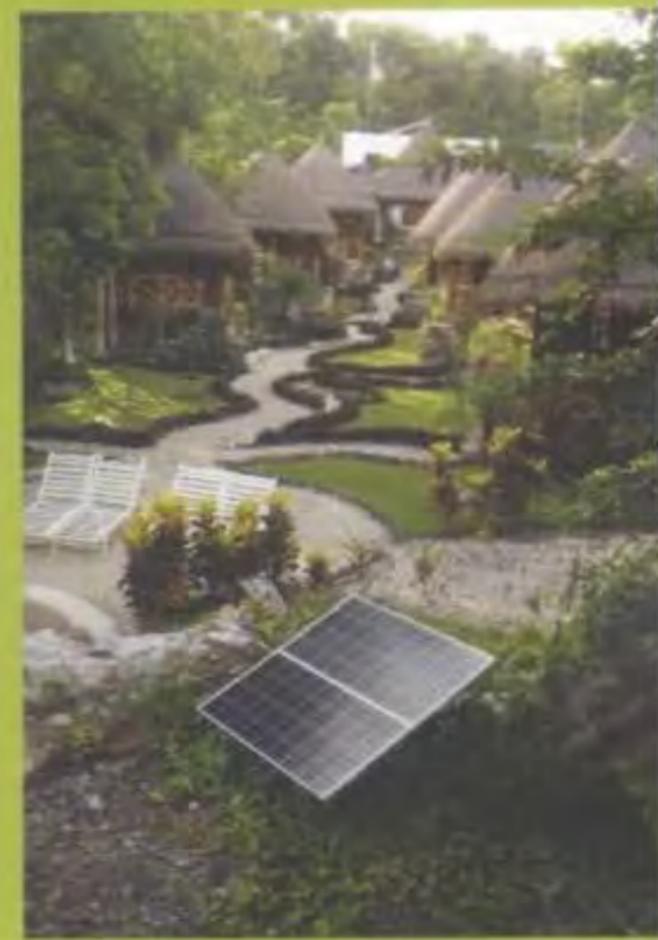
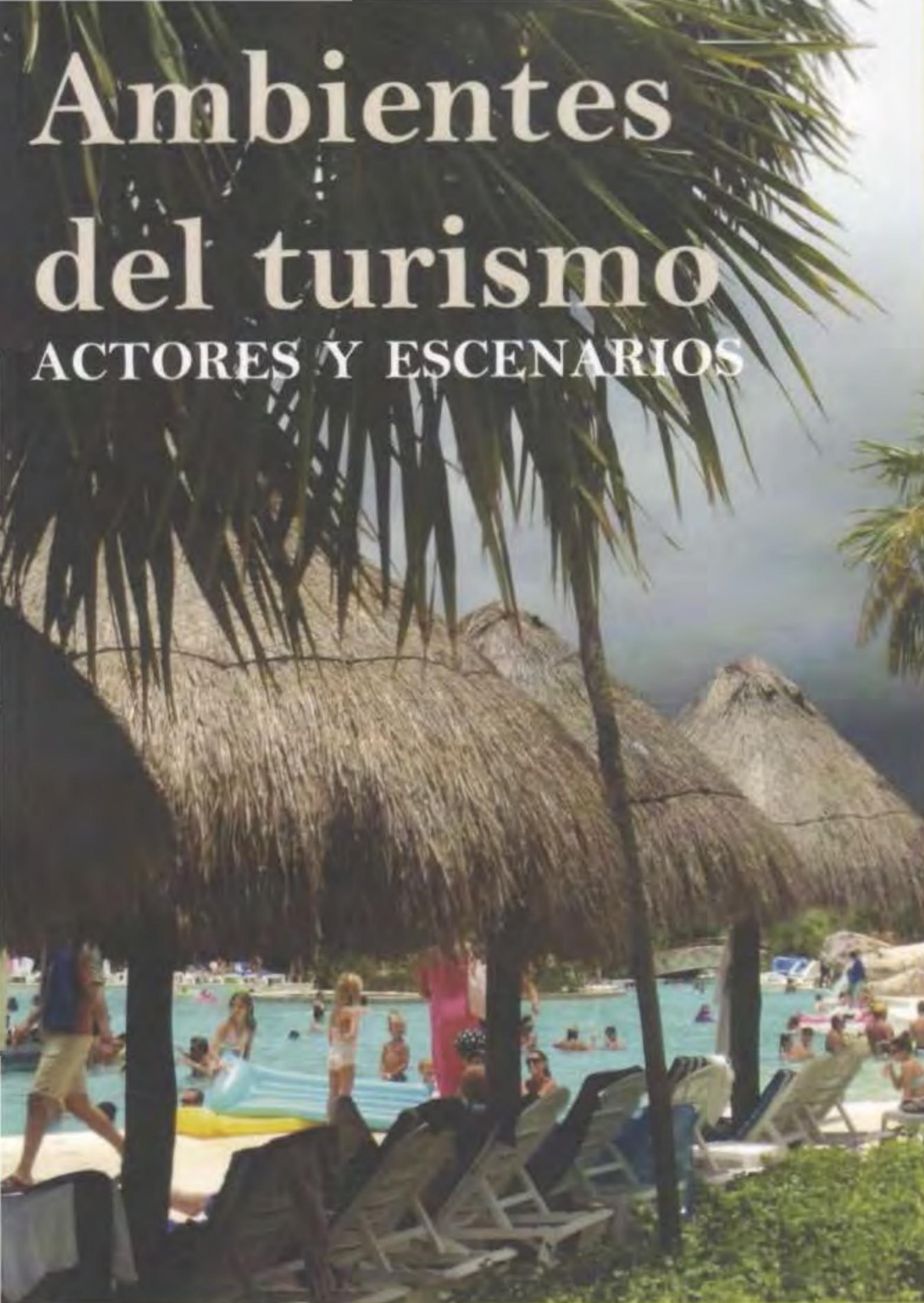


Ambientes del turismo

ACTORES Y ESCENARIOS



Alejandro Palafox Muñoz
Alejandro Alvarado Herrera
Coordinadores



Ambientes del turismo

actores y escenarios



Ambientes del turismo

actores y escenarios

Alejandro Palafox Muñoz
Alejandro Alvarado Herrera
COORDINADORES



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO
"Fructificar la razón: trascender nuestra cultura"

Directorio

M. A. Elina Elfi Coral Castilla
Rectora

Dra. Lourdes Castillo Villanueva
Secretaria General

UNIDAD COZUMEL

M. C. Erika Leticia Alonso Flores
Coordinadora de la Unidad Cozumel

Dr. Alejandro Alvarado Herrera
Director de la División de Desarrollo Sustentable

Dr. Luis Mejía-Ortíz
Secretario Técnico de Investigación y Posgrado

M. E. Karina Amador Soriano
Secretaria de Docencia

Dr. Alejandro Collantes Chávez-Costa
Jefe de Departamento de Ciencias y Humanidades

Dr. Alejandro Palafox Muñoz
Jefe de Departamento de Estudios Sociales y Empresariales

M. en T. Felipe Hernández González
Jefe del Departamento de Competencias Básicas

Primera edición: 2011

Universidad de Quintana Roo, Unidad Cozumel
Av. Andrés Quintana Roo c/ calle 110 sur s/n
77600 Cozumel, Q. Roo, México
Tel. (+987) 872-90-00 / Fax (+987) 872-91-12
www.cozumel.uqroo.mx

D.R. Universidad de Quintana Roo
Blvd. Bahía s/n esquina Ignacio Comonfort
Colonia Del Bosque
77019 Chetumal, Q. Roo, México
Tel. (+983) 835-03-00 / Fax (+983) 832-96-56
www.uqroo.mx

ISBN: En trámite

Diseño, composición y cuidado editorial: Ma. Eugenia Varela Carlos
Corrección de estilo: Guadalupe González Aragón y Mónica Álvarez
Alfa/Zeta, servicios de diseño y producción editorial /
Flores 226, col. Italia, 77035, Chetumal, Q. R. / zet.alfa@gmail.com

Impreso en México

Índice

Presentación.....	7
Introducción.....	9
<i>Alejandro Palafox Muñoz, Alfonso González Damián, Alejandro Alvarado Herrera y Alejandro Collantes Chávez Costa</i>	
TEORÍA DEL TURISMO	
Apuntes sobre la teoría del turismo.....	17
<i>Julia Sderis Anaya Ortiz</i>	
Un análisis complejo del turismo.....	35
<i>Romano Segrado Pavón</i>	
PERSPECTIVAS TEÓRICAS PARA ESTUDIAR LOS AMBIENTES DEL TURISMO	
Paisaje y turismo en Cozumel, México.....	51
<i>Alejandro Palafox Muñoz</i>	
Las dos caras del turismo comunitario.....	69
<i>Lilia Zizumbo-Villarreal y Erika Cruz-Coria</i>	
Desafíos de la acción colectiva frente al desarrollo del turismo en el medio rural.....	89
<i>Carlos Pérez-Ramírez, Ana Luz Quintanilla-Montoya y Neptalí Monterroso-Salvatierra</i>	
Tres aristas del impacto turístico: cultura, salud y medio rural.....	117
<i>Juan Miguel Fernández Valdés</i>	

ANÁLISIS DE CASOS

Análisis cualitativo y cuantitativo de la actividad del sector turismo.....	129
<i>Maribel Lozano Cortés, René Lozano Cortés y Luis Fernando Cabrera Castellanos</i>	
Las tecnologías de información en las organizaciones del sector turismo: caso Expedia Inc.	157
<i>Felipe Hernández González y Adalberto Velázquez Méndez</i>	
Evaluación de la efectividad del <i>e-marketing</i> en la promoción de un destino turístico.....	167
<i>Alfredo Tapia-Carreto y Miguel Cuevas Cupul</i>	
Internet móvil en el marketing turístico: evolución y aplicaciones	179
<i>Shintaro Okazaki y Luisa Andreu</i>	
El uso de los recursos costeros en Cozumel, México.....	189
<i>Luis Carlos Santander Botello</i>	
Evaluación del efecto de la actividad turístico-recreativa en el bosque de San Pedro, Atlapulco, Estado de México.....	201
<i>Nuchnudee Chaisatit y Aurelio Deniz Guízar</i>	
La probabilidad de interacción anfitrión-turista en destinos de Quintana Roo, México.....	219
<i>Alfonso González Damián</i>	

PRESENTACIÓN

El Grupo de Investigación de Estudios Ambientales (GIEA) de la Universidad de Quintana Roo fue creado en el año 2010, al desaparecer el Cuerpo Académico en Turismo (2003-2009) de la misma institución. La trayectoria y formación académica de los integrantes del GIEA es diversa, condición indispensable para los estudios ambientales.

Esta obra es el primer producto de este nuevo grupo de investigación, su consecución dio lugar a una mayor integración del equipo de trabajo y nos puso en contacto con académicos de otras universidades, interesados en los trabajos multidisciplinares relacionados con el turismo, los negocios y las áreas naturales protegidas.

El libro se compone de artículos de corte teórico-metodológico; de análisis de diversas perspectivas teóricas, así como de estudios de caso. Los textos provienen principalmente de autores de universidades públicas mexicanas: Universidad de Quintana Roo, Universidad Autónoma del Estado de México y Universidad de Colima, pero también están representadas tres universidades extranjeras: la Universidad de La Habana, la Universidad Autónoma de Madrid y la Universidad de Valencia.

El turismo necesita de investigación multidisciplinar, esperamos que la lectura de esta obra motive la unión teórico-metodológica de diversas disciplinas para incrementar el conocimiento en torno a los ambientes del turismo, sus actores y sus escenarios.

Alejandro Palafox Muñoz
Alejandro Alvarado Herrera
Coordinadores



INTRODUCCIÓN

Alejandro Palafox Muñoz, Alfonso González Damián,
Alejandro Alvarado Herrera y Alejandro Collantes Chávez-Costa
Grupo de Investigación de Estudios Ambientales
Universidad de Quintana Roo

La investigación del turismo involucra varias disciplinas para su estudio. De ahí la relevancia de este libro, que ofrece desde visiones teóricas hasta análisis de casos.

En el primer capítulo, Julia Anaya hace un recorrido por las propuestas teóricas que se han establecido para el estudio del turismo. La autora reconoce que el problema conceptual que implica el análisis del turismo no sólo es en relación con lo económico o con cada una de las partes que lo conforman, sino con su contexto general, es decir, sus causas, consecuencias, procesos y propuestas.

Por su parte, Romano Segrado ofrece un trabajo basado en la teoría general de sistemas, que establece que toda entidad o sistema forma parte de otro sistema mayor, con su correspondiente organización de entrada, procesamiento, salida y retroalimentación, hasta llegar a la complejidad del mismo sistema. Culmina afirmando que la teoría de sistemas complejos puede ser una opción que logre explicar satisfactoriamente el fenómeno, con los principales procesos que determinan su funcionamiento.

Las perspectivas teóricas para estudiar los ambientes del turismo es el tema del siguiente capítulo, entre éstas figuran las relacionadas con las circunstancias y condiciones que se producen en el ambiente social del turismo, que exploran con mirada crítica sus manifestaciones materiales como ente social, con cualidades dialécticas, y como eje y vector de la acumulación capitalista y potencial campo de acción colectiva para la transformación de la sociedad.

En el primer artículo de esta serie, Alejandro Palafox llama la atención sobre los mecanismos que en pos del llamado desarrollo turístico ha encontrado y aplicado el capitalismo en el estado mexicano de Quintana Roo, para reproducirse y profundizar

las desigualdades estructurales en la sociedad global y local. En particular analiza la transformación del paisaje de las zonas litorales en un periodo relativamente corto, de 1960 a 2010, lapso en el que territorios prácticamente abandonados se convirtieron en tres de los destinos turísticos principales de México: Cancún, la Riviera Maya y Cozumel, que en conjunto reciben anualmente cerca de diez millones de visitantes extranjeros. Lo anterior comprende el proceso de transformación sufrido por el territorio quintanarroense, que incluyó la apropiación por parte de inversionistas turísticos internacionales y locales, la funcionalización y homogenización del espacio para el desarrollo turístico, que en el marco de la globalización produce un espacio cuyo rol económico favorece la apertura comercial y la permanencia del modo de producción capitalista.

A continuación Lilia Zizumbo y Erika Cruz presentan las dos caras del turismo comunitario. Las autoras construyen el concepto de turismo comunitario con una óptica dialéctica que por una parte les permite desenmascarar el determinismo económico que, como estrategia de Estado y política económica, ha impulsado el turismo comunitario en México y, por otra, elaboran una propuesta que enfatiza el valor del capital social comunitario basado en la construcción de relaciones y redes de confianza y reciprocidad en las comunidades.

Zizumbo y Cruz presentan casos de ambas caras del turismo comunitario. Un caso es el de Puerto Morelos, población costera orientada a la producción agropecuaria y pesquera, que se transformó en parte de un producto turístico llamado Riviera Maya, propiedad de grandes empresas cuyo propósito es el desarrollo económico del turismo, dejando a un lado a la comunidad. Por otro lado, al analizar el desarrollo a partir del capital social comunitario —que permite crear modelos integrales de producción en los que los participantes se involucran de manera activa en pro de la generación de bienes colectivos—, identifican algunas comunidades del Estado de México, en las cuales el turismo finca su existencia en relaciones sociales y valores construidos en torno a ciertas organizaciones formales comunitarias y en las relaciones sociales espontáneas de apego y familiaridad entre los habitantes, que producen redes de reciprocidad en las comunidades.

Por su parte, Carlos Pérez, Ana Luz Quintanilla y Neptalí Monterroso analizan y ponen de relieve los desafíos a los que se enfrenta la acción social colectiva ante el desarrollo del turismo en el medio rural. En su trabajo plantean que el impulso al turismo en el medio rural, en la forma de turismo de naturaleza, alternativo, ecoturismo

o comunitario, constituye una amenaza para las comunidades indígenas y campesinas que históricamente han defendido sus recursos, la propiedad colectiva del territorio, y que han conservado su cultura frente a los intereses externos, con una estrategia de defensa que es la acción social.

Para explicarlo en detalle, los autores hacen una revisión del concepto de acción colectiva a través de diversos enfoques teóricos, y distinguen tres enfoques, cada uno según los objetivos y nivel de conflictualidad en movimientos políticos, antagonicos y reivindicativos. Con estos argumentos analizan casos de comunidades rurales que se han conformado como actores antagonicos a los intereses externos y que por medio de la acción colectiva han logrado defender sus tierras frente al desarrollo de la actividad turística; también el caso de comunidades que han visto en el desarrollo del turismo rural una oportunidad para incrementar sus opciones de ocupación laboral para satisfacer sus necesidades, por lo que su acción colectiva puede ser observada como reivindicativa de su papel en el proceso de desarrollo, centrando su interés en el aprovechamiento comunitario de los recursos para la prestación de servicios turísticos y, a la vez, protegerlos de los intereses externos.

En el cuarto documento, Juan Miguel Fernández, reflexiona sobre el impacto de la actividad turística en la sociedad. En particular analiza las áreas de la salud y la cultura. Hace un llamado de atención hacia las “nuevas formas de turismo”, como el turismo rural, que tampoco están exentas de problemas y que se ubican en espacios frágiles, por lo que el deterioro puede ser irreversible.

El capítulo “Análisis de casos” inicia con un trabajo posmoderno que se encuentra en los límites entre el positivismo-empirismo y el relativismo-constructivismo, y que bien puede considerarse *sui generis*, ya que Maribel Lozano, René Lozano y Luis Fernando Cabrera ofrecen una óptica distinta al estudio del turismo, basándose en dos disciplinas universitarias, una que proviene de las humanidades y de las artes: la literatura, y la otra, científica y técnica: la economía. En su trabajo, dividido en dos partes, los autores postulan la utilidad del uso complementario de la novela y de los modelos de análisis econométrico para lograr un mejor acercamiento a la realidad (o realidades, según se vea) del turismo.

En segundo lugar, a través del estudio del caso de la empresa Expedia, Inc. y sus filiales, los profesores Felipe Hernández y Adalberto Velázquez (†) enfatizan la importancia estratégica que suponen las tecnologías de la información para la competitividad de las organizaciones del sector turístico. Analizan el rol de sistemas,

plataformas y herramientas de gestión, comunicación y ventas; desde los sistemas de reservaciones en línea, hasta el acceso a través de dispositivos móviles, pasando por la promoción multimedia y otras tecnologías de información aplicadas por la empresa estudiada. Los resultados del caso Expedia muestran el enorme efecto positivo que ha supuesto la accesibilidad de la información a través de Internet, y cómo Expedia, Inc. ha obtenido ventajas competitivas gracias a su estrategia de aprovechamiento de las tecnologías de la información para convertirse en una de las firmas más exitosas del sector.

Siguiendo con aspectos relacionados con el uso de Internet, Alfredo Tapia y Miguel Cuevas presentan una propuesta de instrumento para evaluar la efectividad *eMarketing* de sitios web que promocionan un destino turístico. De acuerdo con los autores, el instrumento denominado Modelo ALTA es práctico y de aplicación sencilla, sin desapego de lo que ellos llaman “un ideal teórico para evaluar la efectividad de mercadotecnia de sitios web” de promoción de un destino turístico. El instrumento evalúa nueve rubros: mercado objetivo; producto, marca, precio, promoción; contenido; navegación; decoración; efectividad de mercadotecnia; servicio en línea; efectividad gráfica y construcción del sitio. En general, el trabajo tiene carácter instrumental y es de naturaleza exploratoria; representa una primera aproximación al desarrollo de un modelo de medición, por lo que es posible presumir que los esfuerzos para su validación, tanto en términos de contenido como de construcción, se mantendrán en el futuro.

Por otra parte, y continuando con la explotación de la veta tecnológica, Shintaro Okazaki y Luisa Andreu destacan la relevancia del rol que desempeñan las tecnologías móviles en el marketing turístico y la oportunidad que representa invertir en I+D+i para transformar las crisis en oportunidades para los actores turísticos. Lo anterior tiene sustento en el aprovechamiento del cambio de rol del consumidor turístico, quien se transforma de consumidor en *adprosumer*, es decir, que realiza funciones de anunciante, productor y consumidor de información turística.

Estas conclusiones se desprenden del estudio de caso realizado en tres servicios móviles específicos, a saber: servicios basados en la localización, código QR y servicio de guías digitales. Los autores finalizan su trabajo proponiendo una serie de preguntas de discusión, las cuales servirán de guía para el trabajo docente.

Cambiando el enfoque, Luis Carlos Santander aborda el estudio del uso de los recursos costeros de la isla de Cozumel, en un trabajo descriptivo de corte longitudinal,

y advierte que los impactos directos del buceo sobre los arrecifes coralinos no son una simple sumatoria de presiones sobre esos ecosistemas, sino que poseen un carácter multiplicador, por lo que la subsistencia de esas barreras naturales se ve comprometida en mayor medida así como los servicios ambientales que brindan a otros recursos costeros.

Nuchnudee Chaisatit y Aurelio Deniz, basándose en la aplicación del Marco para la Evaluación de Sistemas de Manejo de Recursos Naturales incorporando los indicadores de la sustentabilidad (MESMIS), presentan un trabajo de evaluación del impacto de la actividad turístico-recreativa sobre el bosque de la comunidad de San Pedro Atlapulco, población boscosa enclavada en el altiplano central de México, muy concurrida por visitantes provenientes de los grandes centros urbanos de esa región del país.

Sus resultados señalan que las actividades turísticas y recreativas realizadas en los valles que albergan la comunidad de San Pedro Atlapulco han generado empleo que ha permitido resolver las necesidades básicas de aproximadamente 80% de sus comuneros, sin embargo, se registran efectos negativos en sus suelos, aguas y bosques, por lo que se plantea el ecoturismo como una mejor opción de desarrollo económico y ambiental de la zona, y concluyen que la comunidad debe establecer estrictas medidas de conservación del ambiente así como los límites de capacidad de absorción del lugar, de manera tal que el crecimiento de instalaciones turísticas y de la afluencia de visitantes correspondan con los criterios sustentables de la comunidad.

Para concluir, Alfonso González presenta los resultados de la interacción entre turistas y anfitriones en los destinos seleccionados del estado de Quintana Roo con base en tres variables: *a)* disponibilidad del destino para el turismo; *b)* valoración de los recursos y atractivos turísticos; y *c)* accesibilidad para anfitriones y turistas.



TEORÍA DEL TURISMO



Apuntes sobre la teoría del turismo

Julia Sderis Anaya Ortiz*
Universidad de Quintana Roo

La actividad turística en su práctica cotidiana cuenta con una red de servicios como hospedaje, alojamiento, restaurantes, transportación, servicios recreativos, atractivos naturales y culturales; también se observan nutridos grupos de turistas viajando a destinos con riqueza natural, otros no tan numerosos visitando lugares históricos y aprendiendo de la cultura de los grupos sociales residentes, y algunos más viajando al extranjero a destinos de diversión, de lujo y juego, entre otros sectores del mercado turístico.

Asimismo, se puede observar a la población que vive, trabaja y constituye la comunidad receptora y que forma parte de las costumbres, tradiciones, gastronomía y en general de la cultura que integran la identidad social del destino; se trata de los servidores públicos de los diferentes organismos que regulan la actividad en los niveles municipal, estatal o nacional; de quienes sirven en los establecimientos especializados de atención al turista, y de todas aquellas personas que viven en la comunidad y que de alguna manera interactúan y conforman el movimiento cotidiano del turismo. Todos ellos fungen como motivadores de desplazamientos a cada destino turístico por distintas causas, para satisfacer diferentes necesidades.

El desplazamiento por motivos turísticos obedece a diversas necesidades: descansar, conocer nuevos lugares, visitar a algún pariente, negocios, compras, salud, motivos religiosos, practicar deporte, asistir

* Correo electrónico: julia.anaya@hotmail.com

a algún evento importante, acercarse a una nueva cultura, diversión, disfrutar de la naturaleza, incluso para relacionarse con un grupo social selecto al que se pertenece o se aspira a pertenecer; de esta forma, se puede mencionar una infinidad de motivos por los cuales los individuos se desplazan y practican el turismo.

Diversos actores sociales (empresarios o particulares, el gobierno, las organizaciones no gubernamentales y la sociedad) existen para atender a la corriente turística y satisfacer sus necesidades: dar hospedaje, alimentar y transportar, principalmente. Por su parte, las instituciones públicas, privadas y no gubernamentales se encargan de regular la actividad, así como de proveer servicios generales que sirven a su sociedad pero también al turismo, en acciones como seguridad, carreteras, alumbrado público, limpieza, bancos, hospitales, conservación y protección del medio ambiente, desarrollo y cuidado de los recursos naturales y culturales, promoción de los destinos, entre otras. Por último, se encuentra la sociedad que trabaja en el sector, convive, sirve, se transforma y reacciona a los múltiples impactos que la actividad turística trae consigo.

De esta manera, el turismo cuenta con un sinnúmero de factores y relaciones para organizarlo, controlarlo, contabilizarlo, estudiarlo, analizarlo, planearlo y tomar decisiones en cuanto a su manejo, por lo que cada actor social, en su esfuerzo por concebirlo, debe hacer uso de las diferentes disciplinas que le proporcionen los elementos teórico-metodológicos para diagnosticar, planear, producir, analizar, interpretar, promover o solucionar los hechos que se susciten dentro del espacio turístico que le corresponda investigar.

Sin lugar a dudas una sola ciencia, disciplina o técnica, desde sus alcances, puede describir, analizar o aportar conocimiento al turismo, no obstante, dada la multiplicidad de factores que influyen en él, es importante utilizar varias de ellas de acuerdo con la complejidad del objeto de estudio, y así entender desde el número de factores que lo conforman, conocer las causas y analizar el contexto de relaciones que lo circundan, así como sus consecuencias y propuestas para su desarrollo. De la misma forma, es fundamental tener una definición desde un ámbito académico o práctico; la investigación con relación al turismo requiere definiciones adecuadas al sesgo de ésta, que permitan establecer parámetros para los contenidos de la misma investigación.

Conceptualización del turismo

Para concebir una teoría del turismo, la mayoría de las ciencias lo ha conceptualizado desde su propia perspectiva, y todos aquellos interesados y que han dedicado tiempo a estudiarlo, incluidas las grandes organizaciones que lo regulan, se han reunido en diversas ocasiones con el fin de uniformar un concepto, pero hasta la fecha no lo han logrado.

Por ejemplo, desde la perspectiva histórica se “permite el análisis de las causas que propiciaron cada uno de los desplazamientos en el tiempo y el espacio” (Rodríguez López, 1982: 38); la sociología analiza las causas sociales, es decir, los procesos sociales del hombre organizado y, con referencia al turismo, “dichas causas son: las conquistas sindicales que originaron la disminución de la jornada de trabajo, la ampliación del tiempo libre a voluntad del trabajador, las prestaciones sociales como las jubilaciones, las vacaciones pagadas...” (Rodríguez López, 1982: 38).

En el ámbito económico, y de acuerdo con Rodríguez López (1982), los desplazamientos humanos generan actividades que propician gastos susceptibles de administrarse y explotarse racionalmente. También la psicología contribuye al análisis de las motivaciones del viaje, pues ayuda en la interpretación de las carencias de los viajeros para satisfacer sus necesidades, para lo cual se utilizan diferentes teorías, como la de las motivaciones de Maslow que, aplicada al turismo, aporta en orden de aparición los impulsos que permiten conocer en qué fase se encuentra nuestra corriente turística y así saber qué productos turísticos ofrecerle; o la propuesta de Plog (1994) sobre la teoría psicográfica (psicocéntrico, halocéntrico y mesocéntrico), que ubica a las corrientes turísticas según su asistencia a determinados destinos de acuerdo con las actividades que realizan y las características del sitio al que se desplazan.

Existen otras ciencias auxiliares para el estudio del turismo como la antropología, la matemática, la historia y la geografía, entre otras; esto es, que el fenómeno turístico no escapa a la orientación específica que el investigador quiera darle, incluso es posible adoptar una definición holística, que integra y relaciona todos los aspectos vinculados con el turismo.

Algunas ideas pioneras sobre el turismo han ido integrando conceptos sobre el tema, por ejemplo:

- “Troisi, en 1942, escribía, conjunto de traslados temporales de las personas, originados por necesidades de reposo, cura, espirituales o intelectuales” (Ortuño Martínez, 1966: 18) Este concepto hace énfasis en el desplazamiento como factor inherente al turismo, sin embargo dice que es temporal; asimismo alude a la satisfacción de necesidades.
- De la Torre Padilla (2003) opina acerca de los conceptos de turismo y, bastante alejado del primero, considera que es: “una sucesión de transacciones comerciales y económicas. Para otros hablar de turismo es mencionar una industria, basándose en la presencia de un producto sujeto a la oferta y a la demanda, dentro de lo que conocemos como mercado turístico; y hay también quienes para fines de control y estadística, lo clasifican como un simple movimiento migratorio” (de la Torre Padilla, 2003: 9).
- Respecto a lo anterior, Lickorish y Jenkins escriben:

la medición del turismo y la elaboración de estadísticas llevan a la necesidad de establecer una serie de conceptos y definiciones, así como los usos y usuarios de dichas estadísticas, sus categorías y sus métodos y las fuentes de información empleadas. El turismo consiste básicamente en el movimiento de personas, una fuerza de la demanda más que una industria única. Originariamente, a los turistas se les denominaba viajeros, pero recientemente el término turismo describe un desplazamiento de personas lejos de su lugar de residencia habitual durante un periodo de tiempo determinado. Las actividades y gastos producidos como consecuencia de tales desplazamientos: transportes, alojamiento, alimentación, actividades en el destino visitado y una amplia gama de servicios necesarios para hacer posible el viaje, constituyen el turismo y representan su verdadero impacto económico [Lickorish y Jenkins, 1997: 49].

Los autores conciben el turismo desde su funcionalidad y requieren conceptualizarlo para poder medirlo, subrayando que se debe discernir cuáles son las actividades verdaderamente relacionadas con la práctica turística para lograr acercarse a su medición sin incurrir en otras prácticas económicas.

- Hunziker y Krapf elaboran su concepto en 1942 y afirman que “el turismo es la suma de fenómenos y relaciones que surgen a raíz del desplazamiento y estancia de no residentes, siempre que no mantengan residencia permanente y no estén conectados con actividad lucrativa alguna” (Hunziker y Krapf en Lickorish y Jenkins, 1997: 50). Las organizaciones del turismo (de las cuales

la más importante es la Organización Mundial del Turismo) y los investigadores retoman esta definición como punto de partida para conceptualizar los términos turista y visitante.

En la última definición existen conceptos que identifican diversas actividades dentro del turismo además del desplazamiento, pues incorpora fenómenos y relaciones, es decir, considera el turismo como fenómeno, en el entendido de que un fenómeno es cualquier manifestación material o espiritual (Kant, 2002), en este caso derivada de la práctica turística de los individuos antes, durante o después de hacer turismo, y en donde se busca la realización de los turistas a través de la práctica turística libre y consciente de un ocio productivo y positivo, no alienado ni organizado.

¿Por qué se dice que el turismo es una práctica multidisciplinar? Porque, además de lo ya mencionado, todo estudio que pretenda ser vigente y serio deberá fundamentarse en la sistematización de sus procesos a través de un método para llevar un orden de la investigación, y en una teoría, para poder darle un sesgo dirigido a un análisis con base en principios, el cual deberá ser diferente para cada ciencia. El método aplicado a partir de cada una de las ciencias auxiliares para estudiar el turismo le dará la rigurosidad necesaria.

En la actualidad no se cuenta con una teoría definida para el estudio del turismo, pues dado que el hombre y sus relaciones configuran el factor básico de la actividad turística y que estas acciones son tan diversas, sería imposible encuadrar tal actividad en una sola ciencia, técnica, método o sistema de estudio, puesto que el hombre y sus relaciones, sentimientos y experiencias son dinámicos, y cualquier influencia de su entorno podría causar alteraciones. Asimismo se alude a la cantidad de factores que conforman el turismo, que no son objeto de una sola ciencia o disciplina, de manera que cada una los aborda desde su perspectiva. Por ende, no puede existir una ciencia y mucho menos una teoría del turismo; no se cuenta con principios homogéneos para su estudio, pero sí se tiene una diversidad de trabajos aplicados, lo que da como resultado una psicología del turista, una sociología aplicada al turismo o una economía turística, entre muchas otras.

Con la variedad de resultados producidos desde cada ciencia se ha tratado de conformar una teoría del turismo, y los estudiosos de la materia y de las ciencias en general han adoptado algunos modelos teóricos de las ciencias sociales que también explican hechos de las ciencias exactas.

Se presentan tres modelos explicativos que se adaptan y se utilizan para abordar el estudio del turismo: *a)* la teoría general de sistemas, donde el turismo es un todo integrado por una diversidad de partes y subpartes, cada una funcionando en relación con las otras; *b)* el modelo que explica el turismo como una industria, en el cual el fin último es obtener beneficios económicos y el individuo es considerado un consumidor, y *c)* el modelo fenomenológico, que permite acceder a formas alternativas de estudiar el turismo tomando como base el equilibrio entre el bienestar del hombre y su entorno.

Teoría general de sistemas (TGS)

Esta teoría “favorece la comprensión y evaluación de lo turístico y de la industria turística en un amplio concepto de relaciones e interacciones sociales” (Molina, 1992: 155). Se conocen diferentes conceptos de lo que es un sistema, para Bertalanffy (1968 cit. en Molina, 1992: 157) “un sistema puede ser definido como un complejo de elementos interactuantes”, mientras que para Molina (1992: 157) es “un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan e interactúan en busca de un objetivo común”. Existen sistemas abiertos y cerrados: los abiertos son aquellos que intercambian relaciones, insumos e información con otros sistemas o con sus propios subsistemas, como el turismo, la psicología, la sociología y en general todos los temas que recaigan sobre las ciencias sociales; en tanto los cerrados no mantienen intercambios con su contexto, por ejemplo la física y la química, es decir, las ciencias exactas.

La TGS desarrollada por algunos pensadores como Bertalanffy (1968), Von Neumann y Morgenstern (1944), entre otros, que contribuyeron desde sus disciplinas, es un enfoque más holístico e integrador para abordar problemas, al tener en cuenta no sólo hechos sino fenómenos; sin embargo, para poder utilizar esta postura de pensamiento globalizador se deben llevar a cabo dos formas de razonamiento, el reduccionista y el holístico.

El reduccionista estudia la realidad dividiéndola en problemas específicos y sacándolos de su contexto global mediante el análisis; consiste “en descomponer cualquier cosa que se desee explicar y por ende comprender, en sus componentes. Las explicaciones de los todos se obtienen a través de las explicaciones del comportamiento y las propiedades de sus partes” (Ackoff, 1981: 11). La holística, que

“persigue abarcar integralmente los hechos y fenómenos. Aborda conjuntos de problemas y relaciones entre ellos hasta conformar un todo. Del enfoque holístico se desprende la doctrina expansionista, llamada así porque tiene lugar una expansión del objeto de estudio hasta el punto de relacionarlo con otros objetos con los que mantiene diversas relaciones” (Molina, 1992: 155).

Se puede decir que el turismo, desde la TGS, es un sistema abierto y, en definitiva, para poder funcionar requiere intercambios de información, por ejemplo conocer las necesidades de los turistas, sea cual fuere el tipo de segmento a atender, la importación de insumos o recursos que se procesan y que finalmente saldrán en forma de productos o servicios al consumidor, quien al consumirlos podrá retroalimentar el proceso para adaptarlos o mejorarlos.

En el sistema turístico también existen subsistemas, que son sistemas menores que participan en el gran sistema, igualmente son abiertos y aportan insumos como información para retroalimentarlo; éstos pueden ser los restaurantes, las empresas hoteleras o de transporte, los organismos oficiales y privados, entre otros; en último lugar existe un supersistema que influye: el entorno sociocultural en el que se desarrolla el destino turístico y de cuyas interacciones no puede hacerse caso omiso ya que está conformado por los grupos sociales con sus características específicas de vida y sus actividades cotidianas.

El turismo como industria

Otro modelo que estudia el turismo, y que actualmente es el predominante en los destinos turísticos de Latinoamérica, ve un turismo de consumo organizado y masivo: el turismo sin chimeneas o turismo desde la perspectiva de la producción: como industria. Éste ha sido muy criticado con el argumento de que no se puede considerar el turismo un mero proceso productivo y estandarizado en el que se producen piezas como en una fábrica, ya que aquí se prestan servicios intangibles, que únicamente se hacen palpables al momento de ser consumidos, y cada uno lleva el sello individual de la persona que lo presta.

Sin embargo para los empresarios, el turismo en cuanto industria está constituido como un modelo para satisfacer las demandas propias del tiempo libre, no del ocio positivo y creativo del hombre, al que ven como un consumidor que les ayudará a lograr su objetivo eminentemente financiero y dirigido hacia la rentabilidad

del capital, casi sin tener en cuenta las cuestiones ecológicas, sociales, políticas e ideológicas que verdaderamente son importantes en la práctica de esta actividad, así como sus impactos “producidos por el modelo en el contexto de sociedades en vías de desarrollo: el deterioro ecológico, la dependencia financiera, tecnológica y comercial, el carácter de algunas actividades realizadas por los turistas, sobre todo cuando son originarios de los países desarrollados y provienen de otros centros culturales” (Molina, 1992: 154).

Uno de los principales problemas de la conceptualización y estudio del turismo desde esta perspectiva es que su naturaleza polifacética no le permite pertenecer a ningún sector de la economía definido como el sector turismo; existe el sector servicios, pero él abarca una diversidad de actividades económicas que no son precisamente las ligadas a la prestación de los servicios turísticos, por lo tanto esto “ha obstaculizado la evaluación de su impacto sobre otros sectores de la economía” (Lickorish y Jenkins, 1997: 16). Es decir, la prestación de servicios ex profeso para la satisfacción del turista: hospedaje, alimentación, transporte y recreación, entre otros, requiere la producción u obtención de materia prima y productos terminados, así como otros servicios para poder funcionar; hay una gran red de productos y servicios que no son para el consumo del turista y que efectivamente provienen de sectores como el de la transformación, o del primario (de la agricultura).

Para llevar a cabo el estudio del turismo como industria se debe tener el interés de conocer el desarrollo de la civilización a partir de sus desarrollos y crecimientos tecnológicos, políticos y económicos.

Dicho modelo para la explotación de las posibilidades del turismo resulta de las relaciones del sistema centro-periferia, con lo cual se significa como alternativa del crecimiento económico de dichos países, asentándose en el empleo de una tecnología diseñada en el centro, bajo una lógica cultural de los países del centro, es decir, en el marco de su ideología y recursos [Molina, 1992: 163].

¿A qué se refieren las relaciones centro-periferia? Los países del centro son las metrópolis o grandes ciudades, donde se desarrolla y se utiliza primero la tecnología en los centros de producción; los países periféricos son los subdesarrollados, en los cuales se emplean tecnologías atrasadas, heredadas de los países del centro. Con todo, hay sectores que alcanzan tecnificación avanzada en los países subdesarrollados y ello se debe a que se dedican a la explotación puntual de alguno de sus recursos. “Éste podría ser el caso del turismo cuando se conforma como una actividad de corte

modernizante, compartiendo el espacio con otras que, en oposición, causan mayor atraso tecnológico y por ende baja productividad relativa” (Molina, 1992: 163) o definitiva.

Por ejemplo en Cozumel, isla conocida por ser el primer destino de atraque de cruceros en México, siempre se está innovando en cuestiones de infraestructura, tecnología y procesos administrativos para la calidad en el servicio, pero la producción agrícola es casi nula. Como puede observarse en el siguiente párrafo, todos los esfuerzos están dirigidos hacia la actividad turística y su explotación:

se cultiva maíz, además de algunos árboles frutales en huertos familiares, sin embargo la actividad más importante del municipio es el turismo, de tal forma que se ha consolidado como el segundo centro turístico del estado, visitado por turistas nacionales y en su gran mayoría por turistas de todas partes del mundo, que llegan por vía aérea y principalmente a través de grandes cruceros.

Actualmente, en la isla existen 48 establecimientos de hospedaje con una infraestructura de 4 068 cuartos [Sedetur, 2010].

Desde hace años, con la creación en 1973 de los centros turísticamente planeados, en México es claro el modelo de industria turística y actualmente se expande mediante la firma de los tratados de libre comercio, es decir, con la apertura a las compañías transnacionales, asociadas con inversionistas locales. Este modelo se mantiene en movimiento ascendente, a pesar de que se manejan otras modalidades no industriales en la composición de los productos turísticos.

Para el estudio y análisis del turismo, esta postura plantea seis principios que se aplican a las operaciones propias de la industria:

1. Uniformización: se refiere a la producción en serie de productos. En la industria turística podemos hablar de la sistematización de procesos de producción y procedimientos administrativos idénticos, sin importar que las empresas de prestación se encuentren en países con diferentes características ambientales, sociales y culturales. Empero, se justifica a partir de un servicio de calidad y por la reducción de procedimientos y costos.
2. Especialización: tiene que ver con la división del trabajo en las unidades de producción, orientada a elevar los niveles de productividad en el trabajo, disminuyendo costos. Cabe resaltar que en el turismo es menester contar con un nivel de especialización que no caiga en la despersonalización de la

- prestación del servicio, ya que finalmente deberá prevalecer la relación entre seres humanos, esto es, entre el prestador del servicio y los turistas reales.
3. Sincronización: coordinación que debe haber entre trabajadores y unidades de producción, con el objetivo de obtener un producto o servicio terminado.
 4. Concentración: tiene que ver con la reunión de servicios en un espacio geográfico, con el propósito de concentrar la mayor parte de las inversiones así como las utilidades. En la industria turística podemos ejemplificarla a gran escala con el establecimiento de los polos de desarrollo, como el caso de Cancún, Quintana Roo, y a una menor en la hotelería que concentra la mayor capacidad de servicios posibles que puedan satisfacer necesidades de un grupo dentro de las mismas instalaciones, logrando captar la mayor cantidad de gasto turístico en su establecimiento, como los All inclusive.
 5. Maximización: está relacionada con dos ideas fundamentales: a) maximización del beneficio y b) lo grande como sinónimo de lo bueno. La primera alude a que la rentabilidad de las inversiones financieras tiene que ser equivalente a calidad en el servicio, buena imagen, hospitalidad, satisfacción del turista; la segunda quiere reafirmar qué tan grande es un hotel por su cantidad de cuartos o qué tan grande es una cadena por su número de restaurantes u hoteles, y con base en ello establecer sus parámetros de calidad; esta idea de valor se corresponde en la percepción de las personas, que por lo regular tienden a pensar que entre más grande es mejor.
 6. Centralización: se refiere a que la toma de decisiones queda en manos de una sola persona o institución; en algunas organizaciones las líneas de mando son únicas o delegan a discreción algunas decisiones menores.

Dentro de esta posición hay autores influenciados por la Escuela de Fráncfort –que tiene sus bases en la crítica marxista de la sociedad capitalista– que hablan de que el turismo, visto como industria, es un turismo alienado. Al respecto Julio Aramberri (1983) destaca los pensamientos de Habermas y dice: “la dominación ha sido internalizada por sus propios destinatarios, garantía de que será obedecida por completo, pues no hay mejores esclavos que los esclavos felices”, y es de aquí de donde se desprenden las teorías del ocio y el turismo, a partir de la difusión del turismo masivo (Thomas Cook), después de las guerras mundiales, cuando los

medios de transporte (el ferrocarril y el avión) dan la pauta a la transportación masiva, segura, rápida y sobre todo organizada. En esa época (a mediados del siglo XIX), se lleva a cabo el primer viaje en grupo, “con motivo del congreso antialcohólico de Leicester, utilizando el ferrocarril, [se] movilizó a 570 personas en viaje redondo [de la Torre Padilla, 2003: 12].

A este respecto, Louis Turner y John Ash, en su obra *The Golden Hordes* (1975), analizan el consumo masivo de los viajes y hacen una clara distinción entre viajero y turista, en el sentido de que el primero hace turismo con una carga de sentido de conocimiento, es decir, la ampliación de su visión de la vida conociendo otras culturas y disfrutando de la naturaleza y de los entornos sociales, económicos y políticos que las circundan, a diferencia de los turistas, que nada tienen que ver con lo anterior, pues éstos viajan en búsqueda de la diversión, en grupos y con fines únicamente hedonistas, es decir, en busca del placer.

La industria turística y sus profesionales ven la actividad como

...un mundo cerrado sobre sí mismo, armónico, abierto sólo a la alegría y a la diversión, es un mundo donde se abandonan las preocupaciones de la vida cotidiana y se tiene la oportunidad de entregarse a las más imaginativas formas de existencia, que van desde el mero descanso físico, pasando por la realización de actividades gratuitas y no lucrativas, hasta llegar a una no habitual entrega de los placeres deportivos o eróticos más escasos en los lugares de origen [...] en definitiva la actividad turística se presenta como la más alta oportunidad de colmar las necesidades que suelen dejarse a un lado o ser marginadas cuando nos encontramos entregados a nuestra vida de trabajo [Aramberri, 1983: 200].

El turismo como industria es de elaboración empresarial, organizado y, por lo tanto, manipulado, “no sólo trata con individuos alienados en los países emisores, sino que lleva a las sociedades receptoras todo lo malo y nada de lo bueno que todavía puede hallarse en las sociedades industrializadas”. Claro ejemplo es la corriente turística de verano a los destinos de playa del Caribe mexicano, una clase trabajadora, asalariada y consumista, proveniente de Estados Unidos.

A este tipo de turismo como industria le interesa atender las corrientes turísticas en masa, destroza el medio ambiente, contribuye a la desaparición de las costumbres y aumenta el coste de vida de los residentes, beneficia a las multinacionales y no a las empresas locales, y fomenta los problemas sociales.

El modelo fenomenológico

Contrario a la visión anterior existe el modelo fenomenológico para estudiar el turismo, el cual va más allá de la observación de hechos que se pueden comprobar, aborda la esencia o lo interno de lo que se manifiesta, y su objeto de estudio es el individuo en relación con su medio y sus semejantes, es decir, confiere a la práctica turística un sentido trascendentalmente humano.

A partir de esta perspectiva Kant conceptualiza como fenómeno “todo lo que es objeto de experiencia posible” (Molina, 1992: 178). En palabras de Molina, fenómeno se “refiere a todo aquello que el hombre puede calificar, porque lo capta en los planos físico, psíquico y espiritual. Es fenómeno todo lo que es objeto del conocimiento humano” (Molina, 1992: 178).

Para esta línea de pensamiento, el turista no es un mero factor económico denominado consumidor; en el modelo fenomenológico el hombre es un todo complejo, “enfatisa la propiedad de libertad del ser humano, la facultad de escoger y experimentar lo objetivo con una perspectiva de adentro hacia fuera, a partir del propio mundo interno” (Molina, 1992: 193); en consecuencia, ubica a las personas en el contexto de las motivaciones y necesidades que impulsan a experiencias propias favorecedoras de la autorrealización.

Glucksmann define el turismo como “la suma de relaciones existentes entre personas que se encuentran pasajeramente en un lugar de estancia y los naturales de ese lugar” (de la Torre Padilla, 2003: 17); de igual forma lo conceptualizan Hunziker y Krapf, así como Troisi y el profesor de Arrillaga, quien apunta que el turismo es un conjunto de bienes y servicios que hacen posible el desplazamiento y la estancia del turista.

Por su parte, de la Torre Padilla elabora su concepto:

el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos y grupos de personas que por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural [de la Torre Padilla, 2003: 19].

La esencia de estos conceptos tiene un sesgo social, ya que en ellos se destacan las relaciones derivadas del fenómeno turístico, que en general abarca los productos y servicios que utilizarán los turistas, pero que también usaría cualquier viajero

que no tenga como fin la práctica del turismo, así como los residentes del destino. Del mismo modo se le da importancia al turista en cuanto actor social, “lo que hace que esa actividad alcance una proyección eminentemente humana por encima de las consecuencias económicas o comerciales” (de la Torre Padilla, 2003: 19).

Para estudiar el turismo como fenómeno se tiene que discernir entre la apariencia y la realidad, no sólo describir los hechos que se perciben a primera vista y que seguramente son una manifestación parcial de la realidad; es necesario examinar la esencia del problema, es decir, todas sus posibilidades. A su vez, la investigación sobre el turismo como fenómeno deberá partir del estudio del ocio, entendido como una expresión o actividad creativa y reconfortante del individuo, quien elegirá sus propios espacios y quienes participan en él, para lo cual podrá hacer uso de las empresas de servicios turísticos, que ofrezcan actividades cualitativamente diferentes, obteniendo de ellas algunas satisfacciones comunes y otras más trascendentales.

En conclusión, el turismo en cuanto fenómeno requiere que verdaderamente exista un tiempo libre para la autorrealización humana, de otra manera no habrá ocio turístico. En nuestros días las tendencias de la práctica del turismo se han dejado ver en el interés de las personas por elaborar sus propios viajes, dejar lo estandarizado e ir en busca de experiencias que las hagan crecer intelectual y emocionalmente, de manera emocionantemente y saludable, en convivencia con las sociedades y la naturaleza.

En apoyo al desarrollo del turismo como fenómeno las grandes organizaciones internacionales, como la Organización Mundial del Turismo, nacionales, como la Secretaría de Turismo, las direcciones o coordinaciones de turismo de cada estado, municipio o entidad, y un sinnúmero de organizaciones no gubernamentales, han impulsado nuevas formas de conducirlo. Todas ellas trabajan de manera conjunta con el objetivo de dirigirlo hacia un crecimiento económico, pero también hacia un desarrollo sustentable, donde participen y se beneficien todos los sectores sociales involucrados en él.

Para elaborar estudios encaminados a la sustentabilidad, primero debe establecerse qué se entiende por desarrollo turístico sustentable; debe tenerse claro que el medio ambiente es el componente básico del turismo, ya que de éste dependen sus actividades a corto y largo plazos, con impacto en la supervivencia humana y por encima de los intereses económicos.

Uno de los conceptos de turismo sustentable es el que presenta el Informe Brundtland: “El turismo sustentable se puede concebir como el satisfacer las necesidades de turistas y regiones anfitrionas de hoy, a la vez que se protegen y mejoran las

oportunidades del futuro” (Masri de Achar y Robles Ponce, 1997: 17). Los principios del turismo sustentable que, desde la perspectiva de Sofía Masri y Luisa María Robles, deben tenerse en cuenta son: proporcionar experiencias de calidad enfatizando en el servicio personalizado; promover el desarrollo de la riqueza natural, sin que esto afecte la identidad del destino, permitiendo que a largo plazo éste continúe siendo un atractivo; divulgar entre los empresarios las ventajas y oportunidades de un desarrollo turístico sostenible dejando bien claro que a largo plazo éste reedituará en grandes ganancias a partir de la inversión en el cuidado del medio ambiente; asimismo, el turismo sustentable deberá mejorar el nivel de vida de las comunidades receptoras, creando oportunidades de trabajo en las que proporcionarán una mejor atención al turista.

El objetivo del desarrollo sustentable es la integración de las actividades cotidianas de producción y de vida en general de las sociedades en una relación armónica con el medio ambiente, como se confirmó en la Cumbre de Johannesburgo en 2002, con el apoyo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD): “el desarrollo sostenible en el tercer milenio conlleva el equilibrio entre la conservación de los ecosistemas y la satisfacción de las necesidades básicas de la población, en procura del bienestar y sin poner en peligro las necesidades de las futuras generaciones”.¹

Para llevar a cabo un plan dirigido al logro de tan ambicioso objetivo se crea el Programa 21, originado en 1992 en la Cumbre de la Tierra, en Río de Janeiro que le atañe a la sociedad mundial pero sobre todo a los sectores claves de cada país, en nuestro caso el turismo. En México se elabora ex profeso la Agenda 21 para el Turismo Mexicano que es una estrategia nacional: se reconoce que el modelo de desarrollo económico de México debe ser redefinido para que la sustentabilidad sea el principal eje rector, incorporándose en las diferentes políticas económicas y sociales de México. Otro de los elementos fundamentales de la posición de nuestro país es que todas las políticas de Estado y acciones gubernamentales deben ser medidas por índices que permitan a la sociedad verificar en forma oportuna y transparente si éstas avanzan o no hacia el desarrollo sustentable. Asimismo, resalta el asegurar una amplia participación de la sociedad civil en el diseño, toma de decisiones y aplicación de las políticas y programas en materia de desarrollo sustentable [Sectur, 2002: 3].

¹ <<http://www.undp.org.pa/pnudpanama/ambiente>>.

Entonces, se establece lo siguiente:

- La Agenda 21 para el Turismo Mexicano es un programa de trabajo que propone estrategias y acciones en el corto, mediano y largo plazo, con objeto de fortalecer la dinámica de las regiones turísticas; incluir a las comunidades locales en las actividades económicas generadas y asegurar la preservación de los recursos naturales y culturales de los destinos turísticos de México.

[...]

- En la Agenda 21 para el Turismo Mexicano se incorpora la planeación estratégica de largo plazo como herramienta para el diseño y conducción de programas locales para fortalecer el Turismo en estados y municipios; sin embargo, en el corto plazo, mantiene un enfoque práctico a fin de establecer las acciones y medidas requeridas para su aplicación en los municipios y destinos turísticos.
- El municipio tiene un papel protagónico en la implantación del programa y en la aplicación de la Agenda 21 para el Turismo Mexicano; en este contexto el municipio funciona como promotor estratégico para atender los desafíos ambientales locales, también como el gran conductor de los procesos de cambio y enlace entre los grupos que interactúan en los procesos locales de desarrollo económico, social y cultural.
- Dentro del proceso de aplicación el Gobierno Federal tiene un papel fundamental, con el apoyo de los Gobiernos Estatales participa como el gran promotor y coordinador de las campañas nacionales para la aplicación de la Agenda, en tanto que los municipios, destinos o las localidades turísticas, son los encargados de establecer objetivos y metas por medio de una amplia consulta con las comunidades locales y con una evaluación participativa [Sectur, 2002: 4].

Como se puede ver, esta tendencia mundial, nacional, estatal y municipal pone al servicio de cada sector de la sociedad los apoyos y las directrices para crear proyectos que afecten directa y positivamente el desarrollo de los destinos turísticos, no sólo con referencia a la elaboración de estudios para el cuidado ambiental, sino también desde la perspectiva de la empresa turística y la participación de la comunidad local en el desarrollo sustentable.

Comentario final

Después de la reflexión, y la producción de conceptos y de modelos para abordar el estudio del turismo a lo largo de la historia, se puede observar cómo la actividad turística ha representado para los pueblos crecimiento económico en grandes escalas, al grado de constituir cantidades por gasto e inversión turística que superan el petróleo, las exportaciones y las principales actividades económicas de los países; también ha aportado desarrollo tecnológico y, de las comunidades, nuevas formas de vida y la adaptación de las sociedades a otras culturas. En contraste con los beneficios obtenidos se ha generado la destrucción del medio ambiente, la despersonalización del servicio con la estandarización de procesos en productos de consumo masivo, la dependencia económica hacia otros países a partir de la difusión de las empresas transnacionales, además de problemas sociales como prostitución, corrupción, drogadicción, pérdida de la identidad propia y muchos otros, que merecen la atención de los estudiosos de este fenómeno y que requieren un verdadero interés por explicar.

Hay que reconocer que el problema conceptual que implica el análisis del turismo no sólo está en relación con lo económico o con cada una de las partes que lo conforman, sino con su contexto general, es decir, sus causas, consecuencias, procesos y propuestas.

Sin embargo, la pregunta sobre qué concepto es el adecuado para abordar el turismo queda abierta, aunque se puede adelantar que es aquel que se adapte al tipo de actividad turística que se requiera estudiar. Por otra parte, ¿existe una teoría del turismo? En rigor no existe una teoría con una construcción epistemológica que derive en principios y método, pero hoy en día el fenómeno turístico deberá apoyarse en la diversidad de disciplinas que le den un carácter estrictamente científico y que utilice teorías, métodos y modelos para su explicación.

Fuentes consultadas

Ackoff, Russell L. (1981). *Rediseñando el futuro*. México: Limusa.

Aramberri, Julio (1983). "El Paraíso... ¿perdido? Sobre algunas teorías del turismo". *Estudios Turísticos*, 80.

- Bertalanffy, Ludwig von (1968). *General System Theory: Foundations, Development, Applications*. Nueva York: George Braziller.
- García Vega, José Luis (1979). *Ocio y turismo*. Barcelona: Salvat.
- Jiménez Martínez, Alfonso de Jesús (1998). *Desarrollo turístico y sustentabilidad, el caso de México*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Kant, Immanuel (2002). *Crítica de la razón pura*. Madrid: Tecnos.
- Lickorish, Leonard J. y Carson L. Jenkins (1997). *Una introducción al turismo*. Madrid: Síntesis.
- Masri de Achar, Sofía y Luisa María Robles Ponce (1997). *La industria turística: hacia la sustentabilidad*. México: Diana.
- Molina, Sergio (1992). *Conceptualización del turismo*. México: Limusa.
- Ortuño Martínez, Manuel (1966). *Introducción al estudio del turismo*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Plog, Stanley (1994). "Developing and Using Psychographics in Tourism Research", en J. Ritchie, J. Brent y C. Gouldner (eds.), *Travel, Tourism and Hospitality Research. A Handbook for Managers and Researchers*. Nueva York: John Wiley & Sons, 209-218.
- Rodríguez López, Mario (1982). *Teoría general del turismo*. Cincinnati: South Western.
- Sectur (2002). *Agenda 21 para el Turismo Mexicano*. México: Secretaría de Turismo.
- Sedetur (2010). *Indicadores de la actividad turística 2010* [en línea]. Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo. Disponible en: <http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/indicadores/Indicadores%20Turisticos%20%202010.pdf>
- Torre Padilla, Óscar de la (2003). *El turismo. Fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Turner, L. y J. Ash (1975). *The golden hordes. International tourism and the pleasure periphery*. Londres: Constable.
- Von Neumann, J., y O. Morgenstern (1944). *Theory of games and economic behavior*. Nueva York: Princeton University Press.



Un análisis complejo del turismo

Romano Segrado Pavón*
Universidad de Quintana Roo

Aunque la teoría general de sistemas (TGS) surgió a mediados del siglo xx, algunos científicos ya pregonaban ese concepto desde finales del xix, pero el reduccionismo total y el conflicto marxismo-capitalismo aún estaban en auge, lo suficiente para evaluar nuevas ideas y propuestas teóricas.

En su concepción más simple, la TGS implica que toda entidad o sistema forma parte de otro sistema mayor, con su correspondiente organización de entrada, procesamiento, salida y retroalimentación. Como propuesta teórica nació con la intención de ser “una alternativa a los enfoques analítico-mecánicos que fragmentaban la realidad”, capaz de dividir los fenómenos en partes tanto como fuera posible para analizarlos separadamente, desde la premisa de que todo problema puede solucionarse separando sus partes fundamentales y examinándolas de manera individual (Ander-Egg y Aguilar, 1991).

La teoría sistémica permite:

- a) Poner en el centro de la teoría, con la noción de sistema, no una unidad, sino el todo, que no se reduce a la suma de sus partes
- b) Concebir la noción de sistema como no formal o ambigua
- c) Situarse en un nivel transdisciplinario [Morin, 2001]

De esta forma, la TGS, entendida como una representación ideal y simplificada de la realidad, es la base conceptual capaz de explicar

* Correo electrónico: romano@uqroo.mx

el concepto de turismo, al asumir a éste como un sistema con elementos constitutivos determinados por una escala y un enfoque específicos.

Con este enfoque, el análisis sistémico del turismo se justifica, como propuesta metodológica, por ser una actividad con entradas y salidas múltiples. Al respecto, la Secretaría de Turismo afirma que el turismo como objeto de estudio puede ser abordado desde diferentes disciplinas científicas, y que lo más útil sería una perspectiva transdisciplinaria como la teoría de sistemas para estudiarlo integralmente (Sectur, 2000).

Desarrollo

Con la idea sistémica se propusieron elementos y modelos de sistemas aplicados a la actividad turística, cada uno enfocado a un análisis específico. Algunas de estas clasificaciones sistémicas se aplican con mayor énfasis que otras, y se citan con el objetivo de establecer un marco referencial y conceptual del sistema turístico, aunque se componen y representan diferentes estructuras.

Con base en la oferta, Raimundo Cuervo (1967) propuso un sistema a partir de las demandas de los viajeros; luego Neil Leiper (1990) dio un enfoque distinto a la actividad turística (origen-destino). Posteriormente, Sergio Molina (1991) amplió el sistema, y aportó los conceptos de superestructura, estructura e infraestructura, al tiempo de combinar la oferta y la demanda, siempre desde la perspectiva de la TGS.

Cuadro 1. Propuestas de sistema turístico

Nivel/autor	Raimundo Cuervo	Sergio Molina	Neil Leiper
Local	Transporte Diversión Alojamiento Comercio Alimentación Otros servicios	Atractivos Equipamiento Comunidad local	Región de destino Industria turística
Regional Nacional	Transporte	Infraestructura	Entorno
Nacional Internacional	Transporte	Superestructura Demanda	Región de origen Turistas Ruta de tránsito

Fuente: Sectur, 2000.

Sin embargo, Tribe (1997, cit. en Sutteeshna, Mishra y Bhusan, 2008) afirma que la teoría de sistemas de Leiper sólo es un esquema sintético de dimensiones generales del turismo y no representa una visión unificada. A similar conclusión puede llegarse con la propuesta de Molina.

Según Sutteeshna, Mishra y Bhusan (2008), Tribe concluyó que el turismo requiere una epistemología que combine cuatro métodos de análisis: interdisciplinario, multidisciplinario, extradisciplinario y disciplinario de negocios. En el mismo sentido Hall *et al.* (2004, cit. en Sutteeshna, Mishra y Bhusan, 2008) manifiestan que el nivel de complejidad y las múltiples escalas de análisis del turismo hacen muy improbable que un único paradigma pueda dominar la construcción del conocimiento sobre turismo.

No obstante sea muy difícil abarcar todas las aproximaciones se puede encontrar algo en común en todas las propuestas citadas: los elementos del conjunto están relacionados entre sí e interactúan, pero se examinan individualmente, aunque en realidad están conectados y sólo la interrelación permite su verdadero entendimiento (Cooper *et al.*, 1997), por lo que es posible aseverar que las propuestas actuales sobre el turismo son útiles “para profundizar en el análisis de cuestiones puntuales, pero insuficientes para comprender y explicar la totalidad en la que se dan los componentes que se analizan” (Ander-Egg, 2001: 107).

Enfocado así, el análisis del fenómeno turístico intenta explicarlo por medio de la división y la reducción de los componentes que lo originan, pero que hasta ahora no ha permitido su correcto entendimiento ni abordarlo desde la complejidad, reflexionando sobre el pantanoso tema de qué es el turismo. Para afirmar su complejidad, primero se tendría que definir o conceptualizar: “en la práctica, aunque el concepto de turismo es muy popular, resulta muy difícil realizar una definición concreta y precisa de actividad turística” (OMT, 2001: 22).

El turismo es más que una industria y una actividad económica en las que interactúa un gran número de elementos; es un fenómeno social dinámico de carácter global que puede ser definido como una industria o un sector industrial que provee servicios para turistas, pero también como una experiencia desde el punto de vista del turista. Para la comunidad anfitriona puede resultar agradable y rentable o un problema agobiante (Elliott, 1997).

Asimismo, el turismo está determinado no sólo por la gran variedad de relaciones y actividades que se llevan a cabo en un territorio particular, sino también por procesos externos que generan, condicionan y modifican parcial o totalmente estas

actividades: qué se demanda, qué se produce, quiénes lo demandan, cambios en la tecnología, etc. Intervienen aquí políticas gubernamentales, mercados internacionales y nacionales, organismos internacionales, entre otros.

La Organización Mundial del Turismo, por la necesidad de una terminología y una metodología común para las estadísticas de turismo, lo define como “todas aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año natural, con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (OMT, 2001: 21).

McIntosh *et al.* (1995, cit. en Gartner, 1996: 6) plantea que el turismo es “la suma de los fenómenos y relaciones que surgen de la interacción de turistas, proveedores, negocios, gobiernos anfitriones y comunidades anfitrionas en el proceso de atraer y hospedar a estos turistas y otros visitantes”. Por su parte, Acerenza (2003: 49) afirma que “el turismo es un fenómeno social de carácter complejo, que puede ser interpretado de distintas formas” apropiadas a diferentes propósitos, y puede ser clasificado de diversas maneras, cada una orientada a una necesidad específica.

Una de las definiciones más completas es ofrecida por Jafari (1977, cit. en Gartner, 1996: 7): “Turismo es el estudio del hombre fuera de su hábitat usual, de la industria que responde a las necesidades e impactos que ambos, el hombre y la industria, tienen en el ambiente sociocultural, económico y físico receptor”. Esta definición permite apreciar el fenómeno turístico como holístico, integrado e interconectado, e implica el mismo marco conceptual de análisis de Franklin y Crang (2001), quienes sostienen que el turismo es una forma de movilidad enmarcada por fenómenos culturales, económicos y políticos rodeados de ambigüedades y falta de certezas. Según Lanfant (1995), el sistema turístico no es una fuerza monolítica: es una red de agentes con sus propias motivaciones, que son difíciles de definir y que a menudo, en situaciones concretas, se contradicen entre sí.

Existen tantas definiciones de turismo como personas que abordan el tema, y dado que todas las definiciones del turismo antes citadas tienen sus proponentes y oponentes, no es necesario agregar más, aunque se puede afirmar que el turismo es un objeto difícil de delimitar, con un campo de investigación en crecimiento.

En el ámbito de la praxis empresarial, el Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés) publicó en septiembre de 2009 el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (*Travel and Tourism Competitiveness Index –TTCI–*), que considera variables como políticas públicas y regulaciones; seguridad, salud e higiene; prioridad de la actividad turística; calidad de la infraestructura turística, aérea y de rutas;

capital humano; competitividad de los precios internos; recursos culturales y naturales; e infraestructura de comunicaciones (Blanke y Chiesa, 2009).

El índice es una combinación de factores para realizar inversiones o negocios turísticos en un país específico, y no mide la atractividad del país como destino turístico. Al respecto, Hong (2008: 35-36) sostiene que hasta 2007 no se había creado un conjunto de indicadores o índice que fuera aceptado como válido internacionalmente, aunque presenta las tres formas más comunes de medición: 1) análisis costo-beneficio, 2) observación de recursos, e 3) índices.

En cuanto a impactos turísticos, la medición de la sustentabilidad por medio de la capacidad de carga turística puede ser analizada desde diversos ámbitos de conocimiento: psicología, antropología, sociología, economía, ecología, geografía, administración, dada la cantidad de variables sociales y naturales involucradas en una misma delimitación de estudio. Pero aún esta ambigüedad, cantidad y heterogeneidad de elementos constitutivos del turismo no son suficientes para definirlo como un “sistema complejo”, ya que afirmar que “todo se interrelaciona con todo” no implica que exista un sistema complejo. En este sentido, el sistema turístico posee una disposición y una estructuración, y sus elementos se relacionan entre sí para efectuar operaciones de entrada, procesamiento, salida y retroalimentación; sin embargo, esto no justifica el atributo de “complejo”, puesto que todos los sistemas tienen estas características por el solo hecho de serlo (Luhmann, 1992). Lo que sí se puede apuntar es que el sistema turístico tiene información oculta entre sus elementos y relaciones, y que la complejidad del sistema se incrementa de manera exponencial mientras más elementos incorpora, debido a que las interrelaciones y comunicaciones entre ellos crean sinergia y mutua dependencia; además, se debe considerar que en el turismo no se pueden separar los temas sociales de los económicos, culturales o naturales, es decir, el sistema no es descomprimible (García, 2000).¹

¹ Para una mejor comprensión, es bueno señalar que un sistema complejo está formado por varias partes, pero sus enlaces no añaden información adicional. Por ejemplo, se sabe cómo funciona una computadora en cada una de sus partes, y si se desarma y se vuelve a armar nada cambia y las relaciones se mantienen. En un sistema complejo, por el contrario, existen variables ocultas cuyo desconocimiento impide analizar el sistema con precisión. Por ejemplo, una comunidad y sus actividades económicas no pueden separarse, y si ocurriera, al ser reintegradas no se tendría la certeza de que las relaciones originales sean las mismas o de que existen otras nuevas, es decir, el sistema no es descomprimible. Así pues, un sistema complejo posee más información que cada parte individualmente, motivo por el cual se origina la sinergia.

Como sistema de análisis no descomprimible, el turismo, según Uriel y Monfort (cit. en Muñoz de Escalona, 2007), “se distingue por la dificultad de delimitar las ramas que le dan cuerpo, como consecuencia del carácter mixto de la oferta turística y de la práctica imposibilidad de cuantificar algunos elementos que también forman parte de la misma; bien sea el paisaje, la cultura o el medio natural”; es decir que, como fenómeno complejo, interactúa con las dimensiones económicas, sociales, políticas, culturales, naturales, etc., y no puede ser encasillado en un sector, por lo que requiere ser analizado de forma amplia e integral, pues posee unas características sui géneris que le son inherentes. Estas características principales son, de acuerdo con Uriel y Monfort (cit. en Muñoz de Escalona, 2007):

1. La ambigüedad en la delimitación del área de análisis
2. Las múltiples y complejas interrelaciones existentes entre los elementos constitutivos del hecho turístico
3. La heterogeneidad de los sectores o actividades
4. La imposibilidad de definir el sistema de elaboración del producto turístico
5. Las actividades de naturaleza dispar, con estrategias y diseños heterogéneos
6. El producto se encuentra alejado del consumidor
7. El desplazamiento del demandante hacia la oferta
8. La dependencia de los recursos naturales en los que se apoya la oferta turística
9. La fuerte presencia de las instituciones públicas locales
10. La dependencia del contexto social y político donde se desarrolla

A todas estas características se añaden su manifestación dinámica y su continuo crecimiento cualitativo y cuantitativo.

La ausencia de conceptualización, la dificultad de delimitación, los avances de investigación, una disciplina inmadura y los nuevos postulados teóricos permiten afirmar que la TGS, aplicada a la investigación turística, no satisface todas las expectativas esperadas, por lo que se propone como alternativa la teoría de sistemas complejos (sc), ya que “existen circunstancias que están llevando a la necesidad de desarrollar un pensamiento complejo. Esto exige abrirse al pensamiento de la complejidad de lo real, forjar un pensamiento capaz de pensar esa complejidad” (Ander-Egg, 2001: 93).

Ahora bien, aunque el turismo sea un fenómeno complejo, ¿por qué usar los sistemas complejos? Porque además de la heterogeneidad, las propiedades determinantes de un sistema complejo² son la interdefinibilidad y la mutua dependencia de las funciones que cumplen tales elementos dentro del sistema total, y estas propiedades excluyen la posibilidad de obtener una explicación de la realidad del funcionamiento del sistema por la simple adición de estudios sectoriales correspondientes a cada uno de los elementos (Leff, 1994). Esto significa que el resultado no puede ser atribuido a cada componente por sí solo, sino que es consecuencia de la acción cooperativa o antagonica entre ellos.

Podría pensarse que es mucho más simple y conveniente estudiar el turismo desde sus componentes individuales, pero ya en el siglo XIX “Bachelar, el filósofo de las ciencias, había descubierto que lo simple no existe, sólo existe lo simplificado. La ciencia construye su objeto extrayéndolo de su ambiente complejo para ponerlo en situaciones experimentales no complejas” (Morin, 2001: 35). A la pregunta ¿qué es la complejidad?, Morin responde que es un tejido (*complexus*: lo que está tejido en conjunto) de “constituyentes heterogéneos inseparablemente asociados: presenta la paradoja de lo uno y lo múltiple”.

Al profundizar esta idea es posible enlazar fácilmente los conceptos de eventos, acciones, interacciones, reacciones, azares, comunicaciones, sucesos, etc., que constituyen el entorno. De este modo se puede esbozar una definición simple de sistema complejo: la unión de varias partes interconectadas o entrelazadas, que interactúan entre sí y cuyos vínculos entre ellas contienen información adicional y oculta al observador.

Para Morin (2001: 21) “es complejo aquello que no se puede resumir en una palabra maestra, aquello que no puede retrotraerse a una ley”, y esta idea puede complementarse afirmando que el pensamiento complejo no es absoluto ni totalizante y que incluye un factor de incertidumbre. Es una forma de pensamiento destinada a asumir un principio de explicación complejo.

Por su parte, Gay Duval (cit. en Fernández, 2001) llama “sistema a un conjunto de elementos heterogéneos que funcionan como una totalidad con un cierto grado de organización [...] La complejidad no surge solamente de la heterogeneidad ni de la

² Como teoría, los sistemas complejos se han desarrollado en tres ramas diferentes, aunque complementarias: la teoría de sistemas no lineales, las redes neuronales y la teoría de sistemas autoorganizados. Aquí se utiliza el enfoque del sistema no lineal.

complicación de los elementos constitutivos, sino de la inseparabilidad de éstos, de tal modo que ninguno es entendible si es tomado por separado y aislado de otros”.

Así pues, como propuesta, la complejidad no es otra cosa que un modo de abordar la realidad y de “investigar de acuerdo con la complejidad de la realidad. Es un modo de situarse con humildad frente a la incertidumbre y la ambigüedad, frente a la permanente bio-degradabilidad de los conocimientos” (Ander-Egg, 2001: 99).

Al contrario del pensamiento tradicional, el pensamiento complejo une, relaciona y aborda los procesos en su dinamismo, evolución y sinergia. Algunas características del pensamiento complejo son:

1. Las nociones antagónicas se unen sin perder su diferenciación y particularidad
2. Más que orden, linealidad y estaticidad, hay una interacción de fenómenos, desorden y organización
3. Combina el análisis cuantitativo con el cualitativo, ya que con números no se puede interpretar y con palabras no se puede describir con precisión
4. La realidad es un proceso de cambio continuo

De esta forma, el análisis de la complejidad incluye la historia, la información, la estructura, la innovación, la evolución, el azar, los agentes económicos, la no linealidad y los cambios abruptos, sin demeritar el análisis tradicional basado en la ecología, la economía, la sociología, la antropología, etc., puesto que se pretende ver el fenómeno desde un enfoque nuevo. Sin embargo, cabe aclarar que la complejidad no elimina la simplicidad, sino todo lo contrario; el pensamiento complejo busca la claridad y el conocimiento que expliquen la realidad; integra el pensamiento simplificador pero rechaza las visiones parcialistas, reduccionistas y unidimensionales (Morin, 2001). La lógica de la complejidad no es la multiplicidad de elementos, sino la colaboración y el conflicto simultáneos.

En este punto conviene recordar lo que Niels Bohr (Premio Nobel de Física 1922) dijo luego de la introducción del cuanto (*quantum*) en la microfísica: “Al principio, esta situación pudiera parecer muy lamentable; pero a menudo en el curso de la historia de la ciencia, si bien los nuevos descubrimientos revelaron los límites de ideas cuyo valor universal nunca se había cuestionado, fuimos recompensados: nuestra visión se expandió, y nos volvimos capaces de conectar entre sí fenómenos que, hasta entonces, podían parecer contradictorios” (cit. en Morin, 2001: 71).

Conectar fenómenos y elementos de la actividad turística exige la aplicación de un método que reconozca la diversidad, la dinamicidad, la complejidad de los sistemas vivos y los hechos aleatorios que ocurren entre los agentes del sistema o entre éstos y los elementos constitutivos (Bird, 2003). El método permite centrar el análisis en algunos procesos característicos, seguirlos en su evolución y poner de relieve los mecanismos que los rigen. De esta manera es posible trascender el nivel puramente descriptivo y proponer explicaciones a los cambios observados (Becerra *et al.*, 1997).

Además, los procesos significativos que se manifiestan originalmente en algún subsistema determinado activan mecanismos que generan o inducen procesos en otros subsistemas, por lo que un abordaje unidisciplinar no puede brindar una explicación adecuada sobre el comportamiento de la totalidad del sistema que se estudia (Becerra *et al.*, 1997).

Por otra parte, el método de sistemas complejos permite abordar el fenómeno turístico con coherencia metodológica y construir un modelo –no simulación– que represente la realidad estudiada. La confirmación satisfactoria del modelo construido sólo podrá basarse en su capacidad para explicar un funcionamiento que dé cuenta de la realidad observada. En ese caso el sistema complejo del turismo quedará definido sólo cuando se haya identificado un número suficiente de interrelaciones entre determinado conjunto de elementos, que permita vincularlos al funcionamiento del conjunto como totalidad. Por supuesto que ningún estudio puede abarcar todas las relaciones de un sistema complejo; siempre se presenta la necesidad de criterios de selección, por motivos teóricos y prácticos.

Una vez establecidos los criterios de selección, se identifican los elementos y las relaciones que definen el sistema que será objeto de estudio. Cualquier otro elemento es considerado externo al sistema, aunque esto no significa ignorarlos, sino que es una división metodológica ineludible. De esta forma queda constituido el modelo (Becerra *et al.*, 1997), pero no es suficiente que sea una descripción del sistema en un momento dado: la situación actual del modelo debe ser explicada por medio de sucesivas transformaciones (evolución). Respecto al uso de modelos para el análisis de la actividad turística, Wüger (2005) demuestra que el uso de datos complejos y modelos adecuados es mucho más efectivo que aquellos que se realizan con base en la simplificación.

El sistema complejo así caracterizado presenta graves dificultades para su estudio, ya que un verdadero SC debería ser totalmente irreducible, por lo tanto, sería imposible derivar un modelo de ese sistema sin perder sus propiedades relevantes.

No obstante, el estudio puede llevarse a cabo siempre que el investigador se atenga a los principios generales de organización y evolución de los SC, sin caer en la generalización de que “todo interactúa con todo” (García, 2000: 65). En la realidad existen diferentes niveles de complejidad, pero tales niveles o jerarquías están determinados por el grupo de conceptos que el observador puede administrar como relaciones del sistema. Al utilizar niveles o jerarquías, las variables no se mezclan ni entrecruzan. “No todo interactúa con todo”, puesto que no se generaría información, sino confusión.

Las jerarquías son consideradas un método de abstracción que elimina la confusión y ordena la información total, y su uso puede ser crucial para la administración del sistema complejo debido a que al abordar un estudio la limitación no es la extensión del tema, sino el conjunto integral de temas, en el afán de tener una visión holística, deteniendo la vista en los elementos importantes y sus relaciones destacadas.

Las jerarquías se agrupan de acuerdo con relaciones, diferenciaciones, tamaños, distribuciones, inclusiones, organizaciones, escalas, diferencias cualitativas, etc., hasta llegar a dos o más niveles, que justifican el uso de multiniveles de análisis (Courgeau, 2004, cit. en Pumain, 2006) y crean una simplificación de un sistema complejo, donde se incluyen los elementos esenciales del fenómeno observado y que pueden ser administrados y analizados.

Reflexiones finales

El turismo admite múltiples enfoques de estudio, y estas posibilidades precisan comprenderlo desde una perspectiva totalizadora y sinérgica, ya que el turismo no sólo tiene un carácter multidisciplinar y pluridisciplinar, sino también transdisciplinar; por lo cual un marco explicativo caracterizado por el reduccionismo, la unidisciplinariedad y la división no ayudará a comprender el fenómeno, más bien lo desvirtuará y lo volverá incomprensible.

La limitación de la comprensión de cualquier fenómeno social, tal como el turismo, implica que los impactos positivos y negativos generados no sean determinados, cuantificados o identificados de manera correcta, lo que reducirá la optimización de beneficios y ampliará los efectos negativos. La teoría de SC puede ser una opción que logre explicar satisfactoriamente el fenómeno con los principales procesos que determinan su funcionamiento.

Al utilizar jerarquías no se trata de hacer una diferencia macro ni microsocio-lógica: lo que se busca es generar un modelo integrador para un estudio selectivo localizado. No hay razón para separar unidad y diversidad, para dividir zonas ricas de zonas pobres, sociedad contemporánea de tradicional, tradición de modernidad, turistas de residentes locales, ya que no es posible entender a unos sin los otros. Por ello, se requiere un enfoque holístico que sólo es posible con la teoría de sistemas complejos.

Fuentes consultadas

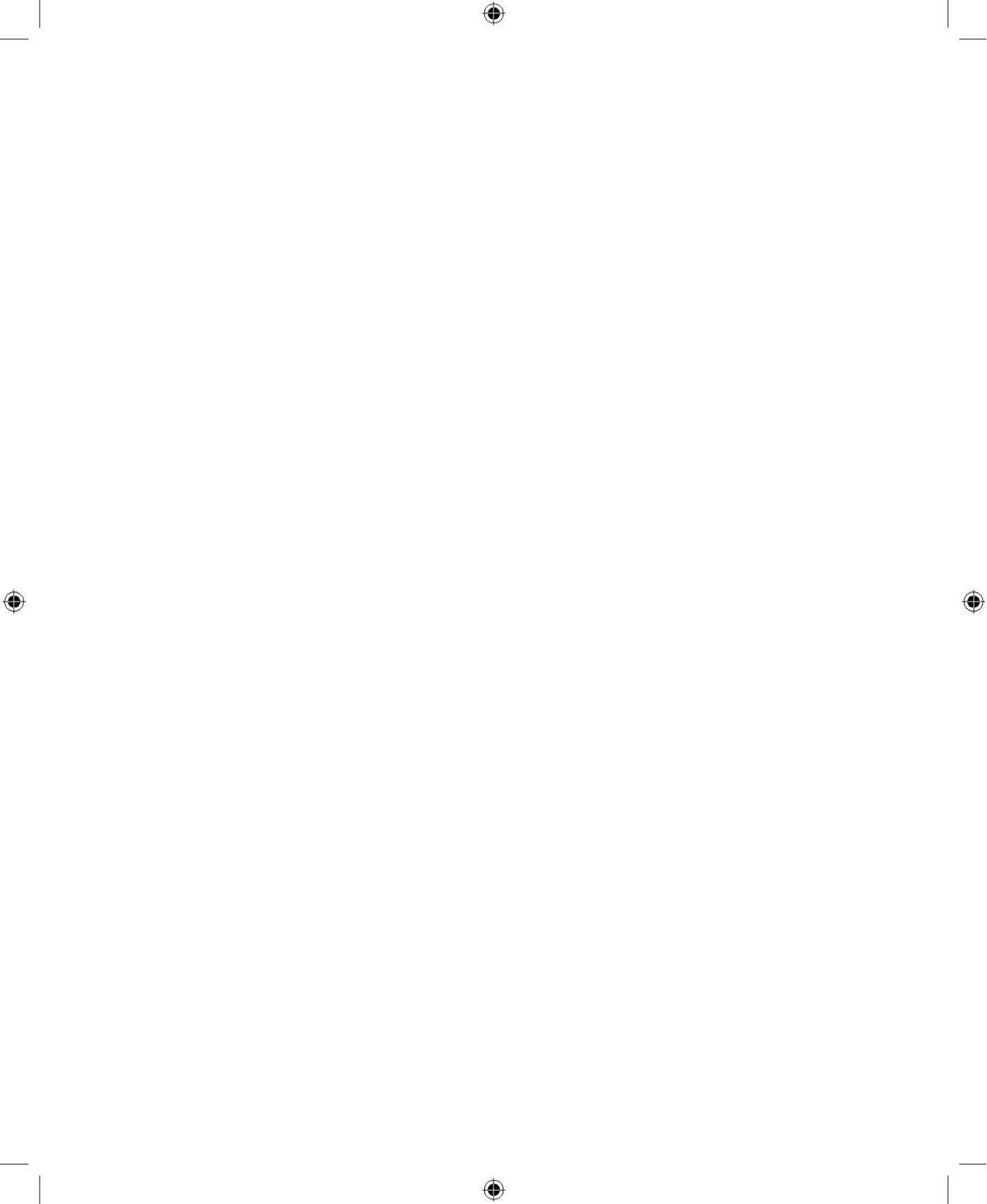
- Acerenza, Miguel (2003). *Administración del turismo*. México: Trillas.
- Ander-Egg, Ezequiel (2001). *Metodología y práctica del desarrollo de la comunidad*. Buenos Aires: Lumen.
- Ander-Egg, Ezequiel y María José Aguilar (1991). *Administración de programas de acción social*. México: Siglo XXI Editores.
- Becerra, Nelson *et al.* (1997). *Un análisis sistémico de políticas tecnológicas. Estudio de caso: El agro pampeano argentino 1943-1990*. Buenos Aires: Centro de Estudios Avanzados-Universidad de Buenos Aires.
- Bird, Richard (2003). *Chaos and Life: Complexity and Order in Evolution and Thought*. Nueva York: Columbia University Press.
- Blanke, Jennifer y Thea Chiesa (eds.) (2009). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009. Managing in a Time of Turbulence* [en línea]. Ginebra: Foro Económico Mundial. Disponible en: https://members.weforum.org/pdf/TTCR09/TTCR09_Full_Report.pdf [2009, 18 de octubre].
- Cabrero, Enrique, Isela Orihuela y Alicia Ziccardi (2007). *Competitividad de las ciudades mexicanas 2007. La nueva agenda de los municipios urbanos* [en línea]. México: Centro de Investigación y Docencia Económicas. Disponible en: http://www.cide.edu/programas/Documento_INDICE_COMPETITIVIDAD_CIUDADES_Mex_2007.pdf [2009, 18 de octubre].
- Calderón, Francisco José (2005). *El distrito turístico rural. Un modelo teórico desde la perspectiva de la oferta. Especial referencia al caso andaluz* [en línea]. Málaga: Universidad de Málaga. Disponible en: <http://www.eumed.net/tesis/2007/fjcv/indice.htm> [2009, 22 de octubre].

- Cooper, Chris *et al.* (1997). *Turismo. Principios y práctica*. México: Diana.
- Crouch, Geoffrey y Brent Ritchie (1999). "Tourism, competitiveness, and societal prosperity". *Journal of Business Research*, 44 (3), 137-152.
- Cuervo, Raimundo (1967). *El turismo como medio de comunicación humana*. México: Departamento de Turismo del Gobierno de México.
- Elliott, James (1997). *Tourism, Politics and Public Sector Management*. Nueva York: Routledge.
- Fernández, Luis (2001). *Una alternativa para enfrentar el reto de la investigación* [en línea]. Disponible en: <http://www.pue.uia.mx/UIAGC/divacad/investigacion/aa5.html> [2001, 13 de junio].
- Franklin, Adrián y Mike Crang (2001). "The trouble with tourism and travel theory?" *Tourist Studies*, 1 (1), 5-22.
- Garau, Jaume (2006). *Propuesta de dos índices para la medición de la competitividad de los destinos de sol y playa del mediterráneo: avance de resultados desde el punto de vista de la demanda* [en línea]. Islas Baleares: Universitat de les Illes Balears. Disponible en: http://www.esade.edu/cedit2006/pdfs2006/papers/propuesta_dos_indices_para_la_medicion_competitividad_turistica.pdf [2009, 26 de octubre].
- García, Rolando (1994). "Interdiscipliniedad y sistemas complejos", en Enrique Leff (comp.). *Ciencias sociales y formación ambiental*. Barcelona: Gedisa, 85-124.
- (2000). *El conocimiento en construcción*. Barcelona: Gedisa.
- Gartner, William (1996). *Tourism Development: Principles, Process and Policies*. Nueva York: John Wiley & Sons.
- Hong, Wei-Chiang (2008). *Competitiveness in the Tourism Sector*. Heidelberg: Physica-Verlag.
- Lanfant, Marie (1995). *International Tourism: Identity and Change*. Thousand Oaks: Sage.
- Leff, Enrique (comp.) (1994). *Ciencias sociales y formación ambiental*. Barcelona: Gedisa.
- Leiper, Neil (1990). *Tourism Systems: An Interdisciplinary Perspective*. Auckland: Department of Management Systems/Massey University.
- Molina, Sergio (1991). *Conceptualización del turismo*. México: Limusa.
- Morin, Edgar (2001). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Gedisa.
- Muñoz de Escalona, Francisco (2007). *El turismo explicado con claridad* [en línea]. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros/2007c/310/indice.htm>
- OIT (2001). *El desarrollo de los recursos humanos, el empleo y la mundialización en el sector de la hotelería, la restauración y el turismo* [en línea]. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo. Disponible en: <http://ilo-mirror.library.cornell.edu/public/spanish/dialogue/sector/techmeet/tmhct01/tmhctr1.htm> [2009, 2 de noviembre].

- OMT (2001). *Apuntes de metodología de la investigación en turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Porter, Michael (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Nueva York: Simon & Schuster.
- (1998). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors: With a New Introduction*. Nueva York: The Free Press.
- Pumain, Denise (ed.) (2006). *Hierarchy in Natural and Social Sciences*. Dordrecht: Springer.
- Schuster, Heinz Georg (2005). "Complex adaptive systems", en G. Radons, W. Just y P. Häussler (eds.). *Collective Dynamics of Nonlinear and Disordered Systems*. Berlín: Springer, 367-378.
- Schwab, Klaus (ed.) (2009). *The Global Competitiveness Report 2009-2010* [en línea]. Foro Económico Mundial/Global Competitiveness Network. Disponible en: <https://members.weforum.org/pdf/GCR09/GCR20092010fullreport.pdf> [2009, 16 de octubre].
- Sectur (2000). *Estudio de gran visión del turismo en México*. México: Secretaría de Turismo.
- (s/f). *Fascículos de competitividad y desarrollo de producto turístico* [en línea]. Disponible en: http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_9247_fasciculos_de_compet [2009, 26 de octubre].
- STPS (2009). *Panorama anual del Observatorio Laboral Mexicano 2007-2008* [en línea]. México: Secretaría del Trabajo y Previsión Social. Disponible en: http://www.observatoriolaboral.gob.mx/wb/ola/panorama_anual_del_observatorio_laboral_me [2009, 26 de octubre].
- Sutheeshna, Babu, Sitikanta Mishra y Bivraj Bhusan (2008). *Tourism as Discipline and Industry. Tourism Development Revisited Concepts, Issues and Paradigms*. Nueva Delhi: Response Books.
- Wüger, Michael (2005). "Does complexity matter? Methods for improving forecasting accuracy in tourism: The case of Austria". *Journal of Travel Research*, 44 (1), 100-110 [en línea]. Disponible en: <http://jtr.sagepub.com/cgi/content/abstract/44/1/100>



**PERSPECTIVAS TEÓRICAS PARA
ESTUDIAR LOS AMBIENTES
DEL TURISMO**



Paisaje y turismo en Cozumel, México

Alejandro Palafox Muñoz*
Universidad de Quintana Roo

En la época de la sustitución de importaciones hubo varias posturas sobre la intervención del Estado: los modernizadores disputaban una mínima participación; los estructuralistas pensaban que al Estado le correspondía realizar esfuerzos tendientes a establecer consensuada y planificadamente la orientación económica, y le otorgaban el rol de árbitro entre el capital y el trabajo; para los reformistas, el Estado, como director, debería hacerse cargo de la producción y distribución económicas (Monte-rrroso Salvatierra, 2010). Hoy en día, el mercado regula el accionar de la economía y, para su óptimo funcionamiento, necesita modernizarse constantemente y reproducirse mediante la explotación de la naturaleza y la cultura como mercancías. El paisaje, desde una perspectiva económica, funciona como materia prima para el desarrollo de actividades económicas, entre ellas el turismo, el cual se ha convertido en un nuevo eje de acumulación en el marco de las tendencias neoliberales.

Cozumel, isla caribeña con una amplia gama de recursos naturales y una población disminuida por las condiciones que imperan, se ha convertido en el primer destino de cruceros en México, y uno de los tres principales destinos turísticos del estado de Quintana Roo. En el presente texto se plasman las impresiones en cuanto a la

*Correo electrónico: palafox@uqroo.mx

transformación del paisaje, que en la década de los veinte era prístino y que se ha convertido en una alternativa de la oferta turística mexicana, lo que ha provocado cambios en diversos ámbitos.

El papel del paisaje en el desarrollo turístico

De acuerdo con Lefeuve (1989), el hombre ha transformado radicalmente, e incluso eliminado, los ecosistemas primitivos para fabricar ecosistemas dedicados a la producción de vegetales y animales necesarios para satisfacer las necesidades alimentarias o industriales; asimismo ha manipulado y transformado los ecosistemas en los que vive y ha conquistado nuevos espacios. Beringuier (1991) afirma que el paisaje es resultado de los procesos de conformación del territorio del hombre y de las sociedades que han organizado su espacio aun estando confrontados con su medio físico, con sus contradicciones o conflictos, en definitiva, con toda su historia.

El turismo necesita los recursos naturales y culturales para desarrollarse como actividad económica. Según Sauer (1925), el paisaje se compone de una asociación de distintas formas, tanto físicas como culturales, por lo que se encuentra con las cualidades físicas del área y las formas de uso. En un principio, el paisaje prístino no tiene un valor económico (Harris, 1973), sin embargo, debido a las constantes transformaciones que requiere el modo de producción capitalista, los recursos son determinantes para el desarrollo del turismo de manera aislada o combinada. Así, la visión del paisaje cambia al contar éste con valor económico: se vuelve atractivo para que el modo de producción por medio del turismo modifique el entorno con el fin de apropiárselo, funcionalizarlo y homogeneizarlo, para reproducir el modo de producción, con lo cual se crea un nuevo eje de acumulación.

El desarrollo turístico ha sido amplio en los países latinoamericanos por su capacidad para generar divisas y empleo; de acuerdo con cifras de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2011), las economías avanzadas recibieron, en 2010, 493 millones de turistas, y las economías emergentes, 442 millones. No obstante, el turismo muestra la capacidad del capital para expandirse, así como el subdesarrollo de las localidades y las desigualdades internas que caracterizan a un país o región, y nos recuerda la imagen imperialista esclavista por la diferencia social en términos de acumulación de la riqueza, por ende, de poder, ya que el capital se abre paso estructurando bajo su funcionamiento las nuevas formas de actividad económica

(Cordero, 2004); por ejemplo, la expansión de los grupos turísticos internacionales (GTI), entre los que destacan Marriot International, Hilton Hotels Corporation y Choice Hotel International, quienes de 1995 a 2009 han crecido 69.3, 59.1 y 48.8 %, respectivamente, en cuanto a número de hoteles (Palafox Muñoz, Zizumbo Villareal y Arriaga Álvarez, 2010), es decir, 5 300 hoteles de los 30 702 establecimientos que se concentran en sólo diez firmas transnacionales.¹

Así, el modo de producción capitalista se manifiesta en la globalización económica mediante la incesante compra y venta de mercancías cuya materia prima proviene de la explotación directa de la naturaleza. De esta manera, el turismo está estrechamente vinculado con severos impactos ambientales, como la sobreexplotación de las fuentes acuíferas, la contaminación de ríos y mares, la sobreconstrucción de infraestructura turística y la destrucción de los recursos naturales (PNUMA, 2000). El auge del capitalismo y la expansión del turismo contribuyen a la transformación del paisaje con el propósito de continuar la productividad y los servicios que ha brindado éste en su nuevo rol económico (SER, 2004), saturado de la ideología neoliberal, que plasma su política medioambiental con base en parámetros de sustentabilidad congruentes con la reproducción del capital. Tal oposición entre economía y naturaleza se hace evidente al convertirse en una contradicción política y social.

Sin embargo, la economía mundial cuyas características son la concentración de capitales, la generación de tecnología en los países desarrollados y el comercio de bienes y servicios se encuentra desnivelada. Por ello, las organizaciones transnacionales difunden mundialmente patrones culturales o el movimiento global de mercancías a la par del flujo informativo (Aguirre Rojas, 2005: 37) para sostener el modo de producción; también reproducen patrones culturales (consumo) mediante los procesos de apropiación, homogeneización y funcionalización del paisaje para el desarrollo de la actividad turística.

El modo de producción capitalista está basado en la lógica de la acumulación y reproducción del capital mediante la alienación del funcionamiento del Estado, lo cual ha creado una creciente interdependencia y marcadas desigualdades (Guimarães, 2003 y 2010), ya que, desde la perspectiva neoliberal, en la medida en que un grupo o clase

¹ Accord International Hotels, Best Western International, Carlson Hospitality Worldwide, Choice Hotels International, Hilton Hotels Corporation, Hyatt Hotels Corporation, Intercontinental Hotels Group, Marriot International, Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Wyndham Worldwide Corporation.

social obtiene niveles más altos de producción y una mejor calidad de vida, su país y su sociedad avanzan (Monterroso Salvatierra, 2010). Este argumento coincide con los planteamientos de Adam Smith (2005), para quien la economía de mercado permite mejorar las condiciones de vida de la sociedad en su conjunto; de ahí la insistencia por reproducir el modo de producción a través de la modernización de la economía y la creación de nuevos ejes de acumulación, entre ellos el turismo.

Al alienarse el Estado, se promueve la expansión del modo de producción y el desarrollo del turismo internacional como factor dominante del crecimiento económico y de su encadenamiento, por medio de la política nacional y local, a pesar de las repercusiones sociales, económicas y ambientales. En este sentido, el paisaje se convierte en el elemento primordial del proceso de apropiación y funcionalización. En México, la reforma al artículo 27 constitucional fue decisiva en el proceso de privatización del espacio costero para desarrollar los centros integralmente planeados y los megaproyectos turísticos, concebidos para la captación de turistas internacionales, que en 2010 fueron cerca de 21 441.5 millones de dólares (Sectur, 2011).

La modificación del paisaje para el desarrollo turístico y la expansión del modo de producción se legitiman por la “creciente productividad y creciente dominación de la naturaleza que también proporciona a los individuos una vida más confortable” (Habermas, 1986: 56). Para lograr lo anterior, se necesita reforzar la ideología por medio de lo simbólico, ya que, de acuerdo con Bourdieu (1991), ello determina el estilo de vida, proporciona reconocimiento social y distinción entre los individuos para la formación de una racionalidad económica que oriente las políticas, norme los procesos de producción y consumo, y legitime las acciones y comportamientos de diferentes actores y grupos sociales para alcanzar el crecimiento económico, dado el carácter de exportación que adquiere el turismo. De esta manera, el uso del paisaje se relaciona con la racionalidad capitalista, “razón como desarrollo desenfrenado de la productividad, conquista de la naturaleza y ampliación de la masa de bienes” (Marcuse, 1972: 207, cit. en Leff, 2004: 213).

Por tanto, el modo de producción se constituye de las relaciones de producción ligadas a las fuerzas productivas, basadas en un determinado tipo de propiedad de los medios de producción, que, en el caso del capitalismo, está sustentado en la elaboración e intercambio de mercancías para la reproducción del capital, que está en manos de una minoría de la sociedad; el resto de la población no posee sus propios medios de producción, trabaja como asalariado y utiliza los de los capitalistas. La

producción se realiza en grandes cantidades, por lo que también requiere un vasto número de asalariados, lo cual conduce a una acentuada división del trabajo y, por ende, de la operación. Para lograr el objetivo del modo de producción es necesario contar con una economía política nacional y local que tienda hacia la reproducción del capital y facilite las relaciones sociales entre los grupos e individuos, con miras a la expansión del capitalismo.

La transformación del paisaje en Cozumel por el desarrollo turístico

La isla de Cozumel se encuentra a 18 kilómetros de la costa oriental de la Península de Yucatán; sus dimensiones son “45 kilómetros de largo por 17 kilómetros de ancho, con una superficie de 864 km²” (Gómez, 1988, cit. en Sánchez Crispín y Propín Frejomil, 2003: 172-173). Cozumel forma parte de la unidad geomorfológica de las planicies del Caribe; en la ínsula predominan las estructuras bajas compuestas de suelo calizo y pedregoso (Xacur Maiza, 1998), características que limitan la actividad agrícola. “El sustrato geológico calizo impide los escurrimientos superficiales, por tal motivo el abasto se realiza a través de un acuífero localizado en la porción central de la isla. Éste descansa sobre agua salada y debido a la disolución de las rocas calizas, sus aguas son relativamente duras” (Martínez, 2007: 44).

La actividad turística en Cozumel tiene sus primeros indicios en la década de los veinte, sin embargo, la economía de la localidad se fundamentaba en el sector primario, principalmente en la exportación del chicle y la copra, así como pequeñas extensiones de tierra localizadas en El Cedral (de las familias Cárdenas, Marrufó y Villanueva) y en la avenida Transversal, y hortalizas ubicadas en las casas de los habitantes del pueblo, donde se cultivaba toronja, guayaba, tamarindo, ciruela, naranja agria, cebolla, jitomate, jícama, papaya, hierbabuena, chinalima, plátano, guaya, melón, sandía, chile habanero, tomate, guanabana, aguacate, mango, coco, cebollina, piña, calabaza, zapote, nance, yuca, granada, frijol, rábano, lechuga y limón; también se criaban algunos animales de granja para autoconsumo, como cerdo, pato, gallina, vaca y caballo; varias familias se dedicaban a la caza de jabalí, pizote, armadillo, gallinola, faisán, pavo, paloma de monte, y a la pesca de tortuga, chakchi, lisa, mero abadejo, dorado, picuda, cazón, pargo, erizo, caracol y langosta.

En aquella época la propiedad de las tierras de Cozumel era ejidal, la zona urbano-rural estaba en San Miguel de Cozumel, en cuyo paisaje predominaban extensiones de playa con cocales y uvas de mar, así como calles con brechas de arena y saskab, y una minería de la población habitaba en El Cedral, al cual se llegaba en barco hasta la playa del mismo nombre para continuar en un trayecto a caballo. Los medios de producción estaban distribuidos entre los habitantes de la isla (pescadores, agricultores, cazadores), por lo que lo cosechado, cazado y criado era para autoconsumo, reparto comunitario y, en ocasiones, venta e intercambio como relaciones de producción.

Cuando tenía hambre mi mamá me decía... “anda con tu cordelito y tráete un pescado”.²

El intercambio que se daba era por relación, mi papá cazaba y decía: “la pierna es para fulanito”, y su amigo le mandaba tiempo después una caguama. Ese intercambio era comunitario, y lo que quedaba lo vendía.³

Lo que cosechaba mi mamá era para autoconsumo, lo vendía e intercambiaba por pavo o carne.⁴

También había propietarios de tierra que la daban a trabajar y le proporcionaban al campesino una parte de lo cosechado, el resto del producto era para el sustento familiar, y el excedente se vendía, lo que significaba finalmente relaciones de producción de tipo feudal. La jornada laboral era de sol a sol y de lunes a sábado; el campesino vivía en la tierra que trabajaba y, debido a la lejanía de ésta, no podía trasladarse diariamente, por ello el propietario del ejido lo llevaba los lunes y lo recogía los sábados; dentro de sus técnicas de cultivo se encontraba el injerto, la quema y el regado con veleta.

Mi abuelo se dedicaba a la agricultura y ganadería, pero las tierras no eran de su propiedad, las tierras eran de ejidatarios y lo siguen siendo hasta ahora; mi abuelo andaba de rancho en rancho y él nunca llegó a tener su propia tierra. Mi papá obtuvo sus tierras por medio del reparto ejidal del gobierno; las últimas tierras que trabajó mi abuelo fueron las de mi papá y ahora las tiene prestadas mi prima.⁵

² Entrevista de A. Palafox Muñoz a E. Alonso, 9 de septiembre de 2009.

³ Entrevista de A. Palafox Muñoz a N. Chan, 5 de septiembre de 2009.

⁴ Entrevista de A. Palafox Muñoz a O. May, 24 de septiembre de 2009.

⁵ Entrevista de A. Palafox Muñoz a X. Martínez Zapata, 2009.

Con el paso de los años la actividad comercial se intensificó y algunos productos comenzaron a importarse desde Puerto Morelos. El muelle fiscal se convirtió en puerto de entrada de las pequeñas embarcaciones de madera, como Cozumeleño 1 y 2, Nicté-Ha e Itzam, propiedad de la familia Alonso, las cuales prestaban el servicio de transportación de mercancías y pasajeros con una travesía de cuatro a seis horas, dependiendo del clima que predominara en el día.

Así, comenzó la importación y venta de productos como la leche Lita, el queso Edam de bola, el chocolate Milo, la mantequilla holandesa, perfumes y cosméticos, cacahuates, juguetes, dulces, bicicletas, motocicletas, telas, palomitas con miel, camisas, aparatos eléctricos, lencería, cristalería, entre otros artículos provenientes de Panamá, Belice y Chetumal; la principal tienda comercial de la época era Comercial Joaquín, ubicada en el malecón costero.

Don Nassim vendía en las calles todo los productos que venían de afuera, de ahí nacen las tienditas de importación.⁶

Inclusive encontrabas cosas que no existían en la capital.⁷

Con una actividad económica sólida por la extracción y exportación del chicle, se edificaron los primeros hoteles de la isla: Gran Hotel Louvre (1924) y Hotel Yuri (1932); sin embargo, en la década de los cuarenta comenzó la crisis de la resina, la cual trajo consigo un alto desempleo, lo que desencadenó el reparto del ejido en 1945, ya que el sector agrícola se visualizaba como la única alternativa para el crecimiento económico de Cozumel. No obstante, hacia finales de los cincuenta, la actividad turística empezó a vislumbrarse como solución para los problemas económicos de la población, mediante la práctica del buceo deportivo y el turismo de playa; ante tal panorama se inició el establecimiento de una infraestructura propia para el turismo, es decir, hoteles sobre el malecón costero localizados entre las calles 4 y 8 Norte (hoteles Maya Luum, Caribe Isleño y Playa), así como casas de buceo (El Clavado y Aguasafari), las cuales atendían principalmente a visitantes estadounidenses que trasladaban al arrecife Palancar.

Con el incremento de visitantes, algunas familias vieron la oportunidad de vender recuerdos hechos en la isla, que en aquella época fueron artesanías locales como

⁶ Entrevista de A. Palafox Muñoz a N. Chan, 5 de septiembre de 2009.

⁷ Entrevista de A. Palafox Muñoz a O. May, 24 de septiembre de 2009.

conchas, caracoles, corales, coral negro, estrellas de mar, caballitos de mar, esqueletos de erizo, lámparas de erizo, lámparas de coco pintadas de piratas, entre otras.⁸

Con un modo de producción económico basado en la actividad turística sustentada en los recursos naturales y en algunas expresiones culturales propias del territorio, comenzó el proceso de apropiación del espacio con el objetivo de hacer crecer la actividad económica, por lo cual la sociedad se involucró en ella a través de la oferta complementaria (hoteles, restaurantes, tiendas de artesanías, etc.), y con ello el modo de producción hizo uso del paisaje para contribuir a la consolidación de la economía y, por otro lado, penetrar el modo de producción cultural.

Los límites de la zona urbana de la época eran: al Norte, la zona militar (avenida Aeropuerto); al Sur, el edificio de correos (calle 7 Sur), y al Este, la 30 Avenida. La actividad económica y social se desarrollaba en la zona de apropiación turística (ZAT) Centro (cf. Palafox Muñoz y Zizumbo Villarreal, 2009), con mayor intensidad en el malecón costero, donde se localizaban las tiendas de importación como Pama y Orbit. En la ZAT Centro se encontraba el edificio del municipio, la comandancia de policía, la escuela primaria Benito Juárez y el parque del mismo nombre; una calle hacia el Este se ubicaba la iglesia de San Miguel, y la escuela secundaria estaba atrás de una cancha de basquetbol, a un costado del edificio de correos, junto a un terreno de árboles de uvas de mar con una brecha de arena que llevaba al faro de Punta Langosta.

Entre las características del paisaje de la isla resaltaba el tono blancuzco de las playas, en las que se veía jugar a los niños en los diversos muelles del malecón, como el Isleño (calle 10 Norte), Aguasafari (calle 5 Sur) y otro localizado frente a Viva México (calle 3 Sur). El muelle fiscal —aún de madera— comenzaba a tener modificaciones importantes al ser edificado en concreto para recibir embarcaciones de mayor envergadura. En las orillas de la playa y por la transparencia del agua se podía observar con facilidad fauna animal que en algunos casos servía para el consumo, como peces, langostas, erizos y caracoles. Con el interés de la población por insertarse en el desarrollo turístico de la localidad, algunas familias que habitaban sobre el malecón se desplazaron hacia el oriente de la ciudad, con el fin de lotificar los predios y crear empresas vinculadas con los turistas que arribaban a la ciudad.

⁸ Entrevista de A. Palafox Muñoz a O. May, 24 de septiembre de 2009, y a M. D. Pérez, 26 de septiembre de 2009.

El malecón era la zona comercial por excelencia, había diversidad de tiendas, y me encantaba ver los aparatos eléctricos, camisas, juguetes, había mucha fayuca en las tiendas Duty Free.⁹

Con una comunidad rural en crecimiento comenzó el arribo de migrantes de diversas regiones del territorio nacional, y algunos provenientes de Centroamérica, en su mayoría procedentes del sureste y centro-sur de México, de los estados de Yucatán, Campeche, Tabasco, Distrito Federal, Estado de México y Morelos; la población, en busca de mejorar sus condiciones de vida, se insertaba en las actividades vinculadas al turismo, ya que los medios y las relaciones de producción estaban en plena transformación.

Mi papá nació en Belice y después se fue a Playa del Carmen, donde pescaba en la playa de Xcaret, llegó a la isla en 1960 y entró a trabajar en la copra de coco y después se dedicó a bucear, y sacaba coral negro que estaba muy cerquita, como a 5-10 metros de profundidad, el cual después vendía a los americanos como recuerdo de Cozumel.¹⁰

Con el aumento de la población, la zona urbana se extendió y aparecieron nuevas empresas de apoyo al turismo, en respuesta al incremento de visitantes principalmente de la zona norte de Estados Unidos, quienes se trasladaban para disfrutar los atractivos naturales y culturales de la isla. El malecón costero se amplió para la protección de la zona urbana y el embellecimiento de la zona comercial-turística; el primer cuadro de la ciudad se convirtió en la ZAT Centro, mediante el establecimiento de algunos hoteles de categoría menor, como el Hotel Turquesa, el Hotel Pepita y el Hotel Pirata; sobre la costa se encontraba el restaurante El Portal (Arturo Becerra), el Cine Joaquín (Nassim Joaquín), Palmeras (Noemí Ruiz de Becerra); a un costado estaba Pepe's Grill (José Becerra); un par de cuadras al Sur, el Suites Bahía (José Becerra), el Hotel Colonial (José Becerra) y el restaurante Morgan's; frente al faro de Punta Langosta se abrió el restaurante-bar Hipopótamo y en la calle 30 se instauró la Peña Bohemia –considerado el centro de reunión más importante de la época–; asimismo las empresas de servicio al turismo se expandieron hacia la ZAT Norte, como el Hotel Cozumeleño (Nassim Joaquín), Hotel Playa Azul (Aurelio Joaquín) y el Hotel Meliá Cozumel, antes Mayan Plaza (familia González).

⁹ Entrevista de A. Palafox Muñoz a J. Calzada, 11 de septiembre de 2009.

¹⁰ Entrevista de A. Palafox Muñoz a O. May, 24 de septiembre de 2009.

La llegada de nuevos habitantes y el establecimiento de empresas para el turismo han contribuido al cambio del modo de producción cultural, el cual reconoce y acepta el turismo como base económica para la reproducción del capitalismo; por ello, la población cambió su idiosincrasia, sus valores y sus relaciones sociales y de producción. No obstante, ha salvaguardado algunas de sus tradiciones, como la fiesta de El Cedral, San Miguel Arcángel, San Pedro y San Pablo, y el carnaval donde antes predominaban los paseos de La Guaranducha, así como las comparsas de las familias Canto, Alonso y Cárdenas, y las reinas del kínder, primaria y secundaria, sin olvidar la guerra de huevo, sargazo y arena; toda la manifestación cultural ocurría frente al restaurante Palmeras.

La cultura del pueblo ha cambiado a un modo de vida citadino, afectando la forma en que piensas y vives, he cambiado mi vocabulario regional para entenderme con la gente, mi dieta también se ha visto modificada por la comida rápida.¹¹

El modo de producción necesita cambio y movimiento constante, y la isla estaba centrada en el turista estadounidense, interesado en bucear en los arrecifes, sin embargo, el turismo de cruceros emerge como alternativa para crear sinergias en la reproducción del capital y promover su cotinuidad. De esta manera, con el inicio del turismo de cruceros en la década de los ochenta, se comenzó a perder espacios naturales de uso común entre la población, que fueron apropiados por la Fundación de Parques y Museos de Cozumel (FPMC), la cual concentra la Laguna de Chankanaab, la Reserva Ecológica de Punta Sur, el Museo de la Isla de Cozumel y las ruinas de San Gervasio; todos ellos ahora tienen un costo para el acceso. Lo anterior fue motivado por la creciente demanda del turismo internacional y la escasa oferta de atractivos que provocaron una captación de divisas menor a la que se pretendía con la privatización de los recursos naturales. Como ejemplo destaca Chankanaab, un parque con delfinario, restaurante, casas de buceo, tienda de regalos y recuerdos, y servicio de fotografía; la entrada tiene un costo de 19 dólares por adulto y 10 por niño; también existen paquetes de buceo, *snuba diving*, esnórquel, bodas y nado con delfines (150 dólares), leones marinos y manatíes, todo ello con un costo extra. Aunado a la privatización del recurso natural, éste se modificó para proporcionar al turista un aspecto agradable y servicios adecuados durante su estancia, por lo que

¹¹ Entrevista de A. Palafox Muñoz a M. N. Aké, 22 de septiembre de 2009.

se cerró el acceso de la laguna a la playa con la intención de crear una playa artificial para instalar palapas en el área del asoleadero. Esto ilustra cómo el turismo se vuelve eje de acumulación y transformación del paisaje, y logra así la permanencia de un modo de producción tendiente a la reproducción del capital.

antes pasaba por Chankanaab con mi moto, se veía el mar y la laguna, me bajaba y me tiraba un clavado en la laguna, nadaba un poco y continuaba mi camino, ahora tengo que pagar para entrar y ya no puedo nadar dentro de la laguna, creo que lo más triste es la privatización de los recursos naturales.¹²

Antes había un delfinario en Chankanaab, ahora Chankanaab es parte de Discovery Dolphins.¹³

En esta década la población ha ido en aumento; se creó la colonia Emiliano Zapata, mejor conocida como la colonia Proletaria, y se comenzó a seccionar las colonias mediante una contrastada separación de clases principalmente por cuestiones territoriales, ya que, como menciona Alonzo, “éramos nosotros y los que acababan de llegar. Con ello se empezaron a marcar las clases sociales, si no eres de Cozumel, no eres del grupo, en ese grupo todos se conocían, se protegían y te cuidaban”;¹⁴ después de esa ruptura iniciaron los grupos sociales dentro del mismo círculo y, tratando de proteger la identidad, empezaron los lazos familiares entre los grupos de poder, evitando mezclarse con el proletariado.

Antes todo el mundo te conocía, no podías hacer una travesura porque iban y le decían a tu papá o mamá. La gran mayoría conocía a los hijos, no había distinción de clases, los Joaquín se podían llevar con los Pech y con los Alonso porque todos íbamos a la Benito Juárez a la primaria. Ahora las clases sociales son muy marcadas, ahora sí se nota. Lo anterior ocasiona la estigmatización de los niveles y estatus sociales.¹⁵

Antes jugaba en el parque con los Xacur, los Anduze, los Alcérreca, los González y los Villanueva.¹⁶

¹² Entrevista de A. Palafox Muñoz a L. Alonzo, 18 de septiembre de 2009.

¹³ Entrevista de A. Palafox Muñoz a H. Zacarías, 10 de septiembre de 2009.

¹⁴ Entrevista de A. Palafox Muñoz a L. Alonzo, 18 de septiembre de 2009.

¹⁵ Entrevista de A. Palafox Muñoz a E. Alonso, 9 de septiembre de 2009.

¹⁶ Entrevista de A. Palafox Muñoz a M. Á. Rodríguez Aragón, septiembre de 2009.

Uno de los principales beneficios del turismo es la captación de ingresos económicos por divisas, que ha modificado el pensamiento de los habitantes de la isla; aquellos que han contado con empresas dedicadas al servicio turístico han motivado la creación de grupos de poder que influyen directamente en la separación de clases sociales, para aumentar la captación de la riqueza y que ésta permanezca dentro de los mismos grupos, lo que hace funcionar el modo de producción mediante el ejercicio del turismo como eje de acumulación, apropiación y homogeneización del paisaje. Así, la economía motiva el modo de producción social permeando el modo de producción cultural, con el fin de promover y alcanzar el objetivo planteado desde el inicio: la permanencia y reproducción del capital.

Tal conformación de grupos se ha consolidado con el paso de los años, y el tamaño de las empresas ha aumentado también, ya que antes “los hoteles eran más pequeños y los mismos dueños hacían de todo, no tenían las grandes infraestructuras de ahora, pero crecieron con la actividad turística”.¹⁷ Por ejemplo, los grupos turísticos locales que destacan son el grupo Joaquín, que tiene perfumerías, hoteles, gasolineras, joyerías, además de la renta de locales; el grupo Becerra, con restaurantes, hoteles, tiendas de ropa y artesanías, joyerías; y el grupo Molina, con el monopolio en los barcos de carga y pasajeros, el muelle de cruceros, arrendadoras, turoperadoras y club de playa.

Las empresas continúan creciendo en tamaño y personal con separación de funciones para la operación e ingresos económicos, y los grupos turísticos de Cozumel siguen afianzándose mediante la réplica del modelo de expansión de los grupos turísticos internacionales, por lo que los empresarios locales han ido amalgamando empresas de diversa índole, como hoteles, restaurantes, transportadoras, tiendas de artesanías, entre otras, y monopolizando algunos sectores, como el transporte marítimo de mercancías y la venta de combustible.

Al comenzar la década de los noventa, la actividad turística había consolidado un turismo basado en actividades acuáticas, y llevaba una década en la recepción de cruceros, sin embargo, el modo de producción necesitaba transformarse continuamente para evitar su estancamiento y sostener su permanencia. Así pues, se intensificó el arribo de navíos a la isla, por lo que se promovió la construcción de infraestructura –Puerta Maya y Punta Langosta– para la recepción de cruceros de

¹⁷ Entrevista de A. Palafox Muñoz a E. Alonso, 9 de septiembre de 2009.

mayor envergadura, ya que en la década anterior se tuvo un promedio anual de 368 cruceros, y en la actualidad se reciben más de dos millones de pasajeros al año, lo cual repercute en la modificación de la actividad comercial de la ZAT Centro, debido a que antes predominaban las tiendas de importación y de artesanías, pero el aumento de las joyerías era evidente.

Por la situación económica que tenía el país en 1994, las familias Vivas y Novelo, entre otros empresarios locales, deciden cerrar sus comercios de artesanías y rentar sus establecimientos a compañías transnacionales dedicadas a las joyerías Diamond Port y Diamond International.¹⁸

Este cambio de actividad comercial sobre la costa ha homogeneizado el paisaje al encontrarse joyerías de diversas empresas extranjeras (Goldmark, Diamond, Couch of Gold, Cartier, entre otras), así como algunas nacionales (Rachat and Romero y Silver Emporium), las cuales van empleando modelos, imágenes, decoración y mano de obra extranjeros. No obstante la crisis económica que sufría el país en 1994, algunos empresarios locales consolidaron y expandieron sus empresas, como el caso de la familia Becerra, con Silver Emporium, y el señor Francisco Morales, con su cadena de tiendas Los Cinco Soles, con establecimientos en los aeropuertos de Cozumel, Cancún, Mérida y algunas terminales aéreas de Estados Unidos.

Por otro lado, esta década es trascendental para la transformación de la vida económico-social de la ínsula, puesto que aparecen las primeras franquicias en la localidad, tales como Subway (familia González) y Kentucky Fried Chicken (familia Becerra), ya que el arribo de las empresas transnacionales necesita el apoyo gubernamental; en particular con los alcaldes Germán García y Víctor Vivas “se consolida la apertura comercial para la llegada de empresas extranjeras dedicadas a la prestación del servicio de tours de buceo, entre ellas Sand Dollar, Aquaworld, Atlantis Submarines, entre otras”.¹⁹ También empiezan a instalarse hoteles de gran tamaño y de cadenas internacionales como Fiesta Americana, Occidental, Iberostar y Wyndham (antes Reef Club).

Paraíso, Palancar y Dzul-ha estaban saturados, se sobreexplotaba el arrecife, había aproximadamente 2 000 buzos mensuales, lo que originó el deprecio del buceo en la

¹⁸ Entrevista de A. Palafox Muñoz a H. Zacarías, 10 de septiembre de 2009.

¹⁹ Entrevista de A. Palafox Muñoz a H. Zacarías, 10 de septiembre de 2009.

isla, llegaron a estar los precios a cinco dólares el buceo. Antes Cozumel era un destino élite, ahora es un destino más.²⁰

Al mismo tiempo de apropiarse del paisaje, homogeneizarlo y funcionalizarlo para el desarrollo de la actividad, la expansión del turismo ha ido restringiendo el uso de los recursos naturales a los habitantes de Cozumel, lo cual ha sido paulatino y evidente desde sus inicios con la privatización de Chankanaab y Punta Sur, así como con el cierre de las playas de la ZAT Sur para las nuevas empresas hoteleras transnacionales que se establecieron en la isla; como resultado, la población no tiene la posibilidad de utilizar los recursos naturales a bajo costo, y aunque está consciente de la pérdida de espacios recreativos, en un principio su posición fue de total apoyo al desarrollo turístico, debido al crecimiento económico que experimenta la comunidad.

Vimos Cancún y la Riviera y lo copiamos, hoteles grandes, discos, bares, fiesta... nos preocupamos por el turista, qué va a hacer, qué va a comer, qué va a tomar, por dónde va a pasar, etc., y se nos olvidó que cuando hago un muelle, lastimo; hago banquetas en zonas de arena, quito el manglar, la isla está siendo lastimada por dar comodidad y glamour, no importando lo que pase.²¹

A pesar de la inexistencia de una política turística local, se ha priorizado el aumento del arribo de turistas internacionales, con el propósito de obtener mayores ingresos por divisas,²² y con un mínimo interés por el segmento nacional, sobre todo el incremento de empleos, los cuales van pauperizándose con el paso del tiempo. Cozumel opta por el turismo de cruceros, ya que “todas las balas están dirigidas a una misma presa”,²³ aunque la experiencia ha demostrado que ser una localidad monoprodutora repercute en la sociedad, por ejemplo lo sucedido por las secuelas del huracán Wilma en 2005 y el brote de influenza AH1N1 en mayo de 2009.

La influenza fue mortal para el turismo, todo se cerró, no había nadie, fue peor que con Wilma y Gilberto, todo por depender del crucero.²⁴

²⁰ Entrevista de A. Palafox Muñoz a O. May, 24 de septiembre de 2009.

²¹ Entrevista de A. Palafox Muñoz a E. Alonso, 9 de septiembre de 2009.

²² El 18 de febrero de 2010, el diputado federal Carlos Manuel Joaquín González (presidente de la Comisión de Turismo de la LXVI Legislatura) fue cuestionado por estudiantes de la Universidad de Quintana Roo-Campus Cozumel sobre la falta de estrategias para la captación de turismo nacional, a lo que respondió: “Qué preferies... dólares o pesos”.

²³ Entrevista de A. Palafox Muñoz a E. Alonso, 9 de septiembre de 2009.

²⁴ Entrevista de A. Palafox Muñoz a L. Alonzo, 18 de septiembre de 2009.

Es probable que uno de los cambios más radicales de la isla haya ocurrido en las relaciones sociales entre los mismos individuos, motivado por el aumento de población migrante en la localidad, lo que ha modificado sus formas de pensar, actuar y vivir, debido a la recepción de otro tipo de ideas y pensamientos, pues más de la mitad de los habitantes de Cozumel son inmigrantes y población flotante.

Los guerrerenses brincan en las temporadas, Semana Santa en Acapulco, verano en Cozumel, septiembre y octubre en Zihuatanejo, además de toda la gente que llega a emplearse en la construcción, que en su mayoría son gente de Tabasco y Chiapas.²⁵

La modernización de la isla ha llevado a que la cultura del pueblo cambie a un modo de vida ciudadano: se ha perdido la cacería y el trabajo agrícola, ahora la población está involucrada de manera directa con la actividad turística, y se han modificado las relaciones entre los habitantes, que prefieren tener vínculos con el turista.

Anteriormente los patriarcas no dejaron que Cozumel creciera como Cancún o Playa del Carmen, la isla estaba protegida, ahora ha crecido lentamente y hay más dinero. Ojalá vuelvan a atrancar la puerta a las empresas extranjeras para evitar un crecimiento desmedido como el de esas ciudades.²⁶

Asimismo se han perdido algunos valores de la comunidad y se ha ampliado la brecha entre las clases sociales.²⁷

El paisaje de Cozumel, desde la perspectiva de Sauer (1925), integra características propias del ambiente natural y de los aspectos culturales. Ambos han sido modificados por el impulso de la actividad turística económica y su posterior constitución como eje de acumulación, con la intención de que permanezca el modo de producción capitalista, que puede ser diferenciado en tres esferas: económica, social y cultural. La primera impulsa el desarrollo del turismo, promueve el interés sobre la generación de divisas y empleo, fortalecido por una política turística nacional con impacto en las estrategias locales mediante el dominio de los espacios naturales para provocar el desarrollo del nuevo eje de acumulación, por lo que el proceso de apropiación, homogeneización y funcionalización del paisaje queda evidenciado

²⁵ Entrevista de A. Palafox Muñoz a H. Zacarías, 10 de septiembre de 2009.

²⁶ Entrevista de A. Palafox Muñoz a N. Chan, 5 de septiembre de 2009, y a J. del Real, 6 de septiembre de 2009.

²⁷ Entrevista de A. Palafox Muñoz a M. Á. Rodríguez Aragón, septiembre de 2009.

en el destino turístico. Por otro lado, el cambio ideológico respecto al turismo ha repercutido en diferentes aspectos: cambio de costumbres, adjudicación de nuevos estilos de vida e intereses particulares, lo que lleva al modo de producción cultural a la asimilación, aceptación y, por ende, defensa del modo de producción, aunque sus secuelas sean en detrimento de las comunidades donde el turismo se constituye como soporte económico.

Conclusiones

Al basarse el turismo en los recursos naturales y culturales, requiere transformar el paisaje para establecer un proceso de apropiación, homogeneización y funcionalización del entorno, con el fin de reproducir el capital por medio de la actividad turística. Para ello, las organizaciones internacionales promueven su desarrollo en los países capitalistas emergentes con el propósito de aprovechar las marcadas desigualdades y provocar la dependencia económica de los Estados subdesarrollados.

El materialismo cultural permite analizar el papel que desempeña el turismo en la modificación del paisaje y su funcionamiento como nuevo eje de acumulación, mediante el análisis de las categorías propias del materialismo.

El modelo económico que fomenta el turismo repercute en las esferas ambiental, social y económica, y se convierte en un modelo cultural capaz de crear valores, procesos, ideologías y prácticas para su reproducción, logrando que una comunidad rural se convierta en monoprodutora y, por lo tanto, sea dependiente de un mercado emisor.

Cozumel es buen ejemplo de que este modo de producción cultural sirve como eslabón para consolidar los modos de producción social y económica en busca de fortalecer el capital.

En la isla, los medios de producción se encuentran en manos de pocas familias, característica propia del capitalismo, que permite la monopolización de la economía, así como la diversificación de la producción. En este sentido, las relaciones de producción han cambiado, y se ha logrado la separación de clases y la diversificación de los grupos turísticos de Cozumel.

Aun cuando la entidad tiene más de 40 años de actividad turística, las autoridades locales no han visto la necesidad de crear políticas turísticas que promuevan la distribución de los medios de producción. Por el contrario, replican las pautas

dictaminadas por las instancias federales con el fomento del turismo masificado establecido en espacios naturales.

Es pertinente la investigación turística mediante el materialismo cultural, aportando nuevas brechas de estudio; sin embargo, es menester el uso de metodologías que fortalezcan la visión y contribuyan a la construcción de conocimiento en el método crítico.

Fuentes consultadas

- Aguirre Rojas, C. A. (2005). "Prefacio. Immanuel Wallerstein y la perspectiva del análisis de los sistemas-mundo", en I. Wallerstein. *La crisis estructural del capitalismo*. México: Contrahistorias, 5-56.
- Beringuier, C. (1991). "Manières pasagères. Un méthode d'étude". *Geodoc*, 35, 3-58.
- Bourdieu, P. (1991). *La distinción*. Madrid: Taurus.
- Cordero, A. (2004). *Nuevos ejes de acumulación y naturaleza: el caso del turismo*. San José: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Gómez, L. (1998). *La isla de Cozumel*. Cozumel: Kukulcán.
- Guimarães, R. P. (2003). *Tierra de sombras: desafíos de la sustentabilidad y el desarrollo territorial y local ante la globalización corporativa*. Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- (2010). "La insustentable domesticación del desarrollo sustentable", en N. Monterroso Salvatierra y L. Zizumbo Villarreal. *Contra la domesticación del turismo: los laberintos del turismo rural*. Toluca: Miguel Ángel Porrúa/Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), 7-23.
- Habermas, J. (1986). *Ciencia y técnica como ideología*. Madrid: Tecnos.
- Harris, M. (1973). *Raza y trabajo en América Latina*. Buenos Aires: Ediciones Siglo Veinte.
- Lanfant, M. F. (1980). "Introducción: El turismo en el proceso de internacionalización". *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, XXXII (1), 14-45.
- Lefeuve, J. C. (1989). "L'ecologie ne peut plus être une réflexion sur la nature", en N. Mathieu y M. Jollivet. *Du rural a l'environnement: La question de la nature aujourd'hui*. París: L'Harmattan, 23-30.
- Leff, E. (2004). *Racionalidad ambiental*. México: Siglo XXI Editores.
- Marcuse, H. (1972). *Industrialization and Capitalism in the Work of Max Weber*. Londres: Penguin.
- Martínez, C. (2007). *Tipología de los sitios con uso turístico y recreativo en la isla de Cozumel*. Tesis de maestría. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

- Monterroso Salvatierra, N. (2010). "La nueva ruralidad: un paradigma para la domesticación del turismo rural en América Latina", en N. Monterroso Salvatierra y L. Zizumbo Villarreal. *Contra la domesticación del turismo: los laberintos del turismo rural*. Toluca: Miguel Ángel Porrúa/UAEM, 75-106.
- OMT (2011). *Barómetro Turístico 2011*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Palafox Muñoz, A. y L. Zizumbo Villarreal (2009). "Distribución territorial y turismo en Cozumel, estado de Quintana Roo, México". *Gestión Turística*, 11, 69-88.
- Palafox Muñoz, A., L. Zizumbo Villarreal y E. Arriaga Álvarez (2010). "El turismo como eje de acumulación: el caso del sector hotelero de México". *Multiciencias*, 10 (2), 193-202.
- PNUMA (2000). *GEO-América Latina y el Caribe: Perspectivas del medio ambiente*. San José: Observatorio del Desarrollo-Universidad de Costa Rica/Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.
- Sánchez Crispín, A. y E. Propín Frejomil (2003). "Dependencias regionales del turismo en la isla de Cozumel". *Cuadernos de Turismo*, 11, 169-180.
- Sauer, C. (1925). "The morphology of landscape". *Publications in Geography*, III (2), 19-54.
- Sectur (2011). *Resultados de la actividad turística 2010*. México: Secretaría de Turismo.
- SER (2004). *The SER International Primer on Ecological Restoration*. Tucson: Society for Ecological Restoration International-Science & Policy Working Group.
- Smith, A. (2005). *The Wealth of Nations*. Pensilvania: The Pennsylvania State University.
- Xacur Maiza, J. A. (1998). *Enciclopedia de Quintana Roo*. Chetumal: Gobierno del Estado de Quintana Roo.

Las dos caras del turismo comunitario

Lilia Zizumbo-Villarreal* / Erika Cruz-Coria**

Universidad Autónoma del Estado de México

Ante la necesidad de reducir la desigualdad económica, y a fin de contribuir a que una gran cantidad de población principalmente rural tenga acceso a los servicios básicos, la política en México ha hecho del turismo comunitario una de las opciones más recurrentes para lograr el desarrollo de tal población mediante el uso de sus recursos naturales y culturales (O'Malley, 2003; Ruiz *et al.*, 2008).

No obstante, entre los deseos y la realidad siempre se mantienen las distancias y las críticas, que en el caso del turismo comunitario suelen ser muchas, pues, por un lado, se trata de iniciativas por medio de las cuales el Estado “adelgazado” apela a las comunidades para que se activen y participen en el emprendimiento de proyectos turísticos como parte de una estrategia de diversificación productiva, sin embargo, lo hace abandonando un “lenguaje social” que evita que las comunidades sean las que emprendan el camino hacia su verdadera vocación productiva; como si ellas fueran una agregación de sujetos carentes de capacidades para organizar sus propias opciones vitales (Ruiz, 2004).

Por otro lado, la organización y la gestión del turismo comunitario están a cargo de empresas privadas que limitan la intervención y el beneficio de las comunidades, y las hacen participar de manera pasiva en colaboración-dependencia con ellas (como mano de obra) (Wunder, 1996).

* Correo electrónico: lilia.zizumbo@gmail.com

** Correo electrónico: ecoria84@hotmail.com

La profusión de experiencias turísticas que responden a ambas lógicas ha convertido el turismo comunitario en objeto emergente, necesitado de estudios y reflexión específicos. Quizá la razón principal por la que el turismo comunitario se desenvuelve en un contexto tan heterogéneo es la imprecisión respecto al concepto de *comunidad*: creemos que éste se ha perdido de vista en la conceptualización, pero sobre todo en la aplicación de esta modalidad de turismo.

En este sentido, la apuesta analítica del presente trabajo gira en torno a un doble objetivo: por una parte, comprender por qué el desarrollo del turismo comunitario aplicado como estrategia impulsada “desde arriba”, es decir desde la política económica, no responde a lo que desde una perspectiva social se entendería propiamente como turismo comunitario; de ahí que se exponga el caso de la comunidad de Puerto Morelos, Quintana Roo, como un claro ejemplo del determinismo económico que guía el desarrollo del turismo en muchas comunidades rurales del país. Por otra parte, elaborar una revisión histórico-conceptual del término comunidad, poniendo énfasis en el capital social comunitario como el elemento que da lugar a la construcción de aquélla, con el fin de entender que el turismo comunitario debe ser una actividad cuya organización surja de las relaciones y redes de confianza y reciprocidad que caracterizan a esos sujetos sociales denominados comunidades.

Las contradicciones del turismo comunitario

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1999), en 1989 muchos países y regiones tuvieron que modificar sus políticas turísticas y adaptarse a las nuevas exigencias del mercado mundial; al fomentar las inversiones para un turismo internacional y regional, y ante la necesidad de ofrecer otras alternativas a turistas internacionales, se ha buscado incorporar regiones y localidades que respondan a las expectativas de los inversionistas: lugares donde se puedan dar interacciones con la naturaleza, contacto social con los pobladores, relaciones políticas con los agentes municipales y locales, y que cuenten con una base económica que permita el desarrollo de la actividad (Getino, 2002).

Éste es el caso del turismo comunitario, el cual se está convirtiendo en una “marca internacional” y en una actividad de creciente interés para la oferta y la demanda turísticas de comunidades rurales de países de Asia, África y especialmente de América Latina. Pero no sólo se está experimentando un incremento del turismo

comunitario en las zonas emergentes del mundo, también en naciones como Canadá, Australia, Estados Unidos y Nueva Zelanda (Ruiz y Solís, 2007). La importancia de este tipo de turismo radica en que ha devenido, principalmente en los países latinoamericanos, un campo estratégico para la política estatal que busca el desarrollo social, cultural y sobre todo económico de las comunidades rurales, ya que, al parecer, muestra suficientes capacidades para enfrentar con éxito sus más apremiantes necesidades.

En muchas ocasiones, esta modalidad de turismo se ha vuelto una alternativa complementaria a los modelos clásicos de desarrollo económico; sin embargo, la forma en que se ha aplicado revela una comprensión conceptual ambigua, que se hace evidente cuando nos encontramos con que la participación de las comunidades es pasiva debido a que empresas privadas o el propio Estado impulsan proyectos turísticos que limitan la participación y el beneficio de los pobladores, y los mantienen como observadores o, en el mejor de los casos, como sus empleados.

Este tipo de turismo se halla lejos de responder a lo que se concibe como comunitario o impulsado desde las propias comunidades; se apega más a una estrategia emprendida por la política económica que busca, ante todo, atender las exigencias de los modelos y criterios macroeconómicos: lo único que interesa es abrir nuevos mercados y desarrollarlos, crear las condiciones para llevar a cabo una producción altamente rentable que se adapte a las demandas de la producción global.

Se está generando un turismo comunitario impulsado “desde arriba”, desde una política que sólo propone la incorporación de regiones, localidades y unidades productivas que cumplan con los requerimientos del capital para permitir su reproducción sin tener en cuenta que éste debe ser un turismo revestido de un contenido social más que económico (Pliego, 1997).

Desde esta lógica, han surgido distintas iniciativas estatales, municipales y de organizaciones no gubernamentales que pretenden promover proyectos de turismo comunitario en México y en el mundo entero, los cuales enfatizan el objeto de éste como actividad turística y no en su esencia, que radica en la manera de organizarla. Es decir, el turismo comunitario se está aplicando y fomentando como una modalidad más del turismo, que consiste en conocer nuevos destinos, realizar actividades focalizadas en las costumbres locales, en lo étnico, y, en general, como una actividad que implica el consumo de una experiencia con la diversidad cultural de las comunidades rurales.

Si bien esto ha posibilitado la creación de “productos turísticos” basados en las inquietudes del mercado turístico, también ha provocado que las comunidades rurales se articulen, mediante proyectos productivos promovidos por estos organismos, en una dinámica turística que la mayoría de las veces resulta improvisada, carente de contenido social, pero que aparentemente busca aminorar la pobreza e impulsar la economía local (López y Sánchez, 2009).

Aunque el turismo comunitario sea considerado como “toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes” (Maldonado, 2005: 5), éste continúa siendo impulsado desde el paternalismo gubernamental, el falso entendimiento de lo comunitario sigue siendo evidente, pese a que en el discurso se aborde el cuidado del medio ambiente, la recuperación cultural, la disminución de la pobreza, la distribución equitativa de la riqueza y la integración de las comunidades, etc.; casi siempre está orientado al mercado, el cual regularmente deja en desventaja a las comunidades, cuyos miembros son incorporados a la práctica turística como simples eslabones que contribuyen al crecimiento económico, indispensable para el desarrollo nacional, y en el afán de combinar la sustentabilidad y el crecimiento económico, esta actividad termina por limitarles el uso de sus recursos naturales en favor del cuidado del medio ambiente, entre otras situaciones que continuarán presentándose (Veltmeyer y O’Malley, 2003).

De tal suerte, la asistencia del Estado debe constreñirse a iniciar el proceso, en tanto que la responsabilidad final tiene que recaer en los integrantes de la comunidad, quienes a partir de su capital social comunitario deben ser capaces de consolidar ciertas formas de organización con la finalidad de autogestionar los medios para mejorar sus condiciones de vida (Rivera, 1998). A los gobiernos y a los organismos internacionales les corresponde dejar que las organizaciones cometan sus propios errores para que puedan aprender de ellos (Uphoff, 1995).

La construcción de la comunidad: el capital social comunitario

Aristóteles fue quien sentó las bases teóricas para entender la comunidad. De acuerdo con el filósofo, el concepto de *koinonia* comprendía tanto los distintos tipos de agrupaciones humanas basadas en algún acuerdo (promesa, contrato), como las formas originarias “naturales” de la vida en común dentro del ámbito doméstico, vecinal o étnico; puede decirse que fue el sinónimo de las expresiones latinas *societas* o *communitas*, en cuanto síntesis de todas las formas de agrupación social donde los hombres se reúnen para la persecución conjunta de sus intereses (Honneth, 1999).

Este amplio concepto de *koinonia*, en el que resultó prácticamente indiferente utilizar los términos de sociedad o comunidad, siguió predominando en el pensamiento del tardoclasicismo y del medievo cristiano. No obstante, a partir de la aparición de los escritos de Hobbes, Spinoza, John Locke, Rousseau, entre otros, se empieza a generar una serie de conceptualizaciones en torno al término de sociedad civil que marcan la pauta para comprender que, a diferencia de la comunidad, ésta constituye un contrato social donde los ciudadanos están culturalmente vinculados a merced de una religión civil o comportamiento jurídico, de tal modo que persiguen de manera recíproca sus intereses o fines establecidos (Farfán, 2007).

A pesar del trabajo teórico emprendido, aún no quedaba claro en qué ámbito (sociedad o comunidad) debían considerarse las asociaciones familiares, vecinales y étnicas, que se formaban a merced de lazos prerracionales, es decir, aquellos que nacen del afecto, de los usos y de las interdependencias. Las aportaciones de Edmund Burke (1973, cit. en Honneth, 1999) abren la brecha para centrar la discusión teórica en el contenido de la comunidad; para el autor, este término se refiere a una asociación que se ha formado en oposición a una relación contractual meramente histórica, y que une a varias generaciones en virtud de una armonización de intereses; también sostiene que puede asimilarse unas veces al concepto de “vínculo social” (Burke cit. en Honneth, 1999).

La discusión no termina ahí. Con la expansión del capitalismo surgen —a principios de la década de los ochenta— algunas corrientes intelectuales que descubren en el desarrollo de la sociedad capitalista el peligro de una mecanización y atomización de la vida social, así que comenzaron a propagarse ilustradoras y provocativas tesis que planteaban que “la puesta en marcha de la sociedad capitalista en las esferas sociales de acción reprimen o diluyen paulatinamente aquellas relaciones sociales que poseen el carácter distintivo de las comunidades” (Honneth, 1999: 6). En efecto,

afirmaban que la sociedad empezó relevando a la comunidad pero alejándose de ella, desviándose de la “base comunal”, de “las formas originarias y naturales, ‘históricas’, de la vida y querer en común” (Tönnies, 1947: 299).

Como continuación de esta tesis, y ante la existencia de una pluralidad de innovaciones conceptuales y perspectivas teóricas, surge la obra *Comunidad y asociación*, de Ferdinand Tönnies (1979), en la que el autor alcanzó la distinción conceptual en torno a la comunidad, al considerarla como “aquella forma de socialización en la que los sujetos, en razón de su procedencia común, proximidad local o convicciones axiológicas compartidas, han logrado un grado tal de consenso implícito que llegan a sintonizar en los criterios de apreciación” (Tönnies, 1979: 43).

Según Tönnies, la “vida comunitaria” coincide con “la naturaleza de las cosas”: “Comunidad en general la hay entre todos los seres orgánicos; comunidad racional humana, entre los hombres. [...] se olvida que el permanecer juntos está en la naturaleza de la cosa; a la separación le corresponde, por decirlo así, la carga de la prueba” (Tönnies, 1979: 45). Ser juntos, o ser en comunidad, significa entonces ser conforme a la naturaleza. De acuerdo con este esquema, la “esencia de la comunidad” es el fundamento de la vida en común, al menos de la vida “real y orgánica”.

Desde esta perspectiva, la comunidad es el concepto que expresa la existencia de relaciones recíprocas de unión, es decir, de relaciones recíprocas que tienden a la unidad; se le llama unión al “grupo formado por esta relación positiva, concebido como cosa o ente que actúa de un modo unitario hacia dentro y hacia fuera” (Tönnies, 1979: 19). Para este autor, sin relación, y en consecuencia sin unión, no se concibe ninguna clase de vida en común. Ésta sería entonces una primera condición para hablar de “comunidad”, al mismo tiempo que un paso importante hacia la formalización científica del problema.

Con sus aportaciones, Tönnies contribuyó de manera sobresaliente a conceptualizar la comunidad; a diferencia de las concepciones anteriores, ahora se pensó en ésta como una forma de unión en la que los individuos, a partir de rasgos comunes generados históricamente o provistos biológicamente, mantienen entre sí lazos afectivos más fuertes que los habituales en las meras relaciones jurídicas; la familia, las poblaciones rurales o las sectas religiosas ya estaban consideradas dentro de una categoría social denominada “comunidad”.

Al parecer, la segunda condición para la existencia de la comunidad es la presencia de ciertos lazos o relaciones entre los sujetos que la conforman. No obstante,

en el análisis realizado por este autor no quedó claro en qué consistían esos lazos, no se sabía si esas relaciones debían ser positivas o negativas, o si acaso debieran ser sentimientos compartidos, convicciones comunes o recuerdos históricos. Al hacer un primer intento por caracterizar los conceptos de comunidad y sociedad, éste ayuda a comprender una de las incógnitas planteadas respecto al tipo de uniones que deben existir en la comunidad; explica que las relaciones pueden ser tanto positivas como negativas, y que en el caso del estudio de la comunidad se trata de relaciones positivas, a las cuales también denomina “relaciones de afirmación recíproca” (Tönnies, 1979: 19).

Para Tönnies, estas relaciones recíprocas son expresiones de formas de querer y desear del ser humano que consisten “en estímulos, prestaciones, servicios que las partes intercambian entre sí y que se consideran expresión de las diversas voluntades y las fuerzas respectivas” (Tönnies, 1979: 27). Estas relaciones fomentan la conservación de la comunidad, la integración de lo plural y lo distinto, y generan un “ligamen” que actúa como un mecanismo de unidad hacia el interior y hacia el exterior de ella.

En este sentido, hablar de la comunidad o de lo comunitario implicaría precisar esas relaciones que, a manera de principios, valores y normas, rigen las formas de convivencia y organización que ha adoptado un determinado grupo humano, y que lo diferencian de otros actores fundamentales de la sociedad. Dicho en otras palabras, conllevaría entender que esas relaciones son las responsables de la construcción de sujetos colectivos con derechos y obligaciones regidos total o parcialmente por sus propios valores, normas e instituciones ancestrales (sociales, económicas, culturales y políticas) (Durston, 1999).

Por lo tanto, se observa que en el tratamiento de las “relaciones de afirmación recíproca” a las que se refirió Tönnies en sus trabajos, el capital social comunitario puede constituir una valiosa herramienta conceptual que integre elementos de diversos campos, como la reciprocidad, las redes sociales, el desarrollo participativo y la gobernabilidad, los cuales pueden contribuir de manera importante a un entendimiento más amplio de las relaciones que ayudan a la construcción de la comunidad.

Por capital social se entiende “el conjunto de normas, instituciones y organizaciones que promueven la confianza y la cooperación entre personas, en las comunidades y en la sociedad en su conjunto” (Durston, 1999: 104). En contraste, en el capital comunitario las normas culturales de confianza y las redes interpersonales

de reciprocidad son las precursoras de aquellas instituciones más complejas y orientadas por normas de bienestar comunitario. En esencia, el capital social comunitario es, a diferencia del primero, una forma de institucionalidad que emerge del inventario de reglas de reciprocidad y redes de comportamiento cívico presentes en cada uno de los sujetos que integran determinada colectividad (Putnam, 1993; Portes, 1998).

Del mismo modo en que Tönnies especificó la procedencia de los lazos afectivos que según él daban lugar a la existencia de la comunidad, Putnam (1993) afirma que tales redes de reciprocidad y confianza entre los sujetos que conforman una comunidad parten de una base sólida como la afinidad cultural y elementos de identidad.

De ser así cabría cuestionarse ¿qué efecto podría tener, ante la situación actual de las comunidades rurales, la existencia de estos lazos o redes de reciprocidad y confianza en el mejoramiento de su calidad de vida?, ¿cómo una comunidad construida a partir del capital social comunitario podría proyectarse en el mejoramiento de sus condiciones de vida? De acuerdo con Putnam (1993), el capital social comunitario puede desempeñar un papel preponderante en la vida de los sujetos que conforman una comunidad, pues por medio de éste los miembros del grupo pueden crear ciertos modelos organizativos que conlleven a nuevas y mejores formas de producción, lo cual además de desencadenar ciertos beneficios económicos podrían generar una reducción de las tasas de delincuencia, la preservación de sus recursos naturales, en caso de poseerlos, educación, servicios de salud, entre otros.

El capital social comunitario, es decir, las normas culturales de confianza y las redes interpersonales de reciprocidad, puede actuar como “precursor” de instituciones o formas organizativas de trabajo dentro de las poblaciones que, basadas en normas de bienestar común, sean capaces de generar empleos, y con ello la percepción de ingresos de modo sostenible y equitativo para los individuos (Durstun, 1999). A partir del capital social comunitario es factible crear modelos integrales de producción en los que los participantes se involucren de manera activa, y compartan valores, ideales y objetivos de vida en pro de la generación de bienes colectivos.

Por lo tanto, un desarrollo fundado en la comunidad brinda la oportunidad de gozar de un progreso considerable en el bienestar de sus miembros; este tipo de desarrollo sirve para justificar aún más la estrategia original de buscar un desarrollo sustentado en la comunidad como un fin en sí mismo. El desarrollo basado en el capital social comunitario permite buscar la autonomía de las propias comunidades, sustentada en una lucha por la autosuficiencia y en un crecimiento de los miembros

de la comunidad, lo que se considera como un crecimiento endógeno. Un ejemplo son las comunidades que se han organizado para impulsar la economía local, ofreciendo servicios turísticos con los cuales obtener beneficios colectivos.

Turismo desde la comunidad: el capital social en acción

Ante el panorama actual, las comunidades abandonadas a sus propios mecanismos y con pocos recursos se han visto forzadas cada vez más a ajustar sus economías locales a las fuerzas y requerimientos de una economía mundial, con una estructura dinámica y compleja, pero muy pocas han sido capaces de hacerlo de manera exitosa (Molina, 1998).

En oposición, existen algunos casos en que las comunidades rurales sí han logrado impulsar empresas comunitarias en las que se ha puesto en juego el capital social para consolidar ciertas formas de organización de la actividad. Este enfoque del turismo comunitario es el que se pretende mostrar en esta investigación, pues consideramos que es el que más se apega a lo que conceptualmente se entiende por comunidad o comunitario.

Lo comunitario en esta modalidad de turismo es quizá la circunstancia más imprecisa y la que ha generado un contexto tan heterogéneo alrededor de éste. De tal suerte, la apuesta analítica es priorizar la comprensión del hecho turístico desde la comunidad y desde el capital social comunitario como su fuerza edificadora; elementos que se dejan de lado con regularidad en los estudios sobre este tipo de turismo por las diferentes formas de operativizarlo.

En este apartado, el turismo comunitario, lejos de ser asociado con algún producto turístico, será vinculado con la plena participación de las comunidades, y se mostrará la importancia del capital social comunitario en el emprendimiento de proyectos turísticos que buscan la sustentabilidad desde el punto de vista económico y social.

Lo anterior no significa que la dimensión de mercado o institucional se haga a un lado, sino más bien que la atención lógica de mercado al estado, a otras organizaciones, a la protección ambiental y al respeto cultural debería enfocarse desde una rigurosa sensibilidad analítica en la comunidad y en sus formas organizativas (Ruiz *et al.*, 2008).

El turismo comunitario visto desde la comunidad tiene diferentes connotaciones, y es actualmente utilizado como impulsor del desarrollo desde lo económico y

lo social. Se trata de una estrategia que puede surgir de abajo, es decir, de las comunidades, por lo que el énfasis se pone en el desarrollo de éstas, en las poblaciones locales. La principal diferencia con la política económica estriba en que ésta prioriza el desarrollo de los mercados, mientras que la otra está sustentada en las comunidades, en la confianza y las redes de reciprocidad existentes entre sus miembros, además de que busca un beneficio común, ya que al no estar incorporados al desarrollo nacional, estatal ni local, son los propios pobladores quienes buscan, fundamentados en su capital social, consolidar ciertos modos de organización para lograr un desarrollo socioeconómico. Desde esta modalidad de turismo las comunidades se separan de la política y de las características del sistema de desarrollo dominante, que en el emprendimiento de proyectos turísticos generalmente les exige utilizar telecomunicaciones, infraestructura, formas específicas de acceso a la producción e intercambio de costosos bienes duraderos y de máquinas.

Así pues, consideramos que en el estudio del turismo comunitario es necesario entender que su origen está en cómo la comunidad lleva a la organización de la actividad, pero aún más relevante es analizar de dónde procede la capacidad de autoorganización y acción colectiva en la que debe estar fundamentado el desarrollo de esta modalidad de turismo. En algunos estudios realizados en varias comunidades del Estado de México,¹ se ha observado que el turismo ha sido posible por la existencia de:

- a) Una serie de relaciones sociales y valores construidos en torno a ciertas organizaciones formales. Ejemplo de ello son las asambleas de comuneros y ejidatarios, las cuales —se ha podido constatar— son una fuente significativa de interacciones y lazos de compromiso entre los miembros de las comunidades. Por lo tanto, son sujetos colectivos con una gran capacidad de gestión para el desarrollo no sólo de la práctica turística, sino también de otras actividades productivas. Éstas constituyen un importante motor para el desarrollo del turismo comunitario, siempre y cuando sean depositarias de un alto nivel de confianza por parte de quienes integran la comunidad; por supuesto, esto

¹“Acción social y aprovechamiento turístico de recursos en Puerto Morelos, Quintana Roo” (2009); “Turismo y desarrollo local en San Cristóbal, Hidalgo, México” (2009); “Capacidades colectivas para el desarrollo turístico del ejido de San Juan de las Huertas, Zinacantepec, Estado de México” (2008); “Desarrollo local a partir del turismo en la comunidad de San Pedro Atlapulco, municipio de Ocoyoacac, Estado de México” (2007); “El capital social y la actividad turística en San Pedro Atlapulco: Bases para el desarrollo rural” (2005).

dependerá de la credibilidad e imagen de sus representantes ante la sociedad en aspectos básicos como el proceso de elección, el manejo de información y recursos comunitarios, así como la pertenencia, la obligatoriedad y el acatamiento de las sanciones impuestas.

- b) Relaciones sociales espontáneas, relaciones de apego y familiaridad entre los habitantes, que generalmente producen redes de reciprocidad en las comunidades. Las relaciones sociales que presentan un cierto grado de informalidad constituyen una base sólida para consolidar estructuras más formales. Las interacciones espontáneas libres y carentes de una guía o manual de operación entre los actores sociales determinan el accionar de importantes grupos, como el núcleo familiar; las relaciones familiares contribuyen a la existencia de un capital social comunitario de gran relevancia para el desarrollo de proyectos productivos.

Asimismo, las relaciones de afectividad y cordialidad entre los pobladores de la misma comunidad (amistad, compañerismo, compradrazgo, relaciones establecidas con los miembros de grupos religiosos, deportivos o culturales, entre otras) afianzan el capital social comunitario, el cual es orientado por los miembros de la comunidad hacia el fortalecimiento de las organizaciones formales o la creación de grupos para, en este caso, llevar a cabo la actividad turística. Los intereses y gustos en común, los lazos afectivos, la compatibilidad, la solidaridad, etc., en que se basan las relaciones espontáneas, de apego y familiaridad, contribuyen de manera relevante a consolidar organizaciones que van siempre en búsqueda del bienestar colectivo.

De acuerdo con Durston *et al.* (2000), en toda acción colectiva existe algún tipo y nivel de capital social, de lo contrario no podría existir esta acción colectiva. En este sentido, el turismo, como proyecto productivo surgido desde la comunidad, debe estar fundamentado en el capital social comunitario. Es decir que aquellas relaciones de confianza, reciprocidad y cooperación entre los miembros de la comunidad son herramientas útiles para alcanzar los propósitos de la actividad turística, que en este caso es el bienestar económico, social, ambiental e incluso político de la colectividad (Durston *et al.*, 2000).

Las relaciones interpersonales e intergrupales son determinantes en el buen desempeño de organizaciones encaminadas al desarrollo del turismo, pues su objetivo es lograr una sensibilidad especial con el entorno natural y las particularidades culturales; la búsqueda de sostenibilidad integral (social y natural). Sólo mediante

la potenciación de las redes de confianza y reciprocidad se consolidarán organizaciones que impliquen la participación activa de los miembros para mejorar la calidad de vida de su población de una forma sostenible y equitativa.

Por lo tanto, para que el turismo comunitario sea una herramienta útil de desarrollo debe partir de las fortalezas y oportunidades que proporcionen los recursos naturales, culturales, económicos, políticos, pero sobre todo sociales.

En nuestro país, el desarrollo del turismo comunitario dista mucho de ser una propuesta real, sobre todo, en aquellas comunidades de la costa que cuentan con importantes recursos naturales y culturales. El Estado, junto con el capital privado, se ha encargado de desarrollar un supuesto turismo comunitario que más que incluir a las comunidades ha procurado despojarlas de sus territorios.

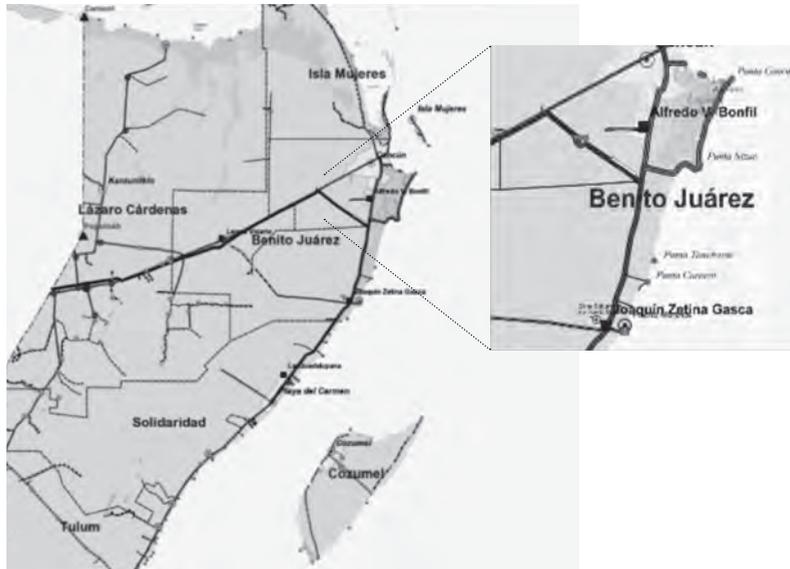
Éste es el caso de Puerto Morelos, un pueblo costero en el que, aparentemente, la comunidad ha estado involucrada en el desarrollo turístico actual; sin embargo, la mayor parte de los recursos naturales están acaparados por grandes empresas turísticas que han dejado de lado la participación de los pobladores nativos en la actividad.

La política turística: el caso de Puerto Morelos, Quintana Roo

Puerto Morelos es una población costera que forma parte del corredor turístico conocido como Riviera Maya. Pertenece al municipio de Benito Juárez; limita al Norte con Cancún, al Sur con Playa del Carmen (municipio de Solidaridad), y al Este con el poblado de Leona Vicario, también perteneciente a Solidaridad (véase figura 1).

De 1900 a 1960 aproximadamente, Puerto Morelos fue un pueblo dedicado a la explotación del chicle, la copra y la pesca, entre otras actividades de menor relevancia. Dentro de las grandes pretensiones de la política económica agroexportadora adoptada por el Estado mexicano en este periodo, estuvo la explotación de la riqueza forestal de la localidad, que se vio muy favorecida por la ubicación geográfica y la potencialidad estratégica del poblado.

En aquellas décadas, Puerto Morelos se distinguió por sus vastas zonas de selva mediana subperennifolia y subcaducifolia, aunque también de selvas bajas inundables y selvas bajas subcaducifolias, donde era posible encontrar árboles de palo de tinte, cedro rojo, caoba, chico zapote para la extracción de chicle, ceiba, oyaxche, chechén, y algunos más; recursos naturales que representaron una valiosa fuente



Fuente: Secretaría de Planeación y Desarrollo Regional de Quintana Roo, 2010.

Figura 1. Ubicación de Puerto Morelos

de ingresos no sólo para las compañías² a las que les fueron concesionadas amplias zonas de selva, sino además para el propio Estado, quien a partir de la década de los cuarenta acaparó la producción chiclera de este y otros poblados de la región.

Asimismo, su cercanía con el centro de transacciones comerciales más importante del territorio (isla de Cozumel) le permitió convertirse en el puerto de cabotaje con mayor potencial productivo en la zona; también sus características naturales facilitaron la entrada de las compañías explotadoras de chicle al área continental del norte del territorio, el comercio de cabotaje entre éste y la isla, y el desarrollo de actividades como la producción de copra y la pesca.

²Las concesiones forestales otorgadas por el gobierno federal a la Compañía Colonizadora de la Costa Oriental de Yucatán y, posteriormente, a la de Santa María y a la compañía estadounidense United Fruit constituyeron la estrategia inicial que permitió la inserción del capital en el espacio portomorelense y, por consiguiente, el control férreo sobre la explotación y venta de la producción chiclera.

Históricamente, el proceso de producción de esta y otras localidades de la región estuvo ligado al uso y explotación de la riqueza forestal por compañías extranjeras; en el caso de Puerto Morelos, estas actividades le permitieron ingresar con éxito a los mercados mundiales —en particular de Estados Unidos e Inglaterra— mediante la exportación del chicle.

No obstante, la sustitución de la resina natural por el chicle sintético y la disminución de la participación de otras materias primas en el componente industrial de principios de la década de los sesenta hicieron que las actividades económicas más importantes del poblado —extracción de chicle y producción de copra— comenzaran a mostrar signos muy claros de agotamiento, que se manifestaron y concretizaron en las pautas de consumo, las prácticas culturales, la pobreza, el desempleo, etcétera.

Tras la menor importancia de las actividades forestales, el Estado, junto con el capital privado, empezó a buscar nuevos usos tanto para el territorio portomorelense, como en general para las costas y otros espacios de la región norte del estado de Quintana Roo. Con la creación del Centro Integralmente Planeado Cancún en la década de los setenta, la actividad turística se colocó como una de las prioridades de la política económica del Estado; el gobierno se esforzó no sólo en consolidar este centro turístico en el mercado internacional, sino también en integrar al desarrollo turístico a comunidades costeras como Puerto Morelos, que mantenían cierto potencial natural, cultural, social y económico para ello.

En la actualidad, Puerto Morelos es una comunidad que, al igual que otras de la región Caribe norte, ha sido integrada a la práctica del turismo; hoy en día 73 % de su población se encuentra ocupada en actividades pertenecientes al sector terciario, 13 % al sector secundario y sólo 8 % al sector primario (INE, 2000; Gobierno Municipal de Benito Juárez, 2008). Aunque este poblado no ha tenido un crecimiento desenfrenado como Cancún o Playa del Carmen, su estructura económica, social y cultural también ha sido trastocada por la política turística ejercida por el gobierno estatal en colaboración con el municipio de Benito Juárez, quienes a través de los diferentes documentos normativos vigentes —Plan Estatal de Desarrollo, Plan Municipal de Desarrollo, Programa de Desarrollo Urbano, Reglamento Turístico del municipio— se han encargado de orientar la actividad turística en estas comunidades.

La política turística en Puerto Morelos se ha relacionado básicamente con el desarrollo empresarial, muy ligado a la política económica estatal que ha buscado crear las condiciones favorables para atraer la inversión privada con la clara finalidad de que

el turismo siga consolidándose como la principal fuerza económica y, por supuesto, continúe contribuyendo al ingreso de divisas, la construcción de infraestructura y la generación de empleos.

Para ello se han puesto en marcha ciertas acciones que procuran el mejoramiento de la imagen urbana, la creación de infraestructura de calidad y la diversificación de la oferta turística; se ha propiciado también el desarrollo sustentable en el turismo y el fortalecimiento de la promoción turística, entre otras acciones. Sólo de agosto de 2007 a 2008 hubo un incremento de 1 116 cuartos de hotel; en la actual administración se han destinado 5 708 257 pesos para pavimentar las principales avenidas; se ha regulado el comercio en la vía pública y principalmente en las zonas de playa; se han realizado obras de equipamiento urbano, señalización y rehabilitación de los atractivos turísticos, pasos peatonales a la playa y paseos costeros; en cuanto a la conservación del ambiente, esta comunidad se ha integrado a la Iniciativa de Turismo del Arrecife Mesoamericano, con la cual se pretende proveer de mejores prácticas a los prestadores de servicios turísticos del arrecife portomorelense.

De la misma forma, la profesionalización de los recursos humanos ha sido indispensable para estimular la iniciativa privada: cursos de acreditación y actualización a los habitantes de la comunidad que atienden a turistas son las principales acciones emprendidas en este aspecto.

Como se puede observar, la política turística en Puerto Morelos, y seguramente en otras comunidades de la región, se ha centrado en proteger la inversión privada; tanto el gobierno estatal como el municipal han dado prioridad al desarrollo turístico basado en la inversión privada, ya sea por su capacidad para establecer nuevos mercados, para producir servicios que satisfagan las necesidades del mercado internacional, o por su capacidad para generar ganancias y crear mayor número de empleos.

Resulta evidente que el desarrollo y el fortalecimiento de la economía de mercado han sustentado todas las acciones efectuadas en materia de turismo en esta comunidad. Lo fundamental ha sido abrir nuevos mercados y desarrollarlos, pues en Puerto Morelos se ha importado un modelo de desarrollo turístico que prioriza la diversificación de la oferta turística, pero con base en las tendencias del mercado turístico internacional y la creación de productos dirigidos a sectores específicos que detonan la multiplicidad de oportunidades de inversión ya no sólo en hoteles y restaurantes, sino también en una gran gama de servicios recreativos-turísticos que

permiten aprovechar los recursos naturales en favor de la iniciativa privada; ejemplo de ello es el Parque Nacional Arrecife de Puerto Morelos, cuyo aprovechamiento se ha dado mediante concesiones, las cuales han sido otorgadas en su mayoría a grandes empresas o a empresarios extranjeros, y no a pobladores locales.

En Puerto Morelos, las empresas tanto nacionales como extranjeras son las que se encargan de la diversificación de la oferta turística; respaldadas por las políticas públicas se apropian de los recursos naturales para crear productos enfocados al turismo de aventura, ecoturismo, sol y playa, entre otros. El acaparamiento de los recursos y de la demanda turística por parte de estas organizaciones ha limitado la capacidad de la población local para emprender proyectos colectivos que aumenten su calidad de vida; en el mejor de los casos se han implementado programas³ que, como parte de la política social estatal y municipal, fungen como puente y enlace para la integración de pequeñas y medianas empresas, que ven sus aspiraciones frustradas al intentar obtener un crédito o cumplir con los requisitos que sólo las grandes empresas pueden cubrir dada su amplia disponibilidad de capital.

El turismo impulsado desde esta perspectiva ha ignorado los esfuerzos de la comunidad por incorporarse a la dinámica turística como una alternativa económica, sociocultural y de protección de sus recursos naturales y culturales. La política turística implementada en esta comunidad ha enfatizado el desarrollo del turismo desde un punto de vista esencialmente económico, sin considerar su importancia como estrategia social. Los objetivos y principios para el beneficio de la comunidad continúan siendo una aspiración casi inexistente en la realidad del sector. Las formas de organización para generar proyectos productivos han sido truncadas por las políticas públicas.

³ En el Segundo Informe de Gobierno del municipio de Benito Juárez (2008-2011), en el Eje de Desarrollo Económico y Turismo Sustentable se menciona que en mayo se realizaron Jornadas de Crédito y el Programa Emergente de Apoyo a Empresas y Negocios, organizadas por la Dirección General de Desarrollo Económico de la Secretaría de Desarrollo Social y Económico, en coordinación con la Secretaría de Economía federal y Nacional Financiera (Nafinsa), con el propósito de orientar a los interesados en emprender proyectos productivos para la obtención de créditos.

Conclusiones

El turismo comunitario, visto desde la política económica, ha sido sólo una estrategia encaminada al mercado que, mediante la integración improvisada de las comunidades, ha podido enmendar medianamente la pobreza y la exclusión, sin alcanzar un desarrollo equitativo ni sustentable en ellas.

Y es que la lógica desde la cual se ha aplicado el turismo comunitario ha rechazado los preceptos básicos del concepto de comunidad; se ha omitido por completo que se trata de sujetos colectivos con capacidades para consolidar formas de organización a partir de las cuales pueden desarrollar proyectos productivos que impliquen la participación activa de la población para buscar el bienestar colectivo.

Para que esta modalidad de turismo sea considerada comunitaria, su organización exige acción colectiva de la propia comunidad. Las comunidades basadas en las redes de confianza y reciprocidad deben ser capaces de potenciar ese capital social en pro de la consolidación de formas de organización que las lleven a poner en práctica alguna actividad productiva, como el turismo.

En algunas investigaciones se ha constatado que organizaciones formales como las asambleas de comuneros o ejidatarios tienen bastantes posibilidades de convertirse en las gestoras del desarrollo a partir del emprendimiento de actividades turísticas. Esto se fundamenta en la serie de relaciones de confianza y reciprocidad que los miembros de una comunidad han tejido alrededor de estas organizaciones.

El turismo planteado desde las comunidades puede ser una oportunidad para que éstas, haciendo uso de sus recursos naturales y sociales, se replanteen un nuevo papel histórico al establecer estrategias que les brinden la capacidad de hacer frente a su marginación y exclusión del mundo globalizado.

Fuentes consultadas

- Chenaut González, V. (1989). *Migrantes y aventureros en la frontera sur*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Durston, J. (1999). *Construyendo capital social comunitario. Una experiencia de empoderamiento rural en Guatemala*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (Serie Políticas Sociales 30).

- Durston, J. et al. (2000). *El capital social campesino y los programas de superación de la pobreza rural en Chile*. Santiago de Chile: División de Desarrollo Social-CEPAL.
- Farfán, R. (2007). *Comunidad y sociedad. Ferdinand Tönnies y los comienzos de la sociología en Alemania (1887-1920)*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco.
- Getino, O. (2002). *Turismo: Entre el ocio y el neg-ocio*. Buenos Aires: Ediciones Ciccus/La Crujía.
- Gobierno Municipal de Benito Juárez (2008). *Actualización del Programa de Desarrollo Urbano del Centro de Población de Puerto Morelos, Municipio de Benito Juárez, Quintana Roo 2008-2030*. México: Gobierno de Quintana Roo.
- Honneth, A. (1999). "Comunidad. Esbozo de una historia conceptual". *Isegoría. Revista de Filosofía Moral y Política*, 20, 5-15.
- INE (2000). *Programa de Manejo Parque Nacional Arrecife de Puerto Morelos*. México: Instituto Nacional de Ecología.
- López, J. y S. Sánchez (2009). "Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en el Salvador". *Revista de Estudios Cooperativos*, 99, 85-103.
- Maldonado, C. (2005). *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario*. Documento de Trabajo 73. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo (Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina, Redturs).
- Molina, I. (1998). "La polarización del desarrollo global". *Sociedad Civil: Análisis y Debates*, 2 (2), 37-57.
- O'Malley, A. (2003). "Las perspectivas del desarrollo basado en la comunidad", en H. Veltmeyer y A. O'Malley. *En contra del neoliberalismo: El desarrollo basado en la comunidad en América Latina*. México: Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)/Porrua, 201-214.
- OMT (1999). *Guía para administradores locales. Desarrollo turístico sostenible*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Pérez Aguilar, R. (2002). "Léxico de los chicleiros en Chetumal". *Nueva Revista de Filología Hispánica*, L (1), 15-41.
- Pliego, F. (1997). "Estrategias de participación de las organizaciones sociales: Un modelo de interpretación". *Sociedad Civil. Análisis y Debates*, 2 (1), 115-132.
- Portes, A. (1998). "Social capital: Its origins and applications in modern Sociology". *Annual Review of Sociology*, 24, 1-24.

- Putnam, R. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Nueva Jersey: Princeton University Press.
- Rivera, R. (1998). *La descentralización real en Costa Rica*. San José, Costa Rica: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Ruiz, C. (1997). “Lo territorial como estrategia de cambio”, en E. Dussel *et al.* *Pensar globalmente y actuar regionalmente. Hacia un nuevo paradigma industrial para el siglo XXI*. México: UNAM/Friederich Ebert/Jus, 433-463.
- Ruiz, E. *et al.* (2008). “Turismo comunitario en Ecuador”. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6 (3), 399-417.
- Ruiz, E. y D. Solís (2007). *Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: Abya Yala.
- Ruiz, S. (2004). *Dimensión territorial del desarrollo económico de México*. México: UNAM.
- Tönnies, F. (1947 [1887]). *Comunidad y sociedad*. Trad. J. Rovira Armengol. Buenos Aires: Losada.
- (1979). *Comunidad y asociación*. Barcelona: Península.
- Uphoff, N. (1995). “Adaptar los proyectos a la gente”, en M. Cernea. *Primero la gente. Variables sociológicas en el desarrollo rural*. México: Fondo de Cultura Económica, 535-581.
- Veltmeyer, H. y A. O'Malley (2003). *En contra del neoliberalismo: El desarrollo basado en la comunidad en América Latina*. México: UNAM/Porrúa.
- Wunder, S. (1996). *Ecoturismo, ingresos locales y conservación. El caso de Cuyabeno, Ecuador*. Quito: Abya-Yala/Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza.



Desafíos de la acción colectiva frente al desarrollo del turismo en el medio rural

Carlos Pérez-Ramírez*

Universidad Autónoma del Estado de México

Ana Luz Quintanilla-Montoya**

Universidad Autónoma de Baja California

Neptalí Monterroso-Salvatierra***

Universidad Autónoma del Estado de México

Introducción

El ingreso del sistema capitalista en la dinámica del medio rural es resultado de un largo proceso de apertura al exterior y de la paulatina adaptación de las comunidades a las condiciones impuestas por el mercado, que han originado profundas transformaciones en la forma de organización política para la toma de decisiones; la pérdida de la propiedad colectiva del territorio; el limitado acceso y aprovechamiento sumado de sus recursos; una disímil estructura comunitaria que favorece el debilitamiento del capital social; la generación de nuevos modelos de organización, producción y articulación económica que las vinculan directamente con el exterior; la diferenciación socioeconómica de la población e incluso la alteración de sus manifestaciones culturales que inciden en las formas de convivencia habitual.

En este sentido, el desarrollo turístico ha constituido un importante mecanismo para la afirmación del modelo capitalista y la

* Correo electrónico: caperezr@uaemex.mx

** Correo electrónico: analuzqm@ucol.mx

*** Correo electrónico: n.moterrososalvatierra@gmail.com

expansión del mercado, orientado inicialmente hacia los destinos de litoral como el escenario propicio para su consolidación, debido a su capacidad para la movilización de capitales externos y la creación de empresas, cuya rentabilidad se establece en función de los ingresos generados y la disminución de costos, generalmente asumidos por los propios destinos, y cuya población enfrenta severas repercusiones socio-culturales, económicas y naturales como consecuencia del desarrollo masivo del turismo. Además de la paulatina adaptación de los destinos tradicionales de sol y playa del país, desde la década de los setenta se impulsó la inversión pública y privada en materia de turismo para la creación de los centros integralmente planeados, y se otorgaron facilidades al capital extranjero para establecerse y expandirse en el país. Después, en la década de los noventa, comenzó a notarse la necesidad de diversificar la oferta turística nacional, con el fin de ampliar las posibilidades de crecimiento para el mercado mediante los proyectos de Frontera Norte, Mar de Cortés, Sureste, Centro, Costa del Pacífico, Costa del Golfo y Centro Norte (Palafox, 2003). Este modelo de desarrollo turístico de masas constituye el segmento de mayor importancia económica en el nivel internacional, y se prevé que siga creciendo durante las próximas décadas, debido a los amplios beneficios que genera para el capital internacional.

Aunado a este modelo, en la actualidad ha aumentado el interés por modalidades distintas de prácticas recreativas, realizadas esencialmente en ambientes rurales, con el argumento de proteger los recursos existentes en los destinos y crear opciones económicas para la población local. De esta forma, el turismo alternativo o de naturaleza, como lo denomina la Secretaría de Turismo del gobierno federal con el propósito de estandarizar y unificar criterios sobre el término para facilitar la planeación y desarrollo de productos turísticos (Sectur, s/f), es presentado en el discurso oficial como “una nueva forma de hacer turismo, que permite al hombre un reencuentro con la naturaleza, y un reconocimiento al valor de la interacción con la cultura rural, y al mismo tiempo, una oportunidad para México de participar en el segmento con mayor crecimiento en el mercado en los últimos años” (Sectur, 2004: 3).

Esta nueva modalidad del turismo, que integra las actividades de ecoturismo, aventura y rural, ha llamado la atención del capital como estrategia para la diversificación del producto turístico, y ha logrado incluso que comunidades y destinos que parecían aislados del desarrollo modernizador se inserten de forma precipitada en la dinámica del mercado, por lo que los espacios rurales del interior del país que

cuentan con recursos naturales y culturales susceptibles de aprovechamiento turístico constituyen una alternativa importante para el crecimiento del sector.

Sin embargo, es evidente que el turismo alternativo, inducido por el propio capital, al igual que la modalidad de masas, destaca prioritariamente los beneficios económicos que puede generar: “parece que ha existido y existe una especie de consenso no explícito en utilizar el negocio turístico como conductor del desarrollo” (Santana, 2002: 22), aun por encima de indeseables costos sociales y físicos que en ocasiones resultan elevados e irreversibles para los destinos (Bringas y Ojeda, 2000; Cañada y Gascón, 2007), los cuales se pueden manifestar en intensas problemáticas económicas, socioculturales y físicas que producen un efecto adverso al discurso conductor del desarrollo del sector desde arriba.

Esto puede representar una amenaza para las comunidades indígenas y campesinas que históricamente han defendido sus recursos, la propiedad colectiva del territorio y su cultura frente a los intereses externos del capital, que busca apropiarse de los bosques, los cuerpos de agua, la belleza escénica del espacio rural, la biodiversidad o las manifestaciones culturales propias de una región, debido a su estimación económica para el crecimiento del mercado turístico.

En efecto, esta dinámica ha logrado incluir en el segmento del turismo de aventura ciertos espacios rurales de interés para el capital, pero frecuentemente con resultados devastadores para los habitantes, pues en lugar de mejorar sus condiciones de vida termina por desplazarlos de sus propias comunidades, para favorecer el desarrollo inmobiliario y el crecimiento de un turismo que poco aporta al bienestar social. En consecuencia, cada día se suman más voces de comunidades rurales que por medio de la acción colectiva se oponen al desarrollo turístico y denuncian los potenciales impactos generados aun por encima de los alcances o beneficios propuestos.

Pero también esta modalidad de turismo alternativo ha permitido que ciertas comunidades rurales participen como un actor colectivo en la prestación de servicios turísticos, y que los beneficios económicos obtenidos sean distribuidos entre la población, por lo que, en efecto, el turismo se convierte en una opción económica que puede mejorar sus condiciones de vida.

Son estas comunidades las que han luchado históricamente por conservar la propiedad colectiva de su territorio y sus recursos, así como sus formas de organización social y política en la toma de decisiones; las que han conseguido que el turismo adquiera un valor significativo como medio para impulsar su propio desarrollo, ajeno

a presiones del exterior y fuera de la dinámica privatizadora del entorno promovida por los dueños del capital. Los actores sociales, agrupados en una acción colectiva y con base en la potencialidad turística de sus recursos naturales y culturales, han puesto en marcha iniciativas locales para satisfacer las necesidades de los turistas y los visitantes que buscan en el entorno rural espacios distantes del turismo de masas para el aprovechamiento de su tiempo libre, y que realizan actividades en contacto con la naturaleza que les aportan experiencias valiosas para el enriquecimiento personal, con el compromiso de respetar y conservar los recursos existentes (Zamorano, 2002).

Esta otra posibilidad de dinámica del sector, reconocida por Cañada y Gascón (2007) como *turismo comunitario*, puede afirmar una perspectiva distinta para el desarrollo de las zonas rurales y de las comunidades campesinas e indígenas, las cuales a través de sus estructuras organizativas y su acción colectiva pueden favorecer la autogestión del turismo, al asumir el control de todos los procesos de planificación, operación, supervisión y desarrollo de la actividad que contribuyan al mejoramiento de sus condiciones de vida, mediante la complementariedad de ingresos económicos tanto para la unidad doméstica como para la comunidad.

El desarrollo del turismo en el medio rural puede ser comprendido desde disímiles puntos de vista: por un lado, el fomento desde el exterior puede fracturar las estructuras locales para beneficiar la intervención del capital en el manejo de los recursos; mientras que, en sentido contrario, son las propias comunidades con un sólido capital social las que logran insertarse en la prestación de servicios turísticos, con base en estructuras organizativas que les permiten ampliar y distribuir equitativamente los beneficios generados. Pero, sin duda, en ambos escenarios la acción colectiva de los actores sociales locales interviene en la conformación de un modelo de desarrollo turístico cuyos alcances y limitaciones están determinados por la dinámica de su accionalidad colectiva, la cual puede manifestarse en la oposición sumada a un proyecto de inversión turística desde el exterior, o en la integración de los intereses locales para dar solución a problemáticas comunes.

Por ello, el presente trabajo tiene como propósito central contribuir a la reflexión en torno a la importancia de la acción colectiva para el desarrollo del turismo en el medio rural, con el fin de comprender las estrategias comunitarias manifestadas como oposición al desarrollo turístico desde el exterior, así como la lucha por las condiciones necesarias que puedan favorecer la construcción de un proyecto

común a partir del turismo. Se parte de las concepciones sobre la acción colectiva de Melucci (2002), quien desde una visión antagónica la define como el resultado de una tensión que modifica el equilibrio del sistema social y que genera una lucha contra un adversario definido, quien considera además las distintas dimensiones que establece de acuerdo con los objetivos y el nivel de conflictualidad, en particular las perspectivas antagónicas y reivindicativas en relación con el turismo rural.

A lo largo del texto se retoman nociones teóricas de diversos autores acerca de la acción colectiva, y se destacan las contribuciones de Melucci (2002) sobre la perspectiva antagónica y la construcción social de tal concepto. Después se presentan diversos casos de acción colectiva en los que las propias comunidades han intervenido en oposición o como actor fundamental para el desarrollo del turismo en el medio rural, desde la lucha histórica que los habitantes del Parque Nacional Nevado de Toluca y los pobladores de Tepoztlán han realizado frente al interés de las autoridades gubernamentales y la iniciativa privada por el desarrollo de proyectos urbanizadores y recreativos en su territorio, hasta la reivindicación local en el proceso de desarrollo que han impulsado algunas comunidades como San Pedro Atlapulco, San Gerónimo Acazolco y San Cristóbal, al incursionar en la prestación de servicios turísticos como estrategia para mejorar sus condiciones de vida.

La acción colectiva

Previo al abordaje teórico y conceptual de esta noción, es necesario establecer una clara distinción entre las movilizaciones sociales definidas como *conductas agregadas o de crisis* y la accionalidad colectiva que enfrenta a un actor social adverso a sus fines. Estos comportamientos colectivos son producto de la descomposición espontánea del sistema social o un hecho eventual que afecta su forma de vida y sus relaciones sociales, como las conductas de pánico, multitud o masa descontrolada, que no requieren necesariamente formas explícitas de solidaridad entre los individuos, donde su participación e involucramiento se puede reducir a la búsqueda de metas personales, sin que esto desvirtúe la movilización (Melucci, 2002). Estas conductas en bloque no requieren formas de cooperación social, y pueden ser generadas por agentes externos a las condiciones e intereses de los sujetos, es decir, no dependen de la integración y definición de variables comunes entre las personas; son producto de la suma de individuos con una creencia generalizada sobre un hecho particular.

El interés por el estudio de las distintas expresiones que adquieren las movilizaciones sociales a partir de la acción colectiva se evidencia en la abundante literatura sobre el tema, que abarca desde aspectos teóricos como el conocimiento sobre su construcción e impacto en determinada situación, hasta el desarrollo de modelos alternativos para solucionar los conflictos que se originan en la lucha, donde se define de antemano a los actores involucrados y se proponen técnicas para su conciliación.

La sociología resulta trascendental en el análisis de estas movilizaciones y ha producido los principales aportes para su estudio desde diferentes perspectivas. En este sentido, Weber señaló una considerable discrepancia entre las relaciones sociales y un sistema regulado por normas que es perturbado por la emotividad de las acciones de los individuos y que suscita una ruptura de las reglas cotidianas y la identificación afectiva de la acción; por su parte, Durkheim identificó importantes momentos de identidad colectiva entre los individuos, generadores de las grandes transformaciones sociales por medio del entusiasmo grupal y la similitud de ideales; Le Bon y De Tarde plantearon una imagen caótica de las sociedades, manipuladas por una minoría de agentes para su manifestación irracional y violenta; Freud expuso su idea de las necesidades primarias inconscientes y de la identificación con un líder como fuentes de una dinámica acción colectiva; Parsons, a partir de una visión funcionalista, indicó que las conductas colectivas son producto de una situación de desequilibrio y de escasa integración funcional del sistema social, en la cual son conductas inconvenientes todas aquellas que vulneran las normas institucionalizadas como síntoma de su falta de asimilación; Merton vislumbró una gran diferencia entre el comportamiento desviado y el dirigido contra las normas, aunque destaca por un lado la capacidad del sistema para la asimilación, y por el otro, al inconforme como el sujeto que desea cambiar las normas e instituir una nueva valoración del mundo; Smelser propuso una jerarquía de rangos que conlleva al disturbio, y destaca entre otros aspectos los valores, las normas, la movilización, las motivaciones y los recursos, señalando a la par una serie de factores que influyen en el comportamiento colectivo, como la propensión estructural, la tensión, una creencia generalizada y el control social (cit. en Melucci, 2002).

Otra propuesta teórica sobre la accionalidad colectiva es planteada por Davies y Gurr, quienes a partir de un enfoque psicosocial definen el accionalismo con base en la dualidad frustración-agresión; la primera, en el nivel colectivo, es la base de la manifestación pública de las movilizaciones, y el impulso inicial de la acción colectiva, aun

cuando puede ser considerada un hecho no verificado. Del mismo modo, Webb retoma la perspectiva estructura-motivación como resultado de creencias personales, sobrentendiendo la existencia de una identidad colectiva, aunque el adversario y el campo del conflicto no sean definidos con claridad. Otra línea de estudio de las acciones colectivas es la presentada por Coleman, Gamson, Stinchcombe y Oberschall en las décadas de los sesenta y setenta, en la cual se visualiza esencialmente como la movilización de recursos, al tiempo que Tilly liga este fenómeno social con el sistema político y afirma que la violencia es producto de la lucha por el poder y la entrada-salida de los individuos de determinado sistema (cit. en Melucci, 2002). Tarrow, por su parte, sugiere que los movimientos sociales surgen de los conflictos y oportunidades producidos en el sistema, como un modo de oposición ciudadana ante la incapacidad institucional para dar respuesta a los problemas de los movimientos colectivos, es decir, un grupo de personas motivadas por una creencia común, preparadas para hacer frente al orden establecido e impulsadas por una ideología de la acción que les permite luchar para conseguir sus objetivos (cit. en Lazo, 2004), inmersos en un factor de tensión que se manifiesta en una serie de significativas contradicciones entre el individuo y el Estado.

Algunos autores proponen distintas perspectivas de análisis de la accionalidad, como las presentadas por Ibarra y Tejerina (1998), quienes destacan dos importantes planteamientos acerca del estudio de la acción colectiva: por un lado, las contribuciones *microsociológicas* de Zald y McCarthy, que señalan la relevancia de la movilización del capital humano como una respuesta al cálculo individual y utilitarista, y sostienen que los individuos se agrupan para defender con medios mayores sus intereses individuales y egoístas; por el otro, una postura *macrosociológica* basada en un enfoque estructuralista, que define la identidad colectiva como un elemento central, producto de la construcción social a partir de la interacción de ciertos factores, como la existencia de un fin determinado, los medios para enfrentar la lucha, una amplia red de visiones discordantes o aceptadas sobre el conflicto, y un dinámico compromiso emocional que permita la unificación de los actores sociales.

Vargas (2003) retoma la composición de los movimientos sociales como el proceso de integración de elementos cognitivos y relaciones de poder entre los individuos, grupos u organizaciones que se interrelacionan en estructuras segmentadas y multifacéticas para conformar un colectivo. De este modo, los movimientos sociales surgen, se organizan y se desarrollan en función de sus infraestructuras y capacidades para establecer ciertos códigos de comunicación que facilitarán la acción

colectiva. El origen de estas formas de protesta, organización y movilización para el cambio social se manifiesta en una compleja red de organizaciones que destaca la riqueza de los valores culturales y los roles de identidad de las comunidades, que pueden constituirse como un importante contrapeso a los procesos de imposición actuales.

En este sentido, es posible afirmar que la mayoría de los hechos que genera la acción colectiva representa una respuesta de los distintos grupos sociales a los esquemas que las sociedades postindustriales han precisado para el impulso de un sistema económico global fundado en el libre mercado, como la vía para solucionar sus problemas. Aranda (2000) identifica tres posturas a partir de las cuales se han estudiado los movimientos sociales a finales del siglo XX: la teoría de la *conducta colectiva*, la teoría de la *movilización de recursos* y la teoría de *los nuevos movimientos sociales*. Esta última ha sido abordada desde dos paradigmas principales y opuestos: el enfoque de oportunidades políticas, que se dedica al análisis del Estado y sus instituciones, y el de los nuevos movimientos sociales, que considera los mecanismos de participación de la sociedad civil. En este segundo enfoque se encuentran autores como Touraine, Habermas, Cohen y Melucci, quienes se orientan al conocimiento de las formas de asociacionismo y activismo colectivo, y basan su análisis en un acercamiento estructural “que atribuía a las nuevas formas de conflicto y a la formación de nuevos actores [...] los cambios en el capitalismo pos industrial” (Melucci, 2002: 36).

Los movimientos sociales son una expresión del estado general de las colectividades, y corresponden a una determinada etapa del proceso histórico de ellas. Por lo tanto, en la acción colectiva se expresan las formas específicas y concretas que adoptan estos cambios sociales, económicos y políticos, en un contexto nacional e internacional determinado temporalmente. Ramírez (1994) señala que la existencia y la dinámica de los movimientos sociales están vinculadas con el planteamiento y reivindicación de demandas coyunturales y de factores estructurales o permanentes cuyo surgimiento y actuación se articulan a elementos estructurales de la economía, la política y la cultura. Así, los movimientos sociales poseen una amplia multiplicidad y han evolucionado desde los derivados de las luchas de clase, donde predominaban las demandas sectoriales sobre las luchas político-sociales en las cuales sobresalían temas como las clases, el género, lo étnico y el ambiente, con la demanda cada vez más urgente de lograr un desarrollo sustentable con justicia social y equidad (Fernández, 2002).

Por su parte, León y Marván (1989) establecen que en los últimos años ha surgido una serie de movimientos sociales cuyas diversas expresiones van desde la consecución de satisfactores como respuesta a sus necesidades básicas e inmediatas, hasta el respeto por sus formas tradicionales de organización y autonomía. Los principales movimientos son campesinos; indígenas; frentes obreros; movimientos urbanos; movimientos municipales; movimientos de sectores medios (entre ellos universitarios), médicos y maestros normalistas, así como religiosos y empresariales.

Aceros *et al.* (2005) distinguen la multiplicidad y variabilidad de las organizaciones como elementos de conformación de los modos de acción colectiva. De esta manera, la magnitud que pueden alcanzar los movimientos y la versatilidad de ideologías o necesidades que impulsan tal acción no constituyen una nueva forma de movilización colectiva, ya que en éstas se involucran distintos niveles de la estructura social y sus componentes se relacionan con periodos históricos y actores sociales diversos, lo que Melucci prefiere llamar *sistemas de acción* con estructuras definidas, que parten de la integración e interdependencia de individuos y grupos, que a su vez conforman *redes de solidaridad* construidas por objetivos, creencias, decisiones e intercambios que operan en un campo sistémico. Estas redes integran una *identidad colectiva* a partir de la definición compartida y negociada del campo de oportunidades y constricciones ofrecidas a la acción colectiva. En otras palabras, los sistemas de acción son *construcciones sociales* que se estructuran en un contexto debido a intercambios y conflictos que ocurren en la interacción cotidiana, en la cual se concretan orientaciones y propósitos plurales, con base en una producción continua de relaciones sociales.

Es necesario destacar las aportaciones que sobre el tema ha realizado Touraine (1992), al identificar ciertas condiciones necesarias para la consolidación de un movimiento social, desde una historia natural representada en tres fases que expresan las orientaciones de esa movilización y que se desenvuelven a partir de la influencia que determinados factores ejercen sobre ellas, como el modelo económico y social adoptado por los Estados y la evolución de las relaciones de clase: *utopías y contrautopías, enfrentamiento e institucionalización*. Touraine señala el riesgo de que tal movimiento sea absorbido por el sistema económico-político, y de que, desde el esquema de la formalización organizativa, y ante los compromisos individuales adquiridos por los líderes, se pierda la identidad grupal, se desvirtúen los objetivos por los cuales se peleó; en otras palabras, una vez terminado el conflicto comienza una

contienda entre los actores sociales por el beneficio individual, que desarticula la esencia colectiva y la búsqueda de metas comunes que impulsó la acción conflictiva.

Sin lugar a dudas, las contribuciones de los diversos autores al estudio de la acción colectiva permiten una profunda reflexión en torno al tema, e inciden en el desarrollo de variadas teorías e hipótesis que proponen definir la naturaleza y los elementos determinantes de las movilizaciones sociales. Entonces, puede afirmarse que en la actualidad la acción colectiva adquiere innumerables expresiones representativas de la amplitud de movimientos sociales y de las vastas necesidades humanas. Es evidente que el hombre se constituye como un ser social que establece lazos de reciprocidad con otras personas y lo manifiesta dentro de los diferentes grupos a los cuales pertenece, que representan a la sociedad civil, como un conjunto de agrupaciones organizadas en forma autónoma del Estado basadas en el voluntarismo y correlación de sus miembros.

Sobresale la propuesta teórica impulsada por Melucci (2002), que sugiere la existencia de un vínculo entre las experiencias de la cotidianidad y las formas de acción colectiva, enmarcado por la búsqueda de un sentido común a la existencia de los grupos, que se exterioriza en las manifestaciones públicas frente a las autoridades, en forma de demandas y reclamos sociales. Para este autor, la sociedad contemporánea es resultado de las nuevas fórmulas de integración social en las que coexisten estructuras con mayor definición, como los grupos de interés, clases y asociaciones, que generan nuevas maneras de solidaridad conflictual y permiten su cohesión social al redefinir su participación en el sistema político y favorecer la modernización e innovación cultural de las instituciones.

Construcción social y dimensión antagonica de la acción colectiva

Para Melucci, la acción colectiva representa “el fruto de una tensión que disturba el equilibrio del sistema social” (2002: 26); indica que esta tensión genera afirmaciones convergentes capaces de impulsar la movilización de la colectividad, cuya finalidad será restablecer el equilibrio del sistema.

Los movimientos sociales se consolidan mediante la solidaridad de los individuos, determinada por el significado y la permanencia de un estado cultural fundado en el antecedente histórico y el legado patrimonial, así como en la resistencia al cambio y los efectos producidos por las políticas económicas regionales, nacionales

e internacionales; una variable cultural sustentada en la identidad que no puede ser vista como un dato o producto, sino como la consecuencia de la interacción dinámica entre los diversos actores sociales, y que configura la base para la expresión pública de la acción colectiva.

Por lo tanto, el análisis de las movilizaciones sociales es el resultado de la interacción dinámica de objetivos, recursos y obstáculos establecidos en el interior de un sistema de oportunidades y restricciones que destaca la importancia de la organización en los propios actores sociales como plataforma para su estudio (Melucci, 2002). Así, los movimientos pueden ser considerados producto de las construcciones sociales, pues el dinamismo de los individuos con un objetivo común no puede ser generado como consecuencia de la espontaneidad de una crisis, o como la exteriorización de un conjunto de creencias populares, sino que, evidentemente, la organización de los individuos constituye el elemento central y deja de ser una simple variable para devenir un componente analítico prioritario: “Mantener organizados a los individuos y movilizar recursos para la acción significa distribuir valores, potencialidades y decisiones en un campo que está delimitado: las posibilidades y fronteras establecidas por las relaciones sociales condicionan la acción, pero ni los recursos ni las construcciones pueden ser activados al margen de la acción en sí” (Melucci, 2002: 37).

La construcción social es el producto colectivo y cotidiano de la realidad social fundado en las acciones que realizan todos los sujetos sociales (Damin y Monteleone, 2002: 42), que, ligado a la perspectiva natural, determina el entorno en que las sociedades se desarrollan. La participación de los actores sociales en los conflictos tiene como propósito dar a conocer las complicaciones que se han suscitado dentro de su propia territorialidad, que sólo con revelar sus fines y forma de organización dan una idea concreta de su perspectiva, que comparten con la sociedad.

Esta acción colectiva puede ser analizada desde una visión sistémica en la cual interaccionan diversos elementos, como los recursos o el territorio, determinados por la finalidad común entre los actores sociales y los distintos obstáculos para conseguirlos, representados en riesgo por sus opositores. De tal suerte, los sistemas de acción cuentan con estructuras particulares, y son consolidados a partir de la unidad colectiva que posibilita la continuidad de las movilizaciones. Estos sistemas de acción colectiva son construidos por objetivos, creencias, decisiones e intercambios (Melucci, 2002) que interaccionan en un mismo campo sistémico, definido por un equivalente espacio y tiempo. El análisis de la acción colectiva como un sistema

de relaciones sociales propone la superación de esquemas tradicionales de estudio basados en una mera visión empírica en la que se definen los intereses y la toma de decisiones de un grupo, como la voluntad de los individuos, comprendida como resultado más que como una base sólida para su interpretación científica. “La teoría de los movimientos sociales necesita de un desplazamiento desde las generalizaciones empíricas a las definiciones analíticas” (Melucci, 2002: 38), puesto que la interpretación del modo de construcción de estas movilizaciones representa un vínculo necesario con los objetivos, fines y decisiones adoptados por una colectividad, lo que, en palabras de Melucci, significa el análisis de *cómo* surgen las movilizaciones, sin descuidar el *porqué*.

La unidad es lo que fundamenta la existencia de los movimientos sociales, los cuales involucran simultáneamente diversos procesos sociales construidos por las relaciones interpersonales en un sistema de oportunidades y límites, dejando a un lado las propuestas de análisis valorativas o de creencias de las masas como origen de los mismos. De acuerdo con Melucci (2002: 43), “Los actores sociales producen entonces la acción colectiva porque son capaces de definirse a sí mismos y al campo de su acción (relaciones con otros actores, disponibilidad de recursos, oportunidades y limitaciones)”. Así pues, los individuos de una localidad constituyen un ser social denominado “nosotros” que estará definido por el sentido que cada uno de los involucrados le confiera a tal movilización, el ambiente social y natural en el que se desarrolla, y las oportunidades o limitaciones que se presentan en lo cotidiano. Entonces, cabe establecer que al abordar el estudio de las movilizaciones sociales se deben tener en cuenta importantes elementos, como *los fines*, con relación al sentido que tiene la acción para el actor; *los medios* como las posibilidades y límites de la acción, y *el ambiente*, considerado el campo en el que se realiza la acción.

El autor sugiere el análisis de la acción colectiva basado en una visión antagónica, y distingue tres enfoques distintos de acuerdo con sus objetivos y nivel de conflictividad: *movimientos políticos, antagónicos y reivindicativos* (Melucci, 2002: 50). A partir de un concreto ensayo de los niveles analíticos de las movilizaciones, es posible llevar a cabo esta distinción. Los tipos de acción colectiva de mayor trascendencia para el desarrollo del trabajo son los que se generan de manera espontánea y se consolidan con la definición de un actor antagónico, por la apropiación de los recursos y su aprovechamiento turístico, así como aquella forma de integración y lucha colectiva por la búsqueda de la reivindicación en los procesos de desarrollo a partir del turismo.

Melucci (2002) señala que existen movilizaciones sociales que se generan como oposición a determinados esquemas y direcciones que el sistema *político-administrativo* adquiere. Estas acciones grupales impulsan una transformación de los mecanismos de participación de las personas en los diversos procesos de regencia y gestión de los recursos (Melucci, 2002). Los individuos integrados y extensivos en la denominada sociedad civil han abierto espacios para la reflexión de temas fundamentales como la democratización en las formas de gobierno, o por lo menos algunas veces han logrado llamar la atención de la clase dirigente hacia lo que consideran sus problemas prioritarios y que requieren una solución inmediata. En general, este tipo de acción se caracteriza por la manifestación pública de los individuos en plazas centrales del medio urbano, o su movilización hacia las instituciones o entidades que representan el control y la vía de acceso a la conciliación de sus dificultades; los sujetos se agrupan en numerosos contingentes para recorrer importantes vialidades, bloquear por horas el libre tránsito de vehículos y personas, complicar la dinámica comercial de algunos negocios, pintar los muros con leyendas alusivas a sus intereses, o simplemente expresar sus inquietudes por medio de consignas.

Estos medios de expresión colectiva pueden provocar cierto disgusto en diversos sectores de la sociedad que no tienen relación alguna con la realidad del grupo sublevado, y por lo tanto fortalecen la exigencia de una pronta solución a tales cuestiones para ver resueltas sus propias dificultades, por lo que también se constituyen como mecanismos de manifestación que pueden realizarse fuera de los límites establecidos por el sistema de control-gobierno y los mecanismos diseñados para la canalización de las demandas sociales, pues se basan en el derecho fundamental de los individuos a expresarse y agruparse con libertad.

Por otro lado, los *movimientos antagónicos* son manifestaciones colectivas de la inestabilidad social y la lucha por la apropiación, el control y la orientación de los medios de producción, en la cual los sujetos se enfrentan con un adversario definido (Melucci, 2002). La trascendencia de este tipo de acción colectiva deriva de los procesos que llevaron a su conformación, que pueden tener un origen tanto reivindicativo como político; en otras palabras, estas movilizaciones surgen de la organización de un grupo social y de la lucha contra un actor específico del sistema político, que establece una dinámica en la cual un movimiento reivindicativo se convierte en antagónico por luchar contra el poder que detenta una relación social dominante y limitada concretamente, del mismo modo que una movilización política centra su lucha por el control hegemónico de intereses dominantes sobre los recursos.

La integración de individuos gira en torno a un suceso eventual y espontáneo que altera su cotidianidad y su forma de vida, situación que los conduce a la manifestación pública de su inconformidad debido a la clara determinación del agente o entidad que ha provocado la situación adversa. Este ente opositor señala la dinámica de la propia movilización, es decir, sus actos o la omisión de éstos generará una respuesta reaccionaria con mayor o menor dinamismo por parte de los individuos, en la cual se precisarán las funciones de cada integrante con la finalidad de conseguir sus objetivos. La reacción puede llevar de la mera enunciación de la inconformidad ante el adversario, a la provocación y violencia de ambos grupos, hasta que el diálogo y la alternativa de solución a los cuestionamientos se desplazan a un segundo término y queda como estandarte de triunfo la imposición de la irracionalidad y la fuerza.

Un ejemplo de la definición de un sujeto antagónico en los movimientos sociales se presenta en la lucha suscitada por la apropiación de los recursos de una comunidad por agentes exógenos, donde un cierto grupo de interés intenta adueñarse, por medios legales y con el apoyo de las autoridades, de una gran porción del territorio (central en la vida de muchas comunidades rurales e indígenas de nuestro país) para su comercialización, y ofrece a los actores sociales locales una burlesca cantidad de dinero para el fraccionamiento de su patrimonio, lo que motiva la integración de los individuos para su defensa. Entonces, la accionalidad de los individuos se fundamenta en el desprecio a las ventajas económicas a cambio de la dilapidación de su patrimonio, y se enfrentan mediante la movilización pública a este peligroso adversario, por medio de marchas, plantones, el cierre de carreteras, la clausura simbólica de obras realizadas, e incluso la resistencia violenta contra trabajadores y representantes de la autoridad. En este caso, el actor antagónico puede estar integrado por dos sujetos: el corporativo, que planea explotar los recursos, y las autoridades locales, estatales o nacionales, como promotores de la inversión y el menosprecio por las comunidades rurales, dentro de la dinámica y las condiciones establecidas por el modelo capitalista de producción.

Para Melucci (2002), la *acción conflictiva reivindicativa* se encuentra determinada por la lucha contra la autoridad, que ha impuesto ciertas normas de comportamiento a los individuos, así como roles para la dinámica del funcionamiento interno y los mecanismos de control en la estructura. De este modo, los individuos tratan de *reivindicar* su papel en esta ordenación redefiniendo la importancia de su contribución en la consecución de objetivos, enfrentando a la autoridad instaurada,

con el fin de ser reconocidos como un actor clave en los procesos de desarrollo, y a la vez reestructurar la asignación y retribución por el desempeño de las funciones sociales-laborales, mediante la reasignación de los recursos.

Aun cuando las movilizaciones, según Melucci (2002), se expresan esencialmente en la dinámica y estructura de las organizaciones laborales, es posible interpretar sus planteamientos en la lucha que han emprendido ciertas comunidades campesinas por la reivindicación de su papel en el proceso de desarrollo, donde los habitantes de una comunidad pueden buscar el mejoramiento de sus condiciones de vida, de acuerdo con el criterio de ideales que los identifican por encima de los procedimientos institucionalizados para la conducción-control de sus inseguridades e inconformidades.

En este sentido, la accionalidad colectiva de las comunidades rurales para el impulso del turismo puede constituir una estrategia para reivindicar su participación en el proceso de desarrollo como un actor colectivo, la cual se puede fundamentar en sus propias estructuras políticas, socioculturales o económicas, a partir de la existencia de una organización local que integre los intereses y las voluntades de los individuos. Así, las asambleas de ejidatarios o comuneros, cooperativas o directivas integradas por los propios actores locales, asumen la responsabilidad y representatividad sumada en la lucha por el acceso a recursos públicos que permitan mejorar las condiciones de vida existentes, aunque también es posible que se manifiesten fuera de los canales institucionales en la moderación de conflictos sociales, es decir, por encima de los mecanismos establecidos por el Estado como normas de orden-control-represión. De tal modo, los campesinos se integran en torno a una identidad que les permite reivindicar su papel e importancia en el proceso de desarrollo del turismo en su territorio, con énfasis en sus componentes económico, social y natural, y que conlleve a una mejor retribución de los beneficios generados, la revaloración de las expresiones culturales y la conservación de los recursos naturales.

Por último, conviene resaltar la interrelación empírica de estas movilizaciones en la sociedad moderna, donde un movimiento reivindicativo puede constituirse como uno antagónico al cuestionar la influencia y el control de un sector dominante en la forma de vida local, o la lucha contra el poder del sistema político. Melucci (2002) sugiere que la transformación de un movimiento reivindicativo en uno político o antagónico se genera a partir de un creciente contenido simbólico de las movilizaciones, la divisibilidad y la negociación decrecientes del puesto en juego, la descendiente reversibilidad, la calculabilidad a la baja de los resultados de la acción,

y la tendencia en aumento hacia conflictos de suma cero, en cuanto indicadores empíricos de los conflictos con una dimensión antagonica, como la expresión de la lucha por la apropiación de los recursos.

Los desafíos del desarrollo turístico en el medio rural

En la actualidad es reconocida la relevancia del turismo como actividad económica y social que impulsa el desarrollo de las regiones con características naturales y culturales de interés social, capaces de propiciar los desplazamientos turísticos, por lo que, además de cumplir con el papel de captador de divisas, el turismo es considerado una alternativa de crecimiento económico para áreas marginales.

Desde esta lógica, han surgido diversas iniciativas de los sectores público y privado, las instituciones académicas y organizaciones de la sociedad civil (osc), que pretenden promover proyectos turísticos en México y en el mundo entero. De esta forma, las comunidades rurales se han articulado a la dinámica turística, aunque la mayoría de las veces de manera improvisada, mediante proyectos productivos fomentados desde el exterior con la promesa, escasamente cumplida, de aminorar la pobreza e impulsar la economía local.

A las comunidades rurales que han enfrentado históricamente la falta de apoyo para poder sobrevivir se las ha empujado a abandonar el campo y a buscar otras alternativas productivas que les permitan afrontar la pobreza en la que viven, y ahora se les pide buscar su desarrollo a partir de sus potencialidades y vocaciones, impulsando un crecimiento endógeno por medio de formas de organización que les permitan conectarse con el mercado; sin embargo, las comunidades que cuentan con recursos turísticos susceptibles de aprovechamiento han sido engañadas, presionadas y amenazadas para dar paso al crecimiento económico de los capitales locales, nacionales y hasta internacionales, mediante concesiones, expropiaciones y el mercado de tierras.

A lo largo de todo el país es posible identificar situaciones en las que comunidades rurales se han conformado como un actor antagonico a los intereses externos, y con acción colectiva han defendido y detenido el despojo de sus tierras en pro del desarrollo de la actividad turística.

Tal es el caso de las comunidades ubicadas en el Parque Nacional Nevado de Toluca (PNNT), que durante mucho tiempo se han opuesto a diversos proyectos de inversión turística y desarrollo inmobiliario en su territorio, promovidos por los

gobiernos municipal, estatal y federal, así como por la iniciativa privada. Destaca el proyecto de creación de un centro internacional de esquí por parte de un grupo de empresarios denominados Grupo Arfra Ingeniería S. A., planteado desde mediados de la década de los noventa y retomado con mayor impulso en 2002 por el gobierno del estado y el H. Ayuntamiento de Toluca. Este proyecto contemplaba la construcción de 19 pistas para esquiar con longitudes de 500 a 1 500 metros, además de espacios para patinaje recreativo, artístico, de velocidad y hockey; la construcción de una villa alpina con hoteles, zonas comerciales y restaurantes, instalaciones para un centro deportivo de alto rendimiento, un campo de golf de 27 hoyos, un club de tenis, un centro cinegético, áreas deportivas, un club hípico y una carretera que uniría todos los desarrollos construidos (Pérez-Ramírez, Zizumbo-Villarreal y Monterroso-Salvatierra, 2009).

Las comunidades, al ver el avance del proyecto en cuanto a su aprobación, la amenaza que representaba para sus tierras y los recursos naturales de la región, en especial por el amplio consumo de agua requerido para su funcionamiento, así como la paulatina transformación de las condiciones de vida locales, se movilizaron e hicieron un frente para frenar el desarrollo inmobiliario y recreativo, y conformaron el Comité para la Defensa de los Recursos Naturales del Xinantécatl y Río Temascaltepec, que representó la suma de intereses colectivos para la defensa de sus recursos naturales y logró que en 2003 tanto las autoridades gubernamentales como los inversionistas reconocieran la importancia de las comunidades locales en la planeación y desarrollo del proyecto (Pérez-Ramírez, Zizumbo-Villarreal y Monterroso-Salvatierra, 2009).

Esta acción social fortaleció e integró a las comunidades por medio de la defensa de sus recursos, y tuvo gran éxito, ya que el proyecto no se concretó al considerarlo una grave amenaza para las condiciones naturales y sociales de su entorno, que limitaría su desarrollo. De acuerdo con Melucci, esta movilización antagónica tenía un contenido simbólico: la tierra como medio de vida, pues sin ésta no habría futuro para las comunidades, mientras que el adversario fueron los intereses externos del capital, representados por los gobiernos municipal y estatal, así como la empresa Arfra, que pretendían la apropiación de sus recursos y el beneficio derivado del aprovechamiento turístico del lugar.

Por su parte, en el municipio de Tepoztlán, en el estado de Morelos, han sido varios los intentos por desarrollar proyectos turísticos, como la construcción de un campo de golf en tierras comunales, un teleférico desde el cerro del Tepozteco, una

cafetería a un costado de los vestigios arqueológicos, y una vía ferroviaria para el paso de un vagón escénico por la región, entre otros. La acción más relevante que protagonizó este movimiento social fue el rechazo a la construcción de un complejo turístico, a mediados de la década de los noventa, que incluiría un campo de golf de 18 hoyos profesionales, una casa club, un hotel con 30 habitaciones, un club de tenis y la urbanización en condominio de 592 lotes, una zona de oficinas y un área corporativa, con una inversión superior a los 300 millones de dólares y promovido por la empresa KS (Scheinfeld, 1999).

Sin embargo, la oposición radical de los habitantes de Tepoztlán, fundada en una sólida historia de activismo ambiental y un fuerte liderazgo social, pudo impedir la realización de este proyecto. Más allá de una precisa lucha por la defensa del territorio, los recursos naturales y la cultura, el rechazo a este proyecto turístico se vio acrecentado por un importante conflicto político, en el cual los actores sociales de la comunidad tuvieron que enfrentar a las autoridades para evitar la imposición de un nuevo presidente municipal, y adoptar el sistema de usos y costumbres propio de las comunidades indígenas, que el gobierno estatal se negó a reconocer. Esto produjo descontento en un amplio sector de la población de Tepoztlán y propició la movilización colectiva para conformar el Comité de Unidad Tepozteca (CUT), integrado por activistas políticos, locales, comuneros, ejidatarios, comerciantes, artistas, propietarios de casas de fin de semana y ecologistas, que tenía como principal objetivo detener el desarrollo de este proyecto (Centro de Derechos Humanos “Miguel Agustín Pro”, 1996).

Finalmente, los habitantes de Tepoztlán consiguieron frenar la construcción del campo de golf en su territorio. La lucha estuvo dirigida hacia la preservación ambiental, pero consolidada por la integración de otros componentes que permitieron la lucha y la conquista de la voluntad popular.

Es claro que las movilizaciones sociales señaladas se insertan necesariamente en un determinado conflicto, es decir, la lucha entre uno o más adversarios que, en los casos analizados, se exteriorizan en las autoridades locales y en los inversionistas como antagonistas, con quienes las comunidades locales entran en disputa para evitar la imposición de acciones y la apropiación de los recursos. Según Melucci, la acción colectiva antagónica de estas comunidades se ha manifestado como opositora al desarrollo de proyectos turísticos inducidos desde el exterior que pretenden la apropiación de sus recursos con la finalidad de impulsar el crecimiento económico

y la acumulación de capital para unos cuantos, pero con la necesaria transferencia hacia las propias comunidades de los elevados costos sociales, económicos y físicos que puede generar el turismo.

El turismo rural como estrategia reivindicativa para las comunidades

Existen comunidades que han visto en el desarrollo del turismo rural una oportunidad para incrementar sus opciones de ocupación laboral, y que así su población obtenga recursos económicos para satisfacer sus necesidades alimentarias, de salud, educación, vestido, e incluso cumplir con los compromisos que la propia comunidad establece en la dinámica agraria, religiosa o social. Para que el turismo sea considerado una verdadera alternativa económica, se requiere que sean los actores locales los principales protagonistas en la planeación, ejecución y desarrollo de los servicios ofertados a las corrientes de turistas y visitantes, con la intención de que los beneficios que puedan derivar del turismo sean asumidos por la población y contribuyan efectivamente a mejorar las condiciones de las mayorías.

De esta forma, una comunidad, en cuanto actor colectivo, puede recurrir a la actividad turística como una estrategia para promover su propio desarrollo, fuera de la dinámica individualista, competitiva y privatizadora que establece el capital. De tal suerte, la acción colectiva de los campesinos e indígenas que participan en la prestación de servicios turísticos puede contribuir a debilitar los históricos lazos de dependencia y paternalismo desde el exterior, que tanto el Estado como el propio mercado han impuesto como mecanismo eficaz para el control de las comunidades campesinas.

Así pues, esta perspectiva que reivindica la acción colectiva constituye una significativa tarea para el adecuado desarrollo del turismo comunitario, que puede afirmar la actividad no sólo como una alternativa económica para la población, que ayudaría a frenar problemas como la pobreza, la marginación y la migración, sino que podría fortalecer las estructuras sociopolíticas que intervienen en la toma de decisiones locales, aunado a la creación de nuevas estructuras sociales que permitan ampliar la participación de la población, en especial de las mujeres y los adultos mayores, además de la revaloración de las expresiones culturales y la conservación del entorno natural, como ya se ha mencionado.

Aunque es claro que el turismo no consigue resolver por sí solo todas las problemáticas económicas, políticas, socioculturales y físicas que enfrenta el campesinado, sí puede representar un dinámico soporte en la búsqueda permanente de solucionarlas. El impulso al turismo ineludiblemente tiene efectos en las comunidades locales, y las expone de manera directa al exterior, pero su intensidad y magnitud dependen de la puesta en marcha de adecuadas estrategias de gestión por parte de los actores locales, que permitan su prevención o, en su caso, mitigación.

Por ello, es preciso destacar algunos casos de comunidades rurales que han tenido éxito en este proceso reivindicativo de acción colectiva mediante el turismo, y han logrado que esta actividad sea justamente una oportunidad para intervenir en su propio proceso de desarrollo y en el mejoramiento de sus condiciones de vida.

El primer caso es el de las comunidades de San Pedro Atlapulco y San Gerónimo Acazulco, en el Estado de México, cuya propiedad territorial forma parte y está aledaña al Parque Nacional Insurgente Miguel Hidalgo y Costilla, cuyos recursos naturales, como bosques, cuerpos de agua y valles, constituyen un espacio de interés para los visitantes provenientes principalmente de las ciudades de México y Toluca que practican actividades recreativas en contacto con la naturaleza.

El desarrollo del turismo en esta región inició con la construcción de la carretera que une a estas dos importantes ciudades en el centro del país, a partir de lo cual sus habitantes centraron su actividad económica en la prestación de servicios turísticos como el alquiler de motocicletas y lanchas, paseos a caballo, venta de dulces, alimentos y bebidas tradicionales, e incluso han incursionado en novedosas actividades como el *gotcha* o la escalada artificial, con la intención de satisfacer las necesidades de los visitantes. Lo trascendental del desarrollo turístico en este lugar es que las comunidades han mantenido su organización comunal y han enfrentado numerosas presiones para ceder parte de su territorio a intereses ajenos a la comunidad, aunque ha sido su fortaleza y organización lo que ha frenado la expansión del capitalismo en esta zona.

Las comunidades de Acazulco y Atlapulco están conformadas por individuos nacidos en estas localidades; mantienen una limitada apertura a los nuevos residentes y mucha menos al fraccionamiento de su territorio comunal; sus sólidas formas de organización política, económica, social y religiosa se caracterizan por la participación democrática de su población. Aunque es claro que en estas comunidades se presentan todos los problemas que se generan dentro y fuera de las localidades rurales,

sobresale la integración colectiva de los individuos, quienes están dispuestos a participar tanto en la defensa de su territorio, en caso de que los intereses de la mayoría se vean amenazados por agentes externos, como en la búsqueda de condiciones adecuadas para el desarrollo de su actividad principal (Zizumbo-Villarreal y Pérez-Ramírez, 2006).

La acción colectiva reivindicativa de estas comunidades les ha permitido que hoy en día vivan del aprovechamiento recreativo de sus valles para la actividad turística, a la vez que complementan sus ingresos con el trabajo asalariado en las ciudades de México y Toluca, así como con diversas actividades agrícolas en la región, como el cultivo de maíz, papa y forrajes, el aprovechamiento forestal y la producción de truchas para el consumo en los negocios de alimentos y bebidas.

Otro caso interesante es el de la comunidad de San Cristóbal, ubicada en el municipio del Cardonal, estado de Hidalgo, que a pesar de contar con tierras de temporal escasamente productivas, posee recursos naturales propicios para el desarrollo turístico, en especial las Grutas de Tolantongo. El lugar tiene un microclima, porque la región de San Cristóbal es seca esteparia árida; sin embargo, en Tolantongo el ambiente no es caliente, por la presencia de humedad proveniente de la gruta y las cascadas, que se refleja en la vegetación de selva baja subcaducifolia. La lluvia se concentra de manera torrencial en agosto y principios de septiembre, debido a la dispersión de la vegetación en las laderas de las barrancas. Las propiedades del suelo contribuyen a la formación y mantenimiento de determinados tipos de vegetación (Monterroso-Salvatierra y Zizumbo-Villarreal, 2009).

Los atractivos naturales en el ejido de San Cristóbal, en particular la oportunidad que brinda a los visitantes de introducirse en sus cuerpos de agua y permanecer en el lugar, propiciaron que los ejidatarios se interesaran en brindar servicios turísticos, aunque al principio de manera empírica y rudimentaria. Los caballos, mulas y burros para bajar la barranca fueron las primeras prestaciones de servicios de los pobladores, pero el ofrecimiento de alimentos y espacios para acampar incentivó la llegada de más turismo. Desde el inicio, los ejidatarios establecieron una pequeña cuota por visitar y permanecer en el sitio; estos primeros ingresos permitieron la construcción de servicios, entre los que se cuentan regaderas y vestidores, además de comenzar los arreglos mínimos para dar seguridad, como corredores, andadores y escaleras provisionales para que el recorrido por los atractivos turísticos fuera accesible (gruta, cascadas y túnel). Dada la cada vez mayor afluencia de visitantes se

requirió más personal; entonces los ejidatarios decidieron constituirse como cooperativa ejidal (Monterroso-Salvatierra y Zizumbo-Villarreal, 2009).

Los ejidatarios empezaron a organizarse formalmente en 1972; empero, a lo largo de la historia esta comunidad ha demostrado ser unida y combativa en beneficio de la mayoría, y siempre ha luchado por mantener su patrimonio, ya que han existido intereses externos para su apropiación, o de la política gubernamental que quiere expropiar el lugar para convertirlo en área protegida. Ellos están conscientes de que sólo organizados pueden mantener sus tierras ejidales y comunales como elemento fundamental para incidir en su propio proceso de desarrollo, y de que el turismo es su medio de vida, por lo que están dispuestos a defenderlo hasta con la vida si es necesario.

Sin tener capital económico para impulsar la actividad turística, como muchos centros turísticos lo requieren, esta comunidad ha realizado esfuerzos por el control y el manejo de la actividad a cargo de su propia organización. Con base en una acción colectiva reivindicativa, los ejidatarios han mantenido una iniciativa autogestionaria en la que todos los integrantes forman parte de una cooperativa, incorporados de manera democrática a las actividades planteadas para ser beneficiados con los ingresos económicos que genera el turismo y mejorar las condiciones de vida de su comunidad.

A manera de conclusión

En la actualidad, desde una perspectiva tanto económica como social, el turismo es considerado un instrumento de desarrollo que no sólo se visualiza como el que impulsa el Estado, como una política que se impone desde arriba, sino también como uno que proviene desde abajo y que responde a las necesidades de las poblaciones, localidades o territorios. Este desarrollo manifiesta hoy en día modificaciones importantes en la forma de asumirse; al cambiar la estructura política general se han transformado los paradigmas en los que se basa la búsqueda del desarrollo. El capital ha asumido otras maneras de penetración en la era globalizada, lo cual ha generado nuevas estrategias de desarrollo.

Por lo tanto, se ve en el turismo una posibilidad de impulsar el desarrollo en las naciones, sobre todo en zonas rurales, con el fin de aminorar la crisis que experimentan las comunidades, manifestada en la pérdida del valor de las producciones

agrícolas; la débil funcionalidad económica de estos territorios, así como su situación sociodemográfica; el desempleo; la emigración de la población joven y el envejecimiento de la que permanece en la región, y las pocas esperanzas y perspectivas de mejoras en el nivel de vida comunitario por la incorporación de nuevas zonas a la actividad turística. Surgen entonces las nuevas alternativas del turismo, como el ecoturismo, el turismo de aventura, el turismo verde y el turismo en áreas naturales, todas como integrantes del nuevo modelo económico que busca alternativas de desarrollo para las zonas rurales.

Sin embargo, el turismo no ha dejado de ser reconocido como una parte sustancial de los actuales procesos de globalización económica y mundialización territorial, por lo que es visto como pieza de construcción de nuevos espacios de crecimiento regional y local relacionados con la economía capitalista y con la economía pública, las cuales buscan principalmente los beneficios de los capitales; esto ha traído evidentes repercusiones negativas en la transformación de las sociedades y los territorios.

De esta manera, a pesar de que algunas localidades rurales cuentan con recursos naturales y culturales susceptibles de aprovechamiento turístico, y con el interés de su población por incorporarse a la prestación de servicios como alternativa económica, desde la lógica del capital, la necesaria y excesiva dependencia del exterior no ha permitido integrarlas adecuadamente al desarrollo del sector, por lo que la población local ha quedado al margen de los beneficios de esta actividad. Por ello se propone la creación de microempresas que propicien la integración de los diferentes actores involucrados en el turismo, lo cual es muy difícil de alcanzar debido a las condiciones de las poblaciones rurales que carecen de capitales.

Estas limitaciones locales para el impulso del turismo constituyen el habitual argumento para la intervención de agentes externos desde el gobierno, en los ámbitos federal, estatal o municipal, así como de inversionistas y promotores de las OSC, quienes apoyan la entrada de inversiones en las áreas naturales y en las mejores tierras con atractivos turísticos, y despojan a las comunidades rurales de sus recursos naturales e incluso permiten la generación de nuevos grupos de poder que se favorecen con la actividad.

No obstante, existen casos concretos de poblaciones rurales que han defendido su territorio por medio de una acción colectiva antagónica. En esta situación se encuentran tanto las comunidades asentadas en el PNNT, como los habitantes de Tepoztlán, Morelos, quienes desde su integración como actor colectivo han logrado

defender sus intereses comunes, relacionados esencialmente con la conservación de los recursos naturales, frente a la pretensión del capital por aprovechar sus recursos para el turismo, con la posibilidad de transformar sus condiciones de vida y excluirlos de los principales beneficios económicos que pueda generar la actividad. Así, los habitantes de estas comunidades conformaron una oposición colectiva a una iniciativa de turismo inducida desde el exterior, no con el propósito de limitar sus oportunidades de desarrollo, sino de exigir condiciones apropiadas para el bienestar sumado de su población. Para eso crearon estructuras sociales internas capaces de solucionar los desafíos impuestos por el desarrollo del turismo, que favorecieron tanto la comunicación, la interacción y la reciprocidad de los actores locales, como la puesta en marcha de diversos mecanismos de lucha social que les permitieron alcanzar sus objetivos.

La identificación de una problemática común, como el despojo de los recursos para el aprovechamiento turístico, puede ser el origen del fortalecimiento de la identidad y cohesión social en una comunidad, y aunado a la existencia de un actor antagónico como el gobierno o empresarios externos posibilita configurar una acción colectiva antagónica cuyo éxito dependerá de la representatividad que alcance la movilización de los intereses colectivos, la capacidad de diálogo y tenacidad de los líderes para permanecer firmes en sus demandas, e incluso la habilidad de la estructura para socializar los problemas y demandas, con el fin de atraer la atención de la sociedad e incrementar la presión para la efectiva solución de las problemáticas existentes.

En otro contexto, existen comunidades que además de la protección colectiva de sus recursos han renovado la perspectiva de su acción colectiva de antagónica a la reivindicación de su papel en el proceso de desarrollo, centrando su interés en el aprovechamiento comunitario de sus recursos para la prestación de servicios turísticos como alternativa económica que les permita hacer frente a las dificultades propias del medio rural.

En esta situación se hallan las comunidades de San Pedro Atlapulco y San Gerónimo Acazulco, en el Parque Nacional Insurgente Miguel Hidalgo, así como San Cristóbal, en las Grutas de Tolantongo, las cuales, con base en su sólida organización comunitaria, han puesto en marcha mecanismos de acción colectiva para dar continuidad a la apropiación social de sus recursos, a fin de promover con el turismo

rural una efectiva alternativa económica para su población, interesada en el beneficio sumado que puede generar la actividad y el mejoramiento de sus condiciones de vida.

Entonces, una acción colectiva no sólo precisa un actor antagónico para su consolidación, sino la persistencia de problemáticas comunes, como la pobreza y la marginación, que logren integrar los intereses colectivos para buscar soluciones compartidas. Pero esta acción reivindicativa es posible en aquellas comunidades que cuentan con un sólido capital social que permita la participación recíproca de la población, el fortalecimiento de una ideología comunitaria de bienestar social para la mayoría, y dejar de lado la exclusiva dependencia del exterior, con objeto de movilizar las capacidades locales existentes para impulsar el propio desarrollo.

Los procesos de movilización para la defensa de los recursos o la efectiva participación colectiva en el turismo de las comunidades rurales siguen determinadas lógicas repetitivas y generalizables de acuerdo con su contexto sociocultural e histórico, pero es claro que los desafíos que afrontan las comunidades son duros y requieren mucha organización social, la cual tiene que ver con las posibilidades de negociación o concertación que se dan entre los actores sociales, entendidas como el fomento de generación de consensos. Desde luego, ese sentido profundo de la comunicación se piensa más allá de los medios mismos; son muchos y novedosos aquellos que pueden servir al propósito de que las comunidades hagan valer sus universos simbólicos y los enriquezcan con los de la sociedad mayor, fortaleciendo sus posibilidades de participación en todas las dimensiones y en todos los escenarios, pero se requieren estructuras de participación que aseguren la representatividad colectiva, el liderazgo comprometido y la transparencia informativa para que sea considerada y cuestionada, así como una verdadera autonomía en la toma de decisiones que inciden en el aprovechamiento de sus recursos.

A pesar de la penetración del sistema capitalista en la lógica comunitaria, que genera la dispersión de los intereses sumados para el beneficio particular, es imprescindible que las bases de la organización permanezcan sólidas, con el fin de reflejar la capacidad de los actores locales para crear mejores condiciones de producción y distribución de la riqueza. Entonces, la acción colectiva adquiere un significativo papel en los procesos de desarrollo, visto desde dentro y desde abajo con un enfoque comunitario, que plantee la oportunidad de mejorar las condiciones de vida del medio rural a partir de la prestación de servicios turísticos.

Fuentes consultadas

- Aceros, J. *et al.* (2005). “A propósito de la noción de movimiento: virtualización de los movimientos sociales”. *Revista Atenea Digital*, 7, primavera [en línea]. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: <http://info.nodo50.org/IMG/pdf/saceros.pdf>
- Aranda, J. (2000). “El movimiento estudiantil y la teoría de los movimientos sociales”. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 7 (21), enero-abril, 225-250 [en línea]. Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM). Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/105/10502108.pdf>
- Bringas, N. y L. Ojeda (2000). “El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas?”. *Economía, Sociedad y Territorio*, II (7), 373-403 [en línea]. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=11100701>
- Cañada, E. y J. Gascón (2007). *Turismo y desarrollo: herramientas para una mirada crítica*. Managua: Enlace.
- Centro de Derechos Humanos “Miguel Agustín Pro” (1996). *Tepoztlán: El derecho de un pueblo a sobrevivir* [en línea]. Disponible en: http://www.cibera.de/fulltext/1/1718/Prodh_1718.pdf
- Damin, R. y Monteleone, A. (2002). *Temas ambientales en el aula. Una mirada crítica desde las Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Editorial Paidós SAICF.
- Fernández, A. (2002). “Movimientos sociales y medioambiente en el Gran Caribe ante el fin de siglo”. *Pensamiento Propio. Revista Bilingüe de Ciencias Sociales del Gran Caribe*, 15, enero-junio, 73-106 [en línea]. Disponible en: www.cries.org/documentos_cries_old/15.pdf
- Ibarra, P. y B. Tejerina (1998). *Los movimientos sociales. Transformaciones políticas y cambio cultural*. Madrid: Trotta.
- Lazo, J. (2004). “Ideología y antiglobalización: Una aproximación al discurso de la vía campesina”. *Revista de Ciencia Política*, 24 (1) [en línea]. Pontificia Universidad Católica de Chile. Disponible en: <http://www.scielo.cl/pdf/revcipol/v24n1/art07.pdf>
- León, S. e I. Marván (1989). “Movimientos sociales en México: panorama general y perspectivas (1968-1983)”, en D. Camacho y R. Mensivar. *Los movimientos populares en América Latina*. México: Siglo XXI Editores/Universidad de las Naciones Unidas, 34-53.
- Melucci, A. (2002). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. México: Centro de Estudios Sociológicos-El Colegio de México.
- Monterroso-Salvatierra, N. y L. Zizumbo-Villarreal (2009). “La reconfiguración neoliberal en los ámbitos rurales a partir del turismo: avance o retroceso”. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 50, mayo-agosto, 133-164.

- Palafox, A. (2003). "La modernidad: utopía del turismo sustentable", en A. Palafox (coord.). *Desarrollo sustentable del turismo*. Chetumal: Contribuciones académicas del 1er. Congreso Internacional de Desarrollo Sustentable del Turismo-Universidad de Quintana Roo.
- Pérez-Ramírez, C., L. Zizumbo-Villarreal y N. Monterroso-Salvatierra (2009). "Turismo e identidad de resistencia; la oposición local a proyectos turísticos en el Parque Nacional Nevado de Toluca, México". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18 (1), 36-52 [en línea]. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=180714242003>
- Ramírez, J. (1994). "Acciones colectivas: 1989-1994". *Revista Ciudades*, 6 (22), abril-junio, 51-57. México: Red Nacional de Investigación Urbana.
- Santana, A. (2002). "Desarrollos y conflictos en torno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social" [en línea]. III Congreso Internacional sobre Turismo Rural y Desarrollo Sustentable, 14-16 de mayo. Universidade de Santa Cruz do Sul. Disponible en: <http://www.antropologiasocial.org/contenidos/publicaciones/asantana/santana-cogressorural.pdf>
- Scheinfield, E. (1999). *Proyectos de inversión y conflictos ambientales*. México: Instituto Nacional de Ecología/Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales/Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Sectur (2004). *Turismo alternativo: una forma de hacer turismo*. México: Secretaría de Turismo (Fascículos de Turismo Alternativo 1).
- (s/f). *¿Qué es el turismo de naturaleza?* [en línea]. Disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/15359/20/QueEsTurismoDeNaturaleza.pdf>
- Touraine, A. (1992). "Beyond social movements?" *Theory, Culture and Society*, 9 (1), febrero, 125-145.
- Vargas, J. (2003). "Teoría de la acción colectiva, sociedad civil y movimientos sociales en las nuevas formas de gobernabilidad en Latinoamérica". *Revista Nómadas*, 7, enero-junio [en línea]. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=18100720>
- Zamorano, F. (2002). *Turismo alternativo: Servicios turísticos diferenciados*. México: Trillas.
- Zizumbo-Villarreal, L. y C. Pérez-Ramírez (2006). "El capital social, base para el desarrollo local de las comunidades rurales. El caso de San Pedro Atlapulco, Estado de México", en E. Moreno y T. Romero (coords.). *A media legua. Repensando el desarrollo rural*. Toluca: UAEM.



Tres aristas del impacto turístico: cultura, salud y medio rural

Juan Miguel Fernández Valdés*
Universidad de La Habana

Durante décadas, el turismo ha sido una gran fuente de recursos para los países, en especial del Tercer Mundo: “ha llegado a ser la actividad económica de mayor volumen y crecimiento del mundo. El reto consiste en utilizar eficazmente la fuerza del sector en la lucha contra la pobreza”.¹ Su crecimiento ha sido catalogado por los expertos como fenomenal. Bastaría mencionar los cambios registrados en sólo cuatro décadas: según las estadísticas, 25 millones de personas viajaron por año al exterior en la década de los cincuenta, y en 2000 se incrementó el número a 699 millones. La Organización Mundial del Turismo (omt) previó que esa cifra aumentaría a 1 000 millones al cierre de 2010, y a 1 600 millones para 2020. En cuanto a los ingresos del sector, en los años sesenta el turismo había generado 6 800 millones de dólares, mientras que en 1997 alcanzaría los 448 000 millones. Para 2010, se estimó que esa cantidad ascendería a 1.5 billones de dólares.

El turismo es también una importante fuente de empleo en todo el globo. De acuerdo con el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, que agrupa a más de 80 altos ejecutivos de agencias turísticas y de viaje, el sector emplea directa o indirectamente a más de 260 millones de personas, y empleará a 100 millones más en la próxima década, 70 % de ellas en la región de Asia Pacífico.

*Correo electrónico: jean75cu@yahoo.com

¹ <<http://www.world-tourism.org>>.

No sorprende entonces que los países del Tercer Mundo, necesitados de divisas, consideren el turismo como un atajo hacia el desarrollo. Su potencial de generar miles de millones de dólares con relativa facilidad lo convirtió en una especie de panacea para las naciones endeudadas. El impacto del turismo en la sociedad se ha hecho sentir en múltiples campos, desde el económico hasta el ecológico. Lo positivo y lo negativo se puede apreciar en los efectos producidos, todo dependiente de la planificación y el control del desarrollo de la actividad turística.

Tal es el caso de los efectos que se evidencian en cuanto a turismo y salud concierne. En los países desarrollados existe una gran cantidad de publicaciones que describen los peligros que acechan la salud de los turistas que se disponen a viajar a lugares con economías en desarrollo. Si bien su contenido suele ser muy general y muchas veces se basa en percepciones o proyecciones y no en datos concretos, estas publicaciones responden a la mayoría de las inquietudes de los viajeros potenciales.

Los turistas pueden sufrir afectaciones o molestias casi desde los inicios del viaje, por ejemplo la sensación de incertidumbre que genera el desfase de horarios o los mareos provocados por el traslado. Si bien estas incomodidades no constituyen un riesgo para la salud, pueden resultar inconvenientes, en especial para las personas de mayor edad o las que tienen algún padecimiento.

Muchos elementos de riesgo son considerados por aquellos que tienen que atender a turistas en este campo. Normalmente se presta bastante atención a parásitos, bacterias o virus, dado que la mayoría de los viajeros procedentes del mundo desarrollado no han estado en contacto con estos microorganismos, lo que los hace presa fácil en algunos destinos turísticos.

El consumo de mariscos y pescados, sobre todo si se trata de peces carnívoros, en algunos casos se ha vinculado a la intoxicación de los turistas debido a la presencia de altas concentraciones de toxinas producidas por peces ciguatos. También se ha demostrado que el consumo de mariscos y pescados contaminados está asociado a la incidencia de hepatitis A, dado que los crustáceos y moluscos, y muy específicamente los bivalvos, concentran los microorganismos exponiendo a los consumidores a altas dosis de agentes infecciosos.

En los últimos años han cobrado gran visibilidad los brotes de enfermedad de los legionarios. Se trata de un trastorno respiratorio causado por una bacteria llamada *Legionella pneumophila*, que habita en los sistemas de agua y aire acondicionado de hoteles y otros ambientes cerrados.

Existen muchos riesgos biológicos potenciales para la salud a los cuales pueden quedar expuestos los turistas no inmunizados y sin protección. Algunos de los agentes más frecuentemente identificados son las amebas, *Vibrio cholerae*, *Giardia sp.*, helmintos y virus que provocan gastroenteropatías. Todos estos organismos están vinculados al consumo de alimentos y agua en condiciones insalubres.

Otro grupo de riesgos para la salud a los cuales suelen quedar expuestos los turistas son los transmitidos por vectores: mosquitos, garrapatas, piojos, pulgas y otros ácaros. La malaria, el dengue, la fiebre amarilla y el mal de Lyme figuran entre las enfermedades transmitidas por ellos, y diagnosticadas con cierta frecuencia entre los turistas.

La mayoría de los problemas de salud mencionados puede controlarse adecuadamente mediante la aplicación de procedimientos muy conocidos para el manejo de los alimentos y la salubridad ambiental. Por ello, en términos generales, podría decirse que un ambiente sano es un sello de calidad para los turistas, porque indica la preocupación de las autoridades locales por la higiene ambiental. Es legítimo señalar que el medio ambiente es un factor determinante de la salud de los turistas, y que un medio ambiente apropiadamente mantenido no sólo atrae a los visitantes, sino que es una medida muy eficaz para proteger su salud. Por lo tanto, se puede deducir que la inversión en el medio ambiente es un insumo de un turismo eficaz en función de sus costos.

El surgimiento del virus responsable de la inmunodeficiencia humana (VIH) y la epidemia del síndrome de inmunodeficiencia adquirida (SIDA) abrieron un capítulo muy especial en los aspectos sanitarios de los viajes y el turismo. Las enfermedades de transmisión sexual, que están registrando una creciente incidencia en todo el mundo, exigen con urgencia una modificación de la conducta respecto a los contactos sexuales ocasionales, en gran medida responsables de la diseminación del VIH y del continuo aumento del número de casos de SIDA.

De lo anterior se desprende que la responsabilidad por la salud del turista no sólo radica en las autoridades locales, sino también en los turistas, quienes deben asumir una posición proactiva en este asunto. Dado que las enfermedades vinculadas al turismo se encuentran en cualquier región, es muy importante conseguir la mayor cantidad posible de información sobre el lugar de destino. Esta actitud constituye una base adecuada para cumplir con los requisitos y recomendaciones de inmunización.

Pero hemos visto el impacto del turismo desde la perspectiva de la salud de los turistas; veamos su incidencia sobre la salud de la población receptora.

La investigación bibliográfica del Instituto Internacional de Estudios sobre Turismo identificó en 1992 que entre las 147 citas recogidas, 36 de ellas se referían al impacto del turismo en la salud de los residentes. La mayoría de estos documentos y publicaciones fue escrita en los últimos diez años, lo que revela una nueva tendencia a analizar los impactos sanitarios del turismo en los países receptores. Las enfermedades de transmisión sexual y el deterioro ecológico como consecuencia del turismo parecen ser las inquietudes principales en este contexto. Asimismo, la drogadicción ha sido tratada por algunos textos, y, en cuanto a la importación de valores culturales de otros países, numerosos trabajos han estudiado las reacciones de las sociedades receptoras ante la avanzada cultural occidental, así como su asimilación.

Poco se duda de que la conducta promiscua haya contribuido enormemente a la importación y diseminación del SIDA y otras enfermedades de transmisión sexual. Algunos turistas tienden a asumir comportamientos más relajados que en sus lugares de origen, y esto viene a ser una de las razones principales del abuso del alcohol, del uso de drogas, de la promiscuidad y del abandono de los hábitos de protección.

La mayoría de estos problemas se trata con metodologías y estrategias de promoción de la salud, concepto cada vez más aceptado por los promotores turísticos y las autoridades del país receptor. La promoción de la salud del turista es ya un componente integral del fomento del turismo.

El turismo actual presenta características que son consecuencia de la industrialización, de la vida urbana y de la transición a una economía de servicios. Resulta difícil, por tanto, distinguir los efectos exclusivamente socioculturales del turismo de los efectos de la modernización y el desarrollo de la vida social (en este contexto cabe señalar el papel desempeñado por los medios de comunicación). Los efectos del turismo se sienten, pues, a través de la compleja estructura del sistema social, sin que sea posible determinarlos y aislarlos con arreglo a una base rígida.

Sin embargo, desde los años setenta, con la creación de la OMT, y sin dejar de tener en cuenta los efectos positivos del turismo sobre el desarrollo mundial, se ha prestado gran atención a los mecanismos mediante los cuales esta actividad puede provocar importantes cambios en el entorno humano. Este marcado interés no es más que el reconocimiento de que los cambios provocados, en ciertas circunstancias límite, producen un auténtico deterioro de la calidad de la vida de las poblaciones locales.

No es necesario hacer constar que el turismo contribuye a las evidentes transformaciones que tienen lugar en las sociedades desarrolladas y, sobre todo, en las sociedades en desarrollo. Pero en este campo sí existen grandes diferencias. En este análisis se distingue el desarrollo turístico del llamado Primer Mundo en relación con la periferia. Así, en cuanto a Europa: España, Francia, Italia, Inglaterra, son, desde hace más de un siglo, las élites del desarrollo turístico mundial. Desde la década de los cincuenta se incluyeron también Alemania y Holanda. Respecto a América, Estados Unidos se ha mantenido como el gran emisor y receptor. Fuera del centro del gran desarrollo, sólo países como México, Egipto, India y Brasil, son los exponentes de la avanzada del turismo.

Volviendo al aspecto relacionado con la sociedad y la cultura, existe un consenso casi universal sobre la necesidad de señalar que a los criterios tradicionales en favor de una eficacia económica –rentabilidad de las inversiones realizadas– deben agregarse los efectos del turismo en estas esferas de la vida del hombre. Ciertamente se sabe cómo medir y evaluar los efectos económicos, pero no puede decirse lo mismo de los socioculturales. Se ha llegado hasta el punto de declararse dudoso que el turismo sea un vehículo con efectos convincentes y una fuente de renovación cultural, o que constituya un factor de erosión para los valores locales y un medio de propagar una cultura artificial. Se deduce, pues, que existen efectos tanto positivos como negativos, y que una política de desarrollo turístico debe tender especialmente a maximizar los primeros y a minimizar los segundos.

El turismo, por su naturaleza, incluye ciertos valores básicos esenciales para lo que se denomina “calidad de la vida”. El efecto en el cliente de una experiencia turística puede ser muy positivo si permite y fomenta la satisfacción de las necesidades básicas representadas por las ideas de escapatoria, emoción, creatividad estética, realización personal y toma de conciencia del individuo. Desde este punto de vista, las vacaciones deben contar con un tiempo dedicado a la satisfacción de las necesidades humanas básicas, deben colmar el deseo de completa recuperación física y mental, y la exigencia de cambio, paz y descanso, así como promover el desarrollo de actividades culturales, recreativas y deportivas. Asimismo, en el ámbito social, un turismo con equilibrio fomenta los contactos entre los vacacionistas y las poblaciones locales, estimula los intercambios culturales y étnicos, conduce a una mejor convivencia y fortalece los vínculos entre los países.

Pero toda actividad humana presenta un lado negativo, y el turismo no constituye una excepción a la regla. Hay numerosos errores cometidos en el pasado, excesos, negligencias, ignorancia de los efectos secundarios a largo plazo, planificación inapropiada y falta de respeto a los parámetros sociales o culturales, consecuencias inevitables cuando se considera la tasa de crecimiento del turismo en los años recientes. No obstante, estas y otras repercusiones negativas pueden quedar equilibradas por los numerosos efectos positivos mencionados. Por otra parte, reconocer estos hechos no implica que sean omnipresentes, pero hay que tomarlos como una advertencia de lo que puede y debe evitarse. Por ello, al igual que la industria, especialmente aquella que pueda degradar el medio ambiente, los efectos ocasionados por la actividad turística sobre el territorio y el medio ambiente también han creado su propia controversia.

Los procesos de aculturación o de penetración de la cultura urbana en el mundo rural tienen consecuencias no siempre beneficiosas para las propias áreas turísticas. Aunque también es cierto que en plena etapa postindustrial muchas de nuestras regiones deprimidas tienen en las actividades de ocio tal vez su último recurso de salvación, sobre todo en zonas rurales.

Frente al turismo tradicional, y durante los últimos tiempos, han aparecido nuevas formas de hacer turismo; se trata de modalidades claramente alternativas al sistema tradicional basado en la explotación del medio natural. La aparición de estas nuevas formas ha sido favorecida por una serie de circunstancias entre las que merecen la pena ser destacadas las siguientes: la coincidencia de la aparición de estas nuevas modalidades con la toma de conciencia acerca de los graves problemas medioambientales por los que atraviesa el planeta; las crisis energética y económica; la repercusión de las dos anteriores en la configuración de la oferta turística y el aumento del nivel de vida y, por tanto, de los niveles de renta y culturales de los ciudadanos.

En términos generales se considera que en regiones con actividad económica floreciente y diversificada los efectos del turismo se ven mucho menos. Comúnmente, suelen ser lugares con poca estacionalidad, por lo que no presentan problemas de empleo tan fuertes como otros sitios en los que la actividad turística se concentra en unas pocas semanas del año.

Casi siempre se ha asociado turismo con generación de empleo, y esta idea preconcebida ha llevado a que en muchas ocasiones se den grandes facilidades para el establecimiento de instalaciones turísticas, sin exigirles demasiadas garantías en

ningún terreno. Con base en esta idea de turismo = empleo, ha ocurrido que en zonas en las que el turismo tradicional no ha llegado se plantee con gran esfuerzo inventar un turismo fundado en el retorno a la naturaleza y a la vida del campo, de forma que sirva como acicate para que los agricultores no abandonen su actividad completamente.

Como es de esperarse, los resultados no son sólo positivos. En el caso de los agricultores, casi siempre suele producirse un profundo cambio en su estatus al pasar a trabajar en el turismo. Otro problema que surge en zonas de interior y de montaña es que muchas veces los establecimientos hoteleros no se nutren de mano de obra local, sino que recurren al mercado de trabajo procedente de las ciudades. Por esta razón, pese a que originariamente el objetivo del desarrollo de la actividad turística era proporcionar empleos que fijaran a los trabajadores de la propia región, a menudo los efectos son todo lo contrario. Al respecto debe señalarse que para lograr que una oferta cause un buen impacto en el mercado su calidad debe ser óptima, y en esto influye la preparación de los empleados. Cabe recordar que específicamente en el medio rural los empleados locales suelen carecer de una formación completa o no comparable con la del mundo citadino, aspecto que el cliente es capaz de percibir.

Otro peligro que se corre es que los focos turísticos atraigan trabajadores en paro, que están dispuestos a aceptar un salario inferior que el de los trabajadores autóctonos, con las consiguientes repercusiones en el mercado laboral local. Asimismo, pueden ocurrir desplazamientos de población en zonas en las que se instalan grandes cadenas, pues los trabajadores locales más calificados se ven tentados a salir a trabajar a establecimientos extranjeros con mejores ofertas salariales. Lo anterior es aplicable al turismo en general, pero en este trabajo es de interés especial la selección de los principales efectos que, desde nuestro punto de vista, se generan en el turismo rural.

Como beneficios se inscribirían: creación de empleos; aumento de rentas familiares y locales; mejor calidad en los servicios locales y, por consiguiente, una mayor calidad de vida en el nivel local; recuperación de oficios y producciones tradicionales; diversificación de actividades y, por ende, menor dependencia del sector primario; intercambio cultural entre el mundo rural y el urbano, y mayor valoración del patrimonio rural por parte de la población autóctona. Como costos, acarreados por el desarrollo del turismo, se registrarían los siguientes: peligro de abandono paulatino de actividades agrarias; riesgo de tener una excesiva dedicación al turismo y, por

lo tanto, establecer una monoactividad; preocupación ante la pérdida de la propia identidad cultural local, el conflicto cultural entre población autóctona y turistas, así como lo imprevisible de las inversiones excesivas en servicios innecesarios para el mundo rural.

Si bien hasta fechas muy recientes la actividad turística se ha desarrollado con base en los parámetros de la masificación y la destrucción del patrimonio cultural y medioambiental, las últimas tendencias, a las que algunos estudiosos denominan *nuevas formas de turismo*, pasan esencialmente por un mayor respeto al medio ambiente.

Ya se ha planteado que el turismo rural, sin embargo, no está exento de problemas. Sería ingenuo creer que el turismo puede ser la solución por excelencia para elevar la calidad de vida en el medio rural. Por el contrario, es preciso evitar a toda costa el monocultivo turístico, ya que éste suele traer consigo una relación de dependencia similar a la que se pretende salvar entre el medio rural y el sector primario. El espacio rural es un medio frágil y sensible, y a menudo las intervenciones que en él tienen lugar suponen un deterioro demasiado fuerte e irreversible.

Para asegurar un desarrollo turístico que no dañe el medio ambiente será necesario tener en cuenta las ideas de comodidad, atractivo y variedad de las instalaciones de alojamiento y de recreo, las facilidades para los viajes, las ofertas diversificadas, la calidad arquitectónica, el respeto a las costumbres rurales y locales, la preservación de los lugares y paisajes de mayor belleza y unas condiciones sanitarias satisfactorias. Cuando el turismo se planifica considerando estos criterios, sus repercusiones sociales y culturales serán indudablemente positivas.

Esta conclusión se explica por el hecho de que la euforia que hasta cierto tiempo había rodeado el tema de los beneficios de todo tipo esperados del turismo ha sido sustituida por una opinión más cauta. Los efectos económicos del turismo en la sociedad no son ya los únicos que deben someterse a estrictos criterios de previsión, sino también aquellos sociales y culturales que implica esta actividad.

Fuentes consultadas

- De Chávez, Raymond (1999). “Globalización y turismo: mezcla mortal para los pueblos indígenas”, *Revista del Sur*, 91 [en línea]. Disponible en: http://old.redtercermundo.org.uy/revista_del_sur/texto_completo.php?id=795
- Dogan, Hasan Zafer (1989). “Forms of adjustment: Sociocultural impacts of tourism”. *Annals of Tourism Research*, 16 (2), 216-236.
- Fayos-Solá, Eduardo (1997). *El capital humano en la industria turística del siglo XXI*. Madrid: Organización Mundial del Trabajo.
- Fridgen, Joseph D. (1991). *Dimensions of Tourism*. East Lansing: Educational Institute of the American Hotel & Motel Association.
- Getino, Octavio (1991). *Turismo y desarrollo en América Latina*. México: Limusa.
- OECD (2009). “Chapter 9: State of Michoacán, México”, en *The Impact of Culture on Tourism*. París: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.
- Rodriguez, Adyr (1996). *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. São Paulo: Hucitec.
- Torre, Óscar de la (1980). *El turismo, fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- WTO News (1997). “1.6 Billion Tourist by 2020”. Material recopilado por la Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo, mayo.
- Zuckerman, Jane N. (2008). *Travel Medicine and Infectious Disease*, Nueva Zelanda: Elsevier.

Páginas consultadas

www.cyberambiental.com
www.eco-tour.org
www.world-tourism.org



ANÁLISIS DE CASOS



Análisis cualitativo y cuantitativo de la actividad del sector turismo

Maribel Lozano Cortés* / René Lozano Cortés** /

Luis Fernando Cabrera Castellanos***

Universidad de Quintana Roo

La actividad del sector turismo puede estudiarse desde distintas perspectivas. Así, nos encontramos con estudios sociológicos, políticos, económicos, antropológicos, psicológicos, entre otros, que aportan una visión diferente e interesante de esta actividad. Sin embargo, existen pocos trabajos que traten de acercarse a ella desde dos aspectos que parecen opuestos: la literatura y la economía. El presente estudio fue realizado precisamente desde la novela y la economía, y, aunque está estructurado en dos apartados, queremos demostrar que ambas perspectivas son complementarias y necesarias para comprender la naturaleza del turismo. Mediante estrategias distintas pero válidas en sus respectivos ámbitos, los dos enfoques buscan acercarse a la realidad del turismo.

En el primer apartado se presenta a la literatura como alternativa para el estudio del turismo en la medida en que abarca toda la experiencia humana, refleja la realidad social y contribuye a modificarla. Además, la literatura es *otredad*, porque a través de ella percibimos la diversidad del mundo; el verdadero escritor es un crítico del mundo moderno, sus libros cuentan lo que esconde la cultura del entretenimiento. La primera lección de la literatura hacia el turismo es el viaje como aventura, como descubrimiento, sin un plan marcado por una agencia turística: viajar para conocer lo concreto, lo profundo y lo humano del mundo. En ese sentido realizamos un

*Correo electrónico: mlozano@uqroo.mx

**Correo electrónico: renlozan@uqroo.mx

***Correo electrónico: luicabre@uqroo.mx

turismo ético, que busca acercarse a los *otros*, que se interesa por su historia y su presente. Ésa es otra de las lecciones de la literatura: el interés no sólo por las obras o ciudades monumentales, sino por visitar y mirar lo que puede parecer para muchos lo más insignificante, al no tener una imagen atractiva. La literatura es una invitación a hacer un viaje, no administrado o dirigido, sino libre e independiente, del que el viajero regrese más fortalecido porque conoce de manera reflexiva y real lo que percibe en el viaje.

En el segundo apartado se ofrece un estudio del turismo desde la economía, en el cual se analizan las variables que explican el comportamiento del consumo de los servicios turísticos en Quintana Roo. Para tal efecto construimos un modelo econométrico en el cual relacionamos el ingreso de los países de donde proviene la mayor parte de los turistas que llegan a Quintana Roo y el consumo de tales turistas. El análisis de la demanda global de los servicios turísticos lo llevamos a cabo desde dos momentos: el primero cuando el turista toma la decisión de hacer turismo en Quintana Roo, donde la variable endógena es la afluencia de turistas, explicada por los precios relativos y la inversión del sector privado (aumento del número de cuartos de hotel) y del público (incremento de los apoyos al fomento de la actividad turística), y el segundo cuando la variable endógena es la demanda de los servicios turísticos medida por el consumo de los turistas (derrama económica de la actividad del sector turismo).

El turismo en la literatura

Hoy como nunca en la historia de la humanidad se privilegia el pensamiento racional sobre la imaginación. El movimiento de la mayoría de las personas está marcado por la eficiencia y la eficacia en el mercado, de lo cual depende su éxito o fracaso económico, fenómeno que se extiende a toda su vida privada.

Abandonamos la cultura y todo lo que ella implica, el arte, la literatura, la pintura, etc., en nuestro afán de ser funcionales, y dejamos aquella parte humana que nos acerca al otro en términos subjetivos o simbólicos, que nos permite captar la esencia del entorno y de la persona, ahí donde la ciencia no alcanza a medir o indagar.

La literatura se presenta como alternativa para rescatar la parte subjetiva que comprende la realidad social. El pensamiento racional ha marginado la literatura

en la construcción del conocimiento, al no poder demostrar, calcular ni medir; sin embargo, fuera de estos parámetros, la literatura puede ayudar en la comprensión y el cambio de los fenómenos sociales, en el entendido de que el arte de escribir se lleva a cabo en un contexto social concreto y de que lo que se escribe se relaciona con ese lugar, es decir, la literatura y la vida social se entretajan, por lo que la primera aporta elementos para la reflexión de lo social.

La literatura no puede sustraerse de las circunstancias económicas ni políticas. El qué y el cómo de la representación de las cosas, a pesar de que permiten una considerable libertad individual, están circunscritos y socialmente regulados. Así, escribir una novela es algo más que un asunto individual, ya que los textos están sujetos a las circunstancias de una sociedad históricamente determinada. La literatura tiene que ver con las ciudades, con las familias, con aquello que se llama historia privada.

Camilo José Cela escribe en la presentación de su novela *La colmena* (1957): “Esta novela mía no aspira a ser más —ni menos, ciertamente— que un trozo de vida narrado paso a paso, sin reticencias, sin extrañas tragedias, sin caridad, como la vida discurre, exactamente como la vida discurre” (Cela, 1978: 9). En el mismo sentido, la literatura es otredad, se presenta como una alternativa para conocer lo *otro* que no encaja en el proyecto moderno, o bien la mirada del otro, que no mira desde el Occidente, que escribe en nombre de las realidades ignoradas y negadas por la sociedad global.

El verdadero escritor busca escapar de los estereotipos; muchos han sido periodistas o han viajado, y escriben sobre eso; algunos conocen otras lenguas y su cultura, historia y filosofía; pero, sobre todo, el verdadero escritor antepone la crítica ante la ideología, no se conforma con lo que ve, lo denuncia en sus libros y en sus discursos, y vive de otra manera.

Literatura y viaje

Dentro de la literatura existen novelas que cuentan las experiencias de un viaje realizado por el escritor, lo que vio y sintió a lo largo de él. Los textos que narran viajes o aventuras suelen conformar la categoría de literatura de viajes. Los primeros libros de viajes relatan aventuras de exploradores y conquistadores. De este modo, las aventuras por los lugares míticos que se narraban en antiguas novelas cedieron su paso a aquellas experimentadas en lugares exóticos; luego, los escritores buscarían

para sus personajes espacios como los suburbios de la periferia, los lugares de tránsito, las estaciones de trenes y autobuses: “En la literatura de viajes del siglo xx aparece la ciudad no como escenario artístico-monumental o como decorado histórico, sino como puro elemento material y descarnado” (Rodríguez Fischer, 2003). La ciudad donde el hombre vive entre el drama y la tragedia.

Edwards Bello sostiene que él, sobre todas las cosas, es y aspira a ser escritor de viajes. Me parece el proyecto más difícil y más atractivo de todos: tomar un barco, subir a un tren, armado de un equipaje liviano, de un par de cuadernos de doscientas páginas, sin rayas en lo posible, y escribir sobre las experiencias de cada día [...] El problema es que la literatura de viajes floreció en épocas pasadas, en tiempos en que viajar era todavía una aventura, y entró después en una inevitable decadencia. Si uno parte en un tour prefabricado, envasado, aunque vaya al lugar más exótico de esta tierra, no hay estímulo para hacer pinitos literarios. La inspiración no tiene mucho que ver con aeropuertos, hoteles en cadena, agencias de turismo [Edwards, 2003].

Nuestro tiempo está administrado, la burocracia se ha hecho omnipresente y no nos libramos de ella en ningún sitio; incluso para disfrutar nuestras vacaciones o tiempo libre; lo planifica, administra, registra, ordena y previene. Nos movemos con cálculo, con precisión buscamos “racionalizar” tiempos (viajar al mayor número de lugares posibles en el menor tiempo) y costos (viajes colectivos, paquetes turísticos, etc.). Es decir, el sentido de aventura se ha perdido, porque lo racional es reducir riesgos y costos y eso es posible alienándose a la lógica de la sociedad moderna. Milan Kundera narra sobre la burocracia y los viajes: “Cuando en otro tiempo mis padres se iban de vacaciones, compraban los billetes en la estación diez minutos antes de que saliese el tren; se alojaban en un hotel rural donde, el último día, pagaban al dueño en especie. Sus vacaciones transcurrían al margen de toda intervención burocrática. [...] Mis vacaciones transcurren en otro mundo...” (Kundera, 1998: 10).

La aventura y el riesgo cedieron el paso al viaje planificado, pero hay quienes prefieren correr el riesgo de decir cosas diferentes, que persuaden al lector para vivir e imaginar las experiencias que narran; Edwards lo ilustra con *Mi hermano Yves*, del escritor francés Pierre Loti, y dice que en la novela: “hay numerosas referencias a un viaje a Valparaíso y a Isla de Pascua. Es un viaje de los veinte o veinte y tantos años y uno imagina aventuras en los cerros, en las tabernas, en los tugurios más sórdidos” (Edwards, 2003). Otros, con la lectura de un libro, son animados a viajar para buscar los lugares y las cosas de los que habla.

En la literatura, el verdadero viaje aparece como aventura; el narrador conoce realidades contrastantes y diversas pero que de alguna forma están unidas. Todo lo que el escritor encuentra en su viaje es rescatado, todo es digno de ser mirado, incluso no sólo el presente, sino también el pasado de aquellos lugares que visita. Además, reflexiona sobre lo que mira. Julián Meza (1990) señala que *El Danubio*, de Claudio Magris,

cuenta el viaje hecho por el narrador y un grupo de amigos al delta del río. Y en la medida en que un viaje no es la realización de una ruta previamente establecida por una agencia de turismo, el recorrido es una auténtica aventura. Desde el principio el narrador se opone a quienes “quieren llevar al orden inexorable del tratado de imprevisibilidad del viaje, la confusión y la dispersión de los caminos, el azar de las paradas, la incertidumbre de las noches, la asimetría de todos los recorridos” (Magris, 1988: 9, cit. en Meza, 1990).

En *El Danubio*, Magris describe los sucesivos tramos del río, desde su nacimiento hasta sus cinco desembocaduras, pasando por regiones, pueblos, castillos, y reconoce la obra cultural de los filósofos, escritores, músicos y pintores de aquellos lugares. Todo lo que recorre el Danubio es importante para el autor, lo grandioso y lo pequeño, lo opulento y lo pobre, las regiones, los pueblos, todo es significativo y hace que Magris se detenga en ese viaje, que es real y es su novela.

El lugar al que llegamos

Los gobiernos, al pensar en el turismo como palanca de la economía, han buscado invertir cada vez más recursos para construir infraestructura y atraer la inversión turística; se apuesta a la construcción de una imagen atractiva del país, que atraiga empresarios y clientes. El país se percibe como un producto, una marca con fines de promoción comercial y de atracción de inversiones y turismo.

La consultora FutureBrand elabora un índice de marca-país que, entre otras cosas, pondera autenticidad, arte y cultura, historia, opciones de alojamiento e infraestructura hotelera, facilidad para viajar, seguridad, belleza natural, vida nocturna, opciones para compras, restaurantes apropiados, deportes y actividades al aire libre, carácter amistoso de los anfitriones, valor del dinero, factibilidad para los negocios, facilidad para cerrar tratos, libertad política, posibilidad de vivir ahí, calidad de los productos, deseo de viajar/volver a viajar, tecnología avanzada, etc. El índice

marca-país de 2009 identificaba a los siguientes diez países como los mejores, o bien, como las mejores marcas: Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Francia, Italia, Japón, Gran Bretaña, Alemania y España. Todos, sin excepción, son naciones desarrolladas (Rosas, 2010).

Los países en desarrollo, en su empeño por construir una imagen atractiva de sí mismos, que les permita venderse como marca, dejan de lado asuntos internos concretos y cotidianos relacionados con bienestar social para su población. La construcción de una nación como producto, sobre todo en países en desarrollo, incrementa las desigualdades sociales. Los estudios se enfocan en cómo seguir beneficiando a unos cuantos con el turismo.

Si queremos que el turismo sirva como motor de desarrollo social debemos buscar que el turismo beneficie a la mayoría, que los lugares, más que destinos turísticos que aparecen como postales en la mente, sean lugares cotidianos, sitios comunes de encuentro, donde la gente simplemente se sienta bien. El escritor Jorge Edwards cuenta sobre lo trascendente de un lugar, Valparaíso:

Encuentro a un escultor polaco que vive en el Canadá francés, en Montreal, y me cuenta que estuvo hace años en Valparaíso. Se acuerda de un bar o de un café destartalado, simpático, donde bebió vinos chilenos y le dieron una excelente torta de manzana, un *apfel strudel*. Tiene muy buenos recuerdos, pero no sabe exactamente por qué. Es, le digo, lo propio de Valparaíso: lugares más o menos herrumbrosos, paredes con trizaduras, mesones llenos de manchas de vino, cantantes de voces aguardentosas, y a veces, en el amanecer, un caldillo, unas carnes a la chorrillana en un tugurio digno de novela de Dostoievsky, o un honesto *apfel strudel* [...] Valparaíso, en más de algún aspecto, es un monumento a nuestra improvisación, a nuestro culto de la fealdad, a nuestro escaso respeto por la calidad de vida y el urbanismo. Pero tiene sorpresas, rincones, detalles que conmueven. Mi amigo polaco no sabía muy bien en qué consistía esto [Edwards, 2003].

El lugar que se visita no tiene que ver con monumentos o bellezas naturales o prefabricadas, es decir, no es un lugar turístico, tiene su propia particularidad, porque aunque se piense en el mundo global, donde todos los países se unen en uno solo, afirma Kapuscinski: “El viaje por el mundo es un peregrinar de una provincia a otra, y cada una de ellas es una estrella solitaria que brilla sólo para sí misma” (Kapuscinski, 2000: 77). Kapuscinski, en su novela *Ébano*, afirma que la verdadera África no está en los hoteles para turistas ni en los barrios importantes de sus capitales,

que son iguales en todo el mundo. Él la busca recorriendo sus míseros mercados, sus caminos paupérrimos, su campo desolado; entra en contacto con la gente que la habita y encuentra que los africanos, en medio de la pobreza y el dolor, son cálidos y alegres y que con ellos nunca se sintió solo o triste (Cayuela Gally, 2002).

La literatura permite conocer aquellos lugares que las agencias de viajes o la publicidad no recomiendan; que forman parte de la lista roja de los países peligrosos, sea por conflictos bélicos, inseguridad o pobreza extrema, lo que hace que desaparezcan del mapa turístico. Kapuscinski, apunta: “la escritura de agencia es rápida pero superficial. Tiende a dibujar el mundo sirviéndose de extremos, en blanco y negro, bueno y malo, revolucionario o reaccionario. La brevedad se antepone a todo y esto tiene como consecuencia la simplificación. La compleja riqueza de la vida se pierde en ese lenguaje con el que condensamos las noticias” (Kapuscinski, s/f).

Dice uno de los personajes de la novela *En América*, de Susan Sontag: “los extranjeros no tenían la menor idea de Polonia, su historia y sus sufrimientos. Ryszard había supuesto que la penosa experiencia polaca, que se prolongaba desde hacía casi un siglo, habría hecho que el mundo civilizado conociera Polonia. En realidad, para los demás era como si aquel polaco procediese de la luna” (Sontag, 2000: 134). Para muchos lo más importante es ser de un país en desarrollo o desarrollado, ésa es la gran diferencia; en la misma novela de Sontag se cuenta que cuando Ryszard menciona que es de Polonia un personaje estadounidense le contesta: “—Ah, tengo entendido que allí están muy atrasados, pero lo mismo sucede en todos los lugares por los que he viajado, salvo quizá Inglaterra. —La tragedia de Polonia no es el atraso, señor Hatfield. Somos un pueblo conquistado, como el irlandés...” (Sontag, 2000: 134).

De manera que cuando se viaja turísticamente no hay conocimiento sobre la realidad del mundo, ni interés por conocerlo, menos aún lo que nos causa malestar e inseguridad, y hay razón, pero no podemos permitir que la ignorancia nos domine y se vuelva un estilo de vida, a tal punto que sigamos idolatrando la cultura occidental, como dice Sontag, a quien no le gusta el modo en que los estadounidenses creen tener siempre la razón y que son el número uno, ahora y siempre, lo que ilustra en su novela: “En cada comida los norteamericanos le aseguraban que su país era el más grande de la tierra, y como prueba afirmaban que todo el mundo conocía América y que todos querían ir allá...” (Sontag, 2000: 134).

Sin embargo, el sueño americano es una fantasía, y no se encuentra precisamente la riqueza y la libertad: en California, “[e]stán representadas todas las razas,

naciones y tribus del mundo, por lo menos entre las clases más pobres, y la mayoría de la gente parece ser muy pobre cuando te aventuras más allá de las arterias principales” (Sontag, 2000: 179).

Ir más allá de un plan turístico, fuera de los límites conocidos, nos permite acercarnos al otro, al mundo marginal que no aparece a simple vista. El turismo ético anima a los viajeros a aprender acerca de los problemas sociales y políticos actuales, plantea que el turismo implica mucho más que la visita a lugares religiosos e históricos ya que propone descubrir la sociedad y la cultura que han producido estos lugares.

Por medio de la literatura podemos conocer la cultura y la historia de aquellos países que no forman parte de la civilización occidental y podemos reflexionar sobre diversas culturas. Sergio Pitol, en su novela *El viaje*, describe lo que fue la Europa del Este. Cuenta sus vivencias en Praga, donde estuvo como diplomático de 1983 a 1988, un periodo determinante en la historia del mundo, y describe la ciudad: “pasear por las calles entre los fastuosos sanatorios, los viejos hoteles construidos en épocas en que el turismo aún no era de masas, las villas elegantes de la nobleza y de los magnates financieros sigue siendo aún ahora una delicia” (Pitol, 2001: 11). También narra lo que fue Rusia: “En Moscú, y cerca del centro. La ciudad me impone su concepción urbanística, su espectacularidad y poderío. ‘Moscú es la tercera Roma, y no habrá una cuarta’, es uno de los lemas eslavófilos procedente del siglo XVI, y que ha regido al inconsciente de los rusos a partir de entonces” (Pitol, 2001: 31).

La lectura nos permite percibir la diversidad del mundo y lo que fue, para entender su situación actual. La literatura ve en el viaje una oportunidad de conocer la historia, la cultura y la realidad del país que se visita, aun cuando esta realidad no sea atractiva, sin embargo se encuentra con más humanidad que en aquellos donde existe la abundancia y se habla de libertad, y eso puede ayudar a comprender el mundo.

Con la literatura como viaje se descubren los pequeños mundos dentro de este mundo, la otredad, pues contradictoriamente, con toda la información que tenemos sobre los lugares, resulta difícil hoy día conocer el mundo en términos concretos, en términos humanos, como cita también Kapuscinski a Saint-Exupéry para una lección de geografía:

Guillaume no me hizo empollarme España, sino que me familiarizó con el país... No me habló de Guadix, sino de los tres naranjos que había al borde de un campo antes de

Guadix: “¡Cuidado con ellos! ¡Señálalos en tu mapa!”... Tampoco me dijo nada de Lorca, sino que me habló de una sencilla granja en las cercanías, de una granja llena de vida, de los campesinos y de las campesinas. “Se sentaban en la ladera de su montaña y estaban dispuestos a ayudar con sus luces, como fareros.” No habló del Ebro, sino de un arroyuelo, invisible en el mapa, que atraviesa un campo antes de Motril. “Ten cuidado con ese arroyo. Señálalo” (para el caso de que tuviera que aterrizar allí). Así sacamos de su oscuridad, de su inaprensible lejanía, toda clase de conocimientos que los geógrafos del mundo entero desconocen [Kapuscinski, 1998: 27].

De cualquier modo siempre son invitaciones a conocer el mundo concreto, se ofrecen experiencias, libres e independientes. La invitación a viajar teniendo en cuenta la historia y esencia de las cosas, las leyendas y tradiciones que sobreviven. En la literatura los viajeros se emocionan con lo que miran y casi nunca resultan ser indiferentes ante la realidad que observan.

De hecho, cuando viajamos, hay que tener presente que la mejor forma de conocer el mundo es hacer amistad con él. El turismo ético mantiene la idea de que la única manera de superar la visión derrotista del mundo es mediante el poder de la amistad; establecer relaciones con los locales porque ellos son los protagonistas y no las agencias de viajes. Deberíamos esforzarnos en conocer el mundo concreto y no sólo el que está ahí, sino también el que está allá y que influye de algún modo en nuestra vida.

La cultura como trascendencia

La civilización moderna en Occidente ha creado un mundo ficticio con ayuda de la mercadotecnia,

el individuo queda expuesto al desencadenamiento de contenidos culturales a granel a través de múltiples canales (televisión, internet, telecopia, etcétera) [...]. Además, desde el momento en que la industria busca comercializar con la cultura, de transformar el deporte de alto nivel, el arte en mercancías y transmitirlos a través de los medios favorece el “estrellato” y entonces las prácticas artísticas, deportivas y culturales se convierten en espectáculo. Y todo es objeto de la industrialización y la globalización de los mercados; el vestido, la salud, la alimentación, el tiempo libre, el transporte, el cine, la educación, etcétera [Warnier, 2002: 62].

En esta línea, Bauman establece la diferencia entre consumo y consumismo; el primero, dice, es necesario para el mantenimiento de la vida, el segundo es un sistema de relaciones que altera todos los parámetros de esa misma vida: tanto la percepción de los espacios como de los tiempos, la valoración de los objetos y de las actividades, la propia subjetividad sostenida en esperanzas que el consumismo induce y que no puede satisfacer sin riesgo de colapso. Es el fetichismo de la mercancía, la novedad y el propio sujeto convertido en objeto de consumo; no hay lazos afectivos, responsabilidades, compromisos, todo pasa rápido, se usa y se tira. El consumo insatisfecho y sin límites que produce inseguridad y desconfianza en el otro es también característico del moderno consumo (Bauman, 2007).

En este contexto, la gente busca entretenerse, consumir y estar alegre, salir de vacaciones, hacer turismo, buscar espacios de ocio, en fin, divertirse. Es el modelo de vida de la civilización occidental: el entretenimiento o, como la llama Vargas Llosa, la *civilización del espectáculo*:

La de un mundo en el que el primer lugar en la tabla de valores vigente lo ocupa el entretenimiento, donde divertirse, escapar del aburrimiento, es la pasión universal. Este ideal de vida es perfectamente legítimo, sin duda. Sólo un puritano fanático podría reprochar a los miembros de una sociedad que quieran dar solaz, esparcimiento, humor y diversión a unas vidas encuadradas por lo general en rutinas deprimentes y a veces embrutecedoras. Pero convertir esa natural propensión a pasarlo bien en un valor supremo tiene consecuencias a veces inesperadas. Entre ellas la banalización de la cultura, la generalización de la frivolidad... [Vargas Llosa, 2009].

La obra literaria y artística pasa a ser un producto comercial, que se pone o no de moda según las agencias publicitarias y son aceptadas por un público que carece de defensas intelectuales y sensibles para detectar los contrabandos y las extorsiones de que es víctima. Los espectadores sólo quieren estar al día, no tienen memoria, remordimientos ni conciencia. Se propician imágenes divertidas de la cultura y la lectura fácil, que exige poco conocimiento y que entretiene. O, como afirma el poeta español Antonio Machado: “Lo propio de nuestra época es vivir en plena contradicción sin darse de ello cuenta, o lo que es peor, ocultándolo hipócritamente” (Martínez de Velasco, 2006).

La cultura no hace referencia a superficialidades o productos publicitarios, modas o espectáculo; la cultura es conocimiento, talento, grandes obras humanas que se producen con libertad y autonomía, fuera del mercado y de la ideología. Las

grandes obras literarias enriquecen la vida, mejoran a los hombres y son el sustento de la civilización.

La obra literaria y artística que alcanza cierto grado de excelencia no muere con el paso del tiempo: sigue viviendo y enriqueciendo a las nuevas generaciones y evolucionando con éstas. Por eso, las letras y las artes constituyeron hasta ahora el denominador común de la cultura, el espacio en el que era posible la comunicación entre seres humanos pese a la diferencia de lenguas, tradiciones, creencias y épocas, pues quienes se emocionan con Shakespeare, se ríen con Molière y se deslumbran con Rembrandt y Mozart se acercan a, y dialogan con, quienes en el tiempo en que aquellos escribieron, pintaron o compusieron, los leyeron, oyeron y admiraron [Vargas Llosa, 2010a].

Las obras literarias educan a sus lectores, los introducen en el significado y esencia de la cultura, les muestran la parte humana y sensible de las obras. Vargas Llosa realiza un reconocimiento de la novela *El hundimiento del Titanic*, del escritor alemán Enzensberger, al afirmar que:

es mucho más que un poema político [...] el *Titanic* lleva al poeta a recordar el fin del mundo, tema recurrente de la pintura medieval, y a componer un poema al anónimo maestro de Umbría que pintó uno de esos bellos cataclismos. El menú de la última noche dispara su mente hacia una pintura veneciana del xvi: *La última cena*. Ambos poemas son diestros ejercicios de plástica verbal, descripciones luminosas de elevada sensualidad. Pero en Enzensberger el arte no se contenta con el puro placer de los sentidos o del intelecto, y los poemas reflexionan también sobre lo que costó pintar aquellos cuadros, las servidumbres y tormentos que la sociedad impuso a los pintores [...] y de allí surge la autenticidad que comunican sus obras [Vargas Llosa, 2010b].

Así vista la cultura, nada tiene que ver con espectáculo, modas ni viajes de entretenimiento, y sí con grandeza humana. La cultura sirve para trascender y encontrarnos con los otros, para ser sensibles ante la realidad y construir un mundo más justo.

Conclusión de “El turismo en la literatura”

Con el turismo de la gran industria, los lugares son postales, imágenes prefabricadas que se venden, la cultura se comercializa, se uniforman realidades, todos los lugares se parecen, los países devienen marcas que se consumen, los estudios se

centran en los indicadores que intervienen en la oferta y demanda de los productos turísticos y en los lugares y clientes que los consumen. Las personas importan como clientes, los lugares, como mercados. Se busca que el turismo sea la palanca de la economía, es decir, se busca su valor funcional.

Pero la actividad del turismo tiene la otra parte que no es económica sino humana; la ética, que rescata lo que oculta la gran industria turística; los lugares concretos; al turista como persona, más que como cliente, que intimida con los residentes y se interesa por su vida. La mirada del escritor nos puede brindar estas posibilidades, para difundir que el turismo puede ser una actividad más humana y libre que apoya la transformación de un mundo más justo.

En este sentido el turismo es un medio de comunicación, un vehículo para el intercambio de culturas, para la tolerancia y la comprensión, toda vez que el viajero se enfrenta a lo diverso y se adentra al lugar y su historia; lo que no limita al turismo en cuanto medio para que los pueblos puedan allegarse de recursos y servir a las economías locales, generando empleos dignos e infraestructura y crecimiento económico.

De lo que se trata también es que cuando uno regrese a su lugar de residencia, lo haga más fortalecido. Como escribe Baudelaire, en un poema titulado “El viaje”: “¡Asombrosos viajeros! ¡Qué hermosas historias / Podemos leer en vuestros ojos, tan profundos como el mar! Mostradnos los tesoros de vuestras ricas memorias, / estas joyas maravillosas, hechas de astros y éteres” (Baudelaire, s/f).

El análisis de la actividad turística desde la economía

En este apartado realizamos un análisis cuantitativo del turismo, ya que consideramos que el análisis estadístico resulta de gran utilidad no sólo para describir la evolución de la actividad turística y su contribución a la economía, sino también para construir modelos capaces de proyectar su evolución en el futuro. Esto último se puede lograr identificando las variables que explican su comportamiento. Evaluar la contribución de tales variables permite además establecer una relación de causalidad, de manera que, si se encuentra que una variable tiene una contribución negativa en la explicación del comportamiento de la actividad del turismo, podemos esperar que el aumento de una unidad de esa variable en el futuro afecte negativamente al turismo.

Para Antoni Espasa, Rosa Gómez-Churruca y Eduardo Morales (1993), los coeficientes que se obtienen de los modelos econométricos son parámetros de interés económico, pues aportan información necesaria para cualquier tipo de política específica sobre el sector del turismo o para evaluar los efectos que políticas de carácter más general tienen sobre la actividad turística.

Las variables que se considera explican el comportamiento del turismo ya están definidas por la teoría económica y otras teorías. Desde la teoría económica, se establece que los servicios del turismo, como exportaciones no factoriales, se explican por el tipo de cambio, el comportamiento del ingreso disponible de los países emisores de turistas, el comportamiento del ingreso disponible de las familias residentes del país en estudio, los indicadores de competitividad, la calidad de la oferta turística, el índice de precios al consumidor en los países emisores de turistas, la inversión pública en infraestructura que mejore la oferta turística, entre otras.

Espasa, Gómez-Churruca y Morales (1993) presentan un estudio del turismo en España. En su modelo definen dos variables endógenas: los ingresos a precios constantes, que se obtienen de la actividad del turismo, y el número de turistas que ingresan a España, y construyen un modelo econométrico para cada variable. Se estima que la variable *número de turistas que ingresan* sólo se puede asociar con una primera etapa en la decisión de gasto en turismo. Mientras que la variable *ingresos por turismo* alude a la decisión global de gasto en actividades de esparcimiento, aunque en ambos casos las variables se refieren al total de la demanda turística.

En algunos estudios se incluye también el efecto que sobre el consumo turístico tienen los precios de los países que prestan los servicios turísticos, corregidos por el tipo de cambio. En los modelos que analizan el consumo turístico suele incluirse las variables que lo afectan negativamente, como la oscilación en la calidad de los servicios turísticos.

Los ingresos que se obtienen del turismo se presentan por lo general en términos reales. En el caso de estudios del turismo en España se ha encontrado que la caída de los ingresos por turismo presenta un rezago, lo cual se explica con la hipótesis de que la decisión de gasto en servicios turísticos se realiza en dos etapas. Así también la caída de los ingresos en los últimos años se explica por una elasticidad mayor de la demanda respecto a los precios, aunque no se precisa qué factores han causado ese comportamiento. En este estudio se destaca el hecho de que las elasticidades de ingreso y precios son distintas en cada etapa del gasto. Finalmente, se ha

descubierto que las oscilaciones en la demanda corresponden más a oscilaciones en los precios que en los ingresos de los turistas (Espasa, Gómez-Churruca y Morales, 1993).

En el análisis de las variables que definen el comportamiento de la demanda de servicios turísticos también es importante considerar los precios de la competencia, ya que la elasticidad de la demanda de los servicios turísticos suele ser más sensible a los cambios en los precios de la competencia que a los precios de los países emisores de turistas.

Otro aspecto que cabe tener en cuenta es la calidad de los servicios, así como el apoyo del gobierno encaminado a aumentarla y a fomentar la infraestructura turística que permita diversificar la oferta de este sector.

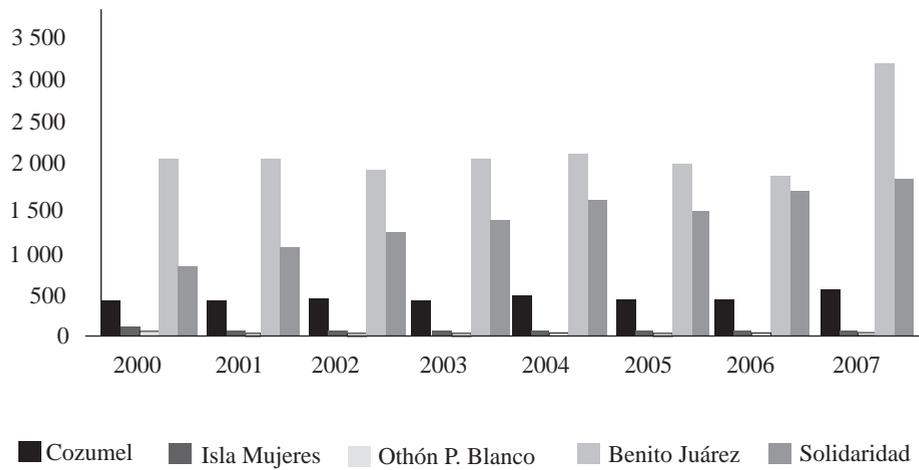
De acuerdo con Adrián Bull (1991), para analizar la elasticidad ingreso de la demanda de servicios turísticos se debe considerar el tipo de turismo de que se trate, ya que, por ejemplo, la elasticidad ingreso de la demanda de servicios turísticos del turista de negocios no es elástica, pues la demanda de este tipo de turista no dependerá de su nivel de ingreso personal, mientras que en el caso del turismo vacacional la demanda sí resulta ser elástica ante cambios en el ingreso.

Comportamiento del turismo en Quintana Roo

En esta parte describimos el comportamiento de la actividad turística en Quintana Roo, presentando el comportamiento de las principales variables que reflejan la trayectoria de esta actividad; tal es el caso de la derrama económica que deja su desarrollo, que no es otra cosa más que los ingresos que nuestro estado obtiene como resultado de la demanda de los servicios turísticos que se ofrecen en los distintos destinos ubicados en Quintana Roo. En la gráfica 1 se muestra la derrama económica por cada destino turístico.

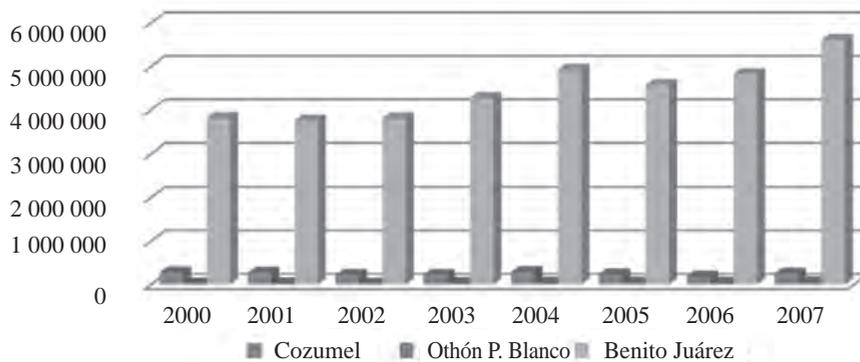
Como puede observarse en la gráfica 1, la derrama económica del turismo en el nivel municipal se ha modificado a lo largo del periodo de 2000-2007, ya que el municipio de Solidaridad tiene una importancia cada vez mayor; sin embargo, el de Benito Juárez sigue siendo el principal receptor de turismo.

En la gráfica 2 se aprecia que Benito Juárez es el municipio que recibe el mayor número de turistas tanto nacionales como extranjeros. Empero, cabe considerar que aquí también están incluidos los turistas cuyo destino es la Riviera Maya y el municipio de Solidaridad, el cual no tiene aeropuerto.



Fuente: Anexo estadístico de informes de gobierno de Quintana Roo.

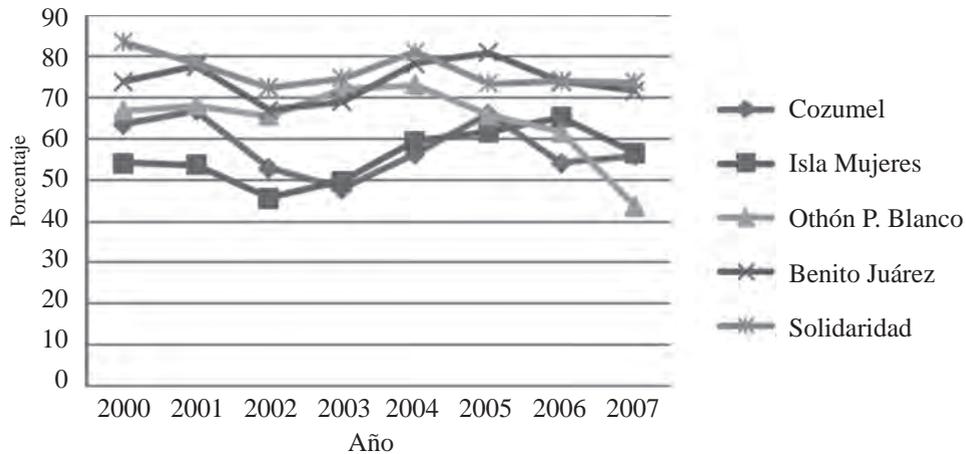
Gráfica 1. Derrama económica del turismo en Quintana Roo (millones de dólares)



Fuente: Sectur.

Gráfica 2. Pasajeros de avión que ingresan a Quintana Roo

También es relevante la ocupación hotelera, pues es un buen indicador del comportamiento del principal servicio que integra la demanda del turismo. Como se puede ver en la gráfica 3, Benito Juárez y Solidaridad son los municipios que más aportan a los servicios del turismo.



Fuente: Anexo estadístico de informes de gobierno de Quintana Roo.

Gráfica 3. Porcentaje de ocupación hotelera por municipio

Factores que afectan el consumo de los servicios turísticos en Quintana Roo

Ahora expondremos los resultados de un modelo que busca hallar las variables que explican el comportamiento del consumo de los turistas en Quintana Roo. En nuestro modelo partimos de considerar que el ingreso que obtiene Quintana Roo, derivado del consumo de los turistas, está definido principalmente por el ingreso per cápita de éstos, sean residentes o no de nuestro país, y por el nivel de precios. La construcción de esta forma de las variables explicativas se encuentra en el trabajo de Padilla (1987).

En la construcción de nuestro modelo partimos de que los servicios que consumen los turistas se producen en el momento en que se consumen, y que la cantidad demandada de los servicios se puede representar por la derrama económica que la

actividad del turismo genera directa o indirectamente en Quintana Roo. En tal sentido podemos señalar que:

$$Dst = f(Pst, \gamma, \theta, \delta) \quad (1)$$

Donde:

Dst , es la demanda de servicios turísticos

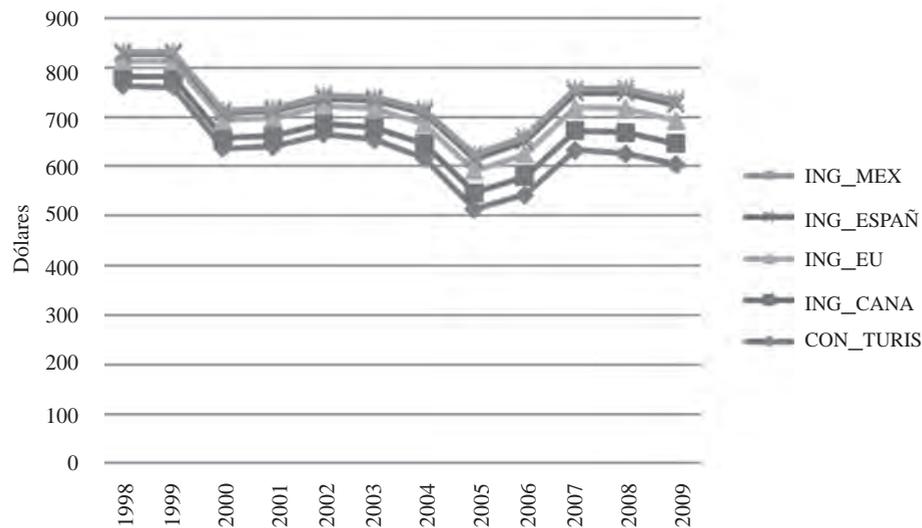
Pst , es el precio relativo de los servicios turísticos

γ , es el ingreso de los turistas

θ , es la calidad de los servicios turísticos

δ , son otras variables, como seguridad, etcétera

En nuestro modelo también se asume que el gasto que realizan los turistas extranjeros y nacionales se encuentra positivamente relacionado con su ingreso per cápita, por lo que vinculamos el ingreso per cápita de los principales países de donde provienen los turistas que arriban a Quintana Roo y el de los mexicanos, considerando que los ingresos por turismo en Quintana Roo provienen sobre todo de turistas de Estados Unidos, Canadá, España y del turismo doméstico (véase gráfica 4).

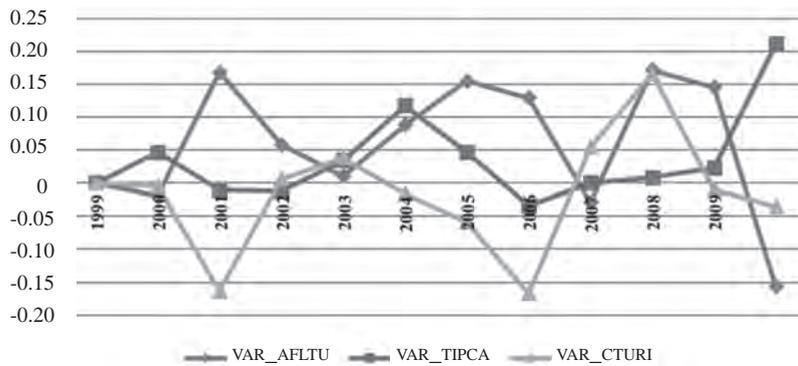


Fuente: Elaboración propia con datos del anexo estadístico de informes de gobierno de Quintana Roo y del Banco Mundial.

Gráfica 4. Relación de consumo e ingreso per cápita de los turistas en Quintana Roo

Según se observa en la gráfica 4, y tal como predice la teoría económica, existe una relación directa entre el consumo, en este caso de servicios turísticos, y el ingreso per cápita de los principales países emisores de turismo para Quintana Roo. Hallamos que el ingreso del turismo doméstico presenta una mayor relación con el consumo de servicios turísticos en Quintana Roo y una menor con el ingreso de Canadá. De lo anterior se puede concluir que, debido a que el consumo de los turistas depende directamente del ingreso per cápita, el comportamiento de la actividad turística en Quintana Roo dependerá del aumento o disminución del ingreso de los países emisores de turismo cuyo destino es Quintana Roo.

Otra variable que de acuerdo con la teoría económica explica el comportamiento del consumo de bienes y servicios es la relativa a sus precios. La teoría predice una relación inversa, es decir, que a medida que aumenta el precio de un bien disminuye la cantidad demandada. Por ello relacionamos la variación de los ingresos que se perciben por el consumo de servicios turísticos, con la variación del tipo de cambio peso/dólar, y adicionalmente incluimos la variación de la afluencia de turistas extranjeros y nacionales, ya que se supone que, si damos más pesos por cada dólar, la demanda de los servicios turísticos que ofrecemos aumentará y por ende los ingresos que percibimos por el consumo de esos servicios (véase gráfica 5).

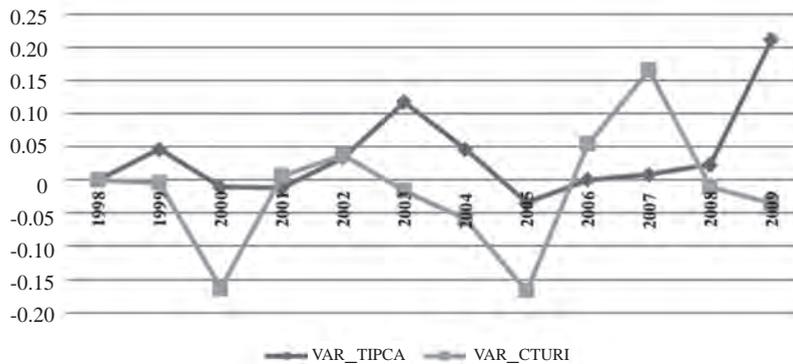


Fuente: Elaboración propia con información del anexo estadístico de informes de gobierno de Quintana Roo y de Banxico.

Gráfica 5. Relación de la variación del tipo de cambio, afluencia y consumo de los turistas en Quintana Roo

En la gráfica 5 se aprecia que, tal y como lo predice la teoría económica, si aumenta el tipo de cambio peso/dólar los servicios turísticos se vuelven más baratos para el turismo extranjero y en consecuencia aumenta la demanda de los servicios turísticos que se ofrecen en Quintana Roo, lo cual, de acuerdo con Espasa, Gómez-Churruca y Morales (1993), representa el primer momento de la demanda de servicios turísticos, que deberá analizarse con un retraso de por lo menos nueve meses para obtener mejores resultados. En Quintana Roo se observa que la demanda de servicios turísticos es muy sensible a una devaluación del peso frente al dólar, lo cual puede deberse a que la decisión de viajar a Quintana Roo se tomó con anterioridad al momento del tipo de cambio que estamos registrando en la gráfica. En cuanto al consumo de servicios turísticos, éste es más sensible que la afluencia de turistas. Es decir, que la elasticidad precio de la demanda global es muy alta y muy sensible ante cambios en el precio.

Por otro lado, si relacionamos los ingresos que se obtienen por consumo de servicios turísticos en Quintana Roo con el tipo de cambio peso/dólar, constatamos que una disminución de los precios relativos tiene un efecto positivo en la demanda de servicios turísticos, como puede advertirse en la gráfica 6.



Fuente: Elaboración propia con datos del anexo estadístico de informes de gobierno de Quintana Roo y de Banxico.

Gráfica 6. Variación del tipo de cambio peso/dólar y el consumo de los turistas en Quintana Roo

Según la teoría económica, la elasticidad precio de la demanda de un bien o servicio se determina de la siguiente manera:

$$\epsilon_{qp} = -\frac{dq}{dp} \times \frac{p}{q} \quad (2)$$

Donde:

dq , es la derivada de la cantidad demandada de un bien

dp , es la derivada del cambio en el precio

p , es el precio del bien

q , es la cantidad del bien

En la gráfica 6 se observa que en la medida en que el tipo de cambio peso/dólar aumenta también lo hace el consumo de servicios turísticos en Quintana Roo, mientras que si el tipo de cambio disminuye, entonces el consumo de servicios turísticos baja, pues el precio relativo se incrementa al dar menos pesos por un dólar y resulta más caro comprar servicios turísticos en Quintana Roo que en Estados Unidos o Canadá, por ejemplo.

Asimismo se puede señalar que la variación del consumo de servicios turísticos es muy sensible a los cambios en los precios relativos, ya que los turistas responden con un consumo mayor a la variación del tipo de cambio.

Un modelo de consumo de servicios turísticos para Quintana Roo

Aquí presentamos los resultados de un modelo que busca explicar el comportamiento de la demanda de servicios turísticos en Quintana Roo de 1998 a 2009. Para nuestro análisis construimos dos modelos que pretenden explicar la demanda global de servicios turísticos en dos momentos: en el primero la variable endógena es la afluencia de turistas, mientras que en el segundo la variable endógena es el ingreso obtenido por el consumo de servicios turísticos.

En el primer caso, nuestra ecuación es la siguiente:

$$Aflu.Tur = \alpha + TC + IPC_{mex} + AP_G + O_{CUA} + e \quad (3)$$

Donde:

$Aflu.Tur$, es la afluencia de turistas extranjeros y nacionales

TC , es el tipo de cambio peso/dólar promedio de cada año

$IPCmex$, es el índice de precios al consumidor de México

AP_G , son los apoyos del gobierno para fomento del turismo

O_{CUA} es el número de cuartos

Utilizamos el método de mínimos cuadrados ordinarios y obtuvimos los resultados que aparecen en el cuadro 1.

Cuadro 1. Variable dependiente: afluencia de turistas

Periodo: 1998-2009

Variable	Modelo 1	Modelo 2
C	-752486.5 (0.8527)*	977767 (0.43)
TC	792650 (0.0417)	
IPCmex	-151191.7 (0.1339)	
AP_G		15.49 (0.037)
O_{CUA}		59.895 (0.099)
R^2	0.67	0.86

* Los datos entre paréntesis corresponden al p-valor.

En el modelo 1 se observa que el tipo de cambio peso/dólar tiene un efecto positivo en la demanda de servicios turísticos de Quintana Roo como predice la teoría; además, en nuestro modelo el tipo de cambio resulta una variable significativa, lo cual es congruente con opiniones que consideran que la devaluación del peso frente al dólar puede utilizarse como una ventaja competitiva frente a países como Estados Unidos, en el sentido de que, frente a un peso devaluado, a los estadounidenses les resulta más barato adquirir bienes y servicios mexicanos.

En algunos estudios sobre el consumo de servicios turísticos suele calcularse un precio relativo del país prestador de los servicios turísticos respecto a los precios de sus competidores, y este precio relativo se obtiene al multiplicar el índice de precios al consumidor doméstico por el tipo de cambio que enfrenta ante el país competidor. En nuestro caso, tratamos de obtener este efecto introduciendo en el modelo 1 el índice de precios al consumidor como variable explicativa. El resultado es que, frente a un aumento de los precios al consumidor en México, disminuye la afluencia de turistas a Quintana Roo, lo cual puede deberse a que ante tal aumento desciende el ingreso real de los turistas mexicanos.

En el modelo 2, tal y como se tenía previsto, se aprecia que los apoyos de fomento a la actividad turística por parte del gobierno tienen un efecto positivo en el número de turistas que demandan los servicios turísticos de nuestro estado; de igual forma se advierte que la inversión en esta clase de servicios, que en este modelo se representa por el número de cuartos de hotel, tiene un efecto positivo en la demanda de servicios turísticos. Es importante señalar que el efecto de la inversión es muy superior al que tienen los apoyos del gobierno sobre la actividad de servicios turísticos.

Para analizar el segundo momento en que se lleva a cabo la demanda de estos servicios en Quintana Roo, y que tiene que ver con su consumo, desarrollamos un modelo que se describe en la siguiente ecuación:

$$C_{stQ.Roo} = \alpha + TC + \gamma_{EU} + \gamma_{Esp} + \gamma_{Can} + \gamma_{Mex} + e \quad (4)$$

Donde:

$C_{stQ.Roo}$, es el ingreso que se obtiene por el consumo de servicios turísticos, de turistas nacionales y extranjeros

TC , es el tipo de cambio peso/dólar promedio de cada año

γ_{EU} , es el ingreso per cápita en Estados Unidos, en dólares

γ_{Esp} , es el ingreso per cápita en España, en dólares

γ_{Can} , es el ingreso per cápita en Canadá, en dólares

γ_{Mex} , es el ingreso per cápita en México, en dólares

En este modelo partimos de suponer que existe una relación directa entre el consumo, el nivel de precios y el ingreso. Buscamos explicar el comportamiento del consumo de los turistas en Quintana Roo por el nivel de ingreso en los principales países emisores de turistas hacia nuestro estado, que, de acuerdo con el número de turistas que llegan a nuestro estado, provienen sobre todo de Estados Unidos, Canadá, España y del resto de las entidades federativas de nuestro país. En cuanto al nivel de precios, empleamos el tipo de cambio peso/dólar promedio de cada año.

Un segundo modelo que construimos para explicar el comportamiento del consumo de los servicios turísticos en Quintana Roo incluye, además del ingreso y del nivel de precios, el apoyo del gobierno a las actividades turísticas y la afluencia de turistas. El modelo se describe con la siguiente ecuación:

$$C_{stQ.Roo} = \alpha + TC + \gamma_{EU} + \gamma_{Esp} + \gamma_{Can} + \gamma_{Mex} + AP_G + AFT + e \quad (5)$$

Donde:

$C_{stQ.Roo}$, es el ingreso obtenido por el consumo de servicios turísticos, de turistas nacionales y extranjeros

TC , es el tipo de cambio peso/dólar promedio de cada año

γ_{EU} , es el ingreso per cápita en Estados Unidos, en dólares

γ_{Esp} , es el ingreso per cápita en España, en dólares

γ_{Can} , es el ingreso per cápita en Canadá, en dólares

γ_{Mex} , es el ingreso per cápita en México, en dólares

AP_G , son los apoyos económicos que otorga el gobierno para el fomento de la actividad turística

AFT , es el número de turistas que ingresan a Quintana Roo, tanto nacionales como extranjeros

El método que empleamos en estos modelos es el de mínimos cuadrados ordinarios y obtuvimos los resultados expuestos en el cuadro 2.

Cuadro 2. Variable dependiente: consumo turístico
Periodo: 1998-2009

Variable	Modelo 1	Modelo 2
C	9508.14 (0.0756)*	7720.837 (0.0929)
TC	128.10 (0.5015)	48.4783 (0.8138)
γ_{EU}	-517.92 (0.0824)	-366.2754 (0.1260)
γ_{Esp}	32.9599 (0.9026)	14.5626 (0.9425)
γ_{Can}	149.2137 (0.4981)	74.516 (0.6524)
γ_{Mex}	1238.06 (0.1329)	701.6268 (0.2999)
AP_G		0.00644 (0.3985)
AFT		0.000032 (0.5545)
R^2	0.92	0.97

* Los datos entre paréntesis corresponden al p-valor.

Los resultados del modelo 1 observados en el cuadro 2 nos dicen que, tal y como se predice, el tipo de cambio tiene un efecto positivo sobre el consumo de servicios turísticos. En este caso cabe indicar que el efecto que el tipo de cambio tiene sobre el consumo global es menor, aunque también positivo, que el que se presenta en el primer momento de la demanda de servicios turísticos (cuando los turistas toman la decisión de venir a Quintana Roo),¹ y que describimos en el cuadro 1. En

¹ Aquí es más recomendable considerar el tipo de cambio con rezago, ya que seguramente la decisión se tomó en el pasado; en algunos estudios las variables se manejan con un rezago de tres trimestres. En nuestro caso no fue posible realizar este rezago.

cuanto al efecto que el ingreso per cápita tiene sobre el consumo de servicios turísticos, se advierte que el aumento de los ingresos per cápita de Canadá, España y México repercute positivamente en el consumo de servicios turísticos en Quintana Roo, mientras que el incremento del ingreso en Estados Unidos afecta de manera negativa el consumo de servicios turísticos en el estado, por lo que pareciera que si aumenta el ingreso de los estadounidenses, éstos no viajarán a Quintana Roo, sino que visitarán otros destinos turísticos. Es relevante mencionar que el ingreso cuyo aumento tiene mayor impacto en el consumo turístico en Quintana Roo es el de los mexicanos, seguido del de los canadienses y los españoles. El modelo 1 explica 92 % de las variaciones del consumo de servicios turísticos. En el modelo 2, por su parte, se aprecia que al incluir las variables de apoyo del gobierno a la actividad turística y la afluencia turística se mantienen los efectos del ingreso per cápita sobre la demanda turística observados en el modelo 1, y también que los apoyos del gobierno tienen una repercusión positiva sobre la demanda, ya que si los gobiernos tanto federal como estatal aumentan sus apoyos a la actividad turística, esto permitirá que se incremente la demanda de servicios turísticos de Quintana Roo, dado que tales apoyos mejoran la calidad de los servicios turísticos que se ofrecen. Asimismo se advierte que la afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros como parte de la demanda global tiene un efecto positivo. De acuerdo con los resultados, se puede decir que el modelo 2 explica 97 % de las variaciones de la demanda de servicios turísticos.

Conclusiones de “El análisis de la actividad turística desde la economía”

Con base en los resultados obtenidos en nuestros modelos, podemos anotar las siguientes conclusiones:

- En Quintana Roo en general, tal y como predice la teoría económica, el ingreso tiene un efecto positivo sobre la demanda de servicios turísticos, aunque en el caso de Estados Unidos resulta que un incremento de su ingreso provoca una disminución de su demanda de servicios turísticos en el estado. Esto parece indicar que si se eleva el ingreso per cápita de los estadounidenses éstos preferirán demandar los servicios de otros destinos turísticos.

- También se cumple que la devaluación del tipo de cambio puede ser utilizada como una ventaja competitiva de México frente a otros países; así, a medida que aumenta el número de pesos que damos por dólar, nuestros servicios turísticos devienen más baratos y por tanto la demanda de nuestros servicios turísticos crece. En el caso de Quintana Roo se presenta claramente esta relación positiva entre el consumo de servicios turísticos y el tipo de cambio peso/dólar.
- En Quintana Roo, los apoyos por parte del gobierno a la actividad turística influyen positivamente sobre la decisión de elegir Quintana Roo como destino para realizar actividades de esparcimiento, y, en un segundo momento de la demanda global, consumir los servicios turísticos que ofrece la entidad.
- También se puede anotar que el aumento de la inversión en infraestructura turística tiene un efecto positivo sobre la elección de Quintana Roo como destino turístico. En nuestro modelo, la inversión es medida por el número de cuartos de hotel.

Fuentes consultadas

- Baudelaire, Charles (s/f). *Las flores del mal*, Barcelona: Mateu.
- Bauman, Zygmunt (2007). *Vida de consumo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bull, Adrián (1991). *La economía del sector turístico*. Madrid: Alianza Económica.
- Cayuela Gally, Ricardo (2002). "Entrevista con Ryszard Kapuscinski". *Letras Libres*, 43, julio de 2002 [en línea]. Disponible en: <http://www.lettraslibres.com/index.php?art=7597> [2010, 4 de octubre].
- Cela, Camilo José (1978). *La colmena*. Barcelona: Noguer.
- Edwards, Jorge (2003). "Iremos a Valparaíso". *Letras Libres*, 22, julio de 2003 [en línea]. Disponible en: <http://www.lettraslibres.com/index.php?art=8940> [2010, 15 de octubre].
- Espasa, Antoni, Rosa Gómez-Churruca y Eduardo Morales (1993). "Análisis econométrico del turismo en España", en Antoni Espasa y José Ramón Cancelo (eds.). *Métodos cuantitativos para el análisis de la coyuntura económica*. Madrid: Alianza Editorial, 605-656.

- Kapuscinski, Ryszard (1995). "El siglo xx ya es pasado". *Semanario de Política y Cultura Etcétera*, 24 de agosto de 1995.
- (1998). "Cómo veo el mundo". *Neros*, 244, abril de 1998, 27-30.
- (2000). *Ébano*. Barcelona: Anagrama.
- (s/f). "Apuntes nómadas" [en línea]. Disponible en: http://www.elboomeran.com/minisites/kapuscinski/1Apuntes_Kapuscinski.pdf [2010, 2 de septiembre].
- Kundera, Milan (1998). "Stifter, Kafka, la burocracia". *Vuelta*, 260, julio de 1998, 8-11.
- Magris, Claudio (1988). *El Danubio*. Barcelona: Anagrama.
- Martínez de Velasco, Luis (2006). "El poeta, el héroe y el destino" [en línea]. Disponible en: <http://www.abelmartin.com/critica/velasco.html#9> [2010, 7 de septiembre].
- Meza, Julián (1990). "Claudio Magris. El Danubio". *Estudios. Filosofía-Historia-Letras*, otoño de 1990 [en línea]. Disponible en: http://biblioteca.itam.mx/estudios/estudio/letras22/rese2/sec_1.html [2010, 11 de octubre].
- Padilla, Rafael (1987). *La demanda de servicios turísticos en España*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense.
- Pitol, Sergio (2001). *El viaje*. Barcelona: Anagrama.
- Rodríguez Fischer, Ana (2003). "País, paisaje y paisanaje". *Letras Libres*, 22, julio de 2003 [en línea]. Disponible en: <http://www.letraslibres.com/index.php?art=8948> [2010, 13 de octubre].
- Rosas, María Cristina (2010). "México como marca (segunda parte)". *Semanario de Política y Cultura Etcétera*, 28 de noviembre de 2010.
- Sontag, Susan (2000). *En América*. Madrid: Alfaguara.
- Vargas Llosa, Mario (2009). "La civilización del espectáculo". *Letras Libres*, 89, febrero de 2009 [en línea]. Disponible en: <http://www.letraslibres.com/index.php?art=13553> [2010, 22 de septiembre].
- (2010a) "Breve discurso sobre la cultura". *Letras Libres*, 106, julio de 2010 [en línea]. Disponible en: <http://www.letraslibres.com/index.php?art=14755> [2010, 20 de septiembre].
- (2010b). "En el Titanic con Enzensberger". *Letras Libres*, 110, noviembre de 2010 [en línea]. Disponible en: <http://www.letraslibres.com/index.php?art=15072> [2010, 19 de noviembre].
- Warnier, Jean-Pierre (2002). *La mundialización de la cultura*. Barcelona: Gedisa.

Documentos consultados

Banco Mundial, *Bases de datos estadísticas por países* (varios años)

Banxico, *Estadísticas económicas*

Informes del Gobierno de Quintana Roo, *Anexo estadístico* (varios años)

Anexo I

Los datos se extrajeron principalmente de los anexos estadísticos de los informes de gobierno de diferentes años, del Banco Mundial y de Banxico.

Definición de las variables:

- a) El consumo turístico se calcula por la derrama económica que generan los servicios turísticos en Quintana Roo, medido en millones de dólares para cada año
- b) El tipo de cambio peso/dólar se refiere al tipo de cambio promedio de cada año
- c) El ingreso per cápita de Estados Unidos, Canadá, España y México se refiere al ingreso per cápita en dólares y es tomado del Banco Mundial
- d) La variable de apoyo del gobierno a la actividad turística se refiere a las transferencias en miles de pesos que se realizan al fideicomiso para promoción turística en Quintana Roo, para cada año
- e) La afluencia de turistas se refiere al número de turistas que visitan Quintana Roo, incluye a extranjeros y nacionales

Las tecnologías de información en las organizaciones del sector turismo: caso Expedia Inc.

Felipe Hernández González*

Adalberto Velázquez Méndez**

Universidad de Quintana Roo

El sector turístico, en particular, está experimentando cambios muy drásticos; se ha vuelto dependiente de un tratamiento intensivo de la información (Lewis, 1998: 20) y está estrechamente relacionado con los sistemas de información. Las TI rebasaron su papel al pasar de simples herramientas que facilitaban la operación en las empresas, a establecerse como factores estratégicos y críticos de éxito para una organización. En una industria donde, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), tan sólo en 2009, más de 800 millones de turistas de todo el planeta salieron de sus países y representaron una derrama de 852 mil millones de dólares (SIHMT, 2010), las TI han facilitado los procesos de negocio de los actores grandes y chicos que compiten por una rebanada de este pastel. Desde el lanzamiento en Internet en octubre de 1996 del sitio de reservación de viajes en línea Expedia.com por el gigante de la industria del software, Microsoft, las TI han sido un factor fundamental para el desarrollo de ventajas competitivas y el cambio en la forma de competir, y han modificado las fuerzas que afectan la competencia dentro del sector turístico.

Dos años más tarde, en noviembre de 1998, el portal *Expedia.co.uk* fue puesto en operación para abarcar al mercado británico por MSN,

* Correo electrónico: fhernandez@uqroo.mx

** Profesor-investigador (†)

el brazo de Internet de Microsoft. Un año más tarde sus ventas eran de alrededor de dos millones de libras mensuales, y en agosto del mismo año fue clasificado por la calificadora Forrester dentro de los diez primeros sitios europeos de comercio electrónico (Horner y Swarbrooke, 2004: 181). A partir de ahí llevó a cabo varias estrategias: cotizar en la bolsa con el fin de disponer de capital para su desarrollo e implementar agresivos planes de marketing, adquirir a algunos de sus competidores, y realizar alianzas con las más importantes cadenas hoteleras, aerolíneas, empresas de telecomunicaciones y otros prestadores de servicios. Actualmente, con más de 7 900 empleados alrededor del mundo, maneja las marcas líderes hotels.com[®], Hotwire.com[®], venere.com[®], tripadvisor.com[®], EGENCIA[®] y la filial china eLong.com[®] (figura 1).



Fuente: <<http://www.expediainc.com/business-Book.cfm>>.

Figura 1. Expedia Inc. y sus filiales

Creación de ventajas competitivas por Expedia Inc.

Las cadenas de valor de las empresas del sector turístico se modifican mediante la incorporación de las TI. Cualquier proveedor de servicios turísticos puede comunicarse a través de Internet con sus clientes y así establecer vínculos que le permiten “llevar” sus productos al consumidor y mantener la información de importancia para los involucrados en la actividad turística: el turista, el proveedor de servicios turísticos y el planeador de destinos (papel que desempeña Expedia Inc.).

Sin duda los servicios que desde 2005 ayudaron a Expedia Inc. a crear una ventaja competitiva fueron el denominado “Expedia To Go”, que permite a los viajeros disponer de información esencial en dispositivos móviles llamados PDA (*personal digital*

assistant), y el servicio “web Enabled Phone”, para el acceso a la información de los sitios web a través de teléfonos celulares.

Otro aspecto tecnológico importante que representa una ventaja competitiva es el desarrollo de sitios web de alta calidad. Tan sólo en 2010 Expedia Inc. totalizó un volumen de 2.5 billones de reservaciones hasta el tercer trimestre, 36 % del total en el ámbito mundial. Asimismo presenta crecimientos significativos respecto al año anterior del volumen de reservaciones, transacciones y casi todos sus aspectos financieros, como se muestra en el cuadro 1.

Cuadro 1. Sumario financiero y métricas de operación Expedia, Inc.

Métrica	Tercer trimestre de		Crecimiento anual (%)
	2010	2009	
Transacciones (miles de millones)	18.1	15.9	14
Volumen de reservaciones brutas (millones)	6 891.6	5 913.8	17
Ingresos	987.9	852.4	16
Margen de ingresos	14.3	14.4	(1)
Ingresos por operación antes de la amortización	293.7	256.4	15
Ingresos por operación después de la amortización	276.8	223	24
Ingresos netos ajustados	191.3	144.9	32
Ingresos netos atribuibles a Expedia Inc.	176.6	117	51
Flujo de efectivo libre	35.8	45.1	(21)

Fuente: <<http://www.expediainc.com/results.cfm>>.

Esto sólo ha sido posible gracias a que operan más de 90 sitios alrededor del mundo: América del Norte y del Sur, Europa, Oriente Medio y la región Asia Pacífico. Sin duda Internet juega un papel protagónico que permite a Expedia Inc. y a sus filiales tener presencia en más de 60 países.

El consumidor está cada vez más familiarizado con la tecnología y con la información que le ofrece: video clips de destinos y lugares de interés, imágenes de hoteles, planos de localización, y que obtiene a través de “Kioscos Multimedia de Información”

estratégicamente ubicados en aeropuertos, hoteles, centros comerciales, oficinas gubernamentales y, por supuesto, en Internet (Bennett, 1995: 18). Expedia Inc. ha incorporado estos elementos en sus sitios web, de manera que el usuario pueda tener una experiencia agradable y cuente con la mayor información al momento de planear un viaje.

La solidez del vínculo establecido entre clientes y proveedores depende de la calidad de los servicios de información, y que van desde el simple correo electrónico hasta sofisticados sistemas. Son actividades de valor modificadas por las TI: las reservaciones en un hotel, las reservaciones y la compra de boletos en una línea aérea, la planeación personalizada de itinerarios, la promoción de sitios y actividades, por mencionar algunas. Expedia Inc. ha entendido que el común denominador de estas actividades es que la información es muy importante para el consumidor, así pues, sus sitios se distinguen por contar con información relevante. Para ello mantiene la red de sitios web presentada en el cuadro 2.

Expedia Inc. cuenta con más de 400 empleados con sede en los mercados locales de todo el mundo, concentrados exclusivamente en el crecimiento y la gestión de las relaciones de valor con las aerolíneas más importantes del mundo, los hoteles asociados y otros proveedores de viajes. De esta manera Expedia Inc. está en condiciones de dar el mantenimiento adecuado a la información de sus productos y servicios en la web.

Las TI permiten a Expedia Inc. tener una mejor coordinación y comunicación a través de sus sistemas estratégicos de información, que logran la supervivencia y competitividad de todos los involucrados y del destino mismo, beneficiando a la industria de la cual depende. En cuanto ofertante de destinos turísticos, Expedia Inc. utiliza Internet como la plataforma ideal para “llevar” los productos turísticos a un cliente global.

Por su parte, los *prestadores de servicios turísticos* o socios de Expedia Inc. necesitan conocer a sus clientes (sus preferencias, sus formas de consumo, su capacidad económica, etc.) antes de que decidan iniciar su viaje, deben atender sus requerimientos de información a lo largo de él, y mantenerse en contacto con ellos una vez que haya concluido. Por lo tanto, también dependen de las TI para desempeñarse eficientemente.

Cuadro 2. The TripAdvisor® Media Network

Descripción	Sitio web
La mayor comunidad mundial de viajes, con la más grande colección de críticas de viajeros y el contenido de los destinos y alojamiento durante el viaje, con los sitios en idioma local en 27 países en todo el mundo	www.tripadvisor.com.mx
Incluye el origen de la mayoría de ofertas de pasajes aéreos, investigada y verificada por expertos	www.airfarewatchdog.com
Ofrece a los viajeros el acceso a los precios y ofertas de última hora; distribuye ofertas a más de 37 millones de visitantes mensuales a través de sitios de viajes líderes	www.bookingbuddy.com
Incluye la más reciente información de cruceros y la mayor comunidad de viajeros de cruceros en la web	www.cruisecritic.com
La comunidad en línea y recursos de viajes para las familias que viajan con niños	www.familyvacationcritic.com
Renta de casas para vacaciones alrededor del mundo	www.flipkey.com
Sitio de renta de casas para vacaciones líder en el Reino Unido	www.holidaylettings.co.uk
Ofrece vacaciones en el Reino Unido para verano en las playas del Mediterráneo	www.holidaywatchdog.com
Sitio con consejos prácticos y un foro en línea para las personas que les gusta viajar	www.independenttraveler.com
Ayuda a los clientes a encontrar los mejores precios en vuelos, hoteles y viajes en tren en China	www.kuxun.cn
Herramienta de comparación de compras de viajes que ahorra tiempo	www.onetime.com
Sitio con información de asientos de avión, de las aerolíneas y amenidades a bordo	www.seatguru.com
Sitio con el mayor recurso para asesoramiento de viajes en línea por expertos independientes para viajeros conscientes del presupuesto	www.smartertravel.com
Sitio de viajes con información completa de contacto directo y comentarios de hoteles y alojamientos de todo el mundo	www.travel-library.com
Contiene <i>blogs</i> de viajes	www.travelpod.com
Sitio con información sobre cualquier destino desde la perspectiva del turista	www.virtualtourist.com

Fuente: <<http://www.expediainc.com/business-Media.cfm>>.

Cuadro 3. Costos y gastos de Expedia, Inc.
Resultados reportados al tercer trimestre de 2010

	Costos y gastos Expedia Inc. (millones de dólares)		
	2010	2009	Crecimiento (%)
Costo de los ingresos	189.5	168.9	12
Ventas y marketing	341.0	281.9	21
Tecnología y contenidos	90.1	75.3	20
Gastos generales y administrativos	69.3	65.4	6
Total de costos y gastos	689.9	591.6	17

Fuente: <<http://www.expediainc.com/results.cfm>>.

El costo de las TI en Expedia Inc.

Las iniciativas de adquisición o desarrollo de suites de sistemas empresariales por parte de las industrias del sector turístico han generado grandes ahorros en su operación al momento de rediseñar sus procesos fundamentales de negocio (Cushing, 2003), y al implementar “portales corporativos” en las áreas de recursos humanos, finanzas e inteligencia de negocios, para sus divisiones de agencias de viajes, líneas aéreas y operadores de tours.

La configuración mínima de un sistema de gestión de destinos (SGD) es:

1. Infraestructura de redes, comunicaciones, computadoras y servidores
2. Bases de datos y sistemas transaccionales de gestión de la información
3. Aplicaciones (sistemas) que soportan los procesos de negocio (en la red local y en Internet)
4. Información (OMT, 2004: 47)

En muchas ocasiones, esta configuración mínima representa un alto costo. Expedia Inc. invirtió un poco más de 360 millones de dólares en 2010 en tecnología, lo que representó 20% más que en 2009. Este aumento se debió a los costos del

personal de soporte para TripAdvisor® y a los sistemas transaccionales en el nivel mundial. Un comparativo trimestral con respecto al año anterior muestra que los costos se han incrementado no sólo en tecnología, sino en otros rubros, como puede observarse en el cuadro 3.

Cambios en la forma de competir

Los cambios que conlleva el desarrollo de TI en las organizaciones de servicios turísticos, están transformando la forma en que tales organizaciones compiten en el mercado global del turismo. Desde la aparición de los sistemas computarizados de reservaciones (CRS), Expedia Inc. los ha convertido en el canal ideal para comercializar y distribuir productos y servicios turísticos. Actualmente, Expedia Inc. se distingue de sus competidores por contar con opciones para prácticamente casi cualquier destino, la facilidad y uso de sus sitios web, la información que proporciona y la impresión que ha forjado a lo largo de los años hacia potenciales clientes además de que sus precios son los más bajos en Internet. Esta percepción es aplicable a cualquier tipo de producto y servicio que se ofrezca en la red.

La clave del éxito de Expedia Inc.: la estrategia de TI

La estrategia de TI de toda empresa deberá estar ligada a los objetivos del negocio (que lleve al negocio adonde debe llegar); asegurar que tanto los niveles operativos como los ejecutivos reciban los beneficios de las TI; así como justificar la inversión en TI con base en los objetivos del negocio (planes factibles de TI ligados a los planes del negocio).

Entre los elementos centrales que forman parte de esta estrategia de TI en Expedia Inc. se encuentran:

1. Adopción de un sistema de gestión de destinos como infraestructura para el negocio electrónico, montado en los sitios web distribuidos en todo el mundo.
2. Desarrollo y operación de sistemas de información a través de los cuales se lleve la información y la operación de la empresa a los clientes, socios y proveedores, que habilitan a Expedia Inc. para el *e-commerce* y el *e-marketing*.

3. Su integración con las redes de intermediarios y mayoristas de los servicios turísticos.
4. Integración (*business-to-business*) con sus filiales, con las que comparten intereses y no tienen limitaciones técnicas ni económicas para competir con otros grandes actores de la industria turística.

Conclusiones

Es necesario que los responsables de la estrategia de negocios en las empresas turísticas perciban a las TI como parte fundamental de los procesos y actividades de valor y estén familiarizados con los elementos tecnológicos básicos que les permitan participar en la elaboración de la estrategia de TI de la organización. Expedia Inc. ha implementado con éxito las TI, las cuales han hecho posible mejorar la operación, la comunicación, la toma de decisiones y el uso de conocimiento especializado en la empresa. También ha creado ventajas realmente competitivas que distinguen sus productos de los de sus competidores, al ofrecer al usuario opciones de viaje prácticamente a cualquier destino y accesos desde casi cualquier parte del mundo gracias a la infraestructura de sitios web alrededor del globo. Su presencia en Internet a través de sus filiales, que representan a las marcas más importantes del sector de las empresas de servicios turísticos, es un elemento cardinal y comprende un factor crítico de éxito para estas organizaciones. Adoptar la estrategia de TI significa una fuerte inversión para Expedia Inc., sin embargo es una empresa rentable y con un crecimiento sostenido año tras año.

Fuentes consultadas

- Bennett, Marion (1995). "Travels into the Future". *Geographical*, 67 (2) 18, febrero.
- Cushing, Karl (2003). "SAP project saves travel firm £140m in 20 months" [en línea]. *ComputerWeekly.com*, 27 de mayo. Disponible en: http://www.computerweekly.com/news/2240050936/SAP-project-saves-travel-firm-163140m-in-20-months#0_undefined,0_
- Expedia, Inc. (s/f). *Quarterly Results* [en línea]. Disponible en: <http://www.expediainc.com/results.cfm>

- (s/f). *Travel Content and Media Brands. The TripAdvisor® Media Network* [en línea]. Disponible en: <http://www.expediainc.com/business-Media.cfm>
- Horner, Susan y John Swarbrooke (2004). *International Cases in Tourism Management*. Jordan Hill y Burlington: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Lewis, Ira, Janjaap Semeijn y Alexander Talalayevsky (1998). “The Impact of Information Technology on Travel Agents”. *Transportation Journal*, 37 (4), 20-25.
- OMT (2004). *Comercio electrónico y turismo: Guía práctica para destinos y empresas*. Organización Mundial del Turismo.
- SIIMT (2010). *Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos* [en línea]. Disponible en: http://www.siimt.com/wb/siimt/siim_factbook_libre



Evaluación de la efectividad del *e-marketing* en la promoción de un destino turístico

Alfredo Tapia-Carreto*

Universidad de Quintana Roo

Miguel Cuevas Cupul**

Information Technology Security & Consulting

Antecedentes

En un esfuerzo por ordenar la mercadotecnia en Internet (*e-marketing*), diferentes teóricos (Alet, 2001; Berkley, 2005; Bishop, 2000; Brondmo, 2000; Hanson, 1999; Kotler y Armstrong, 2003; Mayordomo, 2002; Sterne, 1997; Vassos, 1996; Zimmerman, 1999) se han esforzado tanto en explicar la función que la mercadotecnia tiene en la *world wide web* (www), como en sistematizar su uso.

Para efectos prácticos, el *e-marketing* se puede definir como la interacción que hay en Internet “entre los servicios de la empresa y las necesidades de los consumidores finales, permitiendo dar satisfacción al cliente y generar un beneficio” (Mayordomo, 2002: 19). Si se compara esta definición con lo que Kotler y Armstrong dicen sobre lo que es mercadotecnia: “un proceso social y administrativo por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros” (2003: 5), podemos reconocer que la única diferencia sustancial es el término. Mercadotecnia e *e-marketing* son lo mismo, con la salvedad del ámbito donde cada uno ocurre.

* Correo electrónico: acarreto@uqroo.mx

** Correo electrónico: miguel.g.cuevas@gmail.com

El *e-marketing* se realiza por Internet, y de la misma forma que hay teorías (Fischer y Espejo, 2004; Kotler y Armstrong, 2003; Lamb, Hair y McDaniel, 2006; Zikmund y d'Amico, 2002) para el uso responsable de la mercadotecnia, las hay para lo propio en la *www*.

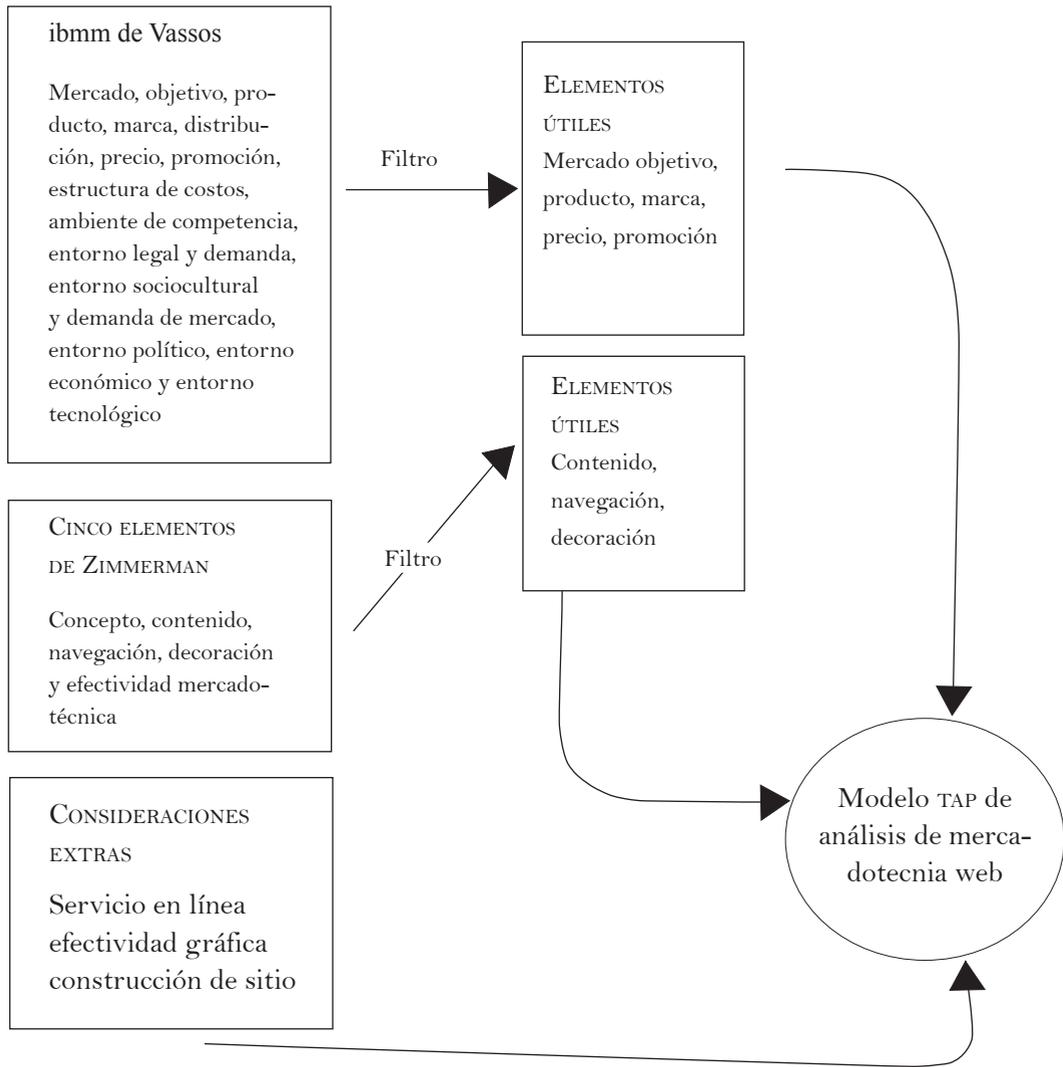
Dos autores que han desarrollado métodos concretos para ordenar y evaluar el *e-marketing* son Tom Vassos (1996) y Jan Zimmerman (1999). El primero, autor del modelo IBMM (Internet Bullseye Marketing Model), tiene como objetivo determinar la probabilidad de éxito de ventas de un producto en Internet, y el segundo propone cinco elementos principales que deben analizarse en una página web para determinar su efectividad (Tapia-Carreto, 2004).

En un trabajo previo, Tapia-Carreto, Alvarado-Herrera y Palafox-Muñoz (2004) demostraron que a pesar de que los modelos de análisis citados son considerados actuales y funcionales no son útiles para estudiar la efectividad de *e-marketing* de sitios web dedicados a la promoción de productos turísticos, motivo por el cual se desarrolló el modelo TAP, que consistió en una reingeniería de los modelos de Vassos y de Zimmerman para obtener los índices de análisis más adecuados, así como algunos componentes adicionales que permiten un examen más efectivo de la capacidad de un sitio web para lograr el resultado deseado con su contenido mercadotécnico, en el más amplio sentido posible (figura 1).

En su momento, el modelo TAP tomó de las propuestas de Vassos (1996) y Zimmerman (1999) los elementos considerados útiles para analizar la efectividad de *e-marketing* de un sitio web, y descartó aquellos más enfocados a otras tareas. A los elementos elegidos se sumaron otras variables no consideradas en sus métodos, como el servicio en línea, la efectividad gráfica y la construcción del sitio; así se logró un modelo propio, cuyo objetivo es analizar la efectividad de marketing de un sitio web, en principio de promoción turística, mas extensible a sitios web en general.

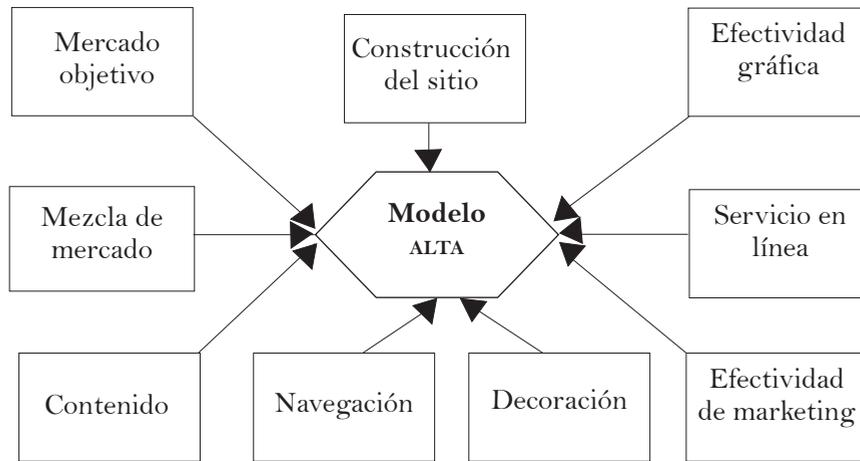
Modelo ALTA

El desarrollo del modelo TAP (figura 1) condujo al diseño del modelo ALTA (figura 2), que incluye un instrumento para analizar la efectividad de marketing de un sitio web; por *efectividad* se debe entender la capacidad que tiene un sitio web para lograr el efecto deseado o esperado, es decir, que exista la interacción en Internet “entre los servicios de la empresa y las necesidades de los consumidores finales” (Mayordomo, 2002: 19).



Fuente: Elaboración propia.

Figura 1. Modelo TAP



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2. Modelo ALTA

El modelo ALTA considera nueve rubros para analizar un sitio web:

1. *Mercado objetivo.* Se busca identificar si la página que publicita el producto está orientada a satisfacer las características de percepción de un consumidor con ingresos económicos y nivel de estudios por arriba del promedio.
2. *Producto, marca, precio, promoción.* Se pretende determinar si la página que se examina emplea métodos efectivos para transmitir la calidez del producto. Si la naturaleza de éste es la intangibilidad, se requiere transmitir el mensaje con mayor efectividad.
3. *Contenido.* Más que verificar cuestiones de diseño, lo que se quiere responder es si las piezas del rompecabezas encajan bien en el tablero de la página; verificar cómo los elementos generales que componen el sitio web cumplen o no su propósito.
4. *Navegación.* Si a quien visita el sitio le toma más de tres clics llegar a la información que está buscando en la página, éste desistirá y buscará en otro sitio. Se pretende interpretar qué tan intuitiva es la navegación en el sitio que se está analizando.

5. *Decoración.* Si un cibernauta se siente cómodo navegando, si le agrada el lugar en el que está, puede ser que pase más tiempo en el sitio, incluso si ya dio más de tres clics buscando su información. Este rubro, por lo tanto, intenta identificar qué tan bien diseñado está el sitio para permitir que el cibernauta navegue a gusto.
6. *Efectividad de mercadotecnia.* Es uno de los puntos medulares en el análisis de sitios web, pues lo que se busca saber es qué tanto satisface el sitio las necesidades de información del usuario, así como la efectividad de la página para comunicar el mensaje y su posición relativa ante otras ofertas similares.
7. *Servicio en línea.* Debido a que se trata de un servicio, es fundamental conocer cómo el sitio web resuelve asuntos específicos en cuanto a la compra del producto, además de la posibilidad que tiene el cliente de comunicarse con los responsables de la oferta y cómo éstos brindan el apoyo necesario a sus clientes potenciales. Es una cuestión de análisis de calidad en el servicio.
8. *Efectividad gráfica.* Éste es otro punto de gran importancia, pues depende de un buen contraste que un mensaje sea legible y, por lo tanto, entendible. Por ello, la efectividad gráfica pretende descubrir si los elementos de diseño están equilibrados, si el cibernauta se identifica con la página, si los contrastes de color y los tamaños de la letra son los adecuados para que el usuario lea el contenido fácilmente.
9. *Construcción del sitio.* Se refiere a lo que no se ve pero sí se percibe: el orden y la estética. Revisar estos elementos es cardinal porque a partir de cómo esté construido el sitio puede determinarse que un usuario se extravíe o halle lo que busca. En este sentido, se analiza si la información que se presenta en la página está dividida por secciones y la facilidad para que el usuario encuentre lo que busca con el menor número posible de clics.

El instrumento ALTA (anexo 1) evalúa los sitios web mediante una lista de comprobación o de control dividida en nueve segmentos, que a su vez contienen varias preguntas por calificar. Cada pregunta comprende un rango de entre uno y cinco puntos para otorgar una calificación determinada en cada una de las diferentes secciones que componen los criterios de análisis. Al final se suman los resultados de cada sección, para obtener así el gran total del sitio que se evalúa.

Las distintas secciones en que se divide el instrumento pretenden evaluar el sitio que se analiza para arrojar una calificación final que determine su efectividad de *e-marketing*. Se considera que una buena evaluación debería dar resultados entre 85 y 100 % de efectividad, es decir, desde 4.25 hasta cinco puntos de promedio por rubro.

En un ejercicio previo, el modelo ALTA fue utilizado para evaluar la efectividad de *e-marketing* de los 19 sitios web más populares¹ dedicados a promocionar Cozumel como destino turístico (cuadro 1). Para ello, se introdujo la palabra “Cozumel” en el motor de búsqueda, y de los 50 primeros resultados se descartaron aquellos sitios cuya oferta era distinta de la promoción de la isla como producto turístico. De las 50 direcciones recibidas se seleccionaron para la evaluación 19 sitios dedicados a promocionar el destino turístico.

Cuadro 1. Sitios web seleccionados como objetos de estudio

Posición	Selección	Sitio web	Contenido
1	1	www.islacozumel.com.mx	Promoción del destino turístico Cozumel
2	2	www.cozumel.net	
5	3	www.gocozumel.com	
6	4	www.divecozumel.com	
7	5	www.thisiscozumel.com	
8	6	www.cometocozumel.com	
11	7	www.travelyucatan.com	
12	8	www.cozumelmycozumel.com	
13	9	www.lonelyplanet.com	
14	10	www.cancun.com	
15	11	www.cozumelinsider.com	
17	12	www.travel.yahoo.com	
18	13	www.cozumelcruiseexcursions.com	
21	14	www.royalcaribbean.com	
30	15	www.caribbeantravelmag.com	
33	16	www.islacozumel.net	
39	17	www.cozumelmexico.net	
46	18	www.guides.travelchannel.com	
50	19	www.visitmexico.com	

Fuente: Elaboración propia.

¹ La popularidad se definió por la obtención de resultados en Google y su respaldo estadístico en Alexa.com.

Como se observa en el cuadro 2, de las 19 páginas sólo dos tuvieron una evaluación por debajo del mínimo recomendado (85 %) para considerar que la efectividad de *e-marketing* de un sitio en Internet es positiva, lo que corroboró la hipótesis de que “los sitios de Internet que promocionan a Cozumel como destino turístico y que aparecen en los primeros lugares en los resultados de los motores de búsqueda, poseen características que se ajustan a los lineamientos propuestos por el modelo ALTA” (Cuevas Cupul, 2009: 11). No obstante, este resultado generó un nuevo interrogante: ¿los sitios web que promocionan Cozumel y que figuran en los últimos lugares en los resultados de una búsqueda cumplirán o no los requisitos del modelo ALTA para ser considerados efectivos?

Cuadro 2. Resultados de los sitios evaluados con el modelo alta

Orden	Sitio web	Puntuación general (puntos)	Porcentaje de efectividad (%)
1	travel.yahoo.com	187	93.5
2	lonelyplanet.com	189	94.5
3	royalcaribbean.com	194	97.0
4	guides.travelchannel.com	186	93.0
5	visitmexico.com	189	94.5
6	cancun.com	181	90.5
7	travelyucatan.com	184	92.0
8	caribbeantravelmag.com	180	90.0
9	thisiscozumel.com	187	93.5
10	cozumelinsider.com	187	93.5
11	cozumelmycozumel.com	175	87.5
12	cozumel.net	174	87.0
13	cometocozumel.com	199	99.5
14	gocozumel.com	183	91.5
15	islacozumel.com.mx	197	98.5
16	cozumelcruiseexcursions. com	191	95.5
17	islacozumel.net	174	87.0
18	cozumelmexico.net	155	77.5
19	divecozumel.com	159	79.5
	Promedio	182.6	91.3

Fuente: Elaboración propia.

Reflexiones

En general el modelo ALTA, formado a partir de una lista de criterios y dividido en varias secciones, cumple algunos de sus propósitos: ser práctico y sencillo de aplicar en el momento de evaluar algún sitio web, seguir los criterios antes mencionados y evaluar según cómo se presentan en el sitio, sin que sea necesario ser un especialista en el desarrollo web, el comercio electrónico o algún área afín.

Aunque es posible afirmar que los criterios expuestos en el modelo ALTA cumplen normalmente con todos los razonamientos de un ideal teórico para evaluar la efectividad de mercadotecnia de sitios web que promocionen un destino turístico, se requiere determinar si las páginas web que promocionan el destino turístico Cozumel, ya sean los últimos o los primeros resultados obtenidos en un motor de búsqueda, cumplen o no con los criterios establecidos en el modelo ALTA.

Diseñar un modelo de análisis de efectividad de *e-marketing* es un trabajo complejo y conlleva un exhaustivo tratamiento de validación. Hasta el momento, el modelo ALTA ha sabido responder a las exigencias necesarias para consolidarse, pero aún restan cosas por hacer. En este sentido, y considerando lo que Borges menciona: “cada sociedad se ha ido adaptando y transformando paulatinamente ante los cambios sociales y tecnológicos, que han permitido una interacción mucho más dinámica y cambiante entre regiones culturales, producto de la globalización” (2006: 48), se necesita reconocer la actualidad no sólo del modelo ALTA, sino de cualquier modelo existente, emparejando los criterios de análisis con los avances tecnológicos y su incidencia social.

Fuentes consultadas

- Alet, J. (2001). *Marketing eficaz.com*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Berkley, H. (2005). *Low-budget Online Marketing for Small Business*. Bellingham: International Self-Counsel Press.
- Bishop, B. (2000). *Strategic Marketing for the Digital Age*. Nueva York: Financial World Publishing.
- Borges, K. (2006). “La cultura popular y su intercambio ante las nuevas condiciones de la globalización cultural”. *Santiago*, 111, 48-61.
- Brondmo, H. P. (2000). *The Eng@ged Customer*. Nueva York: Harper Collins.

- Cuevas Cupul, M. G. (2009). *Análisis de efectividad de mercadotecnia en Internet. Caso: evaluación de sitios web que promocionan el destino turístico Cozumel*. Tesis de licenciatura. Quintana Roo: Universidad de Quintana Roo.
- Fischer, L. y J. Espejo (2004). *Mercadotecnia*. México: McGraw-Hill.
- Hanson, W. (1999). *Principles of Internet Marketing*. Massachusetts: South-Western College Publishing.
- Kotler, P. y G. Armstrong (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Lamb, C. W., J. F. Hair y C. McDaniel (2006). *Fundamentos de marketing*. México: Thomson Learning.
- Mayordomo, J. L. (2002). *E-marketing*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Sterne, J. (1997). *Advertising on the Web*. Indianápolis: Que.
- Tapia-Carretero, A. (2004). *Análisis de los elementos publicitarios empleados por "cozumel.net" para promocionar a Cozumel como destino turístico*. Tesis de maestría. Puebla: Universidad Madero.
- Tapia-Carretero, A., A. Alvarado-Herrera y A. Palafox-Muñoz (2004). "Propuesta de un modelo de análisis de elementos publicitarios para productos turísticos vía Internet", en *Memorias del 2º Congreso Mesoamericano Universitario de Turismo*. Quintana Roo: Universidad de Quintana Roo.
- Vassos, T. (1996). *Strategic Internet Marketing*. Indianápolis: Que.
- Zikmund W. G. y M. d'Amico (2002). *Marketing*. México: Thomson Learning.
- Zimmerman, J. (1999). *Marketing on the Internet*. Gulf Breeze: Maximum Press.

ANEXO 1

Página web analizada:

Basado en su propia apreciación, evalúe cada uno de los siguientes puntos, del 1 al 5, donde el 5 es el mejor, según corresponda a la pregunta que se plantea. Sume el total de cada categoría para obtener el gran total de todo el sitio.

Mercado objetivo

¿Resulta atrayente su ofrecimiento para un mercado de personas con ingresos mayores que el promedio?	1	2	3	4	5
¿Atrae su ofrecimiento a un mercado objetivo con nivel de estudios más alto que el promedio?	1	2	3	4	5
¿Es fácil identificar el mercado objetivo y llegar a él con Internet?	1	2	3	4	5

Producto, marca, precio, promoción

¿Es necesario ver físicamente, “probar” o tocar el producto antes de tomar la decisión de compra?	1	2	3	4	5
¿El ofrecimiento es sencillo o complejo de entender, configurar y ordenar?	1	2	3	4	5
¿Se trata de un producto de interés mundial?	1	2	3	4	5
¿Es un producto de una marca y compañía muy conocidas?	1	2	3	4	5
¿El precio del producto es alto o bajo?	1	2	3	4	5
¿Se requieren cambios de precio frecuentes?	1	2	3	4	5
¿Son aprovechables la publicidad y promoción en medios convencionales?	1	2	3	4	5

Contenido

¿Qué tan apropiado es el desarrollo de texto del sitio?	1	2	3	4	5
¿Qué tan bien responde el sitio a las dudas del usuario?	1	2	3	4	5
¿Qué tan bien se acomoda el contenido al propósito del sitio?	1	2	3	4	5
¿Qué tan bien se acomoda el contenido del sitio a su mercado meta?	1	2	3	4	5

Navegación

¿Qué tan consistente es la navegación?	1	2	3	4	5
¿Qué tan obvia, simple o intuitiva es la navegación?	1	2	3	4	5
¿Qué tan fácil es el acceso al menú, al índice del sitio y a la página principal en cada pantalla?	1	2	3	4	5
¿Qué tan accesibles son las herramientas de navegación? (visibilidad y posición en la pantalla)	1	2	3	4	5
¿Qué tan efectivos son los vínculos internos para moverse a través del sitio?	1	2	3	4	5
¿Qué tan bien organizado es el contenido?	1	2	3	4	5

Decoración

La decoración, ¿qué tan bien soporta el concepto?	1	2	3	4	5
La navegación, ¿qué tan bien soporta el concepto?	1	2	3	4	5
¿Qué tan bien la decoración se acomoda al propósito del sitio?	1	2	3	4	5
¿Qué tan bien la decoración se acomoda al mercado meta?	1	2	3	4	5

Efectividad de mercadotecnia

¿Qué tan bien es transmitido el mensaje central a través del sitio?	1	2	3	4	5
¿Qué tan bien satisface sus necesidades de compra el mercado meta?	1	2	3	4	5
¿Qué tanto invita a la participación de su mercado meta?	1	2	3	4	5
¿Qué tan bien el sitio se promueve a sí mismo dentro de sus páginas?	1	2	3	4	5

Servicio en línea

¿Qué tan fácil se pueden comprar en línea los servicios que ofrece la página desde su propia ubicación?	1	2	3	4	5
¿Qué tan fácil es ubicar una dirección de e-mail para solicitar información dentro de la página?	1	2	3	4	5
¿Qué tan rápido se obtiene una respuesta a la solicitud de información sobre un aspecto específico?	1	2	3	4	5
¿Qué tan eficiente es la respuesta que se obtiene de los responsable de seguir requisiciones del usuario?	1	2	3	4	5

Efectividad gráfica

¿Qué tan bien están balanceados los elementos de diseño gráfico? ¿Hay equilibrio visual?	1	2	3	4	5
¿Qué tan cerca se siente el cibernauta del producto expuesto en la página?	1	2	3	4	5
¿Qué tan legible es la información que se presenta en la página?	1	2	3	4	5
¿Qué tan bien se reconocen los diferentes colores utilizados en la página?	1	2	3	4	5

Construcción de sitio

La información que se presenta en la página ¿está organizada por secciones?	1	2	3	4	5
El concepto de la página ¿qué tanto se refleja en la construcción del sitio?	1	2	3	4	5
¿Se puede regresar al "home page" con un solo clic desde cualquier ubicación de la página?	1	2	3	4	5
¿El usuario llega a su destino en no más de tres clics?	1	2	3	4	5

Calificación _____ de 200

Internet móvil en el marketing turístico: evolución y aplicaciones

Shintaro Okazaki*

Universidad Autónoma de Madrid

Luisa Andreu**

Universidad de Valencia

El turismo se caracteriza por ser un sector intensivo en información en el cual son muy importantes los procesos de generación, actualización, procesamiento, aplicación y comunicación de la información (Guevara, 2008). Con la sociedad de la información surgen nuevas tendencias y comportamientos en el sector turístico (PhoCusWright, 2010). Cada vez más los usuarios buscan información turística mediante las nuevas tecnologías. Hoy en día, el cliente 2.0 participa activamente en Internet: interactúa y colabora con otros usuarios, comparte su conocimiento y experiencias por medio del canal *on-line* (redes sociales, blogs, foros, videos, fotos), se documenta y utiliza la tecnología de forma productiva. Esta generación de usuarios tiene un papel destacado en la comercialización de las empresas y los destinos turísticos por su triple función de anunciantes, productores y consumidores, y se denomina adprosumer. Este usuario, a través de la comunicación boca-oído, comparte su experiencia positiva o negativa con el resto de clientes (“ad”), produce información –mediante valoraciones, fotos, videos, podcasts– que comparte con los demás (“pro”) y, además, consume información (“sumer”).

Ante la emergencia de este perfil de consumidores, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son esenciales para

* Correo electrónico: shintaro.okazami@uam.es

** Correo electrónico: luisa.andreu@uv.es

la competitividad de las empresas y los destinos turísticos (Bigné, Aldás y Andreu, 2008; Buhalis y Law, 2008; Hyun, Lee y Hu, 2009). En la actualidad, las TIC constituyen un elemento imprescindible para la comercialización, distribución, promoción y coordinación de los diferentes productos turísticos (Buhalis y Law, 2008). Dentro de las TIC, existen diversas herramientas que pueden aplicarse en la comunicación interactiva con el cliente final (Internet, telefonía celular, entre otras). En este caso nos centraremos en el uso de las tecnologías móviles en el marketing turístico, en particular en la Internet móvil.

Evolución y naturaleza de la Internet móvil

Investigadores y profesionales de marketing están de acuerdo en que una de las tecnologías de telecomunicación que han experimentado un crecimiento impresionante en los últimos años es el teléfono celular. En España, según datos de la mayor operadora (Telefónica, 2006), el número de usuarios se multiplicó a más del doble de 1999 a 2004. Cada usuario español de celular consumió una media de 170 minutos de voz al mes durante 2006. Sólo en el primer trimestre de 2007, el consumo se elevó a 188.5 minutos. La sustitución fijo-celular es una de las principales tendencias del sector: en 2004, 62 % de los minutos de voz fue en redes fijas, y 38 % en redes móviles; en 2006, las proporciones fueron de 51 y 49 %, respectivamente (Cuesta, 2007). Como señala el Informe Sybase 365 (Sybase, 2010), el sector de la telefonía celular ha evolucionado notablemente en los últimos tres años. En la actualidad, los consumidores desean que sus teléfonos ofrezcan más posibilidades, que pasen de ser simples dispositivos de comunicación a ser herramientas de gestión de la vida diaria.

Uno de los servicios ofrecidos por la telefonía celular es Internet (en adelante, Internet móvil), que está experimentando un crecimiento espectacular, sobre todo en los países asiáticos y del norte de Europa (Bigné, Ruiz y Sanz, 2005). El uso de Internet móvil se ha acelerado con la implementación de la tecnología UMTS (sistema universal de telecomunicaciones móviles), uno de los sistemas usados por los celulares de tercera generación (3G). Los servicios asociados con los celulares de 3G permiten tanto transferir voz (una llamada telefónica) como acceder a Internet. La Internet móvil se distingue de la Internet fija (es decir, en computadoras personales) por su carácter ubicuo, que hace referencia a su flexibilidad en el tiempo

y el espacio: los consumidores pueden acceder a Internet en cualquier tiempo y en cualquier lugar (Nysveen, Pedersen y Thorbjørnsen, 2005).

Uso del celular en la experiencia del turista

El teléfono celular se ha convertido en una herramienta muy valiosa en la vida de los consumidores en general y en la industria turística en particular. El uso extensivo de los celulares, la instauración de tarifas planas de conexión a Internet, la aparición de nuevos dispositivos, etc., permiten aumentar los servicios disponibles para el turista y las oportunidades de negocio para las empresas del sector.

En el ámbito del turismo, estudios previos analizan las características que deben reunir los servicios móviles para ayudar al turista. Hyun, Lee y Hu (2009) ponen de manifiesto la capacidad de la tecnología móvil para enriquecer la experiencia del turista. En el caso de un turista que visita un destino turístico, la tecnología móvil le permite desplazarse y generar conocimientos sobre el lugar que está visitando; ello es posible si se reúne una serie de características en los dispositivos móviles, como el uso o manejo fácil, el disfrute que conlleva usarlos o su utilidad. Estas variables hacen que el turista se decante por consumir, en mayor o menor medida, estos servicios.

La tipología de experiencias que la tecnología móvil puede ofrecer al consumidor es variada y cada vez aparecen más aplicaciones que se pueden usar en el ámbito turístico. En función de la implicación e interactividad del usuario, existen cuatro niveles de experiencias que el usuario puede realizar a través del celular (Hyun, Lee y Hu, 2009): 1) envío de mensajes o comunicación con otra persona, con un nivel de interactividad y vivencia básico; 2) uso de dispositivos que permitan no sólo lo descrito anteriormente, sino también compartir fotos o mensajes multimedia, aumentando el grado de participación; 3) envío de mensajes con video, fase en la que el usuario disfruta de una vivencia más elevada; 4) uso de herramientas de Internet móvil con una elevada interactividad y vivencia como llamadas con video, compartir fotos con otros usuarios, navegar por la red, juegos *on-line*, uso de redes sociales, entre otras.

Una investigación realizada en 16 países reveló que los usuarios de celulares en Europa, Oriente Medio y África, aun por detrás de los usuarios de la región de Asia Pacífico, muestran un enorme vínculo con sus teléfonos y utilizan funciones avanzadas en el nivel tecnológico (Sybase, 2010). A continuación, y centrados en estas

funciones avanzadas, se destacan tres servicios principales que la tecnología móvil puede ofrecer en el campo del turismo: servicios basados en la localización, código QR (o código de respuesta rápida) y guías digitales.

Servicios basados en la localización **(*location-based services*)**

Los *servicios basados en la localización* (LBS) son servicios personalizados para cada usuario con base en la información de su ubicación geográfica. Para operar con ellos se utiliza la tecnología de los sistemas de información geográfica, como el GPS (*global positioning system*). Esta tecnología ha comenzado a aplicarse desde hace poco en el sector turístico en algunos mercados internacionales, y ha resultado ser una de las fuentes de datos sobre turismo de mayor potencial (Ahas *et al.*, 2007). Shoval e Isaacson (2007) afirman que hasta ahora la literatura científica ha prestado muy poca atención al estudio del comportamiento temporal y espacial del turista, a pesar de que estos análisis pueden contribuir enormemente a enriquecer las investigaciones sobre turismo. En concreto, por medio de las coordenadas de los teléfonos celulares se puede conocer y describir el patrón de movimientos individuales de los turistas, e identificar flujos que normalmente no es posible reconocer desde otras bases de datos. Toda esta información permite mejorar las estrategias de marketing y una aplicación más adaptada a las necesidades del turista (Shoval e Isaacson, 2007), por ejemplo: 1) cuantificar con exactitud la demanda de una ciudad o municipio, con el fin de desarrollar planes locales y ejecutar estrategias comerciales; 2) realizar estudios longitudinales para identificar las tendencias turísticas; 3) cuantificar y analizar las visitas a determinadas zonas de atracción, o medir la efectividad de ciertos eventos; 4) mejorar los sistemas de transporte según los horarios de máxima afluencia, o aplicar políticas dirigidas a desestacionalizar la demanda de servicios o a disminuir las filas de espera (Ahas *et al.*, 2007).

Ahas *et al.* (2007) realizaron un análisis de estos datos para contrastar qué zonas turísticas de Estonia tienen mayor afluencia en la temporada de verano e invierno. Por su parte, Shoval e Isaacson (2007) exploraron y describieron las ventajas y potencia de nuevos métodos que permiten recopilar datos sobre el comportamiento turístico, tales como los sistemas GPS vía celular o los sistemas de seguimiento basados en la tierra (*land-based tracking*). Existen otros estudios sobre el tema, como los de Buhalis y

Licata (2002), y Lew y Mckercher (2006). Aunque la tecnología de los sistemas de información geográfica se ha empezado a emplear en el sector turístico en algunos lugares de España (Alicante, Granada, etc.), no hay todavía estudios publicados en este país.

Código-QR (*QR-code*)

El código QR, o código de respuesta rápida, es un método de acceso fácil y rápido a una URL (*uniform resource locator*), una página web, información de texto, números de teléfono, mensajes SMS (*short message service*) o imágenes a través del celular. Fue inventado por la empresa japonesa Denso Wave en 1994 para poder controlar dónde se encontraban las numerosas piezas de vehículos que fabricaban. El código QR es un cuadro de barra bidimensional. Mediante un teléfono celular con cámara digital y un programa de software diseñado para decodificar el código, los consumidores toman una foto o escanean el código QR para acceder a la información de manera instantánea, sin necesidad de teclear largas direcciones web (Dou y Li, 2008).

Los códigos QR, así como los demás códigos bidimensionales y unidimensionales, se basan en patrones o diseños que consisten en módulos. El módulo es un diseño mínimo del código. Para ejemplificarlo, tomemos el conocido código de barras (EAN), que aparece en casi todos los productos que podemos adquirir; en este tipo de códigos un número se codifica en dos pares de barras negras y blancas: el tamaño de cada barra varía de uno a cuatro módulos. En el caso de los códigos QR, existen 40 versiones, que van desde la uno, que contiene 21 por 21 módulos, hasta la versión 40, que contiene 177 por 177 módulos. Para poder leer tal variedad de diseños se requiere la detección de la posición, del alineamiento y una corrección de errores. De esta forma, la parte del código necesaria para la posición, alineamiento y corrección de errores puede hacer que, en el peor de los casos, el número de módulos que se puedan utilizar para datos represente sólo 34.5 % de los módulos totales del código QR (Vasilash, 1998).

La relevancia que la implantación de las nuevas tecnologías tiene en el sector turístico propicia una constante avalancha de novedades puestas a disposición de empresas y consumidores. El código QR sustituyó a las tarjetas de embarque en papel; grandes compañías aéreas, como el grupo Air France-KLM y Lufthansa, ofrecen la posibilidad de embarcar simplemente pasando el código (recibido con anterioridad en el celular) por un escáner dispuesto para tal efecto en la puerta de

embarque. Esto facilita la compra de boletos en el último minuto por medio de terminales móviles, como teléfonos o PDA (*personal digital assistant*), ya que no se necesita disponer de impresora para obtener en papel la tarjeta de embarque. Que la conexión celular-Internet es el futuro de los servicios lo deja claro el inminente lanzamiento por parte de Google de su modelo G1, un celular con 3G e Internet, diseñado para competir con el iPhone, lo que traerá consigo el lanzamiento de nuevas aplicaciones para el sector turístico (SAVIA, noviembre de 2008).

Guías digitales

La guía virtual accesible para museos (GVAM) constituye “un sistema de gestión y publicación de contenidos y visitas guiadas diseñado específicamente para museos, que aspira a facilitar y extender las vías de publicación y edición de sus contenidos” (GVAM, 2009); es resultado de un proyecto I+D del Ministerio de Industria español realizado por el Centro Español de Subtitulado y Audiodescripción, en colaboración con la Universidad Carlos III de Madrid, la Fundación CNSE, la Fundación ONCE y la Dirección General de Museos y Patrimonio Cultural (dependiente del Ministerio de Cultura). Esta nueva tecnología dispone de alta usabilidad, integra distintos idiomas y recursos de accesibilidad audiovisual, y se adapta a los tiempos e intereses de cada visitante (GVAM, 2009).



Figura 1. Guía virtual de museo (*virtual museum guide*)



Figura 2. Dispositivo interactivo en el Museo del Traje en Madrid

En marzo de 2009 se lanzó la GVAM, “capaz de ofrecer visitas interactivas a todo tipo de usuarios, incluidas las personas con discapacidad”, en el Museo del Traje en Madrid (*Elmundo.es*, 2009).

Conclusión

Recientes estudios sobre Internet móvil (Nielsen, 2009; ComScore, 2008; EIAA, 2010) subrayan la evolución creciente del uso de esta tecnología de información y comunicación y, en particular, su utilidad en marketing. Ante la importancia de la tecnología móvil, en este caso se destaca la relevancia de Internet móvil en el marketing turístico y se analizan tres servicios principales: los servicios basados en la localización, el código QR y las guías digitales. A pesar de la crisis económica, se debe seguir invirtiendo en I+D+i (investigación, desarrollo e innovación), en la medida en que la innovación es la condición preponderante para transformar las crisis en oportunidades.

Preguntas para discusión

- ¿Qué ventajas e inconvenientes supone el uso de Internet móvil?
- ¿Qué servicios turísticos ofrece el uso de Internet móvil en la experiencia del turista?
- ¿Cuál es el perfil del turista que utiliza en mayor medida Internet móvil?
- ¿Qué fuentes de información analizan las tendencias de Internet móvil?
- ¿En qué medida pueden aplicarse los servicios de localización en empresas y destinos turísticos?

Agradecimiento

Este artículo ha sido financiado por el Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica (EC02008-01557) del Ministerio de Ciencias e Innovación, España.

Fuentes consultadas

- Ahas, R., *et al.* (2007). "Seasonal tourism spaces in Estonia: Case study with mobile positioning data". *Tourism Management*, 28, 898-910.
- Bigné, E., J. Aldás y L. Andreu (2008). "B2B services: It adoption in travel agency supply chains". *Journal of Services Marketing*, 22 (6), 454-464.
- Bigné, E., C. Ruiz y S. Sanz (2005). "The impact of Internet user shopping patterns and demographics on consumer mobile buying behavior". *Journal of Electronic Commerce Research*, 6 (3), 193-209.
- Buhalis, D. y M. C. Licata (2002). "The future eTourism intermediaries". *Tourism Management*, 23 (3), 207-220.
- Buhalis, D. y R. Law (2008). "Progress in tourism management: Twenty years on and 10 years after the Internet: The state of eTourism research". *Tourism Management*, 29 (4), 609-623.
- ComScore (2008). *The Mobile Media Ecosystem - How Mobile is Changing the Game*. M-Days Conference [en línea]. Disponible en: http://www.comscore.com/Press_Events/Presentations_Whitepapers/2010/The_Mobile_Media_Ecosystem_-_How_Mobile_is_Changing_the_Game
- Cuesta, A. (2007). "Voces de la industria: estampas desde Santander". *LAVANGUARDIA. ES*, La Cafetera Rusa [en línea]. Disponible en: <http://blogs.lavanguardia.com/cafeterarusa/voces-de-la-industria-estampas-desde-santander/>
- Dou, X. y H. Li (2008). "Creative use of QR codes in consumer communication". *International Journal of Mobile Marketing*, 3 (2), 61-67.
- EIAA (2010). *Mediascope Europe 2010. Resultados de España. Febrero 2010* [en línea]. European Interactive Advertising Association. Disponible en: <http://recursos.anuncios.com/files/340/66.pdf>
- Elmundo.es* (2009). "Lanzan una Guía Virtual de Museos para personas con discapacidad". *Elmundo.es* [en línea]. Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2009/03/31/solidaridad/1238511916.html>
- Guevara, A. (2008). "Tecnologías e innovación en la gestión empresarial", en AECIT (ed.). *La actividad turística española en 2007*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces, 215-228.
- GVAM (2009). "Guía multimedia GVAM" [en línea]. Disponible en: <http://www.gvam.es/index.php?seccion=13>

- Hyun, M. Y., S. Lee y C. Hu (2009). "Mobile-mediated virtual experience in tourism: Concept, typology and applications". *Journal of Vacation Marketing*, 15 (2), 149-164.
- Lew, A. y B. Mckercher (2006). "Modeling tourist movements. A local destination analysis". *Annals of Tourism Research*, 33 (2), 403-423.
- Nielsen (2009). *Estudio de mercado Mobile Internet. Trimestre referencia Q4/2009* [en línea]. Nielsen Company. Disponible en: <http://recursos.anuncios.com/files/354/33.pdf>
- Nysveen, H., P. E. Pedersen y H. Thorbjørnsen (2005). "Intentions to use mobile services: Antecedents and cross-service comparisons". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33 (3), 330-346.
- Okazaki, S. (2006). "What do we know about mobile Internet adopters? A cluster analysis". *Information & Management*, 43 (2), 127-141.
- PhoCusWright (2010). *Travel innovation and technology trends, 2010 and beyond: Preview* [en línea]. Disponible en: http://www.phocuswright.com/free_reports/travel-innovation-and-technology-trends-2010-and-beyond-preview
- Shoval, N. e M. Isaacson (2007). "Tracking tourists in the digital age". *Annals of Tourism Research*, 34, 141-159.
- Sybase (2010). *Informe Sybase 365* [en línea]. Disponible en: <http://www.sybase.com/mobileservices> [2010, mayo].
- Vasilash, G. S. (1998). "Denso's Clever New Code". *Automotive Design & Production*, 110 (2), 60-61.



El uso de los recursos costeros en Cozumel, México

Luis Carlos Santander Botello*
Universidad de Quintana Roo

Antecedentes históricos

Previo al descubrimiento de América, durante el periodo preclásico de la civilización maya, la isla de Cozumel ya estaba habitada, y la pesca y explotación de sus recursos marinos eran una actividad relevante (Antochiw y César, 1991). Para los mayas, Cozumel fue un centro religioso receptor de peregrinos; tuvo al menos cuatro poblados interconectados por una red de caminos acabados (*sacbé*) y mantuvo nexos comerciales desde el Golfo de México hasta Centroamérica (Antochiw y César, 1991).¹

Durante la Conquista, Cozumel no fue escenario de resistencia indígena, eventualmente dejó de ser escala para las embarcaciones españolas y quedó sin protección militar (Larrea y Cordero, 1903; César y Arnaiz, 1990). En el contexto de los conflictos coloniales entre España e Inglaterra, tropas inglesas incursionaron varias veces para destruir el poblado de Cozumel (César y Arnaiz, 1990). Debido a que el mar Caribe era un área de operación de piratas y corsarios, éstos también fueron visitantes frecuentes que buscaban abrigo y recursos naturales, por lo que en 1571 el gobernador de Yucatán ordenó el envío de tropas para desalojar a corsarios franceses apostados en la isla (Bonilla, 1962). Puesto que los recursos naturales de Cozumel no eran estratégicos para las políticas colonizadoras

* Correo electrónico: lsant@uqroo.mx
1 <www.cozumel.gob.mx/historia.htm>.

y económicas de España, la importancia de la isla, así como su población, sucumbió de manera gradual, y en el siglo xvii el gobernador de Yucatán ordenó la reubicación de los pocos habitantes que quedaban en Cozumel hacia la península.

Una isla sin población pero con recursos naturales disponibles, como maderas y productos del mar, principalmente tortugas marinas (verde y blanca: *Chelonia mydas*; caguama: *Caretta caretta*; carey: *Eretmochelys imbricata*, y laúd: *Dermochelys coriacea*), era atractiva para los pescadores y cortadores de madera de Honduras Británica, Belice, Estados Unidos de América y las Bahamas (Antochiw y César, 1991; César y Arnaiz, 1989; Ramos, 2004). De las tortugas explotadas para obtener aceite y caparazones, sólo las verdes o blancas y las caguamas anidan en las playas del litoral oriental cozumeleño.

En 1848, al inicio de la Guerra de Castas, originada por la expansión de la frontera agrícola de las haciendas de la Península de Yucatán, la isla de Cozumel fue repoblada, pero las actividades de pescadores extranjeros continuaron en sus costas (Antochiw y César, 1991). Los nuevos habitantes comenzaron a explotar productos forestales, a sembrar alimentos para el autoconsumo, y fundaron dos núcleos de población. Sin embargo, los inmigrantes no eran gente de mar, por lo que la pesca y la explotación de los recursos marinos fueron actividades muy limitadas para ellos, pero no para las flotas extranjeras procedentes de Cuba, España y Estados Unidos (César y Arnaiz, 1989; Antochiw y César, 1991; Martínez, 2008; Macías, 2002). Estas flotas que operaban en Cozumel, Holbox e Isla Mujeres explotaban esponja, tortuga y tiburón (gata: *Ginglymostoma cirratum*; mako: *Isurus oxyrinchus*; tintorera: *Galeocerdo cuvieri*; martillo: *Sphyrna spp*; limón: *Negaprion brevirostris*, y otros: *Carcharhinus spp*), en ocasiones con permiso y en otras de forma furtiva. Del tiburón y la tortuga se obtenían aceites para su uso en máquinas, cordelería y talabartería.

Al inicio del siglo xx, la población de Cozumel era de poco menos de mil habitantes, entre ellos unos cuantos españoles vinculados con la explotación de esponja y tortuga. Antes de 1950, los habitantes de San Miguel, principal población de la isla, nunca pasaron de 2 500 (Sánchez-Crispín y Propín, 2003), y de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2005), a mediados de la presente década superaron los 70 000. El crecimiento poblacional se debe a un turismo basado en la utilización de los recursos costeros.

En la primera mitad del siglo xx, la palma de coco (*Cocos nucifera*) y el látex o resina de chicle obtenido del chico zapote (*Manikara zapota*) fueron fuente importante de ingresos para la economía de Cozumel, pero no por la magnitud de su

explotación en la isla. La mayoría de los ranchos cocoteros propiedad de cozumelenses se localizaba en tierras de la Península de Yucatán, y la copra, seca y descascarada, era transportada a Cozumel, donde se concentraba y enviaba a plantas procesadoras de Belice, Yucatán y Veracruz. El látex se produjo con escasez en tierras de la isla; su verdadera explotación fue en unidades económicas intensivas de mano de obra localizadas en la península. Del total de toneladas de chicle exportado desde Cozumel entre 1936 y 1937, sólo 4 % era producido ahí, por la Cooperativa Chiclera El Cedral (Pavía, 1938). La explotación de este producto, cuyo auge, antes de ser sustituido por el hule sintético, se debió a que durante las dos guerras mundiales el ejército estadounidense lo incluyó en las dotaciones regulares para sus soldados, generó una enorme riqueza en la economía cozumelense vía el comercio marítimo, pues era concentrado en la isla para después exportarse a Nueva Orleans.

La explotación pesquera en las costas de Cozumel

A pesar de que durante la segunda mitad del siglo XIX la mayoría de los habitantes de Cozumel fue despojada de la propiedad de tierras para la agricultura, ganadería y explotación forestal, los pobladores no se ocuparon en la explotación de los recursos marinos, a los que en ocasiones no existía libre acceso. Aunque la legislación federal establecía la libertad de pesca en el mar territorial, el principal terrateniente surgido del contrato de deslinde de tierras que otorgó la administración federal de Porfirio Díaz cobraba de 25 a 30 % del producto pescado en las costas de su propiedad (Macías, 2002). Asimismo, de 1889 a 1892, Felipe Ibarra, representado por Manuel Sierra, hermano de Justo Sierra y a quien éste trasladó el contrato de deslinde de las islas, obtuvo una concesión exclusiva para la explotación de esponja, tortuga, caimán y cocodrilo (*Crocodylus acutus* en el caso de Cozumel) en un área comprendida desde la Laguna de Términos, en Campeche, hasta la desembocadura del Río Hondo, actual límite fronterizo entre México y Belice.

En distintos contextos, como la reintegración del territorio de Quintana Roo a Yucatán, la crisis económica mundial de los años treinta, la caída del precio de la copra y el látex, y la promoción y justificación de la inversión pública en infraestructura, los gobiernos federal y local, así como los promotores de la inversión extranjera, publicaron estudios con el fin de identificar el potencial económico de la región, incluida la isla de Cozumel. Destaca que en los reportes de la Secretaría de Agricultura

y Fomento (SAF, 1918), en los estudios de Siurob (1934 [1925]) y Pavía (1938), y en el informe del Comité de Planeación para el Desarrollo de Quintana Roo elaborado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP, 1934), la pesca y la explotación de los recursos marinos no merecieron mayor atención.

Las principales razones por las que la pesca dejó de ser una actividad de autoconsumo y comercialización local fueron la dificultad para la conservación de productos perecederos y las complicaciones y distancias para trasladarlos a centros de consumo importantes. Entre las pocas actividades locales para el procesamiento de productos del mar realizadas a fines del siglo XIX y en las primeras décadas del XX estaban la extracción de aceites y el salado de pescados. En 1920, Sierra refiere que localmente pocas personas se dedican a la pesca, y que los principales productos que obtienen son pargo y huachinango (*Lutjanus spp*), mero y cherna (*Epinephelus spp*), liza (*Liza spp*), boquinete, esmedregal o cobia (*Rachycentron canadum*), cherna (*Cephalopholis argus*), langosta (*Panilirus spp*), caracol (*Strombus gigas*), cangrejo, camarón, tortuga y esponja. El mismo autor señala que en esa época las flotas cubanas de viveros eran particularmente activas. Hay registro de que en 1925 ya operaban en Cozumel dos fábricas de hielo (Siurob, 1934 [1925]) pero no hay evidencia de un desarrollo de la pesca.

Durante la presidencia de Lázaro Cárdenas del Río (1934-1940), las cooperativas cobraron un gran auge, y cuando llegó a Quintana Roo la crisis en la producción de chicle y copra se organizaron las primeras cooperativas pesqueras del estado, dedicadas básicamente a la explotación de tiburón, tortuga y esponja. Es necesario apuntar que se trató, entonces y ahora, de organizaciones de pescadores artesanales. Con el segundo auge de la copra y el chicle un grupo de pescadores regresó a esas actividades por ser más lucrativas (Carriquiriborde, Sosa y Campos, 1992).

A mediados de los años cincuenta se inició un lento crecimiento de la actividad pesquera, reforzado por la mayor disponibilidad de motores fuera de borda, las embarcaciones de fibra de vidrio, el uso de hielo a bordo de las embarcaciones, la apertura de unidades para el procesamiento y conservación de los productos del mar, el establecimiento de talleres de reparación y mantenimiento de embarcaciones, la migración de pescadores de otros estados y de otras partes de Quintana Roo, y la disponibilidad de créditos para los cooperativistas. A las cooperativas se les dio la exclusividad para la explotación de langosta (*Panilirus spp*), caracol (*Strombus gigas*) y camarón. La captura de este último es intensiva en cuanto a capital, por lo que en Cozumel no se desarrolló una flota camaronera.

Al comienzo de la segunda mitad del siglo xx, los pescadores de Cozumel capturaban y conservaban viva la langosta, después la precocían entera y la exportaban a Estados Unidos por avión. También se exportaba tortuga y especies fáciles de conservar, como tiburón y pescados salados (César y Arnaiz, 1998). Los nuevos mercados y la demanda interna generada por el turismo brindaron un nuevo estímulo para la pesca. La presencia de marlín azul (*Makaira nigricans*), marlín blanco (*Tetrapturus albidus*), pez espada (*Xhipias gladius*), atún aleta negra (*Thunnus atlanticus*) y otras especies atractivas impulsó la pesca deportiva, pero sin alcanzar un desarrollo comparable al de otros destinos.

Con la protección de la tortuga se acabó su explotación tanto para exportación como para el consumo local de carne y huevos. Asimismo, en 1996, cuando el área marina protegida fue declarada Parque Nacional Arrecifes de Cozumel (PNAC) (cuya extensión es menos de 50 % del litoral de la isla), se establecieron severas restricciones a la pesca en sus alrededores.

La aportación porcentual de la pesca al producto interno bruto de Cozumel no alcanza los dos dígitos, y la carencia de capital de trabajo, el bajo nivel tecnológico de sus pesquerías y la falta de integración en redes de procesamiento y comercialización hacen que esta actividad tenga una limitada capacidad de renovación, con el riesgo de quiebra de las organizaciones sociales. En la actualidad trabajan en las costas de Cozumel alrededor de 200 pescadores, conocidos como huachinangueros, de los cuales algunos utilizan tanque de aire, arpón o gancho, globo y otros instrumentos, que pescan con palangre (cordel largo y grueso del cual penden ramales con anzuelos en sus extremos). La Sociedad Cooperativa de Producción Pesquera Cozumel es la más importante agrupación de pescadores pero la mayoría de sus integrantes no son cozumeleños, y realizan sus capturas en las costas del municipio Felipe Carrillo Puerto, al sur de Tulum. En el pasado reciente, inversionistas privados iniciaron un proyecto de acuicultura, aunque pocos años después fue cancelado.

A pesar de la reducida actividad pesquera en Cozumel, en sus costas es evidente la ausencia de tallas grandes en las principales especies comerciales, y que, como en el caso del caracol, un recurso antes abundante ahora es escaso. Sin embargo, la mayor afectación no ocurre en los recursos costeros de Cozumel, sino en el desarrollo turístico.

El turismo y la degradación de los recursos costeros de Cozumel

El desarrollo turístico, junto con la industria del petróleo y asociadas, es la principal causa de degradación de los ecosistemas costeros de México (Ortiz-Lozano *et al.*, 2005), y Cozumel no es la excepción. Además de los efectos sociales, los estudiosos del turismo insular han detallado con profusión las repercusiones ambientales del turismo en islas pequeñas, en especial las que resultan de la edificación de infraestructura y facilidades turísticas, así como las derivadas de su alta demanda de energía y agua dulce, y de su masiva generación de residuos sólidos y líquidos (Apostolopoulos y Gayle, 2002; Conlin y Baum, 1995).

Una consecuencia de la construcción de infraestructura y facilidades turísticas en Cozumel ha sido que los desarrolladores afectan especies amenazadas o sujetas a protección especial, como la palma chit (*Thrinax radiata*) o el mangle botoncillo (*Conocarpus erecta*), así como la estructura de las dunas costeras. No existe una valoración de la magnitud de la pérdida de servicios ambientales derivados de la expansión turística en la isla.

El litoral de Cozumel se compone de playas rocosas y de arena; estas últimas son las que mayor demanda turística tienen. La estructura física de una playa arenosa puede resistir un elevado número de visitantes, pero su morfología no. La actividad turística modifica la estructura de especies de playa: los moluscos y otros invertebrados son afectados, las aves originales son desplazadas por gaviotas y otras especies de aves que se alimentan de desperdicios, y se introducen animales invasores (gatos, perros, etc.). El desarrollo de infraestructura y servicios turísticos altera la dinámica y morfología de todos los ecosistemas costeros.

La infraestructura hotelera y turística ha transformado el litoral marítimo de Cozumel, pero no con la intensidad y densidad de Cancún o algunas áreas de la Riviera Maya. El malecón de San Miguel, la zona hotelera norte y un tramo de playas de arena de la zona sur concentran el mayor número de cuartos (11 hoteles), unidades de condominios y clubs de playa, aunque, sin sumar casas, no pasan de 70 sitios distribuidos en todo el litoral (Martínez, 2008). Sin embargo, las actividades acuático-recreativas son una de las principales amenazas para la conservación de la biodiversidad en las áreas marinas protegidas de México, Belice, Guatemala y Honduras (Kramer y Richards, 2002).

Las actividades acuático-recreativas más populares en Cozumel son el buceo (scuba y esnórquel), los recorridos en embarcaciones con o sin propulsión mecánica, el remolque (bananas, paracaídas), la pesca, los baños de sol y mar, la natación, los juegos y deportes de playa, y el consumo de alimentos y bebidas. Con excepción del buceo, el área de mayor concentración de actividades es la costa suroeste de la isla, en las playas arenosas localizadas frente a los arrecifes Punta Tunich, San Francisco, Santa Rosa, Paso del Cedral y La Francesa.

En la intensidad, concentración espacial y temporal de las actividades recreativas, así como en las modalidades de uso, se encuentran elementos críticos para entender la amenaza y los retos que enfrenta la conservación de los recursos costeros de Cozumel; sin embargo, ello ha merecido poca atención de parte de los especialistas en turismo. Un claro ejemplo es el reducido número de estudios acerca de los impactos directos que el buceo tiene en los arrecifes coralinos de Cozumel, en particular en el PNAC, donde hay 23 sitios de buceo.

El impacto del buceo en los arrecifes de coral de Cozumel

El mayor desarrollo de arrecifes de coral en México es el litoral de Quintana Roo, y Cozumel es el principal destino de buceo en el país y uno de los más importantes en el Caribe. Los arrecifes de coral se degradan por múltiples factores: el cambio climático es el factor preponderante. Los efectos directos ocasionados por el turismo de buceo pueden parecer pequeños si se comparan con los huracanes, el blanqueamiento, las enfermedades y aquellas repercusiones directamente relacionadas con el desarrollo costero. No obstante, se trata de un daño ecológico real que por sí mismo es significativo en el cambio ambiental o deterioro del arrecife (Santander y Propín, 2009; Townsend, 2008; Lindgren *et al.*, 2008).

Como resultado de la acción directa de los buzos, las colonias de corales pueden sufrir fracturas, lesiones y asfixia, que combinadas degradan el arrecife y su resiliencia. Los daños a los corales se producen por golpes y contactos, deliberados o accidentales, de los buzos, ya sea con sus aletas, manos, brazos, tanque de aire u otros componentes del equipo como consolas, cámaras, etc. El contacto que no fractura el coral, aunque sea suave, remueve o altera una capa de tejido vivo protectora del esqueleto de los corales, lo que los hace más vulnerables a microorganismos dañinos

y a enfermedades. Otro daño relevante ocasionado de forma directa por los buzos es que con sus movimientos y equipo, principalmente las aletas, remueven arena y otros sedimentos, los cuales, en suspensión, reducen la disponibilidad de luz necesaria para la fotosíntesis de las algas simbiotas, que proporcionan fuentes de energía a los pólipos de coral. Además, cuando el sedimento se deposita sobre los corales vivos, puede sofocarlos o al menos inducirles un gasto energético adicional. Por otra parte, cuando el sedimento se deposita sobre el sustrato, roca o coral muerto, reduce el área susceptible de ser colonizada por el coral.

Otros daños o disturbios directos provocados por la actividad del buceo son la destrucción provocada por las anclas de las embarcaciones (el anclaje está prohibido dentro del PNAC), el ruido producido por sus motores, los derrames y residuos de combustibles y aceites de motores, así como la generación de otros residuos líquidos y sólidos. Otras causas importantes de la degradación de los arrecifes de coral por la presencia de buzos son las prácticas que alteran los patrones de comportamiento de los organismos vivos, que incluyen ofrecer alimento a la fauna marina para que el número de especies e individuos a la vista aumente para efectos de observación, filmación o fotografía. Estos impactos y el aumento de los factores de estrés generados por la ocupación del espacio arrecifal alteran patrones de alimentación, reproducción y restitución de energía, y afectan la condición general del arrecife. La degradación del ecosistema, como resultado de las acciones de los buzos, reduce su capacidad de respuesta frente a otros efectos negativos no asociados al turismo de buceo, como el calentamiento del océano, su acidificación, la reducción en sus niveles de salinidad, las enfermedades, la contaminación, los nutrientes y los sedimentos vertidos al mar por medio del drenaje, derrames y todo tipo de embarcaciones.

En la literatura sobre impactos del turismo de buceo se señala el potencial que tienen las áreas marinas protegidas (AMP), en lo individual o en corredores biológicos o redes, para disminuir los efectos negativos del turismo (Loper *et al.*, 2005; Barker y Roberts, 2008). Sin embargo, en el caso de arrecifes de coral, se ha demostrado que muchas veces su degradación en AMP es similar a la de áreas no protegidas. Algunos casos documentados, sin ser los únicos en esa situación, son el Parque Nacional Ras Mohammed, en el Mar Rojo; el Parque Nacional de las Islas Vírgenes Británicas y la Reserva de la Biosfera de San Juan en las Islas Vírgenes de Estados Unidos de América (Barker y Roberts, 2008).

Investigaciones realizadas para establecer el nivel de uso a partir del cual se degrada un sitio de buceo en arrecifes coralinos en Australia, Sudáfrica (Bahía de

Sodwana), Kenia, Egipto (Eilat), Israel (Eilat), Islas Maldivas, Florida (Key West), Bonaire, Saba, Santa Lucía (Soufriere) e Islas Vírgenes coinciden en señalar que la capacidad de carga de un sitio de buceo en arrecifes coralinos fluctúa entre 4 000 y 7 000 buzos por año, lo que representa un promedio de 11 a 19 buzos por día (van't Hof, 2001; Barker y Roberts, 2008). No obstante, son pocos los destinos en que se ha limitado el acceso de buzos, y Cozumel no es uno de ellos; en los que se ha hecho, los límites han sido muy superiores a los recomendados.

Desde su origen, en 1996, cuando se consignó una afluencia de 1 500 buzos diarios al PNAC (cada uno con más de una inmersión), un objetivo inicial para el AMP era establecer una capacidad de carga acorde con un uso turístico de baja intensidad (INE, 1998). Esta situación aún no ha ocurrido. Según cifras obtenidas del periodo marzo-diciembre de 2009, que incluye meses de baja afluencia turística histórica, el número de inmersiones diarias rebasó las 150 en los sitios más visitados, algunos de ellos en la zona de uso intensivo, y otros en las zonas de uso restringido y de baja intensidad. La cantidad excesiva de buzos es la principal amenaza directa del buceo, que se agrava si para la práctica de esta actividad sólo se utilizan herramientas estandarizadas y no se diseñan medidas específicas con base en las particularidades de cada sitio, que pueden agruparse en: *a)* atributos naturales del arrecife, *b)* características de las modalidades de uso y de los impactos, y *c)* otras fuentes locales de amenaza.

Los arrecifes de coral se encuentran entre los componentes vivos más antiguos que existen hoy en día (INE, 1997; Knowlton, 2001; Spalding, Ravilious y Green, 2001). Desde el punto de vista biológico, los arrecifes de coral son considerados el ecosistema más productivo, diverso, complejo y valioso de la Tierra (NOAA, 2002; Spalding, Ravilious y Green, 2001); tiene estrechas interdependencias físicas y ecológicas con el resto de los ecosistemas costeros; brinda importantes servicios ambientales, y sus componentes individuales, así como todo en conjunto, son recursos susceptibles de utilización.

La interacción de los corales con sus competidores, depredadores y mutualistas es altamente sensitiva a la actividad turística. Con el conocimiento obtenido de los fósiles de coral se presume que la presencia y recurrencia de agentes patógenos y enfermedades que afectan de manera directa a los corales o a otros organismos fundamentales para el equilibrio ecológico del ecosistema, no tienen precedente en magnitud, extensión geográfica y altos niveles de tasas de mortalidad (Spalding, Ravilious y Green, 2001; Knowlton, 2001). En relación con los arrecifes de coral, el

conocimiento actual sobre la interacción de múltiples fuentes de presión combinadas es realmente limitado. Sin embargo, es claro que los aumentos de cada impacto no se traducen en una simple suma de presiones, sino en una multiplicación de ellas; de ahí la trascendencia de prevenir los impactos directos que sufre el arrecife de parte del turismo de buceo, ya que al proteger el arrecife de coral se protege, en cierto grado, a los demás ecosistemas costeros de Cozumel.

Fuentes consultadas

- Antochiw, M. y A. César (1991). *Historia de Cozumel*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Apostolopoulos, Y. y D. Gayle (eds.) (2002). *Island Tourism and Sustainable Development. Caribbean, Pacific and Mediterranean Experiences*. Westport: Praeger.
- Barker, N. y M. Roberts (2008). "Attitudes to and preferences of divers towards regulation", en B. Garrod y S. Gossling (eds.). *New Frontiers in Marine Tourism: Diving Experiences, Sustainability, Management*. Ámsterdam: Elsevier, 171-187.
- Bonilla, J. (1962). *Historia marítima de México*. México: Editorial Litorales.
- Carriquiriborde, L., E. Sosa y B. Campos (1992). "La pesca: Los cambios legales y tecnológicos", en A. César, D. Navarro y S. Arnaiz (eds.). *Quintana Roo: Los retos de fin de siglo*. Chetumal: Centro de Investigaciones de Quintana Roo, 185-213.
- César, A. y S. Arnaiz (1989). *El Caribe mexicano: una introducción a su historia*. Cancún: Fondo de Publicaciones y Ediciones-Gobierno de Quintana Roo/Centro de Investigaciones de Quintana Roo.
- (1990). "Las islas quintanarroenses", en L. Careaga (comp.). *Quintana Roo. Textos de su historia*. México: Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.
- (1998). *Cozumel, los años de espera*. Cozumel: Fundación de Parques y Museos de Cozumel.
- Conlin, M. y T. Baum (eds.) (1995). *Island Tourism. Management Principles and Practice*. Chichester: John Wiley & Sons.
- INE (1997). *Conservación y uso sustentable de los arrecifes en México: Logros y compromisos*. México: Instituto Nacional de Ecología.
- (1998). *Programa de manejo. Parque Marino Nacional Arrecifes de Cozumel*. México: Instituto Nacional de Ecología.

- INEGI (2005). *Censo de población y vivienda 2005* [en línea]. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Disponible en: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ccpv/cpv2005/default.aspx>
- Knowlton, N. (2001). "The future of coral reefs". *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States*, 98 (10), 5419-5425.
- Kramer, P. y P. Richards (2002). *Ecoregional Conservation Planning for the Mesoamerican Caribbean Reef*. Belice: Fondo Mundial para la Naturaleza.
- Larrea y Cordero, P. (1903). *Ensayo geográfico e histórico del nuevo territorio federal de Quintana Roo*. México: Evaristo Puerta.
- Lindgren, A. et al. (2008). "Environmental management and education: The case of PADI", en B. Garrod y S. Gossling (eds.). *New Frontiers in Marine Tourism: Diving Experiences, Sustainability, Management*. Ámsterdam: Elsevier, 115-137.
- Loper, C. et al. (2005). *Small Islands, Large Ocean States: A Review of Ocean and Coastal Management in Small Island Developing States since the 1994 Barbados Programme of Action for the Sustainable Development of Small Island Developing States (SIDS)* [en línea]. Disponible en: www.globaloceans.org/globaloceans/sites/udel.edu.globaloceans/files/SmallIslandsLargeOceanStates.pdf
- Macías, G. (2002). *La península fracturada. Conformación marítima, social y forestal del territorio federal de Quintana Roo. 1884-1902*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS)/Universidad de Quintana Roo/Miguel Ángel Porrúa.
- Martínez, C. (2008). "Configuración territorial del turismo en las costas de la isla de Cozumel". *Teoría y Praxis*, 5, 343-357.
- NOAA (2002). *A National Coral Reef Action Strategy. Report to Congress on Implementation of the Coral Reef Conservation Act of 2000 and the National Action Plan to Conserve Coral Reefs in 2002-2003*. Silver Spring: Administración Nacional Oceánica y Atmosférica.
- Ortiz-Lozano, L. et al. (2005). "Environmental evaluation and development problems of the Mexican Coastal Zone". *Ocean & Coastal Management*, 48, 161-176.
- Pavía, A. (1938). *La preciosa isla de Cozumel*. Mérida: Tipografía Yucateca.
- Ramos, M. (2004). "Cozumel. Desarrollo de un puerto mexicano en el mar Caribe durante los años veinte (siglo XX)", en G. Macías (coord.). *El vacío imaginario: geopolítica de la ocupación territorial en el Caribe oriental mexicano*. México: CIESAS/Congreso del Estado de Quintana Roo, 231-262.

- SAF (1918). *Informe rendido por la Comisión Geográfico-Exploradora de Quintana Roo*. México: Secretaría de Agricultura y Fomento.
- Sánchez-Crispín, A. y E. Propín (2003). "Dependencias regionales del turismo en la isla de Cozumel". *Cuadernos de Turismo*, 11, 169-180.
- Santander, L. y E. Propín (2009). "Impacto ambiental del turismo de buceo en arrecifes de coral". *Cuadernos de Turismo*, 24, 207-227.
- SHCP (1934). *El problema económico de Quintana Roo: estudio de la Comisión Federal que fue designada para llevar a cabo una jira por aquella región y proponer las medidas adecuadas para su desarrollo económico y su vinculación política y administrativa con el resto del país*. México: Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
- Sierra, M. (1920). *La isla de Cozumel en la República Mexicana: Datos generales sobre su situación geográfica, topográfica, extensión, clima, población y productos*. México: Edición del autor.
- Siurob, J. (1934 [1925]). "Estudio geográfico del territorio de Quintana Roo", en SHCP. *El problema económico de Quintana Roo: estudio de la Comisión Federal que fue designada para llevar a cabo una jira por aquella región y proponer las medidas adecuadas para su desarrollo económico y su vinculación política y administrativa con el resto del país*. México: Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
- Spalding, M., C. Ravilious y E. Green (2001). *World Atlas of Coral Reefs*. Berkeley: University of California Press.
- Townsend, C. (2008). "Dive tourism, sustainable tourism, and social responsibility: A growing agenda", en B. Garrod y S. Gossling (eds.). *New Frontiers in Marine Tourism: Diving Experiences, Sustainability, Management*. Ámsterdam: Elsevier, 140-152.
- Van't Hof, T. (2001). *Tourism Impacts on Coral Reefs: Increasing Awareness in the Tourism Sector*. Saba: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente/Ministerio Francés del Medio Ambiente.

Evaluación del efecto de la actividad turístico-recreativa en el bosque de San Pedro Atlapulco, Estado de México

Nuchnudee Chaisatit*

Escuela de Comercio Exterior de la Universidad de Colima

Aurelio Deniz Guizar**

Escuela de Comercio Exterior de la Universidad de Colima

Introducción

El neoliberalismo, como doctrina económica, ha generado diversos problemas de carácter económico y social ocasionados por la falta de oportunidades productivas para las poblaciones urbanas y rurales, debido al proceso de globalización, que se expande con rapidez en los países de todo el mundo. En su afán de integrar las sociedades a la economía internacional, el neoliberalismo las polariza. Con el adelgazamiento del Estado se han reducido de manera radical las posibilidades de crecimiento equitativo y de satisfacción de las necesidades sociales. Los campesinos son los más afectados, ya que no tienen oportunidad de incorporarse al nuevo modelo económico, a la agricultura de exportación. En este sentido, la gente se ve forzada a emigrar, aceptando empleos en circunstancias muy desafortunadas, o a buscar opciones de subsistencia como el trabajo artesanal; en otros casos ha incorporado los recursos naturales y culturales al turismo. Ante el abandono de los apoyos gubernamentales, las comunidades campesinas regresaron

* Correo electrónico: nuchnudee@uacol.mx

** Correo electrónico: adenizguizar@uacol.mx

a sus formas ancestrales de participación para poder generar mayores ingresos. En la actualidad, varias comunidades están haciendo esfuerzos para incorporarse a otras actividades productivas como el turismo.

El turismo es una alternativa para las comunidades rurales, ya que desde hace años las políticas de apoyo al campo han sido mínimas y no les ha quedado más opción que aprovechar sus recursos naturales y culturales para impulsar su propio desarrollo, ofreciendo servicios turístico-recreativos que mejoren sus ingresos económicos y contribuyan a su subsistencia. Esto es lo que ha pasado en San Pedro Atlapulco, comunidad de origen indígena que se dedicaba a la actividad agrícola: siembra de trigo, avena y maíz, y a la venta de recursos naturales: madera, leña y carbón, pero cuya economía gira hoy en día en torno a la práctica del turismo, por su cercanía al bosque de coníferas (cedro, oyamel y pino). Esta comunidad está integrada por siete valles: del Conejo, de Potrero, Rancho Viejo, del Silencio, Cerrito del Ángel, Las Monjas y Las Carboneras. Sólo en los cuatro primeros se realizan actividades turísticas. Se trata de una comunidad que no cuenta con tierras que le proporcionen su sustento y que ha visto en la actividad turístico-recreativa una posibilidad de ingresos. Esta actividad se planifica con base en una organización comunal, que determina cómo se utilizan los recursos naturales: bosque, suelo y agua, principalmente.

San Pedro Atlapulco tiene una riqueza forestal fundada en árboles de pino y oyamel. Sin embargo no es utilizada de manera adecuada por sus pobladores, limitando su uso forestal y aprovechando los valles para el desarrollo de actividades turístico-recreativas. Los servicios que se ofrecen en los valles son la renta de cuatrimotos y de caballos, venta de comidas y bebidas, así como de artesanías y juguetes, entre otros, los cuales han contribuido a la deforestación (hacen leña y madera para la construcción de cabañas), incendios forestales y a la erosión del suelo; por lo que se constituyen en factores que afectan el ambiente y a los bosques de la comunidad.

A partir de un enfoque que considera que el desarrollo sustentable es el medio alternativo para mantener los recursos naturales, especialmente los bosques, que son los recursos principales de la comunidad, se proponen formas de solución a los problemas ambientales.

En este artículo se presentan los resultados de la investigación sobre los efectos de la actividad turístico-recreativa en el bosque de Atlapulco, Estado de México, mediante indicadores sociales, con la finalidad de proponer alternativas ecoturísticas a la comunidad, que permitan ampliar su oferta turística y mejorar las condiciones de vida de sus pobladores.

El estudio del turismo se plantea desde el enfoque del desarrollo sustentable y con base en los postulados teóricos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la cual señala que, además de atender las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, deben protegerse y fomentarse las actividades para el futuro. Se plantea que el turismo es una vía para el desarrollo mediante la gestión de todos los recursos, de tal forma que puedan satisfacer las necesidades económicas y sociales respetando la integridad cultural en procesos ecológicos esenciales, la diversidad ecológica y los sistemas que sostienen la vida (OMT, 1999).

La investigación se desarrolló con la propuesta metodológica del Marco para la Evaluación de Sistemas de Manejo de Recursos Naturales Incorporando Indicadores de Sustentabilidad (MESMIS) a partir de indicadores económicos y socioambientales.

Antecedentes

La vida de la población de la comunidad de San Pedro Atlapulco desde la época prehispánica ha estado relacionada con el bosque, pues de éste obtienen agua, aire fresco, leña, madera, hongos y plantas medicinales.

En la época prehispánica no explotaban el bosque comercialmente, sólo lo empleaban para el autoconsumo: cazaban animales como la gallina salvaje y conejos, entre otros, y aprovechaban las plantas medicinales como carricillo, pata de león, lengua de vaca, gordolobo, flor de ocote, etc. También usaban las maderas para leña y construcción de casas.

Durante la Colonia, San Pedro Atlapulco entregaba carbón, como tributo a la Casa de Moneda, principal combustible de la época, que era enviado a la Ciudad de México. Asimismo se dedicaba a la producción de pulque, de artesanías creadas con naturaleza muerta y semillas silvestres, para su venta en los mercados locales.

A partir de 1900 los pobladores comenzaron a proteger el bosque y a reducir la sobreexplotación de la leña y el carbón de los árboles secos, que llevaban a vender a las comunidades cercanas, sin abandonar la actividad agrícola, que siempre ha acompañado al desarrollo de los pueblos indígenas de México. Los valles de San Pedro Atlapulco, donde hoy en día se lleva a cabo la actividad turístico-recreativa, eran praderas para el pastoreo de los animales y tierra para cultivo; se sembraba maíz, forrajes, habas y avena.

El atractivo turístico que ofrecen estos valles a los visitantes radica esencialmente en los recursos naturales que poseen. La preservación de sus bosques ha motivado la llegada de personas para realizar actividades recreativas al aire libre, por ejemplo, practicar algunos deportes: cabalgar, campismo, senderismo, y la convivencia familiar.

Los valles turísticos son muy concurridos, sobre todo los fines de semana y días festivos, pues se busca descansar, respirar aire puro y llevar a cabo juegos asociados al aire libre. Esta zona ofrece sus servicios principalmente a visitantes provenientes de grandes centros urbanos.

Por lo anterior, es relevante evaluar las actividades de la comunidad en función de sus recursos naturales, para lo cual vale preguntarse: ¿es sustentable la forma en que se aprovecha el bosque en San Pedro Atlapulco?, ¿qué papel juega la comunidad para que las actividades relacionadas con el bosque sean sustentables?, ¿qué alternativas de ecoturismo se pueden implementar en esa comunidad?

La comunidad de San Pedro Atlapulco, Estado de México

La zona estudiada se ubica en la comunidad de San Pedro Atlapulco; corresponde a una sección ligada al Valle de Toluca, cuyas cuencas y sistema montañoso pertenecen a la región conocida como altiplano central de México.

La comunidad de San Pedro Atlapulco forma parte del municipio de Ocoyoacac del Estado de México (véase mapa 1). Su territorio se encuentra entre los límites del Parque Nacional Miguel Hidalgo y los de Acazulco; a sólo 10 kilómetros de la carretera Marquesa-Chalma, Atlapulco se comunica con Capulhuac y Santiago Tianguistengo (véase mapa 2).

En San Pedro Atlapulco persisten dos tipos de propiedad: comunal y privada. La resolución presidencial confirmó y tituló de manera definitiva los bienes comunales de Atlapulco, ortogándole una extensión definitiva de 7 110 hectáreas, conformadas en tres polígonos: el primero, de 6 271 hectáreas, corresponde a Atlapulco; el segundo, de 654, a San Miguel Almaya; y el tercero, de 184, a Santa María Coaxusco. Aunque son tres polígonos distintos, la representación legal recae en el Comisariado de Bienes Comunales de San Pedro Atlapulco (Baltasar, 2002).

El polígono de Atlapulco está dividido en cuatro zonas: forestal, turística, agrícola y urbana. A la zona forestal corresponden 6 915-80 hectáreas de monte alto donde

EVALUACIÓN DEL EFECTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICO-RECREATIVA



Fuente: <www.siem.gob.mx> [2005, 23 de mayo].

Mapa 1. Mapa de la República Mexicana y Estado de México



Fuente: <<http://www.tlahui.com/medic/medic13/atlapum.htm>> [2005, 23 de mayo].

Mapa 2. Localización de la comunidad de San Pedro Atlapulco

se encuentran bosques de pino, oyamel, ocote y encino, y una mínima parte es zona agrícola. La fauna es frondosa: habitan ardillas, conejos de campo (o conejos serranos), aves, reptiles (como víboras) y tlacuaches. Su recurso hidrológico es abundante pues se hallan varios arroyos que provienen de la parte alta de la comunidad: de los montes que la rodean.

Características físicas y biológicas del ecosistema natural de San Pedro Atlapulco

San Pedro Atlapulco es considerada la tercera población más elevada de la República Mexicana, pues se localiza por encima de los 3 010 msnm, por lo que tiene una admirable vista del Valle de Toluca, enmarcada por el volcán Xinantécatl y la creciente urbanización e industrialización de la ciudad de Toluca, que día con día se fusiona con los antiguos pueblos agrícolas de la región (Ramírez Pérez, 2005). En cuanto al clima general de la zona, se alegra de bajas temperaturas y humedad relativamente más uniforme que en la vecina cuenca de México. Los mapas climáticos modernos con base en la clasificación climática de Köppen precisan al Valle de Toluca como C(w2)w en las partes bajas, o sea, templado subhúmedo con lluvias en verano, pero en la parte montañosa de la región de La Marquesa se define como C(E)(w2)w, lo que equivale a semifrío subhúmedo con lluvias en verano. La temperatura media anual oscila entre los 10 y 12 °C, y la precipitación promedio es de 900 mm al año.

La disposición climática muestra una gran uniformidad debajo de la cota de los 2 800 msnm, donde la temperatura fluctúa entre los 12 y 14 °C, siendo un poco más fría la parte oriental. La comunidad queda ligeramente por encima de los 2 800 msnm, por eso la temperatura desciende dos grados.

Los bosques de coníferas que posee San Pedro Atlapulco surten y mantienen la recarga de acuíferos: aquí existen manantiales que abastecen a los municipios de Huixquilucan y Lerma y al Distrito Federal. No forman parte directamente de la cuenca hidrológica del Lerma pero proveen al municipio de agua potable. La comunidad tiene un convenio de usufructo de aguas y de los bosques. Dado que estos últimos se ubican en un punto intermedio, acaparan la contaminación ambiental del Distrito Federal, de la ciudad de Toluca y de Lerma, por lo que actualmente se ven muy desfoliados si se compraran con los bosques situados en la parte sur de la comunidad, los cuales son más verdes y más floridos, pero también están más alejados de la mancha

urbana. El crecimiento urbano y la modernización han afectado los bosques, y por ello es cada vez menor la regeneración natural.

Organización

Hay una representación a través del Comisariado Comunal dentro del régimen agrario, que consta de un presidente, un secretario y un tesorero. Existe a su vez un Consejo de Vigilancia, o también llamado Núcleo Agrario, el cual se encarga de cuidar el bosque y todos los materiales y recursos que hay en él.

Para tener derecho a la explotación del ecosistema forestal, los comuneros que trabajan dentro de los valles turísticos deben cubrir ciertos requisitos: ser originarios de la comunidad y solicitar un permiso por escrito ante el Comisariado de Bienes Comunales, que por lo regular se otorga para la utilización de la madera, la cual se empleará para elaborar vigas, tablas u otros artículos, o en su defecto leña, ya sea para vender o para uso personal. El permiso es gratuito.

Los pobladores aseguran que el bosque tiene una importancia indirecta en sus vidas, pues la gente no depende de la explotación de este recurso, porque la población tiene otras ocupaciones que les han permitido mejorar su nivel de vida en los últimos años.

Dada la abundancia del bosque, el lugar es muy agradable. Se reconoce que es un atractivo muy importante para el turismo, ya que en la actualidad las grandes urbes no cuentan con espacios recreativos para la población, así que los valles de San Pedro Atlapulco cubren esta necesidad para las zonas metropolitanas, como la ciudades de México y Toluca. Al mismo tiempo, los comuneros han salido beneficiados por la gran demanda de sus valles y servicios: ahora el turismo es la principal actividad generadora de empleos para la comunidad y la fuente primordial del sustento familiar.

Aprovechamiento del bosque en San Pedro Atlapulco

La vida de la comunidad desde la época prehispánica ha estado relacionada con el bosque: le proporciona, agua, aire fresco, leña, madera, hongos, plantas medicinales y hermosos paisajes.

En la época prehispánica, en este lugar se asentaron los otomíes, los cuales se nombran Hhñuñhu, quienes utilizaban el bosque para autoconsumo: cazaban animales (gallina salvaje, conejos, etc.) y recolectaban plantas medicinal (carricillo, pata de león, lengua de vaca, flor de ocote, entre otras). También usaban las maderas para construir sus casas o la leña como combustible.

Desde la época colonial hasta la época moderna los pobladores empezaron a explotar el bosque para obtener ingresos adicionales en tiempos de crisis: vendían en las comunidades cercanas leña y carbón, el cual elaboraban de los árboles secos; sin embargo, esto no representó una gran explotación, porque en este periodo su principal actividad económica era la agrícola. Los valles donde hoy en día se están realizando las actividades turístico-recreativas eran antes praderas para pastoreo de ganado y tierras de cultivo, donde sembraban maíz, forrajes, habas y avena. Otra actividad complementaria era la producción de pulque, que llevaban a la Ciudad de México.

A partir de 1966, después de abrir la carretera que une la autopista México-Toluca con Tenango del Valle, la comunidad se vio beneficiada porque sus valles quedaron a pie de carretera, lo que estimuló que los viajeros comenzaran a parar en ellos con el fin de admirar el paisaje, disfrutar de la calidad del aire y del agua, y de la tranquilidad que proporcionaban estos espacios naturales. Al ver esto, los comuneros empezaron a ofrecer servicios turísticos, alimentos propios de la región, y algunas actividades recreativas como paseos a caballo y en cuatrimoto. Entonces se inició una nueva etapa en la comunidad: el turismo desplazó la actividad agrícola, y de campesinos pasaron a ser prestadores de servicio, sin dejar sus raíces rurales.

Los comuneros señalan que nunca han explotado la resina del bosque, argumentando que no tienen necesidad de debilitarlo mientras cuenten con otras fuentes de ingreso. Sólo aprovechan el bosque como paisaje y como espacio recreativo para el turismo.

La población cuida su bosque por los beneficios que recibe de él. Cada año participa en el programa de reforestación dentro de la comunidad, que se lleva a cabo en época de lluvias, y mediante el cual se están reforestando pino en la cima del monte, y oyamel, ocote y encino en la parte baja por la condición del suelo, el clima y la humedad.

Programa de Manejo del Bosque de la comunidad

Desde el pasado, los comuneros han conservado el bosque de su comunidad con el apoyo del gobierno de la república. En diciembre de 1996, en muchas zonas dentro del estado, incluyendo San Pedro Atlapulco, el gobierno mexicano comenzó a desarrollar el Programa de Manejo del Bosque, que tiene como objetivo mantener el movimiento del bosque entre el volumen que se extrae y el que se repone al mismo tiempo para el crecimiento y para la explotación comercial.

El Programa de Manejo del Bosque se inició abriendo una brecha hacia el monte alto de la comunidad para facilitar el acceso en caso de incendio o de fumigar. Luego se sacaron los árboles muertos y se abrió espacio a árboles nuevos, para después reforestar con pinos en la parte alta y con oyameles en la parte baja o piedemonte por las condiciones del clima y del suelo.

Los principales obstáculos del programa de reforestación los constituyen los ganaderos que suben a pastorear a sus rebaños, los cuales se comen los árboles recién nacidos, así como los incendios en la temporada seca, que va de diciembre a mayo.

La actividad turística recreativa en los valles turísticos

Desde los años cuarenta la población comenzó a participar en el turismo mediante rutas para caminantes, que llegaban hasta el Parque Nacional Miguel Hidalgo y Costilla, mejor conocido como La Marquesa, pero los ingresos no era muchos, debido a la escasa afluencia de visitantes. Es hasta los años sesenta, con la apertura de la carretera La Marquesa-Chalma por Tenango del Valle por las tierras comunales de esta comunidad, cuando la zona recreativa de La Marquesa se extiende a los valles de Atlapulco y se da así su organización para que todos los pobladores tuvieran oportunidad de participar en la actividad turística, siempre y cuando fueran originarios de la comunidad.

Hoy en día la actividad turística se desarrolla en ocho valles: Valle de Potrero, del Conejo, del Zarco, Las Carboneras, Cerrito del Ángel, Rancho Viejo, del Silencio y Las Monjas, en los cuales se ofrece renta de cuatrimotos, paseos a caballo, remar en el lago, un área para juegos libres como fútbol y béisbol, áreas de recreación, venta de comida y lugares para realizar días de campo.

Marco de la evaluación

De acuerdo con el MESMIS, la sustentabilidad de un sistema de manejo de recursos naturales se puede evaluar sólo de manera comparativa, esto es, contrastándolo con otro sistema. En este caso se decidió hacer una comparación a través del tiempo entre el sistema de manejo del recurso forestal antes y después de realizar la actividad turística (véase cuadro 1).

A continuación se describen las características generales de ambos sistemas de manejo del bosque antes de la actividad turística en los valles. Por otra parte, con base en la metodología del MESMIS, se planteó su análisis a partir de los siguientes atributos de la sustentabilidad: productividad, equidad, estabilidad, resiliencia, adaptabilidad y autogestión.

Respecto a la evaluación del efecto ambiental de la actividad turístico-recreativa sobre el bosque de San Pedro Atlapulco, los principales puntos críticos se relacionan con los elementos determinantes de los recursos hidrológicos, edafológicos, forestales, y la organización de la comunidad antes y después de la presencia de turismo (cuando los comuneros empezaron a deforestar y abrir los valles al turismo se inició la afectación del ambiente).

Evaluación de la sustentabilidad

PRODUCTIVIDAD

Como indicadores de la productividad se escogieron el rendimiento del área arbolada y la rentabilidad. El rendimiento, es decir, el ritmo de crecimiento del bosque de reforestación, es difícil de medir, pero se hizo una estimación a partir de la información del Programa de Aprovechamiento del Bosque del gobierno del Estado de México.

La rentabilidad se calculó por medio de un análisis costo-beneficio para considerar el valor económico total de la actividad turística que se está realizando, o sea, cuál es el beneficio monetario y no monetario o ambiental del mantenimiento y aprovechamiento del bosque.

Respecto a la productividad encontramos que anteriormente la principal actividad económica de San Pedro Atlapulco era la agricultura. El bosque no era abundante como ahora, porque los comuneros lo aprovechaban sin planear para el

Cuadro 1. Sistemas de manejo comparados antes y después del turismo

Elementos determinantes del sistema	Antes del turismo (hasta 1966)	Después del turismo (a partir de 1966)	
Biofísicas originales	Clima: C(E)(w2)w, semifrío y subhúmedo. Altura: 0-2 900 msnm Precipitación: 750-1 261 mm, época de secas en diciembre-mayo Vegetación: Bosque de coníferas, Suelos: Andosol		
Tecnológicas y de manejo	Características del recursos	Bosque de coníferas; pino, oyamel, ocote	Bosque de coníferas; pino, oyamel, ocote, encino
	Técnica del aprovechamiento del bosque	No	Utilizan los árboles muertos para la leña, carbón. Explotan limitadamente 15 000 m ³ al año (se inició en el año 2005)
	Prácticas de conservación	No	Plan de Manejo del Bosque Programa de Reforestación
Socioeconómicas y culturales	Objetivo de la producción	Reservar el bosque Utilizar en general	Reservar el bosque y el agua Explotar comercialmente
	Características de la organización para la producción	La regla del aprovechamiento del bosque para los comuneros	La regla del aprovechamiento del bosque para los comuneros
	Beneficios	No	La venta de madera y el turismo

Fuente: Trabajo de campo, 2005.

autoconsumo y la venta de los recursos naturales. A partir de 1996, cuando se abrió la carretera México-Toluca y empezó la actividad turística en los valles, comenzaron a reforestar y cuidar su bosque para atraer a los turistas y obtener el apoyo económico del gobierno. El bosque no tiene rendimientos, ya que no hay explotación de madera ni de resina, por lo que su aprovechamiento es reducido. Lo que sí produce rendimientos son los valles turísticos, los cuales dependen de muchos aspectos: ubicación del servicio turístico, giro de trabajo, temporada del año, etc. Sin embargo, podemos apuntar que, por semana, hay familias que reciben más de 5 000 pesos, mientras que otras no alcanzan ni los 1 000 pesos libres.

EQUIDAD

Desde el punto de vista social, es muy importante determinar quiénes se benefician –y en qué medida– con los productos monetarios y no monetarios obtenidos del bosque y del turismo. El criterio de diagnóstico seleccionado fue la distribución de los beneficios, y como indicadores: equidad económica, ingresos que reciben las familias y participación de la población en el turismo, los cuales se evaluaron por medio de entrevistas directas. Se puede decir que en San Pedro Atlapulco existe la equidad, debido a que toda la población nacida ahí tiene derecho a explotar los recursos naturales, por lo tanto, todos pueden dedicarse al turismo en los valles de la comunidad, siempre y cuando lo soliciten y se les asignen tanto sus derechos como sus obligaciones. Así, 80 % de la población económicamente activa participa en el turismo. De este modo, todos se favorecen del bosque y de los valles, ya sea por prestar un servicio o gracias a los recursos proporcionados: madera, leña, agua, aire puro.

ESTABILIDAD

La estabilidad del bosque de San Pedro Atlapulco depende tanto del Programa de Manejo del Bosque y de las directivas de los valles turísticos, como del contexto sociopolítico, la estabilidad interior de la organización comunal y la cooperación con el gobierno federal para el programa de reforestación. Por ello, los indicadores estratégicos elegidos fueron el grado de reforestación y el grado de deforestación.

Las condiciones para incorporarse a un servicio turístico están en relación con las posibilidades de inversión, y la comunidad puede hacerlo, ya que la inversión va desde 1 000 hasta 30 000 pesos, y pueden participar en distintos giros: renta de caballos o de cuatrimotos, venta de alimentos o dulces, etc. La inversión puede recuperarse de tres meses a un año, dependiendo del giro y la calidad.

El programa de reforestación se lleva a cabo cada año en la época de lluvias. La cantidad de árboles reforestados depende de cuánto llueva y del apoyo del gobierno. De acuerdo con la información del Programa de Manejo del Bosque, en 2003 fueron 2 000 los árboles de reforestación, y en 2004, 3 000 árboles de pino y oyamel.

Respecto al grado de deforestación, es difícil cuantificarlo. Los comuneros aprovechan los árboles secos o aquellos enfermos y los utilizan como combustible en los restaurantes y las casas. Cada año la comunidad tala 15 000 m³ de árboles buenos para vender madera a las poblaciones cercanas. Por otro lado, existe la tala prohibida, que no se ha podido controlar.

RESILIENCIA

En este caso resulta particularmente difícil la identificación de indicadores pertinentes, por las dificultades que se encuentran en áreas arboladas, valles, piedemonte y manantiales. Se tomaron como indicadores el Programa de Manejo del Bosque y los análisis de calidad del suelo y el agua.

La resiliencia —es decir, la capacidad de recuperación— del bosque de San Pedro Atlapulco es alta dado el volumen de crecimiento del recurso, a pesar de algunas dificultades, como ciertos ganaderos y los incendios, que ya está resolviendo la comunidad al solicitar la participación de 20 personas para cuidar el bosque. Sin embargo, en la comunidad existe un conflicto político sobre el aprovechamiento del bosque, por lo cual el Programa de Manejo está suspendido.

Respecto a la resiliencia del suelo, según las muestras del estudio y el análisis del laboratorio edafológico de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), resulta que el sistema del suelo de esta zona es muy frágil. Los valles turísticos presentan erosión y compactación del suelo, aunque en la mayor parte de la comunidad éste no tiene problemas. En los valles turísticos es cardinal reservar áreas para su conservación.

El recurso hidrológico de la zona es abundante por la extensión del bosque y la cantidad de lluvia (existen más de 40 manantiales). De acuerdo con un análisis del laboratorio hidrológico de la UAEM, el agua es de buena calidad, tiene baja turbiedad y cumple la Norma Oficial Mexicana NOM-127-SSA 1-1994, “salud ambiental, agua para uso y consumo humano—límites permisibles de calidad y tratamientos a que debe someterse el agua para su potabilización”.

AUTOGESTIÓN O AUTODEPENDENCIA

Está relacionada con la capacidad del Comisariado de Bienes Comunales para tomar las decisiones en torno al manejo de recursos forestales y los valles turísticos. El criterio de diagnóstico seleccionado fue el nivel de organización de los directivos de los Bienes Comunales de la comunidad. Entre los indicadores elegidos para representar este atributo estuvieron las formas de organización, la participación de los comuneros y la frecuencia de reuniones. Para medirlos, se efectuaron entrevistas formales e informales y se revisaron fuentes bibliográficas y de archivo.

La autogestión se da en la comunidad mediante la forma en que está organizada. A pesar de que San Pedro Atlapulco es parte del municipio de Ocoyoacac, su

forma de gobierno es independiente y su organización, comunal: todas las acciones y decisiones se toman en la Asamblea General con la participación de todos los comuneros, personas mayores de edad nacidas en la localidad. Este modo de organización está basado en la propiedad comunal de la tierra, que ha impulsado un desarrollo “desde abajo”, donde la propia comunidad es quien promueve su desarrollo a través del manejo de sus recursos naturales para la solución de problemas, sin la participación, en la mayoría de los casos, de agentes externos. Esta práctica se compone de importantes factores como la identidad, el origen étnico, la religión, la educación, un pasado común de sus habitantes y las decisiones tomadas de manera popular en función de sus necesidades. Todo ello le ha permitido a la comunidad alcanzar cierta independencia respecto a las autoridades gubernamentales en el nivel municipal, estatal o federal, y las normas o reglamentos que regulan su vida interna son reconocidos y aceptados por los propios habitantes.

Resultados

En relación con los indicadores económicos en cuanto al costo-beneficio del bosque, es fundamental su conservación para mantener aire limpio, agua de buena calidad, y combustible. Su utilización no está en razón del corte de la madera y su venta, sino del turismo, por lo que una porción del territorio está destinada para su explotación por parte de los comuneros. El costo de inversión es bajo, ya que muchas veces aportan otros recursos (como caballos), consumen la madera para construir sus negocios de alimentos —por lo que la compra de materiales es mínima—, o adquieren cuatrimotos. Entonces, los comuneros participan en las diferentes actividades económicas de acuerdo con sus posibilidades de inversión. Los ingresos que reciben por ello son diversos, pues dependen de los días trabajados, el giro, el valle donde participan, y la afluencia de turismo. Es innegable que el aprovechamiento de los valles con fines turísticos ha permitido generar empleos, ya que 80 % de la comunidad trabaja en el turismo y cuenta con ingresos para resolver sus necesidades básicas.

Estas actividades turístico-recreativas tienen algunos efectos sobre el suelo, el agua y el bosque del área. Por ende, el ecoturismo sería una alternativa para que la comunidad de San Pedro Atlapulco aproveche sus recursos adecuadamente y a la vez mejore su nivel económico y cuide el medio ambiente.

Un problema que se presenta en Atlapulco es que la incorporación del turismo en sus áreas naturales se ha hecho de manera empírica, esto es, prácticamente sin la asesoría de especialistas en el manejo de esta clase de recursos.

La concentración de actividades en dos valles propicia el desgaste del suelo y en general que el recurso natural se deteriore; sin embargo, dado que la productividad en estas áreas es mayor, la población prefiere participar en ellas y no en otras. Es fundamental evaluar los efectos de la capacidad de carga de estos valles y proponer la diversificación en otros.

A pesar de que existe una planificación basada en la orientación comunal, la que se lleva a cabo no es la apropiada, ya que no permite que el recurso se conserve, se regenere, y que la erosión se controle, debido al turismo y al pastoreo de animales, así como a los escurrimientos y los vientos. Es necesario replantearse la planeación y el manejo del recurso para estimular y mantener la actividad turística en el lugar y al mismo tiempo conservar el bosque.

Conclusiones

El bosque de San Pedro Atlapulco es un recurso importante para la comunidad, quien lo está aprovechando mediante el turismo por la belleza del paisaje, el aire puro y la cercanía con la Ciudad de México y la zona metropolitana, que atrae a los turistas.

La forma de organización de la actividad turístico-recreativa ha surgido sin haber tenido ningún plan de manejo adecuado para el aprovechamiento de los recursos naturales, lo que ha traído algunas consecuencias tanto positivas como negativas. No obstante los comuneros de Atlapulco tratan de cuidar sus recursos forestales para mantener el agua a través del apoyo brindado por el gobierno del Estado de México, las actividades turístico-recreativas no se están realizando de manera sustentable, pues a pesar de que ha mejorado la situación económica de los habitantes, los efectos negativos que se están produciendo serán mayores a largo plazo.

Los suelos en los valles turísticos no son apropiados para algunas de las actividades recreativas que se están llevando a cabo, sin embargo tienen la posibilidad de ser aprovechados para el ecoturismo, que tiene como objetivo principal cuidar el medio ambiente, y genera menor impacto. De acuerdo con el análisis del suelo basado en la sustentabilidad, los valles turísticos de la comunidad se han deteriorado

por actividades como la equitación y el uso de cuatrimotos, que provocan la compactación y erosión del suelo.

Las características naturales de San Pedro Atlapulco son idóneas para la práctica del ecoturismo, pero los comuneros aún no lo han visualizado para su beneficio, pues sólo aprovechan los valles para realizar las actividades turístico-recreativas de forma masiva, dejando de lado la presencia del recurso forestal, que actualmente se está desaprovechando.

El ecoturismo es una alternativa que puede detonar los sectores productivos locales en Atlapulco, proponiendo nuevas actividades por medio de una organización comunal que permita comenzar a planear la práctica turística de manera colectiva, mejorar los ingresos y la calidad de vida de los pobladores, además de manejar, conservar y aprovechar adecuadamente los recursos naturales boscosos.

La actividad turística en la comunidad está propiciando el desarrollo local. El bosque genera beneficios económicos para las personas que lo manejan directamente, y ambientales para la sociedad entera. Tal beneficio económico se queda prácticamente en su totalidad en las comunidades, puesto que no hay costos que se paguen al exterior.

A partir de la evaluación de la sustentabilidad del bosque a través de la metodología MESMIS, resulta que el recurso forestal no se está aprovechando de manera sustentable porque los comuneros no lo aprovechan comercialmente, es decir, no utilizan el bosque de forma apropiada debido a que prefieren mantener el ciclo hidrológico vigente, sin intervenir en su conservación, a pesar de que es el recurso que genera buenos ingresos para la comunidad. Además, el bosque brinda un ambiente agradable, lo que ha permitido que el turismo haya crecido en la comunidad y le ha ofrecido nuevas oportunidades para mejorar sus condiciones de vida y equipamientos.

La comunidad deberá evaluar el desarrollo turístico con la finalidad de proteger sus recursos naturales frente a los efectos negativos y buscar ciertas alternativas para su impulso sustentable, basada en el ecoturismo como una opción para preservar el medio ambiente y mejorar la economía y la calidad de vida de los pobladores.

En este sentido, la comunidad deberá establecer medidas estrictas de conservación de la naturaleza para proteger la flora, la fauna y el ecosistema; determinar los límites de capacidad de absorción, de forma que no se produzca un excesivo crecimiento de las instalaciones turísticas o una exorbitante afluencia de turistas en el medio ambiente; construir instalaciones a pequeña escala en emplazamientos ambientalmente adecuados, con estilo local de diseño, uso de materiales locales, sistema de

ahorro de energía y apropiada eliminación de residuos; crear un centro de visitantes con información visual sobre el sitio y las técnicas de conservación pertinentes; elaborar y divulgar los códigos de ecoturismo para el comportamiento de turistas y operadores, así como observar su cumplimiento; capacitar a los pobladores como guías que informen a los turistas sobre la diversidad biológica y las técnicas de conservación, y practiquen buenas medidas de preservación durante los recorridos.

La conservación de los recursos naturales del bosque y los valles se realiza a través del manejo comunitario. Todos los habitantes tienen posibilidades de aprovechar sus recursos para su sobrevivencia, pero para poder hacerlo es necesario ponerlo a consideración de la Asamblea General de Comuneros, que regula y autoriza las formas de utilización.

El turismo está jugando un papel trascendental en San Pedro Atlapulco respecto al aprovechamiento de los recursos naturales, la economía y la organización social. A partir del turismo, que en la actualidad es su principal actividad económica, la comunidad está desarrollando sus condiciones ambientales, sociales y económicas. Los comuneros tienen puestos de trabajo que contribuyen a reducir la emigración de los jóvenes, quienes antes se trasladaban a la Ciudad de México para buscar empleo.

Fuentes consultadas

- Baltasar, Carlos (2002). *Administración de la propiedad comunal en la comunidad de San Pedro Atlapulco, Estado de México*. Tesis. Toluca: Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública-Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM).
- Barcena, Iñaki, et al. (2000). *Desarrollo sostenible: Un concepto polémico*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea.
- Daltabuit, Magali, et al. (2000). *Ecoturismo y desarrollo sustentable: Impacto en comunidades rurales en la selva maya*. Cuernavaca: Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias (CRIM)-Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).
- Enkerlin, Ernesto C., et al. (1997). *Ciencia ambiental y desarrollo sostenible*. México: Thomson.
- INEGI (1970). *Carta de climas, México 14Q-V, escala 1:500 000*. México: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.
- Masera, Omar, Marta Astier y Santiago López-Ridaura (1999). *Sustentabilidad y manejo de los recursos naturales. El marco de la evaluación MESMIS*. México: Mundi-Prensa.

- OMT (1999). *Guía para administraciones locales: Desarrollo turístico sostenible: Turismo y medio ambiente*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Paz, María Fernanda (1995). *Aspectos sociales de la deforestación en América Latina*. México: CRIM-UNAM.
- Probosque (2003). *Reporte del Programa de Manejo del Bosque, comunidad de San Pedro Atlapulco*. Toluca: Gobierno del Estado de México.
- Ramírez Pérez, Carlos Alberto (2005). *Capital social y turismo en la comunidad indígena de San Pedro Atlapulco: Bases para el desarrollo local*. Tesis. Toluca: Facultad de Turismo-UAEM.
- Rico, Carlos A. (1999). *Espacio lúdico. El papel de la recreación en la construcción de lugares*. Fundación Colombiana de Tiempo Libre y Recreación.
- Secretaría de Ecología (1994). *Norma Oficial Mexicana NOM-127-SSA1-1994*. Toluca: Gobierno del Estado de México.

La probabilidad de interacción anfitrión-turista en destinos de Quintana Roo

Alfonso González Damián*
Universidad de Quintana Roo

Antecedentes

La elección de un destino de viaje turístico es un tema que se ha estudiado desde diversos ángulos a lo largo del tiempo y que resulta de importancia central tanto para los inversionistas como para los organismos nacionales de turismo, en el caso de los primeros para programar y aprovechar al máximo sus inversiones, y en el de los segundos para planificar, promover y regular el desarrollo de la actividad en los distintos sitios de destino turístico dentro de una nación. Por medio de tales estudios se han identificado factores que condicionan las posibilidades de que un destino turístico sea seleccionado como tal por los turistas futuros y potenciales. Entre estos factores se encuentran aquellos de carácter limitativo, esto es, que establecen los límites en los que se centra la decisión del futuro turista, y que incluyen aspectos económicos, de tiempo, de conocimiento de sitios adonde trasladarse, de salud y del estado o condición familiar. Otros factores son aquellos que orientan la decisión final: individuales (propios del individuo que decide) y de grupo (del grupo social al que pertenece el individuo que decide).

Entre los factores individuales que condicionan la elección del destino de viaje están los de personalidad o psicográficos (Plog,

* Correo electrónico: gonzalezd@uqroo.mx

2001: 15), perceptuales, y de gustos y preferencias (Iso-Ahola, 1982; Pearce, 1993; Pearce y McDermott, 1988). Entre los sociales o de grupo se encuentran la imagen de los destinos y las características y preferencias, opiniones, conceptos y cultura de los grupos sociales a los que se vincula el turista: su familia, amigos, conocidos y otros, en la sociedad del sitio en el que reside.

De los grupos de factores individuales y sociales, los que han recibido mayor atención de los estudiosos del turismo, particularmente de los investigadores del marketing turístico, son los primeros, respecto de los cuales se han desarrollado instrumentos que arrojan información cuantitativa útil para orientar a los inversionistas y a los gobiernos sobre las posibilidades de los diversos destinos turísticos. Sin embargo, son relativamente pocas las investigaciones enfocadas a los aspectos sociales y culturales, por ejemplo las que analizan la experiencia del turista (Smith y Eadington, 1992; Cohen, 1984), las recompensas o beneficios del viaje (Loker y Perdue, 1992), la satisfacción del viaje para un destino específico, la imagen de los destinos turísticos (Echtner y Ritchie, 1991; Dahdá, 1990) y, de manera un tanto indirecta, la atractividad de un destino (Ritchie y Zins, 1978).

Por lo general los estudios de la imagen de un destino se centran en las evocaciones, imágenes y posibles experiencias que los individuos tienen acerca de un sitio de destino turístico y que se comparten socialmente en los sitios emisores de turistas; su finalidad es sobre todo producir materiales publicitarios y promocionales de su oferta y destinos turísticos. No obstante, son muchos los lugares que crecen de manera limitada, pese a realizar esfuerzos importantes de promoción; además, la industria turística (hoteles, restaurantes, oferta recreativa y de descanso), invierte en la construcción de su imagen a través de medios publicitarios y ha obtenido resultados inciertos.

Es muy probable que gran parte de lo que no explican los estudios de imagen turística se encuentre en que las opiniones que tiene cada persona se construyen socialmente, y no necesariamente se corresponden con imágenes, evocaciones y experiencias personales, sino más bien con la interacción que se vive en lo cotidiano de cada destino turístico, en la convivencia entre anfitriones y turistas y con otras personas en la propia comunidad. Un ejemplo de este enfoque se puede encontrar en Cherem (1999), quien plantea la “interpretación de la comunidad para el turismo adecuado”, donde destaca el valor de la historia local y la identidad patrimonial para preservar la diversidad cultural en el turismo. Si bien este trabajo no se centra en la decisión de viaje, destaca el papel de los aspectos socioculturales e históricos en la formación de la imagen de un destino turístico. Asimismo, los estudios en torno a

las percepciones de los anfitriones o comunidades receptoras sobre el turista hacen énfasis en los aspectos socioculturales.

Los trabajos sobre calidad en los servicios turísticos han identificado este tipo de factores de la interacción, por ejemplo los que se han realizado aplicando el conocido SERVQUAL (Zeithaml, Parasuraman y Berry, 1990), y se ha destacado la relevancia de los servicios como condición para repetir la compra, aunque no explican de qué manera inciden en la conformación de un concepto del destino turístico.

Aun cuando todas las personas tenemos básicamente las mismas necesidades, la forma en que las satisfacemos es muy distinta, adecuada a las características de la comunidad de sentido (Berger y Luckmann, 1999) en la que vivimos. El papel que juega en ello la experiencia que adquirimos a lo largo de la vida, y especialmente en el caso del turismo los viajes que realizamos, es fundamental. Asimismo, el modo en que los empleados de servicios turísticos desempeñan su labor, aunque se trate de una actividad estandarizada y orientada a través de procedimientos y normas de trabajo, es muy particular dependiendo de la experiencia personal y del grupo al que se ofrece el servicio. Sin duda todo ello plantea el contexto específico en que ocurre la interacción entre anfitriones y turistas, la cual a fin de cuentas será la que determine la opinión y el concepto que las personas se forman tanto de la propia interacción como del contexto en el que se vive. Esto es, que anfitriones y turistas se forman un concepto a lo largo de su vida sobre lo que significa el servicio turístico, que a su vez da origen al concepto socialmente construido del destino turístico, para la sociedad anfitriona y para las diversas sociedades visitantes, pasadas, presentes y potenciales, del destino en cuestión.

Ese ángulo de la realidad de un destino turístico ha sido poco tratado en los estudios sobre turismo, y es justamente en el cual se ubica el esfuerzo de investigación del que forma parte este documento. Lo que aquí se presenta es la primera parte de un estudio que pretende profundizar en las características de la interacción y en cómo inciden en la construcción del concepto del servicio turístico, de la empresa y, por ende, del destino turístico.

Puesto que el ámbito de interés es el estado de Quintana Roo, y partiendo del hecho de que un estudio de este tipo no puede plantearse aislado de su contexto, fue necesario definir criterios para establecer una jerarquía u orden de prioridad para analizar cada destino en concreto. Los criterios se definieron sobre la base que brindan los estudios territoriales del turismo, entre otros, los de Antón y González (2005), Gunn (1988), Boullón (1997), López (1994), la OMT (1978) y Pearce (1988),

los cuales, orientados a la planificación territorial del turismo, permitieron diseñar una metodología propia para delimitar, analizar y jerarquizar destinos donde hay mayor probabilidad de que se presenten momentos de interacción repetidos entre anfitriones (comunidad receptora) y turistas.

Métodos

La construcción social de un destino incluye las ideas, imágenes, conceptos y prácticas colectivamente compartidos acerca de una porción de territorio en la que se reciben turistas y se desarrollan actividades de servicio y soporte para la existencia del turismo. Tales ideas y conceptos son asumidos internamente de manera simultánea por los individuos y se institucionalizan en la sociedad a través del tiempo, mediante repetidas y sucesivas interacciones entre grupos sociales tipificados: turistas y anfitriones (González, 2009). Toda construcción social de un destino comparte elementos objetivos, observables, tangibles, con otros destinos y otras construcciones sociales, y contiene elementos específicos, propios, no compartidos con ningún otro destino ni concepto; esta diferenciación se debe al devenir histórico local, al contexto en que sucede y a la presencia de las distinciones individuales que se vuelven manifiestas en cada momento de interacción. En Quintana Roo, entidad netamente turística, coexisten diversos destinos con elementos compartidos y elementos distintivos. Por ello, entre 2006 y 2010 se llevó a cabo un proyecto de investigación para profundizar en el conocimiento de estos conceptos y construcciones sociales. El proyecto abarca cuatro etapas (figura 1), cada una de las cuales depende de los resultados de la anterior.

El diseño general de la investigación combina aproximaciones metodológicas desde los ángulos teórico-empíricos cuantitativos y cualitativos, por lo que se puede decir que es un diseño mixto; sin embargo, la primera etapa hace uso exclusivamente de las herramientas cuantitativas, la segunda de las cualitativas, en tanto que la tercera y la cuarta tienen diseños mixtos. Cabe aclarar que los diseños de las últimas etapas están supeditados a los resultados obtenidos en las anteriores.

En esta primera etapa del proyecto, el objetivo que condujo los trabajos fue seleccionar destinos turísticos en Quintana Roo cuya gran interacción entre turistas y anfitriones permitiera analizar a fondo la construcción social del destino. Se formularon tres preguntas básicas, una directamente centrada en el objetivo y dos de

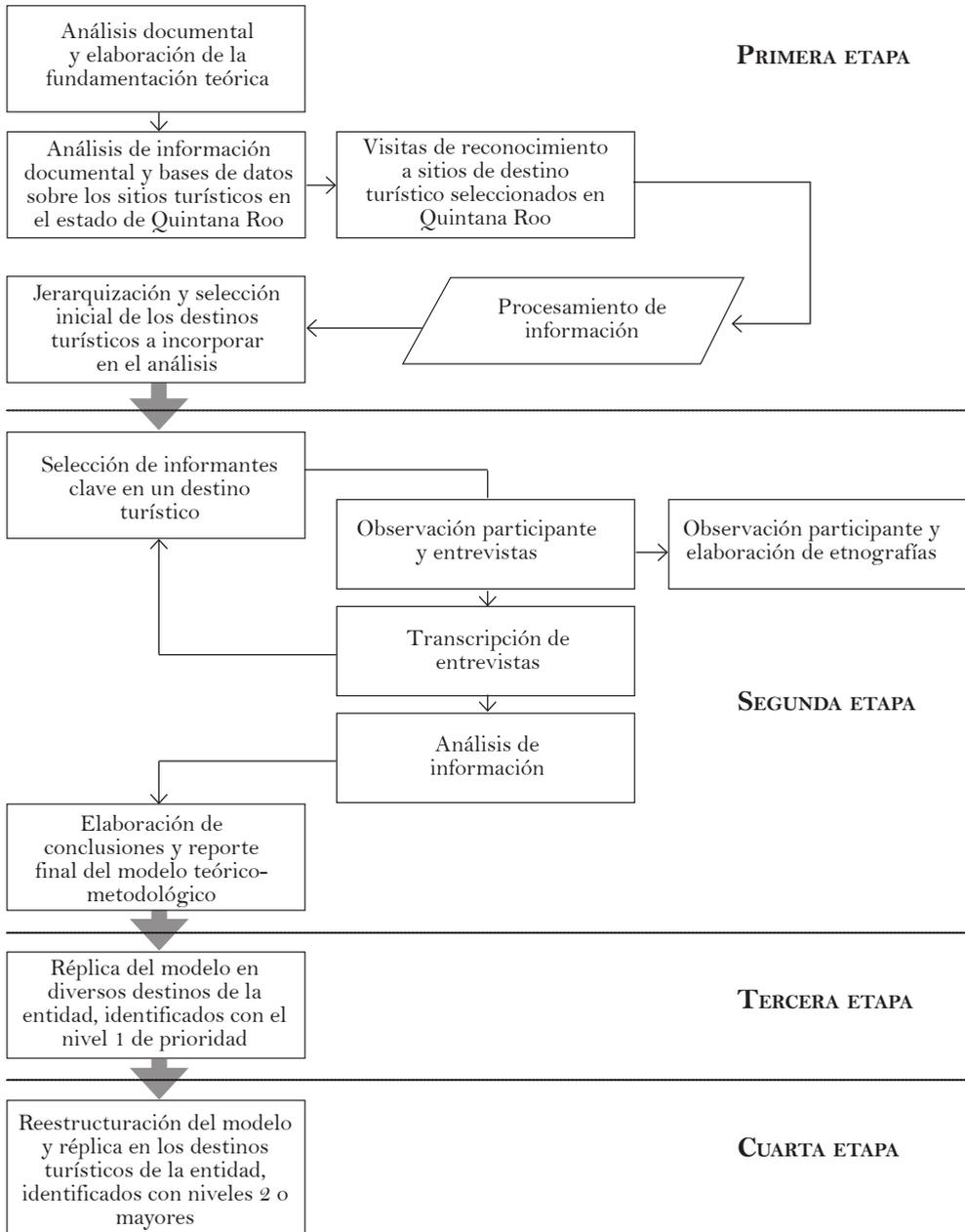


Figura 1. Etapas de la investigación

Cuadro 1. Variables seleccionadas

Variable	Ítem	Fuente	Marco espacial	Marco temporal
Jerarquía de atractivo	Valor ponderado del recurso turístico	Observación	Recurso	2008
Presencia de turistas	Tiempo promedio de uso/disfrute del recurso	Encuesta	Recurso	2008
	Días al año en temporada alta	Sedetur	Destino	2007
	Días al año en temporada baja	Sedetur	Destino	2007
	Número máximo de visitantes en atractivo	Encuesta	Recurso	2008
	Razón visitantes/población	INEGI	Destino	2005
Accesibilidad	Tiempo de traslado promedio a centro de zona hotelera	Observación	Recurso	2008
	Costo promedio del traslado (redondo por persona)	Observación	Recurso	2008
	Tiempo de trámite de permisos especiales para acceder	Observación	Recurso	2008
Presencia de anfitriones	Acceso de residentes a sitios turísticos importantes	Encuesta	Recurso	2008
	Participación de la comunidad	Mixta	Recurso	2008
Facilidades para el turista	Número de espacios de alojamiento	Sedetur	Destino	2007
	Número de espacios en el propio recurso	Encuesta	Recurso	2008

carácter metodológico, la primera orientada a la fundamentación de las decisiones y la otra, de orden práctico, al resultado: ¿Cuáles son los destinos turísticos con mayor interacción entre anfitriones y turistas? ¿Por qué lo son? ¿Cómo priorizar el análisis de los destinos considerando la relevancia de las interacciones?

Una vez contestadas estas preguntas, es posible abordar las siguientes fases de la investigación, por lo que resulta esencial utilizar procedimientos y herramientas confiables. De hecho, la intención de realizar esta primera parte con una metodología cuantitativa se corresponde con esta pretendida confiabilidad y la búsqueda de respuestas con alto grado de objetividad. Así pues, a pesar de que los resultados finales del estudio son eminentemente cualitativos (González 2009, 2010 y 2011), en esta etapa fue preciso plantear una hipótesis, que, si bien no se sometió a escrutinio formal, aclaró el rumbo a seguir: “Los destinos con alta interacción entre turistas y anfitriones en el estado de Quintana Roo son, en orden: Cancún, Riviera Maya,

Cozumel, Chetumal, Costa Maya y Zona Maya”. Este planteamiento de partida se fundamenta exclusivamente en el flujo turístico que recibe cada destino, pues se considera que la afluencia es el factor elemental, aunque no el único, que propicia las interacciones cara a cara entre turistas y anfitriones.

Se seleccionaron, definieron y operacionalizaron variables (cuadro 1). Se obtuvieron datos de campo y de archivo, los cuales fueron sistematizados y estandarizados con el fin de obtener un cálculo de la probabilidad de interacción entre turistas y anfitriones (a la que denominamos aquí *interactividad*).

Se hizo una selección de sitios de destino turístico (cuadro 2) así como un inventario preliminar de recursos turísticos para aplicar los instrumentos de obtención de información.

Cuadro 2. Recursos turísticos seleccionados

Destino	Localidades incluidas	Recursos
Cancún	Zona Hotelera, centro, Puerto Juárez, Isla Mujeres	19
Chetumal	Chetumal, Calderitas, Huay Pix, Subteniente López, Xul-Ha, Bacalar, Pedro A. Santos, La Unión (MEX); San Pedro, Corozal y Lamaná (BEL)	21
Costa Maya	Mahahual, Xcalak	3
Cozumel	Cozumel, Isla de Cozumel	6
Riviera Maya	Puerto Morelos, Akumal, Playa del Carmen, Tulum, Puerto Aventuras, Xcaret, Xel-ha	18
Zona Maya	Tihosuco, José Ma. Morelos, Felipe Carrillo Puerto, Sabán, Tepich	5

Una vez obtenida la información, se sistematizó (se integró en bases de datos) y estandarizó (se aplicaron cálculos y conversiones para ajustar la información a una escala tipo Likert, con valores de 1 a 5 para cada uno de los ítems seleccionados por variable). Con el fin de identificar componentes de la interactividad, sintetizar la información y profundizar en el análisis de los datos obtenidos, se aplicó un análisis de componentes principales.

Ya extraídos los componentes (3), se les dio un nombre que aludiera a las variables con alta puntuación en cada uno. Con los coeficientes calculados, se obtuvieron las ecuaciones que permitieron reordenar las variables por su importancia y seleccionar

aquellas de mayor relevancia; finalmente se ordenaron los destinos turísticos con base en su orientación hacia la probabilidad de que se presentara en ellos un mayor número de interacciones entre turistas y anfitriones.

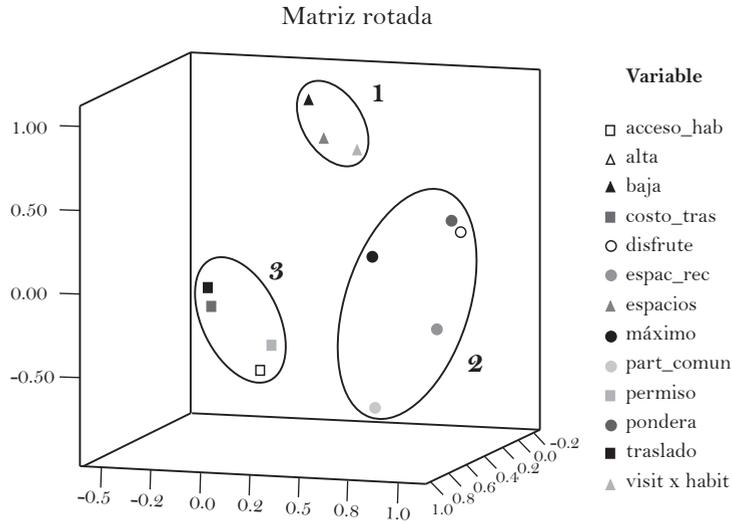
Hallazgos e implicaciones

La probabilidad de que se susciten interacciones cara a cara entre turistas y anfitriones está vinculada a la presencia de ambos en los mismos sitios y momentos, lo cual no necesariamente sucede en todos los sitios ni de manera permanente. En este sentido, se consideraron además otras variables que influyen en esta probabilidad, dando como resultado un conjunto de 13 variables, agrupadas en cinco: jerarquía del atractivo, presencia de turistas, accesibilidad, presencia de anfitriones y existencia de facilidades para el turista.

Se obtuvo información de tres fuentes: archivo (bases de datos de la Secretaría de Turismo de Quintana Roo y del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI), encuestas (aplicadas en sitios de atractivo turístico elegidos en los seis destinos identificados) y observación (realizada mediante fichas de registro en los recursos territoriales turísticos seleccionados para cada destino), durante el periodo enero-julio de 2008.

Una vez sistematizada y estandarizada la información para cada uno de los recursos y destinos, y con el fin de reducir el número de variables, se aplicó el método de componentes principales mediante el uso del software SPSS 11.0 con el procedimiento "Data Reduction". Se identificaron tres componentes principales, que de forma acumulada explican 71.8 % de la varianza común entre las variables. Como puede observarse en la representación tridimensional de los componentes obtenidos mediante el método de rotación de máxima varianza de Kaiser, las 13 variables pueden ser agrupadas en tres componentes, marcados dentro de elipses (gráfico 1).

La matriz obtenida, en la que se ordenaron las variables en función de su aportación a cada uno de los tres componentes, se presenta en el cuadro 3. El método de componentes principales permite reconocer medidas que se encuentran "ocultas" en los datos y que hacen referencia a factores comunes para subconjuntos de las variables consideradas. El hecho de que el resultado haya sido en tres componentes permite representar los resultados en una gráfica de tres dimensiones, lo cual hace más accesible su interpretación.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 1. Visualización tridimensional de componentes

Cuadro 3. Matriz de componentes obtenidos

Variable	Componente		
	1	2	3
alta	0.264	-0.027	0.040
baja	0.264	-0.027	0.040
espacios	0.208	0.008	0.020
visit x habit	0.173	0.067	-0.028
disfrute	0.007	0.316	-0.074
pondera	0.010	0.305	-0.108
espac_rec	-0.103	0.295	0.012
part_comun	-0.217	0.208	-0.016
máximo	0.047	0.187	0.094
traslado	0.103	-0.110	0.356
costo_tras	0.061	-0.089	0.354
permiso	-0.028	0.018	0.245
acceso_hab	-0.074	0.021	0.234

Método de extracción: Análisis de componentes principales.
Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

Después de identificar los componentes principales se procedió a analizar las variables que presentarán coeficientes mayores por fila para agruparlas y buscar una interpretación plausible para cada uno de los tres componentes.

El primer componente obtenido fue denominado *factor de disponibilidad del destino para el turismo* (DD) e incluye las variables: días al año en temporada alta, días al año en temporada baja, espacios de alojamiento disponibles en el destino y razón de visitantes por habitante; explica 31.32 % de la varianza común entre todas las variables. Se puede interpretar que este componente hace referencia a la disponibilidad tanto en tiempo como en espacio de cada destino turístico para atender al turista, así como a la existencia de infraestructura para la atención del visitante.

El segundo componente obtenido, al que se llamó *factor de valoración del recurso turístico* (VR), incluye las variables tiempo promedio de uso/disfrute del recurso turístico, jerarquía del recurso turístico (valor ponderado), espacios de alojamiento disponibles en el recurso, número máximo de visitantes en el recurso y participación de la comunidad en el manejo del recurso; explica 26.12 % de la varianza común entre todas las variables. De la asociación entre estas variables, se puede inferir que el componente alude a las posibilidades que tiene cada recurso turístico de atraer visitantes, lo que a su vez puede atraer la atención de la comunidad receptora (anfitriones). Puede asimismo interpretarse en el sentido de que el componente hace referencia al valor que se atribuye, tanto por locales como por visitantes, a los recursos turísticos del sitio.

El tercer componente obtenido, nombrado *factor de accesibilidad del recurso turístico* (AR), incluye las variables tiempo promedio de traslado al/desde el recurso al centro de la zona hotelera, costo promedio del traslado, tiempo de trámite de permisos especiales para acceder al recurso y acceso de residentes a los recursos turísticos; explica 14.35 % de la varianza común entre todas las variables. Este componente se refiere a la posibilidad que tienen los visitantes (tanto locales como externos) de acceder y disfrutar o hacer uso de los recursos turísticos en el destino.

Llama la atención que el primer componente muestra una vinculación negativa (en cuanto medición) de la participación comunitaria con los espacios disponibles y la llegada de turistas. Esto puede significar que a una mayor llegada de turistas (con la consecuente inversión en el tema), corresponde una disminución (marginación) de la comunidad en la actividad turística. A su vez podría interpretarse como que la inversión turística se ha dado en sitios en los que no existe la posibilidad de

participación de la comunidad. En cualquier caso, esto tendría que ser sometido a una ulterior y más profunda investigación.

Los componentes resultantes permiten obtener una calificación que en conjunto hace referencia a la probabilidad de que ocurran momentos de interacción cara a cara entre turistas y anfitriones, lo cual era el objetivo de esta etapa de la investigación. En el cuadro 4 se observan los resultados de aplicar la matriz de coeficientes calculados (matriz *Component score coefficient* de los resultados del procedimiento aplicado en SPSS), sintetizados por sitio de destino turístico.

Cuadro 4. Integración de la interactividad turista-anfitrión por destino

Destino	DD	VR	AR	Interactividad
Cancún	2.934780153	3.262494251	4.096712354	3.431328919
Chetumal	1.703540643	2.782300691	4.349183632	2.945008322
Costa Maya	1.585713729	4.65532965	3.465301011	3.23544813
Cozumel	3.481891787	2.802207577	4.411339449	3.565146271
Riviera Maya	3.192460526	3.618396895	4.306159225	3.705672216
Zona Maya	0.217547055	2.435690155	4.607281954	2.420173055

DD = Disponibilidad del destino para el turismo

VR = Valoración del recurso turístico

AR = Accesibilidad del recurso turístico

Estos resultados arrojan una medida general sobre la probabilidad (en escala de 1 a 5) de que se presenten interacciones cara a cara entre turistas y anfitriones en los seis principales sitios de destino turístico de Quintana Roo, que en orden son Riviera Maya, Cozumel, Cancún, Costa Maya, Chetumal y la Zona Maya. Esto contrasta con la hipótesis original, planteada únicamente sobre la base del flujo turístico, lo cual confirma que existen factores adicionales que deben ser tenidos en cuenta. Esta información, por tanto, puede ser utilizada como fundamento para decidir sobre la relevancia de cada uno de los destinos en las subsecuentes etapas de la investigación.

Del cuadro 4 también pueden inferirse cuestiones respecto del valor de cada componente; por ejemplo, es muy claro que en el caso de la Zona Maya, el factor disponibilidad del destino para el turismo es sumamente bajo (0.22), lo cual es consistente con lo que se observa en la región: poca infraestructura y servicios para el turista, escasa mano de obra calificada, mínima presencia de turistas que pernocten en la región, entre otras características.

Cuadro 5. Interactividad en recursos turísticos vinculados al destino Chetumal

Recurso turístico	DD	VR	AR	Interactividad
Bacalar-centro y fuerte	1.292647807	4.203588571	4.930175787	3.475470722
Bahía Chetumal	1.534015308	2.028929495	4.899994981	2.820979928
Belice Isla San Pedro	1.08568495	5.4582994	2.391862643	2.978615664
Belice Lamanai	1.378447699	3.346638417	3.180173407	2.635086508
Calderitas	1.182551716	3.535168639	5.269746786	3.329155714
Cenote Azul	1.482491441	3.207005566	4.447985638	3.045827548
Chetumal-centro	1.420783489	4.526768069	5.931970148	3.959840568
Huay Pich	1.399974423	3.327003768	5.2852783	3.33741883
Museo de la ciudad	2.263534418	0.748930732	5.354510352	2.788991834
Museo de la Cultura Maya	2.326773765	1.557438845	5.266883025	3.050365212
Pesca deportiva Villa Manatí	2.019440397	2.33980742	3.186411131	2.515219649
Raudales	1.501287637	1.748813734	4.272701385	2.507600919
Río Hondo	2.019463815	1.943438158	4.307815091	2.756905688
Xul-ha	1.285945582	2.912924419	4.910974218	3.03661474
ZA Becan	2.056466693	1.312915651	3.795896307	2.388426217
ZA Chacchoben	1.684860626	2.537753508	3.677205951	2.633273362
ZA Chakanbakán	2.11970604	2.121423765	3.70826898	2.649799595
ZA Dzibanche-Kinichná	2.165685387	2.65424959	4.116097106	2.978677361
ZA Kohunlich	1.969359332	3.550122045	4.032655722	3.184045699
ZA Oxtankah	1.992170575	2.151754195	4.636273885	2.926732885
ZA Xpujil	1.593062407	3.215340518	3.729975423	2.846126116

DD = Disponibilidad del destino para el turismo

VR = Valoración del recurso turístico

AR = Accesibilidad del recurso turístico

Asimismo, se puede advertir que, en el factor de accesibilidad del recurso, el destino Zona Maya tiene la valoración más alta (4.61), lo cual puede significar que los recursos turísticos en esta zona son altamente accesibles tanto para los turistas como para los locales; esto es consistente incluso con el hecho de que en esta zona las comunidades tienen una mayor participación en el manejo de los recursos turísticos.

Los resultados desglosados por recurso turístico arrojan información sobre el orden y relevancia de cada recurso, la cual es útil para las siguientes etapas de la investigación. Como ejemplo se presenta el caso de los recursos turísticos en Chetumal (cuadro 5). Puede apreciarse, que los cuatro sitios con mayor puntuación fueron Chetumal centro, Bacalar centro y fuerte, Huay Pich y Calderitas, sitios que tendrían preferencia para ser seleccionados en las siguientes fases de la investigación.

Sin duda estos resultados se corresponden directamente con los propios datos, los cuales podrían variar a través del tiempo, sin embargo, la metodología aplicada proporciona evidencia de que es factible identificar factores en común, que pueden ser cuantificados para proporcionar información base para la toma de decisiones. En el estudio que aquí se presenta, cuya finalidad fue establecer una medida objetiva para decidir sobre la prioridad que tendrían los sitios de destino y los recursos turísticos específicos para ser incluidos en siguientes etapas de la investigación, se pudieron elegir otras formas de llegar a la valoración; con todo, las aproximaciones desde el ámbito de la planificación territorial del turismo, que conforman el trasfondo teórico de este trabajo, han arrojado resultados consistentes cuando se trata de tomar decisiones sobre sitios, espacios y territorios, por ello fueron las seleccionadas para el análisis.

Conclusiones

Plantearse como intención abordar en profundidad los aspectos subjetivos de la construcción social de los conceptos en destinos turísticos no implica desechar de antemano las herramientas que ofrecen los métodos y técnicas cuantitativos, incluso en este estudio se prefirió comenzar por el ángulo cuantitativo para dar un marco de certidumbre a las posteriores etapas, en las que mediante el uso de entrevistas en profundidad y análisis de contenido se pretende lograr un acercamiento a casos concretos que arrojarán información para la cual no existirán medidas de confiabilidad. Estos marcos de certidumbre permiten vincular los hallazgos de esta etapa con

otras líneas de trabajo que pudieran llevar a subproductos de la investigación, por ejemplo la identificación de áreas de traslado de las zonas hoteleras a los recursos turísticos, de rutas óptimas y de territorios en los que pudiera ser viable invertir en servicios para el turista, o de áreas de oportunidad en las que se pudieran establecer programas de inserción de la comunidad en proyectos turísticos productivos, entre otros posibles.

De tal suerte que la orientación, inicialmente pragmática, en el marco de una investigación de mediano plazo, de la elaboración metodológica y técnica aquí expuesta, adquiere un valor adicional, al haber identificado la disponibilidad del destino para el turismo y la valoración y accesibilidad del recurso turístico tanto para anfitriones como para turistas, que a su vez pueden constituirse en posibles indicadores para ser considerados al tomar decisiones de planificación (en el gobierno o en las empresas) que involucren la elección de sitios, espacios o territorios para realizar actividades turísticas.

En la aplicación de la metodología presentada se encontró que los destinos de mayor interactividad entre turistas y anfitriones en Quintana Roo son la Riviera Maya y Cozumel, debido a que los factores y variables evaluados así lo hacen suponer. Esto tiene diversas implicaciones en el plano sociológico: en tanto exista una mayor probabilidad de encuentros cara a cara entre turistas y anfitriones existirá también una mayor posibilidad de reconstruir el concepto de destino, lo cual puede conducir a su consolidación e institucionalización profunda en la sociedad de manera acelerada, pero también puede catalizar la posibilidad de aparición o profundización de crisis de sentido, toda vez que se encuentran y a veces chocan distintas comunidades de sentido, con diversos valores, criterios, acervos, intenciones, lo cual, multiplicado por la gran cantidad de encuentros cara a cara entre ambos grupos sociales (que por cierto ya son cotidianos tanto en Cozumel como en Playa del Carmen), puede generar crisis de identidad social en estos sitios de destino turístico. Así pues, será urgente profundizar en estos temas, especialmente, aunque de manera no exclusiva, en estos sitios de destino turístico tan relevantes para la entidad y el país.

Fuentes consultadas

- Antón, Salvador y Francesc González (2005). *Planificación territorial del turismo*. Barcelona: Universidad Oberta de Catalunya.
- Berger, Peter L. y T. Luckmann (1999). *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido: la orientación del hombre moderno*. Madrid: Ediciones Paidós Ibérica.
- Boullón, Roberto (1997). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- Cherem, Gabriel J. (1999). "Interpretación de la comunidad: la clave para el turismo adecuado ("historias nuevas e historias viejas, historias guardadas e historias contadas")", en Robert W. McIntosh, Charles Goeldner y J. R. Brent Ritchie. *Turismo. Planeación, administración y perspectivas*. 2ª ed. Trad. Manuel Salazar Palacios. México: Limusa/Wiley, 234-239.
- Cohen, Eric (1984). "The Sociology of Tourism: Approaches, Issues and Findings". *Annual Review of Sociology*, 10, enero-marzo, 373-392.
- (1999). "Hacia una sociología del turismo internacional", en Robert W. McIntosh, Charles Goeldner y J. R. Brent Ritchie. *Turismo. Planeación, administración y perspectivas*. 2ª ed. Trad. Manuel Salazar Palacios. México: Limusa/Wiley, 264-274.
- Dahdá, Jorge (1990). *Publicidad turística*. México: Trillas.
- Echtner, Charlotte M. y J. R. Brent Ritchie (1991). "The Meaning and Measurement of Destination Image". *Journal of Tourism Studies*, 2 (2), 2-12.
- González, Alfonso (2009). "El turismo desde un enfoque de sociología constructivista". *Teoría y Praxis*, 6, 107-122.
- Gunn, Clare A. (1988). *Tourism Planning*. Nueva York: Taylor & Francis.
- Iso-Ahola, Seppo E. (1982). "Toward a Social Psychological Theory of Tourism Motivation: A Rejoinder". *Annals of Tourism Research*, 9 (2), 256-262.
- Loker, Laurie E. y Richard R. Perdue (1992). "A Benefit-based Segmentation of a Non-resident Summer Travel Market". *Journal of Travel Research*, 31 (1), 30-35.
- López, Francisco (1994). "Actividad turística y espacio geográfico en el umbral del siglo XXI". *Papers de Turisme*, 14-15, 39-51.
- McIntosh, Robert W., Charles Goeldner y J. R. Brent Ritchie (1999). *Turismo. Planeación, administración y perspectivas*. 2ª ed. Trad. Manuel Salazar Palacios. México: Limusa/Wiley.
- OMT (1978). *Evaluación de los recursos turísticos*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Pearce, Douglas G. (1988). *Desarrollo turístico. Su planificación y ubicación geográficas*. México: Trillas.

- Pearce, Douglas G. y McDermott (1988). *The Implications of Tourism Growth in New Zealand*. Wellington: New Zealand Tourist and Publicity Department.
- Pearce, Philip L. (1993). "Fundamentals of Tourist Motivation", en Douglas G. Pearce y Richard W. Butler. *Tourism Research: Critiques and Challenges*. Londres y Nueva York: Routledge, 113-134.
- Plog, Stanley C. (2001). "Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42 (3), 13-24.
- Ritchie, J. R. Brent y Michel Zins (1978). "Culture as Determinant of the Attractiveness of a Tourism Region". *Annals of Tourism Research*, 5 (2), abril-junio, 252-267.
- Smith, Valene L. (comp.) (1992). *Anfitriones e invitados: antropología del turismo*. Madrid: Endymion.
- Smith, Valene L. y William R. Eadington (1992). *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*. Filadelfia: University of Pennsylvania Press.
- Zeithaml, Valarie A., A. Parasuraman y Leonard L. Berry (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. Nueva York: The Free Press.



