas suscribe el código de conducta del cope (Committee on Publication Ethics), que adopta las siguientes recomendaciones de la Guía de buenas prácticas revisada y aprobada por el cope en 2011:

- La dirección de la revista y demás miembros del equipo editorial son responsables de garantizar un proceso de evaluación anónimo entre autores y evaluadores. La información sobre el manuscrito se mantendrá en estricta confidencialidad y sólo se informará a autores/as responsables de la propuesta y al equipo editorial.
- La dirección de la revista mantendrá anónima la identidad de los/as evaluadores/as.
- Dimensiones Turísticas se compromete a elegir evaluadores/as calificados/as según la temática y con capacidad probada para evaluar de forma ética y profesional, evitando conflictos de intereses.
- Dimensiones Turísticas cuidará la calidad académica y ética de la comunicación con los/las evaluadores/as, cualquier falta, descortesía o mala conducta de un/a dictaminador/a será revisada y la revista se compromete a no recurrir a evaluadores/as que realicen tales prácticas.
- Las propuestas serán sometidas a dictamen considerando su contenido intelectual, sin sesgos ni discriminación de edad, género, creencias políticas o religiosas y respetando la libertad de expresión.
- Las decisiones editoriales de aceptación o rechazo estarán basadas en la importancia, originalidad y claridad del manuscrito, en la validez del estudio científico y en su vínculo con la línea editorial de la revista. El/la directora/a sólo podrán revocar propuestas o contribuciones en caso de que se identifiquen problemas serios con las mismas, como plagio, faltas éticas, entre otras, aunque estuvieran previamente aprobadas para su publicación.
- En caso de ser necesario y estar comprobado, Dimensiones Turísticas puede hacer públicas cuestiones de mala conducta vinculadas a la investigación y a las propuestas incluyendo prácticas de plagio y duplicidad por parte de los/as autores/as.
- La dirección de la revista y el Consejo editorial recomiendan a sus revisores/as el uso de software para detectar plagios (Turnitin, Paper Rater, Viper, entre otros).

En cuanto a los/las evaluadores/as, éstos deberán comprometerse a lo siguiente: Revisar las propuestas de forma confidencial y no utilizar la información de la revisión para otros fines distintos a la evaluación del trabajo.

- Informar a la dirección de la revista en caso de existir algún conflicto de cualquier tipo (de interés o vinculado con la metodología, contenidos o procedimientos de la investigación, los/las evaluadores/as deberán informar a la dirección).

- Informar a la dirección de la revista cuestiones de mala ética vinculadas a la investigación y a las propuestas incluyendo prácticas de plagio y duplicidad por parte de los/as autores/as.

En cuanto a los/las autores/as, éstos deberán comprometerse a lo siguiente:

- Las propuestas son responsabilidad de quien sustenta la autoría; los/las autores/as se comprometen a someter obras académicas inéditas y originales elaboradas por ellos mismos. Las propuestas no deberán ser sometidas a otros procedimientos editoriales ni haber sido objeto de plagio, falsificación o manipulación.
- Todo material no producido por quien sustenta la autoría, deberá estar claramente citado de acuerdo a las normas de Dimensiones Turísticas.
- Los/las autores/as tienen la obligación de no incurrir en falsificación de participación de autoría, por lo que deberán equilibrar su participación a fin de que no aparezcan autorías o colaboraciones fantasmas.