





TURISMO, DESARROLLO ECONÓMICO
Y SUSTENTABILIDAD EN BAJA CALIFORNIA SUR



TURISMO, DESARROLLO ECONÓMICO
Y SUSTENTABILIDAD
EN BAJA CALIFORNIA SUR

Judith Juárez Mancilla
Plácido Roberto Cruz Chávez
Alberto Francisco Torres García
Gustavo Rodolfo Cruz Chávez
(coordinadores)



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA
MÉXICO, 2018

Primera edición: febrero de 2018

D. R. © JUDITH JUÁREZ MANCILLA, PLÁCIDO ROBERTO CRUZ CHÁVEZ,
ALBERTO FRANCISCO TORRES GARCÍA
Y GUSTAVO RODOLFO CRUZ CHÁVEZ
(coordinadores)

D.R. © UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA
Blvd. Miguel Tamayo Espinoza de los Monteros 2358,
Desarrollo Urbano 3 Ríos, 80020, Culiacán de Rosales, Sinaloa
www.uas.edu.mx

DIRECCIÓN DE EDITORIAL
<http://editorial.uas.edu.mx>

ISBN: 978-607-737-219-6

Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin autorización
escrita del titular de los derechos patrimoniales.

Editado e impreso en México

Índice

Introducción	9
Oportunidades de la política turística para el desarrollo competitivo en Baja California Sur	17
<i>Alberto Francisco Torres García y Gustavo Rodolfo Cruz Chávez</i>	
Desarrollo económico y turismo en Los Cabos, Baja California Sur	45
<i>Adilene Sarahí Espinoza Castillo, Judith Juárez Mancilla, Plácido Roberto Cruz Chávez y Alberto Francisco Torres García</i>	
Áreas naturales protegidas y turismo sustentable en Baja California Sur	71
<i>Óscar Arizpe Covarrubias, Elizabeth Olmos-Martínez, Reyna María Ibáñez Pérez y Luz Fabiola Armenta Martínez</i>	
Turismo y comercio alternativo: sostenibilidad, consumo ético y desarrollo	103
<i>Luis Carlos Amador Betancour, Judith Juárez Mancilla y Plácido Roberto Cruz Chávez</i>	

Evaluación de la satisfacción del cliente
en restaurantes de comida internacional
en La Paz, Baja California Sur 129
Mauro Alejandro Monroy Ceseña,
Natalia Domínguez Gameros, Gerzaín Avilés Polanco
y Francisco Isaías Ruiz Ceseña

Análisis económico del servicio turístico
de avistamiento de tiburón ballena
en la Bahía de La Paz, Baja California Sur 151
Enrique Humberto Gómez Pech, Gerzaín Avilés Polanco,
Víctor Ángel Hernández Trejo,
Mauro Alejandro Monroy Ceseña
y Marco Antonio Almendarez Hernández

Indicadores de desempeño turístico y bienestar
en los municipios de Baja California Sur:
una primera aproximación 175
Reyna María Ibáñez Pérez,
Víctor Ángel Hernández Trejo
y Uliánov Jakes Cota

Introducción

La obra **TURISMO, DESARROLLO ECONÓMICO Y SUSTENTABILIDAD EN BAJA CALIFORNIA SUR** es una herramienta que transparenta las posibilidades de afrontar los desafíos económicos del sector turístico en la entidad. La lucidez y precisión de sus autores merece una lectura crítica y propositiva; es decir, la participación de lectores que continúen los senderos desmontados y asuman el reto de las nuevas luces propuestas.

El texto contiene siete artículos escritos por profesores investigadores de la Universidad Autónoma de Baja California Sur, con participación de colegas del Instituto Politécnico Nacional (IPN) y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), ayudantes académicos y estudiantes de posgrado. Un equipo de 17 destacados intelectuales, coordinados por los doctores Judith Juárez Mancilla, Plácido Roberto Cruz Chávez, Alberto Francisco Torres García y Gustavo Rodolfo Cruz Chávez, aborda temas cruciales para el presente económico de Baja California Sur y las opciones de crecimiento futuro desde el turismo, con una perspectiva sustentable.

El libro está dirigido, sin duda, a catedráticos e investigadores; pero, sobre todo, a quienes desde las diferentes instancias de los tres niveles de gobierno se encargan de la toma de decisiones

en el sector turístico; a productores de bienes y prestadores de servicios, así como, por supuesto, a ciudadanos con mentalidad emprendedora, pero con responsabilidad ética y de respeto al entorno natural.

En cada una de sus siete partes, el lector encontrará una guía clara. Cada capítulo cuenta con su introducción, metodología, argumentación y evidencias documentales, estadísticas y gráficas (dado el caso) o comprobaciones formales, con sus respectivas conclusiones o consideraciones finales y sus fuentes de información.

Los autores del primer capítulo analizan los roles de la sociedad y de los sectores público y privado en la definición de la oferta turística, basados en el pleno aprovechamiento de las ventajas comparativas y competitivas: desde la explicación de conceptos básicos, para proseguir con el análisis de las estrategias, líneas de acción y vasos comunicantes entre el *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018* y el *Plan Estatal 2015-2021*, hasta cerrar con las áreas de oportunidad en materia de políticas públicas para el crecimiento turístico de la entidad.

Para el fomento del turismo, concluyen, además de una alineación de la política turística en todas sus esferas y del incremento de la competitividad, específicamente para Baja California Sur se requiere promover la mejora regulatoria, la generación de cadenas productivas y la adopción de nuevas tecnologías para elevar la innovación, eficiencia y calidad en la prestación de servicios; el diseño y aplicación de nuevos modelos empresariales y el uso de tecnologías limpias, sin soslayar «la equidad en la distribución de los ingresos, la atracción de la inversión, la formación de empleo, el respeto a los valores culturales y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales».

En el segundo capítulo se estudia el crecimiento económico ligado al turismo en una de las zonas de más dinámico desarrollo del país: Los Cabos. Inicia por los conceptos de desarrollo y crecimiento económico y aborda las características poblacionales y económicas del estado para, posteriormente, enfocarse en este municipio. El estudio continúa con el cálculo del Índice de Desarrollo Humano municipal, con la aplicación de la metodología del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), y el índice de especialización económica.

Afortunadamente, concluyen los autores, Baja California Sur observa un elevado desarrollo en los dos municipios con mayor actividad económica, Los Cabos y La Paz. Respecto al Índice de Especialización Económica, Baja California Sur se desempeña mejor, en proporción, que el resto del país. Los beneficios de la especialización implican un incremento en la calidad del servicio y en el ingreso económico. Considerando lo anterior, los autores subrayan que «el sector empresarial y el gobierno estatal tienen una oportunidad de crecimiento en dos sentidos»: la especialización, que permite una diferenciación y aumento en la calidad del servicio, y la que se encamina hacia la diversificación de sus mercados meta, a ampliar la atracción de turistas hacia nuevas opciones de bienes y servicios.

De las Áreas Naturales Protegidas (ANP) y el turismo sustentable se ocupan los autores del tercer capítulo. Ofrecen una descripción resumida de las más relevantes en la entidad, pues consideran que sobre la base del conocimiento se pueden elaborar proyectos de turismo sustentable, sin perder de vista la conservación de la biodiversidad, y el empoderamiento y beneficio de las comunidades asentadas en ellas. Sin embargo, la complejidad de programas y proyectos supera el amplio marco referencial y nor-

mativo orientado a regular e incentivar el desarrollo sustentable del turismo en estas áreas.

En Baja California Sur más de la mitad de las personas que viven dentro de las ANP, afirman los autores, no sabe cuál es la importancia de vivir en ellas, ni conocen cabalmente los programas de manejo, reglamentación y normatividad (actividades permitidas y prohibidas). Asimismo, los cambios realizados han afectado las actividades económicas y sociales de sus habitantes; es por ello que casi la mitad no considera que haya mejorado su calidad de vida desde su decreto. No obstante, los investigadores concluyen que el turismo sustentable en las ANP es la mejor alternativa que tienen sus habitantes para su integración en el crecimiento económico del estado.

Desde la óptica comercial y turística, los autores del cuarto capítulo examinan tópicos de sostenibilidad, consumo ético y desarrollo. El comercio alternativo, aseguran, «es la respuesta de los pequeños productores y consumidores a las deficiencias del sistema globalizado de libre comercio»; es el mecanismo para que las comunidades puedan diversificar sus mercados y que sus producciones sean vendidas con márgenes de ganancia lo suficientemente elevados, permitiendo la distribución del ingreso, de tal forma que genere una mejor calidad de vida en la comunidad organizada.

Este sistema alternativo ofrece la posibilidad de crear lazos directos entre los productores y los consumidores, genera opciones para quienes «trabajan el campo en pequeñas parcelas, propietarios de microempresas de transformación y venta de productos de base». La principal tarea del comercio alternativo, subrayan los autores, es imaginar nuevas formas de comercio que incluyan

a todos los actores sociales, «desde el productor artesanal hasta el consumidor final».

La industria de restaurantes y alimentos en la capital del estado juega un papel turístico destacado, como sobresaliente ha sido su capacidad de organización gremial. La «Evaluación de la satisfacción del cliente en restaurantes de comida internacional en La Paz, Baja California Sur» es el título del quinto capítulo del libro. Los investigadores universitarios destacan la importancia de ofrecer bienes y servicios de calidad para competir y fortalecer el mercado.

Sin embargo, es muy difícil, si no imposible, subrayan los autores, establecer un criterio único o llegar a una sola definición al hablar de la calidad en el servicio, «debido a los juicios actitudinales en los que todo consumidor se encuentra influido al momento de visitar un establecimiento». La valoración tiende a ser totalmente subjetiva. La reflexión arroja que el aspecto más importante es saber adaptarse a las necesidades de los consumidores. Es por ello que se debe analizar si el nivel de calidad de servicio está en sintonía con la percepción de los comensales.

Uno de los atractivos turísticos que se ha popularizado y proyectado a nivel nacional e internacional es el avistamiento del tiburón ballena en la bahía de La Paz. En torno a esta actividad se han generado muchos mitos. Los investigadores universitarios se ocupan, en el capítulo sexto de esta obra, solo de las realidades. Realizaron «un análisis económico de la prestación de servicios turísticos de recreación marina, con una muestra de 12 empresas que brindan el servicio».

Desgraciadamente, encontraron que «en promedio, la actividad ofrece escasos beneficios», pero compensados por la diversi-

ficación de actividades de recreación marina. «Al formar parte de un paquete integral de servicios de recreación marina, tanto en la Bahía de La Paz como en el Parque Nacional Archipiélago Isla Espíritu Santo», brinda la oportunidad de generar mayores ingresos para enfrentar las fluctuaciones de los arribos de turistas. Otro aspecto relevante, subrayan, es la diferencia en las capacidades de los prestadores de servicios: los de origen extranjero, «con capacidades de publicidad y logística operadas desde ciudades como San Diego, en Estados Unidos», son más especializados y lucrativos.

En su parte final, el libro tiene un cierre lógico: un capítulo donde se abordan los indicadores de desempeño turístico y bienestar en todos los municipios de la entidad. Esta «primera aproximación», señala que la afluencia de visitantes a BCS se concentra en los municipios de Los Cabos y La Paz, donde se presenta «un mejor desempeño en variables socioeconómicas asociadas al bienestar, así como mayores tasas de crecimiento poblacional. En contraste, los autores subrayan que en los municipios de Comundú y Mulegé, con menor intensidad de actividad turística, se presentaron menores tasas de crecimiento poblacional, de remuneraciones y desarrollo humano. Incluso, Loreto presenta drásticas caídas en la ocupación hotelera y no ha logrado captar la misma porción de visitantes en comparación con otros destinos de BCS.

Sin embargo, la otra cara del desarrollo turístico, particularmente en Los Cabos, concluyen los investigadores, nos dan indicios de escasa capacidad de respuesta del sector gubernamental a la demanda de infraestructura por parte de la población local; cinturones de pobreza y modificaciones al paisaje enmarcan el crecimiento económico; así como el cada vez más restringido acceso a playas. En el caso del municipio de La Paz, los esfuerzos en

materia de promoción y reactivación económica son insuficientes, pues se ven reflejados en el pobre crecimiento de la afluencia turística.

Las principales diferencias de los cinco municipios estriban en que La Paz y Los Cabos presentan una infraestructura superior que, sumada a otros factores como la promoción y el fomento a la inversión, principalmente en Los Cabos, han permitido que la afluencia de visitantes sea mayor.

En resumen, y para concluir, aunque en todos los municipios existe buena calidad de vida, los indicadores varían y adquieren valores más bajos en los municipios ubicados en el centro y norte de la entidad, en los cuales el turismo se desarrolla con menos intensidad; aunque debe considerarse que el valor de los indicadores típicos de calidad de vida «no siempre refleja la percepción de la población en relación con su nivel de bienestar».

Así termina este libro que, más allá de la academia y las políticas públicas, está dirigido a todo aquel que le interese el futuro de la entidad, tomando como base el estudio de diferentes áreas y proyectos de su sector más dinámico: el turismo; escrito especialmente para quienes estén incursionando en la manera de cómo vincularlo al crecimiento económico sustentable, tomando en cuenta el bienestar social.



Oportunidades de la política turística para el desarrollo competitivo en Baja California Sur

Alberto Francisco Torres García
Gustavo Rodolfo Cruz Chávez

INTRODUCCIÓN

La significativa derrama económica del turismo ha favorecido que dicha actividad se consolide como una fuente promisorio para el desarrollo; su lúcido crecimiento ha permitido que los diversos destinos gocen de la captación de divisas, la generación de empleos y el encadenamiento de los servicios, facilitando, al mismo tiempo, el contacto multicultural, la elevación de las transacciones comerciales, la ampliación de la infraestructura comunicacional, la especialización de la oferta y la innovación. Esta situación ha generado un aumento en la competencia internacional, nacional y regional de los destinos turísticos, demandado una actitud más activa del sector público y privado, particularmente de los gobiernos nacionales y subnacionales, que encuentran en el sector turístico el catalizador para el desarrollo económico nacional y regional: buscando consolidar la competitividad de sus destinos

turísticos, han puesto énfasis en la formulación de políticas que faciliten los flujos de inversión y atraigan una mayor demanda.

En México, la amplia diversidad natural, cultural, arquitectónica e histórica, así como las vocaciones productivas que caracterizan a cada uno los destinos turísticos, han permitido un crecimiento de la oferta y la atracción de nuevos proyectos de inversión en el sector. Sin embargo, a la par de este relumbrante crecimiento, han emanado problemas torales como el acrecentamiento de la migración, la pobreza y la marginación de clases sociales, la contaminación, la privatización de espacios de recreación: la inseguridad y, en muchos casos, la degradación de la salud pública. Esta situación no es ajena a Baja California Sur.

En el presente capítulo se abordará el análisis de la política pública en materia de turismo, vislumbrando los retos para el caso de Baja California Sur, con el propósito de identificar áreas de oportunidad para la convergencia de políticas nacionales y subnacionales que delineen apropiadamente los roles de la sociedad y del sector público y privado en la definición de la oferta turística, basadas en el pleno aprovechamiento de las ventajas comparativas y competitivas. Para tal fin, en el primer apartado se explicará brevemente el concepto de competitividad turística y su relación con la política pública. En el segundo apartado, se presentarán las estrategias y líneas de acción enunciadas en el *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018* para fortalecer el turismo. A partir de dicha información, en la tercera sección se identificarán colindancias entre el *Plan Nacional de Desarrollo* y el *Plan Estatal de Desarrollo 2016-2021* de Baja California Sur. En un cuarto apartado, se expondrán las áreas de oportunidad para el desarrollo turístico de la entidad. Finalmente, se presentarán las conclusiones correspondientes.

EL PAPEL DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2016), el sector turístico contribuye directa o indirectamente con el 9 % del Producto Interno Bruto a nivel mundial y genera uno de cada once empleos. Al mismo tiempo, el vigoroso crecimiento del turismo ha permitido que dicha actividad permee directamente sobre temas importantes en el progreso socioeconómico.

Por otro lado, el «Reporte de Competitividad en Viajes y Turismo 2017»,¹ emitido por el Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés), destaca que la industria turística proporciona oportunidades únicas para que los países en desarrollo y emergentes avancen hacia la cadena de valor (WEF, 2017). Sobre un estudio comparativo aplicado a 136 economías, a través de 90 indicadores agrupados en 14 pilares, el reporte mide el conjunto de políticas y factores que permiten el desarrollo sustentable del sector turístico, que a su vez contribuye al desarrollo y competitividad de un país. Su principal indicador es el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo.

Los 14 pilares analizados en el reporte del WEF son ambiente de negocios; protección y seguridad; salud e higiene; recursos humanos y mercado laboral; preparación en tecnologías de la información y comunicación; prioridad en viajes y turismo; apertura internacional; competitividad en precios; ambiente sustentable; infraestructura aérea; infraestructura carretera y marítima; infraestructura de servicios turísticos; recursos naturales y, por

¹ «The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017» puede ser consultado en la página del Foro Económico Mundial: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

último, recursos culturales y viajes de negocios. Dichos pilares se clasifican en las categorías de entorno favorable, políticas y condiciones de habilitación, infraestructura y, finalmente, recursos naturales y culturales.

Conforme a los resultados del reporte en 2017, España se ubica en el primer lugar, seguida de Francia, Alemania, Japón, Reino Unido, Estados Unidos, Australia, Italia, Canadá y Suiza. Por su parte, México se ubica en el vigésimo segundo puesto, siendo la economía más importante de Latinoamérica, seguida de Brasil, ubicada en la posición vigésima séptima (WEF, 2017, p. 9). Nuestro país destaca por su dotación de recursos naturales y culturales, así como los pilares de salud e higiene y prioridad en viajes y turismo. Sin embargo, resaltan problemáticas tanto en el pilar sobre ambiente sustentable como en el de protección y seguridad. Además, la categoría de infraestructura muestra los resultados más bajos, particularmente por deficiencias en la infraestructura terrestre y portuaria.

En el ámbito nacional, el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO, 2013, p. 8) destaca que la política turística de México se ha rezagado al mantener el mismo enfoque con el que fue creado hace tres décadas, lo que ha propiciado un crecimiento urbano exponencial y caótico en la mayoría de los centros turísticos. Para revertir estos efectos, el IMCO propone un nuevo enfoque en política turística basado en cuatro estrategias tendientes a crear corredores verdes que interconecten destinos turísticos cuyo desarrollo se base alrededor de su patrimonio cultural y natural; aumentar la competencia en el espacio aéreo; promover la adopción de estándares de turismo responsable y sustentable y, al mismo tiempo, rediseñar la promoción turística con el uso de herramientas digitales (IMCO, 2013, p. 9).

Lo anterior nos permite inferir que, en el ámbito internacional y nacional, las políticas públicas resultan fundamentales para delinear el desarrollo del sector turístico. Así las cosas, tomando en cuenta el papel del turismo en la actividad económica y reconociendo que la competitividad es fruto de un conjunto de factores que interactúan a favor del crecimiento y desarrollo económico; es indispensable implementar políticas que promuevan los destinos turísticos de forma objetiva y pertinente, atendiendo integralmente las necesidades de inversión, formación de empleo, preservación de la seguridad y aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales.

En las últimas décadas, como consecuencia de la creciente importancia social y económica del turismo, es cada vez mayor el número de países, regiones y municipios que apuestan por el fomento de este sector (De la O y Flores, 2006, p. 8). Empero, el desarrollo por medio del turismo es complejo, pues además de ser una actividad multisectorial requiere de políticas públicas eficaces para que se sustente a lo largo del tiempo (Domareski, Dos Anjos y Gadotti, 2013, p. 84). Rita (en Velarde, Santillán y Obombo, 2016, p. 121) señala que un marco débil para la formulación de políticas es una de las principales razones del porqué algunos destinos no han sido capaces de tener éxito en el logro de la competitividad en el desarrollo del turismo.

Para Flores (en Pulido, 2012, p. 56), la política turística puede definirse como el conjunto coherente de actuaciones que las administraciones públicas implementan para ordenar, regular y fomentar la economía del turismo. De acuerdo con Schenkel y Almeida (2015, p. 199), la política turística presenta diferentes funciones, que dependen de una variedad de factores como la estructura económica y social, la estructura del sector turístico, la

capacidad de intervención del Estado y la ideología imperante. De igual manera, conforme han ido apareciendo nuevos competidores, las distintas administraciones encargadas de velar por el desarrollo de la actividad turística han comenzado a fijar como objetivo prioritario de las políticas públicas la consecución de la competitividad (Cárdenas, 2011, p. 12).

Específicamente, en el sector turístico, se han presentado una serie de propuestas para medir la competitividad de destinos tanto por académicos como por organizaciones de control y gestión (Chim-Miki, Batista-Canino y Medina-Brito, 2016, p. 4). No obstante, los trabajos sobre competitividad turística coinciden en que es complicado medir la competitividad, dado su carácter multidimensional y relativo (García y Siles, 2015, p. 3). En el ámbito del turismo, Dwyer y Kim (en Perles-Ribes, Ramón-Rodríguez y Sevilla-Jiménez, 2014, p. 268) señalan que la competitividad se asocia a la capacidad de un destino para proporcionar bienes y servicios superiores en aquellos aspectos valorados por los turistas, a los ofrecidos por destinos competidores. Eventualmente, la innovación y la cooperación desempeñan un papel fundamental en la competitividad, extendiendo el contenido conceptual a los territorios y no solo al análisis empresarial (Pardellas, 2006, p. 71).

Si bien la idea de que competitividad y calidad son conceptos que van de la mano con el turismo (Marrero y Santana, 2008, p. 126), es necesario definir las ventajas competitivas y comparativas de los destinos, así como delimitar el campo de actuación de los tomadores de decisiones. Según los trabajos de Ritchie y Crouch (en Cárdenas, 2011, p. 13), las ventajas comparativas hacen referencia al patrimonio turístico con que cuenta un destino y apuntan hacia una determinada especialización turística; mientras que las ventajas competitivas son aquellas que surgen cuando

se aplican políticas de planificación, de gestión y de comercialización sobre las ventajas comparativas. De modo que un destino turístico se compone por una serie de atributos, que pueden estar basados en recursos naturales, así como un conjunto de facilidades y servicios dirigidos a satisfacer las necesidades de los turistas (González y Mendieta, 2009, p. 122). Consecuentemente, la adecuada coordinación de la población, empresas y gobierno de un destino en específico darán como resultado la oferta de servicios óptimos para satisfacer las necesidades del turista (Ibáñez, 2011, p. 125). Montero-Muradas *et al.* (2014, p. 252) acotan lo siguiente:

En la acción estratégica derivada de la gestión de los destinos turísticos se ha de considerar la base competitiva con la que se cuenta, especialmente de los recursos y capacidades disponibles sobre los que se pueda sustentar un núcleo competitivo susceptible de conformar una oferta turística que permita el mejor posicionamiento competitivo de los destinos turísticos.

Bajo estas consideraciones, la competitividad enfocada a la gestión pública de los destinos turísticos no enfatiza el beneficio en sí mismo, sino la capacidad de lograr las metas establecidas en el presente y futuro (Segrado *et al.*, 2015, p. 7). Por tal motivo, el desarrollo turístico depende en buena medida de la sinergia entre población, empresas y gobierno; a este último, sea a nivel nacional o subnacional, le corresponde la administración y gestión de los destinos turísticos; las medidas que estos adopten permitirán el aprovechamiento de las ventajas comparativas y la generación de ventajas y posicionamiento competitivos.

En diversos modelos de competitividad turística, como los de Crouch y Ritchie, Dwyer y Kim, Hassan y Health, la política

turística es fundamental para la planificación, dirección y desarrollo sustentable del destino (Perles-Ribes, Ramón-Rodríguez y Sevilla-Jiménez, 2014, p. 270). En buena medida, las políticas públicas alrededor del sector turístico se encaminan a su fortalecimiento, reconociendo la insoslayable necesidad de esparcir sus beneficios al resto de los sectores y haciendo manifiesto su intención de hacer compatible dicha actividad con el desarrollo sustentable. Como apuntan González y Mendieta (2009, p. 120), las políticas de desconcentración territorial y las acciones de los gobiernos locales juegan un papel importante en la competencia por la atracción de inversiones.

Al encontrar en la coordinación institucional la base para impulsar la competitividad y el desarrollo turístico, en los siguientes apartados se analizarán líneas de acción contenidas en el *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018* en materia turística, comparándolas con las enunciadas en el *Plan Estatal de Desarrollo 2015-2021* de Baja California Sur, con el propósito de encontrar coincidencias y áreas de oportunidad para el desarrollo turístico de la entidad.

*PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2012-2018*²

México ha definido su rol como economía emergente en el *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018* (*PND 2013-2018*). El documento consta de cinco grandes ejes: I. México en paz; II. México incluyente; III. México con educación de calidad; IV. México próspero

² La presente información se basa en el contenido del *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018* emitido por la Presidencia de la República mexicana, sitio en Internet: <http://pnd.gob.mx/>

y v. México con responsabilidad global. Las metas, los objetivos y las líneas de acción plasmadas en cada uno de los ejes, se han erigido con un enfoque transversal basado en la democratización de la productividad, en un gobierno cercano y moderno y en la perspectiva de género. En lo que al turismo refiere, se pueden destacar los Ejes IV y v.

El *PND 2013-2018* establece en su Eje IV la meta de alcanzar una economía que detone el crecimiento sostenido de la productividad en un clima de estabilidad económica, considerando que una infraestructura adecuada y el acceso a insumos estratégicos fomentan la competencia y permiten mayores flujos de capital, insumos y conocimiento hacia individuos y empresas con el mayor potencial para aprovecharlo. En este orden de ideas, dicha meta busca proveer condiciones favorables para el desarrollo económico a través de una regulación que permita la competencia sana, así como el impulso de una política moderna de fomento económico enfocada a generar innovación y desarrollo en sectores estratégicos.

En lo que respecta al sector turístico, el Eje IV del *PND 2013-2018* destaca que el turismo representa la posibilidad de crear trabajos, incrementar los mercados y preservar la riqueza natural y cultural. Esto es, aprovechar integralmente el crecimiento del sector turístico a nivel mundial, fortalecer el impacto del turismo en el bienestar social de las comunidades receptoras y consolidar el modelo de desarrollo turístico sustentable. Además, se reconoce la oportunidad de generar una mayor derrama económica con modalidades distintas al turismo de sol y playa, tales como el turismo cultural, ecoturismo y aventura, de salud, deportivo, de lujo, de negocios y reuniones o de cruceros. De tal suerte, el documento propone establecer una política eficaz de fomento

económico, ampliar la infraestructura e instrumentar políticas sectoriales para el sector turístico.

Aprovechar el potencial turístico de México se establece como el objetivo 4.11 del Eje IV del *PND 2013-2018*. Este objetivo se compone de cuatro estrategias encaminadas a impulsar el ordenamiento y la transformación sectorial; impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico; fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo por medio de la promoción eficaz de los destinos turísticos; y propiciar que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social. A continuación, se enlistan las líneas de acción para cada una de las estrategias mencionadas.

4.11.1. Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico

- Actualizar el marco normativo e institucional del sector turístico.
- Promover la concurrencia de las acciones gubernamentales de las entidades federativas en materia de turismo, con las del Gobierno Federal.
- Alinear la política turística de las entidades federativas a la Política Nacional Turística.
- Impulsar la transversalidad presupuestal y programática de las acciones gubernamentales, coordinándolas hacia los objetivos de la Política Nacional Turística.

4.11.2. Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico

- Fortalecer la investigación y generación del conocimiento turístico.

- Fortalecer la infraestructura y la calidad de los servicios y los productos turísticos.
- Diversificar e innovar la oferta de productos y consolidar destinos.
- Posicionar adicionalmente a México como un destino atractivo en segmentos poco desarrollados, además del de sol y playa, como el turismo cultural, ecoturismo y aventura, salud, deportes, de lujo, de negocios y reuniones, cruceros, religioso, entre otros.
- Concretar un Sistema Nacional de Certificación para asegurar la calidad.
- Desarrollar agendas de competitividad por destinos.
- Fomentar la colaboración y coordinación con el sector privado, gobiernos locales y prestadores de servicios.
- Imprimir en el Programa Nacional de Infraestructura un claro enfoque turístico.

4.11.3. Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos

- Fomentar y promover esquemas de financiamiento al sector con la Banca de Desarrollo.
- Incentivar las inversiones turísticas de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Promover en todas las dependencias gubernamentales de los tres órdenes de gobierno los esquemas de simplificación y agilización de trámites para la inversión.
- Elaborar un plan de conservación, consolidación y replanteamiento de los Centros Integralmente Planeados (CIP), así como la potenciación de las reservas territoriales con potencial turístico en manos del Estado.

- Diseñar una estrategia integral de promoción turística internacional para proyectar una imagen de confiabilidad y modernidad.
- Detonar el crecimiento del mercado interno a través del desarrollo de nuevos productos turísticos, para consolidarlo como el principal mercado nacional.

4.11.4. Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social

- Crear instrumentos para que el turismo sea una industria limpia, consolidando el modelo turístico basado en criterios de sustentabilidad social, económica y ambiental.
- Impulsar el cuidado y preservación del patrimonio cultural, histórico y natural del país.
- Convertir al turismo en fuente de bienestar social.
- Crear programas para hacer accesible el turismo a todos los mexicanos.
- Promover el ordenamiento territorial, así como la seguridad integral y protección civil.

Posteriormente, en el Eje V del *PND 2013-2018* se reconoce que el diálogo y la cooperación con otros países son herramientas ineludibles para alcanzar las metas nacionales. Así las cosas, una de las tareas centrales para el impulso del desarrollo interno es la promoción del turismo. Por ende, uno de los objetivos de la política exterior es promover el valor de México en el mundo mediante la difusión económica, turística y cultural. Para su correcta consecución, la colaboración del gobierno con el sector privado resulta fundamental para identificar oportunidades turísticas para las empresas, los productos y los servicios mexicanos, a fin de apoyar su proyección hacia el extranjero y generar empleos.

De esta manera, el objetivo 5.2. del Eje v considera indispensables las siguientes estrategias y líneas de acción:

5.2.1. Consolidar la red de representaciones de México en el exterior, como un instrumento eficaz de difusión y promoción económica, turística y cultural coordinada y eficiente, que derive en beneficios cuantificables para el país.

- Promover, en países y sectores prioritarios, un renovado interés para convertir a México en país clave para el comercio, inversiones y turismo.
- Reforzar el papel de la Secretaría de Relaciones Exteriores en materia de promoción económica y turística, uniendo esfuerzos con ProMéxico, la Secretaría de Economía, el Consejo de Promoción Turística y la Secretaría de Turismo, para evitar duplicidades y lograr mayor eficiencia en la promoción de la inversión, las exportaciones y el turismo.
- Difundir los contenidos culturales y la imagen de México mediante actividades de gran impacto, así como a través de los portales digitales de promoción.
- Desarrollar y coordinar una estrategia integral de promoción de México en el exterior, con la colaboración de otras dependencias y de actores locales influyentes, incluyendo a los no gubernamentales.
- Apoyar las labores de diplomacia parlamentaria como mecanismo coadyuvante en la promoción de los intereses nacionales.
- Fortalecer el Servicio Exterior Mexicano y las representaciones de México en el exterior.
- Expandir la presencia diplomática de México en las regiones económicamente más dinámicas.

5.2.2. Definir agendas en materia de diplomacia pública y cultural que permitan mejorar la imagen de México en el exterior, lo cual incrementará los flujos de comercio, inversión y turismo para elevar y democratizar la productividad a nivel regional y sectorial

- Impulsar la imagen de México en el exterior mediante una amplia estrategia de diplomacia pública y cultural.
- Promover que los mexicanos en el exterior contribuyan a la promoción de la imagen de México.
- Emplear la cultura como instrumento para la proyección de México en el mundo, con base en las fortalezas del país.
- Aprovechar los bienes culturales, entre ellos la lengua española y los productos de las industrias creativas, como instrumentos de intercambio diplomático, diálogo y cooperación.
- Impulsar los vínculos de los sectores cultural, científico y educativo mexicano con sus similares en Latinoamérica y otras regiones del mundo.

*PLAN ESTATAL DE DESARROLLO 2015-2021*³

El *Plan Estatal de Desarrollo 2015-2021* de Baja California Sur (*PED 2015-2021*) resalta al sector terciario como el sector económico de mayor importancia para la entidad, tanto por la aportación al Producto Interno Bruto estatal (72 %) como por la alta concentración de población ocupada. Igualmente, el documento menciona que, pese al potencial que el sector pesquero, agropecuario y la acuicultura tienen en la región, la posición geográfica y el en-

³ La presente información se basa en el *Plan Estatal de Desarrollo 2015-2021*, emitido por el Gobierno de Baja California Sur, sitio en Internet: <http://www.bcs.gob.mx/gobierno/ped-2015-2021/>

torno natural favorecen que el turismo destaque como actividad preponderante de la entidad. De acuerdo con el documento, Baja California Sur se encuentra en los primeros lugares en captación de turistas extranjeros, así como en inversión directa en establecimientos de hospedaje y servicios.

Bajo una visión sistemática de la situación sudcaliforniana, la formulación del *PED 2015-2021* consta de cinco ejes: Eje I. Infraestructura de calidad, Eje II. Diversificación económica, Eje III. Seguridad ciudadana, Eje IV. Calidad de vida y Eje V. Transparencia y buen gobierno. Aunado a lo anterior, en la estructura del *PED 2015-2021* se definen cuatro principios transversales que operan en forma alineada con los cinco ejes, a saber: cultura de la legalidad y compromiso ético, respeto a los derechos humanos y participación ciudadana, eficiencia y productividad, y, finalmente, compromiso con el medio ambiente.

Específicamente, el Eje II define su título de la siguiente manera:

Diversificación económica es ampliar el abanico de oportunidades que tienen los sudcalifornianos, aprovechando las ventajas competitivas que tiene el estado a nivel nacional e internacional. Es generar un clima de estabilidad, crecimiento y empleo con igualdad de oportunidades. Es el proceso y estrategias en las cuales se utilizarán las capacidades, recursos, actividades y bienes de nuestro estado para vivir y desarrollarnos de mejor manera [...] Es apoyar a los sectores con la misma intensidad y permitir que su operación sea óptima, siempre fortaleciendo armónicamente tanto al sector rural como al sector urbano.

Bajo esta definición, el Eje II tiene como objetivo:

Fortalecer y diversificar los motores económicos para elevar la competitividad, promoviendo el crecimiento sustentable, recuperando el dinamismo de la actividad económica de la Entidad, generando de forma oportuna y suficiente los satisfactores básicos y de bienestar que la sociedad demanda, superando las asimetrías y fortaleciendo el mercado interno, configurando así una estructura productiva equilibrada sectorial y regional.

Al respecto, la competitividad y el crecimiento sustentable lucen como las estrategias principales para la diversificación económica. El binomio competitividad-crecimiento económico considera las características de las regiones y las necesidades desde lo local. La competitividad, como factor primordial para elevar la productividad, contiene líneas de acción en mejora regulatoria, clima de negocios, innovación y competitividad, así como comunidades indígenas. El crecimiento sustentable, como base productiva de la entidad, presenta líneas de acción en economía de mercado y vocaciones productivas, así como turismo.

Particularmente, y debido a su condición estratégica, el turismo presenta cuatro subcomponentes para establecer sus líneas de acción y metas: difusión cultural y turística, desarrollo integral, gestión de la calidad turística y potenciales regionales.

Teniendo como metas principales el incremento del turismo, la promoción, el establecimiento de nuevas rutas y la formación de alianzas estratégicas entre empresas nacionales e internacionales, las líneas de acción de la difusión cultural y turística son:

- Trabajar con el sector empresarial y social en mecanismos que fomenten el turismo nacional.

- Vigilar y garantizar que los mecanismos de fomento turístico nacional integren costos atractivos en hospedaje, transporte y alimentación.
- Ampliar la promoción turística en los diversos estados de la república mediante la colaboración con entidades federales y estatales adecuadas.
- Generar rutas turísticas, en colaboración con las cámaras y empresas de nuestro estado, que potencien los atractivos regionales.
- Ampliar la promoción turística internacional en colaboración con las entidades federales adecuadas.
- Generar programas de valor que impulsen la diversificación del destino turístico.
- Promover los destinos de La Paz y Los Cabos, como destinos para el turismo de congresos y convenciones.
- Impulsar la promoción turística nacional e internacional, a través de medios masivos electrónicos o redes sociales.
- Desarrollar e implementar el Programa de Verificación y Protección al Turista.

Por su parte, en lo que respecta al desarrollo integral, se propone contar con un programa específico de capacitación del sector terciario en diversas actividades, fomentar el crecimiento de dicho sector y desarrollar una oferta turística con enfoque gastronómico y cultural, mediante las siguientes líneas de acción:

- Realizar alianzas para la capacitación del sector terciario con entidades de educación y dependencias de gobierno.
- Garantizar que el sector terciario, en sus actividades y servicios turísticos, cuente con estándares de calidad.

- Crecimiento del sector terciario (actividades de alojamiento y alimentos).
- Difundir alimentos regionales mediante promoción turística nacional e internacional.

En lo que respecta a las metas del subcomponente sobre gestión de la calidad turística, estas comprenden contar con un padrón de proveedores confiables y reconocidos por su calidad, formar recursos humanos certificados y con competencias para turismo de clase mundial e incrementar la obtención de distintivos de calidad; para esto se establecen las líneas de acción que se detallan a continuación:

- Promover la certificación de proveedores de servicio turístico, mediante alianzas con los sectores públicos y privados de educación, así como con las dependencias estatales y nacionales adecuadas.
- Incrementar el número de distintivos, dando apoyo económico o mediante alianzas estratégicas para lograr certificaciones en servicios turísticos.
- Capacitar al sector para servicios de clase mundial, partiendo de la formación de los sudcalifornianos y su incorporación al sector.
- Aumentar el número de personal con certificación en estándares de competencia «Atención a Comensales» y «Manejo Higiénico de Alimentos».
- Aumentar el número de personal calificado conforme a las normas oficiales mexicanas: Guías de turistas y Guías de naturaleza y aventura en los cinco municipios.

Finalmente, el subcomponente de potenciales regionales plantea entre sus metas el contar con un programa de capacitación para prestadores de servicios turísticos, generar cadenas productivas y de valor de bienes e insumos locales, incrementar los índices de bienestar social y de calidad en la prestación de los servicios turísticos, reducir los desequilibrios del desarrollo turístico regional, incrementar la generación de bienes y servicios turísticos en las zonas con menor desarrollo turístico y mantener e incrementar el número de Pueblos Mágicos en los destinos con esta denominación. Para tal efecto, se enlistan las siguientes líneas de acción:

- Articular los sectores productivos de la entidad a través del suministro de bienes e insumos locales.
- Fortalecer políticas de desarrollo turístico sustentable en beneficio de los bienes patrimoniales.
- Potenciar los recursos para la promoción turística y la generación de nuevos mercados.
- Promover una cultura de concientización sobre los bienes patrimoniales y la responsabilidad colectiva de su preservación.
- Impulsar la creación de empresas de turismo de naturaleza, aventura y cultural en todo el estado.
- Diseñar planes de estímulos para la inversión privada en los destinos turísticos de la entidad.
- Diversificar la oferta de segmentos e innovación de productos turísticos.
- Vincular acciones en beneficio de las vocaciones regionales del estado.
- Implementación de premios y distintivos locales como estímulo a los prestadores de servicios turísticos.

- Implementar el programa «Conoce y viaja en tu estado» y el de turismo social.
- Implementar un Programa Anual de Cultura Turística y concientización en todos los niveles de educación en los cinco municipios.

Además de las líneas de acción y metas descritas, el *PED 2015-2021* presenta el «Modelo económico estratégico para un mejor futuro», de naturaleza correctiva, cuyo propósito es modificar las bases estructurales de los flujos intersectoriales de oferta y demanda para establecer canales de abasto interno. Dicho modelo se fundamenta en las capacidades del sector terciario, particularmente en el potencial de la industria turística.

Tras un examen de las políticas turísticas nacionales y estatales, con enfoque a Baja California Sur, se puede destacar que los cuatro subcomponentes del turismo, plasmado en el *PED 2015-2021*, guardan colindancia con las líneas de acción enmarcadas en el *PND 2013-2018*, tal como se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 1. Alineación de la política turística a nivel nacional y estatal, conforme al *PND 2013-2018* y el *PED 2015-2021* de Baja California Sur

Instrumento	<i>PED 2015-2021</i> : Baja California Sur
Eje	II. Diversificación económica
Objetivo	Fortalecer y diversificar los motores económicos para elevar la competitividad, promoviendo el crecimiento sustentable, recuperando el dinamismo de la actividad económica de la entidad, generando de forma oportuna y suficiente los satisfactores básicos y de bienestar que la sociedad demanda, superando las asimetrías y fortaleciendo el mercado interno, configurando así

una estructura productiva equilibrada sectorial y regional.				
Estrategias	Competitividad		Crecimiento sustentable	
Tema	Componente: Turismo			
Subcomponente del <i>PED</i> 2015-2021	Difusión Cultural y Turística	Desarrollo Integral	Gestión de la Calidad Turística	Potenciales regionales
Líneas de Acción del <i>PND</i> 2013-2018	4.11.3, 5.2.1 y 5.2.2	4.11.2	4.11.2 y 4.11.3	4.11.4

Fuente: Elaboración propia con base en el *PND* 2013-2018 y el *PED* 2015-2021 de Baja California Sur.

Si bien la estrategia sobre competitividad plasmada en el *PED* enuncia el compromiso por la mejora regulatoria y el clima de negocios, los subcomponentes del turismo carecen de alineación con el objetivo 4.11.1. del *PND* 2013-2018, relacionado a la actualización del marco normativo e institucional del sector turístico, la concurrencia de las acciones gubernamentales de las entidades federativas con las del Gobierno federal y la alineación de la política turística estatal a la Política Nacional Turística. De igual forma, se advierte un sesgo en la definición de roles para impulsar la innovación en el sector turístico y el aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) como vías de difusión, mejora del ambiente de negocios y progreso en la prestación de los servicios.

Grosso modo, y tal como se señala en el *PED* 2015-2021, el eje II encuentra una alineación con los ejes IV y V del *PND* 2013-2018. Sin embargo, pese al apoyo recibido para su desarrollo y crecimiento, el sector turístico presenta un leve rezago ante las demandas del mercado, relacionadas a la ausencia de un programa

ordenado de acciones para la urbanización, así como de la prestación de productos y servicios turísticos flexibles e innovadores. Esta problemática deriva de la falta de actualización, inspección y vigilancia del marco normativo y la existencia de sistemas de comunicación y coordinación inadecuados.

En suma, la importancia de la actividad turística para nuestra entidad, debe incitar a una planeación de corto, mediano y largo plazo basada en las potencialidades de la oferta —tanto convencional, como alternativa— y el pronóstico adecuado del comportamiento de la demanda —local, nacional o extranjera—. La modernización del marco jurídico aplicable al turismo, la generación de cadenas de valor y la adopción de TIC son de especial importancia para el sector turístico.

ÁREAS DE OPORTUNIDAD PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE BAJA CALIFORNIA SUR

Como se ha podido constatar en los apartados anteriores, el turismo está experimentando fuertes transformaciones, y la competitividad entre destinos es cada vez más fuerte (Sariego y Moreno, 2013, p. 110). En este contexto, las definiciones sobre política turística son variables (Schenkel y Almeida, 2015, p. 199), y dependen en gran medida de una correcta sincronía en las acciones gubernamentales. Ya sea mediante subsidios, como comprador de industrias o como impulsor de programas que fomenten actividades productivas, el gobierno puede afectar distintas áreas del sector turístico (Sánchez y Sánchez, 2016, p. 6), es por eso que actualizar el marco normativo en materia turística, crear incentivos para la conformación de cadenas productivas y adoptar TIC's

para incorporarse eficientemente en los mercados nacionales e internacionales son tareas fundamentales que las políticas públicas locales deben atender.

El marco jurídico del turismo, caracterizado por la falta de transversalidad y correlación de las instituciones que lo componen, da lugar a la desinformación, a la falta de observancia y al oportunismo, actos que aumentan los costos de transacción e inhiben la integración de la oferta turística. En este sentido, es necesario que los procesos de reforma y la actualización de instituciones se realice en forma ordenada, consensada y transparente, considerando, además, su posible alineación en las esferas internacionales, nacionales, estatales y municipales.

Las cadenas productivas resultan esenciales para la integración de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) a la dinámica de nuestra economía, ya sea mediante la producción de bienes o la prestación de servicios innovadores. No solo se debe estimular el financiamiento preferente y las facilidades burocráticas, sino también la inserción de las MIPYMES como proveedores o actores fundamentales de las cadenas de abastecimiento, de tal suerte que se permita el uso eficiente de los recursos, la generación de economías de escala y costos de transacción más bajos, mejorando, a su vez, la oferta en el mercado.

Por su parte, el uso de las TIC tiene que ir más allá del incremento de la conectividad y el uso de las tecnologías informáticas habituales; si bien la sistematización de los procesos y el uso de las redes sociales han permitido perfeccionar las estrategias de producción, mercadotecnia y ventas, la extensión del acceso a la información, la promoción de aplicaciones con amplio contenido y los incentivos a la innovación deben ser acciones vitales para la edificación del conocimiento y el aumento de la competencia. En

su conjunto, la política turística que tome en cuenta estas acciones, permitirá garantizar una mayor interacción entre empresas, industrias, clientes, consumidores y autoridades.

Finalmente, la asistencia técnica y el desarrollo de los recursos humanos fungen también como líneas de acción de la política de este sector para fortalecer la competitividad de los destinos turísticos de Baja California Sur, al tiempo que se preservan los recursos naturales. La vinculación con empresas e instituciones de educación superior es un detonante del desarrollo turístico sustentable y competitivo, tanto por su capacidad de innovación como por el monitoreo de los mercados bajo una óptica de aprovechamiento responsable de los recursos.

CONCLUSIONES

La dinámica competencia de los destinos turísticos a nivel nacional e internacional hace obligatorio el establecimiento de políticas turísticas tendientes a generar un entorno favorable para el desarrollo y crecimiento del sector. Para el fomento y promoción del turismo resulta importante el análisis, la definición y la concertación de estrategias para consolidar las ventajas comparativas y aprovechar las ventajas competitivas de cada destino, lo que requiere una alineación de la política turística en todas sus esferas.

Como resultado de un examen a las líneas de acción en materia turística, plasmadas en el *PND 2013-2018* y el *PED 2015-2021*, se observa una alineación en relación al incremento de la competitividad de los destinos turísticos a través de la difusión cultural, el desarrollo integral y la gestión de la calidad con un enfoque sustentable. No obstante, específicamente para Baja California

Sur, la política turística debe acompañarse de acciones concretas para fomentar la mejora regulatoria, la generación de cadenas productivas y la adopción de TIC para promover la innovación, la eficiencia y la calidad en la prestación de servicios, el desarrollo de nuevos modelos empresariales y el uso de tecnologías limpias, procurando la equidad en la distribución de los ingresos, la atracción de la inversión, la formación de empleo, el respeto a los valores culturales y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

- Cárdenas García, P. J. (2011). «La competitividad turística en los países del mediterráneo. Análisis de los factores determinantes», en *Revista de Análisis Turístico*, segundo semestre, núm. 12, pp. 11-22. España.
- Chim-Miki, A. F., Batista-Canino, R. M. y Del Pino Medina-Brito, M. (2016). «La competitividad nacional del sector de turismo: una comparación de la medida interna vs la medida externa», en *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, núm. 20, junio. Disponible en <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/ttci.html>
- De la O Barroso González, M. y Flores Ruíz, D. (2006). «La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico», en *Cuadernos de Turismo*, núm. 17, pp. 7-24. España: Universidad de Murcia.
- Domareski, T. C., Dos Anjos, F. A. y Gadotti dos Anjos, S. J. (2013). «Competitividad de destinos turísticos. Estudio de Caso de Foz Do Iguacu (Paraná, Brasil)», en *Cuadernos de Turismo*, núm. 31, pp. 83-103. España: Universidad de Murcia.

- Flores Ruiz, D. (2012). «Introducción a la política turística», en Pulido Fernández, J. I., *Política Económica del Turismo*. España: Ediciones Pirámide. Disponible en https://books.google.com.mx/books?id=Br-UBQAAQBAJ&pg=PA55&lpg=PA55&dq=La+pol%C3%ADtica+tur%C3%ADstica+como+parte+de+la+pol%C3%ADtica+econ%C3%B3mica+de+la+O+y+Flores&source=bl&ots=F9FrwK7HfE&sig=64gGR8wjk7WibNl2P7fJ7mQS7ak&hl=es&sa=X&ved=oahUKEwifzIzp_qHTAhUpqFQKHUkYCzkQ6AEILjAD#v=onepage&q&f=false
- Foro Económico Mundial (FEM) (2017). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. Disponible en http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf
- García Sánchez, A. y Siles López, D. (2015). «Cómo mejorar la competitividad turística de un destino: análisis del mediterráneo español y recomendaciones a los gestores de los destinos», en *Revista de Análisis Turístico*, primer semestre, núm. 19, pp. 1-11. España.
- Gobierno de Baja California Sur (2015). *Plan Estatal de Desarrollo 2015-2021*. Disponible en <http://www.bcs.gob.mx/gobierno/ped-2015-2021/>
- González, R. C. y Mendieta, M. D. (2009). «Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de los destinos turísticos», en *Cuadernos de Turismo*, núm. 23, pp. 111-128. España: Universidad de Murcia.
- Ibáñez Pérez, R. M. (2011). «Diagnóstico de la calidad y competitividad del sector turístico de México», en *Cuadernos de Turismo*, núm. 28, pp. 121-143. España: Universidad de Murcia.
- Instituto Mexicano para la Competitividad A. C. (IMCO) (2013). *Nueva política turística para recuperar la competitividad del sector y detonar el desarrollo región*. México: IMCO. Disponi-

- ble en http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2013/10/Turismo2013_Completo.pdf
- Marrero Rodríguez, J. R. y Santana Turégano, M. Á. (2008). «Competitividad y calidad en los destinos turísticos de sol y playa. El caso de las Islas Canarias», en *Cuadernos de Turismo*, núm. 22, pp. 123-143. España: Universidad de Murcia.
- Montero-Muradas, I., Oreja-Rodríguez, J. R. y Parra-López, E. (2014). «Las variables culturales, como fortalezas y debilidades, en el diagnóstico competitivo de los destinos turísticos. El caso de las zonas turísticas de Tenerife», en *Cuadernos de Turismo*, núm. 33, pp. 251-270. España: Universidad de Murcia.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2016). Why tourism? Disponible en <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>
- Pardellas de Blas, X. X. (2006). «La competitividad territorial en el sector turístico: notas sobre el debate conceptual y la literatura científica», en *Revista de Análisis Turístico*, primer semestre, núm. 1, pp. 71-74, España.
- Perles-Ribes, J. F., Ramón-Rodríguez, A. B. y Sevilla-Jiménez, M. (2014). «La cuota de mercado como indicador de competitividad en los destinos turísticos: sentido y limitaciones», en *Cuadernos de Turismo*, núm. 34, pp. 265-285. España: Universidad de Murcia.
- Presidencia de la República Mexicana (2013). *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018*. Disponible en <http://pnd.gob.mx/>
- Sánchez Sánchez, M. y Sánchez Moreno, E. (2016). «La industria de la hospitalidad en México y el diamante de Porter», en *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, núm. 20, junio. Disponible en <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/hospedaje.html>
- Sariego López, I. y Moreno Melgarejo, A. (2013). «La competitividad turística de Cantabria para la demanda potencial de

- la población del sur de Francia», en *Investigaciones Turísticas*, núm. 5, enero-junio, pp. 110-135, España.
- Schenkel, E. y Almeida García, F. (2015). «La política turística y la intervención del Estado. El caso de Argentina», en *Perfiles Latinoamericanos*, vol. 23, núm. 46, pp. 197-221, México.
- Segrado Pavón, R. G.; Serrano Barquín, R. C.; Juan Pérez, J. I.; Cruz Jiménez, G. y Arroyo Arcos, L. (2015). «Estrategias de competitividad turística en las áreas naturales protegidas de Quintana Roo, México», en *Investigaciones Turísticas*, núm. 11, enero-junio, pp. 1-23, España.
- Velarde Valdez, M., Santillán Núñez, A. y Obombo Magio, K. (2016). «Estrategias determinantes para la competitividad de un destino de sol y playa. El caso de Mazatlán, Sinaloa, México», en *Investigaciones Turísticas*, núm. 11, enero-junio, pp. 116-142, España.

Desarrollo económico y turismo en Los Cabos, Baja California Sur

Adilene Sarahí Espinoza Castillo
Judith Juárez Mancilla
Plácido Roberto Cruz Chávez
Alberto Francisco Torres García

INTRODUCCIÓN

Baja California Sur es uno de los estados más jóvenes del país. De acuerdo con el Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED, na), uno de los principales logros que la entidad tuvo en los primeros años previos a su conversión de territorio federal a estado fue el abastecimiento de autoconsumo, que se dio gracias a la diversificación de actividades económicas que anteriormente eran exclusivamente agricultura y la ganadería, hacia otros sectores como el comercio y el turismo. Lo anterior implicó la expansión dinámica y con ello el aumento de la población y los servicios.

De acuerdo con el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR, 2016), uno de los pilares del crecimiento del estado durante la década de los ochenta fue la decisión del gobierno federal de crear el Centro Integralmente Planeado (CIP) Los Cabos, que inició operaciones durante 1976 y a lo largo de los años ha generado una gran actividad económica; es ahí donde radica el 25 %

de la población del estado. El crecimiento y desarrollo económico local ha dado paso, a su vez, al desarrollo de una nueva dinámica dentro de la estructura económica de todo Baja California Sur.

Para entender la importancia del CIP Los Cabos, el presente trabajo se encuentra dividido en cuatro partes. En la primera parte se abordarán brevemente los conceptos de desarrollo y crecimiento económico; en el segundo apartado se explicarán las características poblacionales y económicas de Baja California Sur, para, posteriormente, en el tercer apartado, hacer énfasis en el municipio de Los Cabos; el cuarto apartado corresponde a la aplicación de metodológica para el cálculo del Índice de Desarrollo Humano municipal con la metodología del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), y el índice de especialización económica, expresado en «Indicadores del Subsistema Económico» (Palacio-Prieto *et al.*, 2004). Finalmente, se presentarán las conclusiones pertinentes.

CONCEPTOS DE DESARROLLO Y CRECIMIENTO ECONÓMICOS

Por definición, el crecimiento es el cambio continuo de la producción agregada a través del tiempo (Blanchard y Pérez, 2000), Kusnetz (1966) lo plantea como el incremento sostenido del producto per cápita por trabajador. Con base en lo anterior, y en lo que a este documento refiere, se entiende como crecimiento económico el incremento de la actividad económica en una región/localización/entidad específica en términos porcentuales, medido a partir de un año base.

Por otro lado, el desarrollo económico es el aumento persistente del bienestar de una población (Salguero Cubides, 2006),

y uno no se da sin el otro; dicho de otro modo, es una de las metas de la sociedad en relación al bienestar humano; además, el crecimiento económico, el aumento del ingreso y un ambiente sostenible indica que se está utilizando una política económica adecuada (Galindo Martín, 2011), por tanto, estos conceptos se necesitan mutuamente. Así las cosas, el desarrollo económico, implica un fuerte sentido social, siendo un proceso que permite la satisfacción de necesidades primarias, mediante la distribución equitativa de la renta, acceso a vivienda digna, acceso a educación y generación de infraestructura, entre otras.

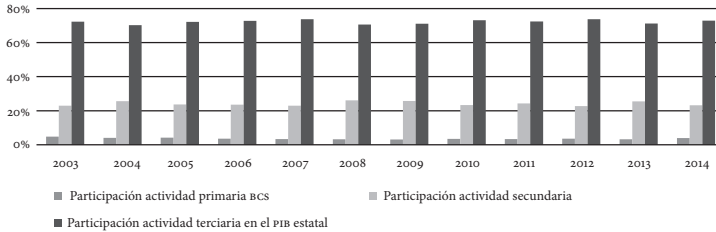
ESTRUCTURA POBLACIONAL Y ECONÓMICA DE BAJA CALIFORNIA SUR

Según los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI, 2015), Baja California Sur tiene una población total de 712 029 habitantes, ubicándose así como el estado menos poblado del país hasta 2015, cuando fue superado por Colima con 711 235 habitantes. De los 5 municipios que lo conforman, La Paz es el más poblado con 251 871 habitantes, seguido de Los Cabos, habitado por 238 487 personas, teniendo una densidad de población de 10 personas por kilómetro cuadrado, mucho menos que el promedio nacional.

La estructura poblacional del estado se conforma mayoritariamente por personas jóvenes, y se distribuye de forma preponderante en zonas urbanas (86 %), mientras que únicamente el 14 % de la población se encuentra en zonas rurales.

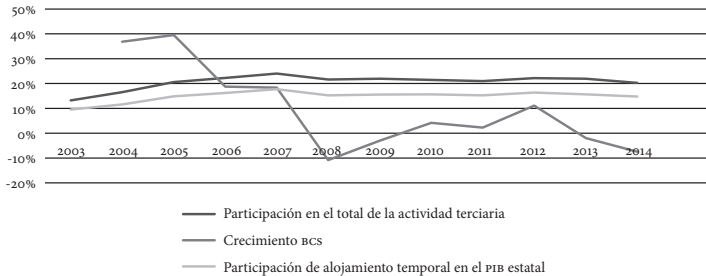
Contando con dos pueblos mágicos y dos CIPS, no es de extrañar que las actividades económicas que comprende la mayor

GRÁFICA 1. Aportación de las actividades económicas al PIB estatal (2003-2014)



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, años 2003-2014.

GRÁFICA 2. Contraste de la participación del Alojamiento temporal y Preparación de AyB, la participación de la actividad terciaria y el crecimiento del estado



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI.

aportación al Producto Interno Bruto (PIB) sean las del sector terciario; de acuerdo con el Banco de Información Estadística (BIE) del INEGI, el rubro Alojamiento temporal y Preparación de alimentos y bebidas aportó en el último año el 15 % del PIB estatal; el comercio aportó el 3 % y la participación total de la actividad terciaria fue del 73 %, dejando un 23 % para la actividad secundaria y un 4 % para el sector primario.

Esta tendencia ha sido mantenida desde el año 2003, como se ve en la gráfica 1, salvo en dos ocasiones; durante 2008-2009 debido a la crisis financiera estadounidense, conocida como *Subprime*, y durante 2014 a causa del fenómeno meteorológico Odile, que azotó la entidad durante septiembre de ese año, y cuyos daños y pérdidas ascendieron a 16 600 millones de pesos acorde a Mario Vela, presidente de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS).

En la gráfica 2 se aprecia en orden cronológico el progreso del subrubro Alojamiento temporal y Preparación de alimentos y bebidas en la aportación al total de la actividad terciaria y al PIB de Baja California Sur

La tendencia de la participación del alojamiento temporal y preparación de alimentos y bebidas en el PIB estatal no corresponde al crecimiento de este, debido a que, si bien en términos porcentuales dicha participación no tuvo un descenso pronunciado, en valor monetario sí lo tuvo; por lo que el PIB de Baja California Sur tuvo un pobre desempeño durante los años 2008 y 2009, pero mantuvo la tendencia de participación porcentual en las demás actividades; es decir, no hubo cambios significativos en las actividades terciarias, puesto que aportaron un porcentaje similar que en otros años, lo que cambió fue el valor económico de esa aportación, traducido en el decremento del PIB estatal.

ESTRUCTURA SOCIAL Y ECONÓMICA DE LOS CABOS

El municipio de Los Cabos ha tenido un crecimiento del 443 % del año 1990 al 2010, y para el año 2014 era el municipio más poblado del estado, seguido de La Paz (INEGI, 2014).

En la tabla 1 se encuentran los indicadores de población y la cantidad de esta, desglosada en sexo femenino y masculino.

TABLA 1. Población e indicadores de población (1990-2010)

Población 1990-2010					
	1990	1995	2000	2005	2010
Hombres	23 105	37 179	55 756	85 662	123 101
Mujeres	20 815	33 852	49 713	78 500	115 386
Total	43 920	71 031	105 469	164 162	238 487
Indicadores de población, 1990-2010					
	1990	1995	2000	2005	2010
Densidad de población del municipio (hab/km ²)	No disponible	18.94	28.32	43.77	63.58
% de población con respecto al estado	13.82	18.92	24.87	32.05	37.44

Fuente: INEGI, Censo de Población y Vivienda, varios años.

En cuanto a los indicadores de vivienda, en la tabla 2 se encuentra cuántas viviendas hay en el municipio, así como el número de ocupantes por tipo de vivienda. De acuerdo con los datos, el 99.95 % de los habitantes residen en vivienda particular y el 89.29 % vive en una casa.

TABLA 2. Viviendas habitadas y ocupantes por tipo de vivienda, 2010

Indicadores de vivienda			
Tipos de vivienda	Número de viviendas habitadas	%	Ocupantes
Total viviendas habitadas(1)	66 620	100.00	796 978
Vivienda particular	66 588	99.95	794 334

Casa	59 485	89.29	744 428
Departamento en edificio	2572	3.86	41 366
Vivienda o cuarto en vecindad	2061	3.09	2343
Vivienda o cuarto en azotea	58	0.09	220
Local no construido para habitación	28	0.04	196
Vivienda móvil	223	0.33	49
Refugio	18	0.03	68
No especificado	2143	3.22	5664
Vivienda colectiva	32	0.05	

Fuente: INEGI, Censo de Población y Vivienda 2010.

Lo anterior ubica al municipio con un relativo bienestar, pues muy pocas personas se encuentran residiendo en viviendas móviles (49), refugios (68) o algún local no construido para habitación (196).

Para los indicadores de marginación, el Consejo Nacional de Población (CONAPO) clasifica el grado de marginación en: muy alto, alto, medio, bajo y muy bajo. Los datos mostrados en la tabla 3 corresponden a la información más reciente publicada por el CONAPO, divulgada en el INAFED en el Sistema Nacional de Información Municipal (SNIM).

TABLA 3. Indicadores de marginación, 2010

Indicador	Valor
Índice de marginación	-1.46020
Grado de marginación	Muy Bajo
Índice de marginación de 0 a 100	11.17
Lugar a nivel estatal	4
Lugar a nivel nacional	2305

Fuente: CONAPO con base en el Censo de Población y Vivienda 2010.

En lo que respecta a la distribución de la población en la actividad económica del municipio de Los Cabos, la mayoría de la Población Económicamente Activa (PEA) está compuesta por hombres (65.75 %), mientras que la población no económicamente activa es mayoritariamente femenina (72.21 %), como se aprecia a continuación en la Tabla 4.

TABLA 4. Distribución de la población por condición de actividad económica según sexo, 2010

Indicadores de participación económica	Total	Hombres	Mujeres	% Hombres Mujeres	
				% Hombres	% Mujeres
Población económicamente activa (PEA) ¹	110 085	72 384	37 701	65.75	34.25
Ocupada	102 849	66 425	36 424	64.58	35.42
Desocupada	7 236	5 959	1 277	82.35	17.65
Población no económicamente activa ²	62 891	17 480	45 411	27.79	72.21

¹ Se entiende como Población Económicamente Activa (PEA) a las personas de 14 años y más que trabajaron, tenían trabajo pero no trabajaron o buscaron trabajo en la semana de referencia.

² Población no económicamente activa se refiere a las personas de 14 años y más pensionados o jubiladas, estudiantes, dedicadas a los quehaceres del hogar, que tenían alguna limitación física o mental permanente que le impide trabajar.

Fuente: INEGI, Censos de población 2010.

Con respecto a las unidades económicas (tabla 5), solo hay 28 114 empresas, lo que representa el .7 % con respecto al total nacional. Para Baja California Sur, dichas empresas se distribuyen de la siguiente manera: solo en 3 rubros se concentra el 94.46 %

de las unidades económicas totales; Servicios no financieros con un 45 %, Manufacturas con un 40.46 % y Comercio con un 9 %. Con respecto al total nacional, el rubro con mayor participación en cuanto a unidades económicas es el de Pesca y agricultura con el 3.3 % (678 unidades), seguido de Transporte, correo y almacenamiento con el 2.2 % (387 unidades) y Construcción, al que le corresponde el 1.3 % (222 unidades).

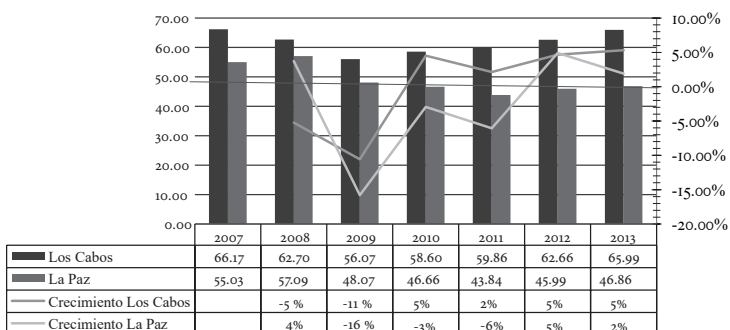
TABLA 5. Unidades económicas en el estado

Sector	Unidades económicas	% con respecto al total nacional	Nacional
Total de los sectores	28 114	.7	4 230 745
Pesca y agricultura	678	3.3	20 407
Minería	24	.8	3032
Electricidad, agua y gas	5	.2	2721
Construcción	222	1.3	17 063
Manufacturas	11 377	.5	489 530
Comercio	2558	.6	2 042 641
Transporte, correo y almacenamiento	387	2.2	17 989
Servicio financieros y de seguro	199	.8	23 761
Servicios privados no financieros	12 664	.8	1 613 601

Fuente: INEGI, Censos Económicos 2014, Resultados definitivos, Total de establecimientos y Personal ocupado. Fecha de consulta: octubre de 2016.

La actividad turística, la de mayor aportación económica en el municipio, se concentra principalmente en el corredor San José del Cabo-Cabo San Lucas y ofrece a los turistas playas, paisajes,

GRÁFICA 3. Promedio anual de ocupación hotelera de Los Cabos y La Paz



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de Información Estadística, índice de ocupación hotelera por destino turístico, varios años.

pesca deportiva, actividades náuticas y una infraestructura hotelera de lujo.

A diferencia de otros municipios, su afluencia se compone principalmente de turismo extranjero (Secretaría de Desarrollo Económico, Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2015), reflejándose en la ocupación hotelera, tal fue el caso en 2014, cuando el 78.2 % del total de huéspedes en el municipio fue de extranjeros.

La ocupación hotelera en Los Cabos, y para fines comparativos en La Paz, se expresa en la gráfica 3 en un promedio anual, que arroja que para el periodo analizado, el CIP Los Cabos siempre tuvo un mayor índice de ocupación hotelera que La Paz. El crecimiento de La Paz, por otro lado, tiene dos aspectos evidentes: uno, tiene la misma tendencia que el crecimiento de la ocupación hotelera que Los Cabos; y dos, la disminución del turismo atribuible a la crisis financiera durante el periodo 2008-2009 fue más significativo que en Los Cabos, al menos en el promedio anual.

La importancia del turismo en el estado es clara, ya que la aportación del sector terciario al PIB de BCS ha representado, por lo menos en los últimos años, alrededor de un 70 %, y el rubro de Alojamiento temporal oscila entre 14 % y 18 %. La Secretaría de Turismo destaca la composición de la afluencia turística en el municipio de Los Cabos (SEMARNAT, 2015), donde es mayoritariamente extranjera —78.2 % para el año 2014— y cuya ocupación hotelera supera al promedio estatal, comparado con destinos como el CIP Loreto o la ciudad de La Paz. Lo anterior, siendo que Los Cabos y La Paz son los dos municipios con el mayor número de población y los que aportan más al PIB del estado, la comparación es relevante para analizar el crecimiento económico estatal.

ÍNDICE DE DESARROLLO HUMANO

De acuerdo con el PNUD (2014), el Índice de Desarrollo Humano (IDH) se creó para hacer hincapié en que la ampliación de las oportunidades de las personas debería ser el criterio más importante para evaluar los resultados en materia de desarrollo. El crecimiento económico es un medio que contribuye a ese proceso, pero no es un objetivo en sí mismo.

El IDH mide el progreso en tres dimensiones básicas del desarrollo humano: disfrutar de una vida larga y saludable, acceso a educación, y nivel de vida digno; con base en estos tres niveles es que se realiza el análisis: primero se delimitan las privaciones que sufre un territorio en cada una de ellas y se determina un valor máximo y uno mínimo (máxima privación) para cada una de las tres variables, basados en los valores reales analizados.

Procedimiento para medir el desarrollo económico local

Para la medición de este índice, se hizo uso del trabajo publicado en 2014 por el PNUD, llamado *Índice de Desarrollo Humano Municipal en México: una nueva metodología*, en su capítulo «Nota técnica».

En ese trabajo se menciona que los tres niveles de desarrollo esenciales que se consideran en el IDH son: disfrutar de una vida prolongada y saludable, adquirir conocimientos y tener acceso a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida adecuado (PNUD, 2014); lo anterior se concibe como un proceso que se traduce en mayores oportunidades para los individuos, y consta de dos aspectos:

- a) La formación de capacidades humanas, como un mejor estado de salud, más conocimientos; y
- b) La forma en que los individuos emplean las capacidades adquiridas, ya sea para el trabajo o el descanso.

Para México, el PNUD calcula los umbrales máximos y mínimos a nivel nacional (tabla 6). Estos se tomarán como referencia más adelante para el cálculo del IDH Municipal para Baja California Sur.

TABLA 6. Variaciones en los indicadores empleados para el cálculo del IDH Municipal.

Dimensión	Indicador		Umbrales	
	Estatal	Municipal	Máximo	Mínimo
Salud	Esperanza de vida al nacer	Tasa de supervivencia infantil	83.4	20

Edu- cación	Años promedio de escolaridad	Años promedio de escolaridad	13.1	0
	Años esperados de escolarización	Años esperados de escolarización	18	0
	Índice combina- do de educación	Índice combina- do de educación	0.978	0
Ingreso	IHN Per cápita anual en dólares estadounidenses PPC	Índice munici- pal per cápita ajustado al INB anual en dólares estadounidenses PPC	107 721	100

Fuente: Tomado de *Índice de Desarrollo Humano Municipal en México: Una nueva metodología*, PNUD, México, 2014.

Ahora bien, para el cálculo del IDH Municipal, basándonos en la metodología propuesta por el PNUD disponible en el anexo Nota técnica, se agrupan los tres índices componentes (IS, IE, II);¹ se utiliza una media geométrica, que representa que no existe sustituibilidad perfecta entre los diferentes aspectos del desarrollo humano. La fórmula de cálculo se expresa de la siguiente manera:

$$IDH = IE^{1/3} \times IS^{1/3} \times II^{1/3}$$

Con lo anterior, el PNUD ofrece una medición de los tres índices, como muestra la tabla 7.

¹ Para el cálculo de IDH local se toma como base la propuesta del PNUD: *Índice de Desarrollo Humano Municipal en México: una nueva metodología*. México.

TABLA 7. Dimensiones de desarrollo humano en Baja California Sur

Índice de componente	Municipio	Índice	Promedio estatal
			Índice
Salud (IS)	La Paz	0.901	0.879
	Los Cabos	0.872	
Educación (IE)	La Paz	0.661	0.732
	Los Cabos	0.609	
Ingreso (II)	La Paz	0.702	0.763
	Los Cabos	0.705	

Los datos de la tabla anterior son sustituidos en la fórmula de cálculo de IDH; el desarrollo queda de la siguiente manera:

Los Cabos	La Paz
$IDH = 0.609^{1/3} \times 0.872^{1/3} \times 0.705^{1/3}$	$IDH = 0.782^{1/3} \times 0.901^{1/3} \times 0.702^{1/3}$
$IDH = 0.902 \times 0.955 \times 0.890$	$IDH = 0.921 \times 0.966 \times 0.889$
$IDH = 0.767$	$IDH = 0.791$

Los Cabos y La Paz, debido a que son los que más aportan a la economía del estado, han sido continuamente comparados. En este aspecto, ambos municipios obtienen un IDH Muy alto, de acuerdo con el PNUD, que considera como Muy Alto que se encuentre en un rango de 0.696214 a 0.917404.

Tratando de complementar el análisis, es pertinente observar el Índice de Especialización Económica (IEE) o Coeficiente de Localización (*location quotient*).

Índice de Especialización Económica (IEE) o Coeficiente de Localización

El IEE mide las características de especialización o diversificación de una región o municipio y relaciona la significancia relativa de un fenómeno en una región de referencia.

Para obtener este índice, se utiliza la fórmula siguiente:

$$IEE = \frac{e_i}{\frac{e_t}{\frac{E_i}{E_t}}}$$

Donde:

- IEE es el índice de especialización económica de la actividad i ;
- e_i es el fenómeno que se está midiendo en la industria i , de la región de estudio;
- e_t es el fenómeno que se mide en el total de la región de estudio;
- E_i es el fenómeno que se está midiendo en la industria i , de la región de referencia (país, por ejemplo);
- E_t es el fenómeno que se está midiendo, en el total de la región de referencia.

El cociente expresa el grado de concentración de la actividad en la región en relación con el territorio de referencia (Polèse, 2002). Se interpreta según tres criterios:

1. Si $IEE > 1$, la región de estudio tiene una especialización mayor en la industria i que la región de referencia;
2. Si $IEE < 1$, la región de estudio tiene una especialización menor en la industria i que la región de referencia; y,
3. Si $IEE = 1$, la región de estudio tiene el mismo grado de especialización en la industria i que la región de referencia.

Para el cálculo del índice, se tomaron como referencia los datos del año más reciente publicado en el Banco de Información Estadística (BIE) del INEGI.

Debido a que el desglose de aportación al Producto Interno Bruto por actividad no se hace a nivel municipal, se tomaron como datos de estudio los datos estatales del año 2014.

Entonces, e_i es el ingreso anual por concepto de Alojamiento temporal y preparación de alimentos y bebidas en el estado de Baja California Sur durante el año 2014.

e_t es el total de las actividades terciarias en el estado sudcaliforniano en el año 2014.

E_i es el ingreso anual por concepto de Alojamiento temporal y preparación de alimentos y bebidas en México durante el año 2014.

E_t es el total de las actividades terciarias en México, durante el año 2014.

$$IEE = \frac{14485.366}{287016.671}$$

$$\frac{71255.427}{8327898.553}$$

$$IEE = \frac{0.050468727}{0.008556231}$$

$$IEE = 5.89847617$$

Con base en los criterios del índice, el estado de Baja California Sur tiene una especialización mayor en el sector de Alojamiento temporal y preparación de alimentos y bebidas que todo el país.

CONCLUSIONES

En Baja California Sur la actividad turística se concentra en tres de los cinco municipios que lo componen. Los Cabos, siendo el principal destino turístico en el estado, y dado que la actividad preponderante es justamente el sector terciario, lo convierte en uno de los dos municipios con mayor aportación al Producto Interno Bruto de Baja California Sur; y en el mismo sentido, al sector terciario como el principal motor de la economía estatal.

El impacto del sector de servicios en el estado se ve reflejado proporcionalmente en el PIB, así como tiende a hacerlo su crecimiento. Sin embargo, el crecimiento económico no necesariamente implica un desarrollo económico, y para medir el progreso del municipio se recurrió al Índice de Desarrollo Humano.

El IDH mide el progreso conseguido por un país o región en tres dimensiones básicas para una vida digna: la salud, que es medida en la esperanza de vida al nacer; la educación, medida en la escolaridad y la escolaridad esperada; y el nivel de vida, medido

por el ingreso nacional bruto per cápita. Sin embargo, «solo refleja una parte de lo que entraña el desarrollo humano, ya que no contempla las desigualdades, la pobreza, la seguridad humana ni el empoderamiento» (ONU, 2016, en Gallardo Milanês, Oliveira Pataro y Mezzomo, 2016).

México es un país en el que se vive mucha desigualdad en todos los sectores, por lo que un IDH a nivel país no refleja la situación en sus distintas regiones. Afortunadamente, Baja California Sur tiene, bajo los criterios del PNUD, un desarrollo muy alto, especialmente en los dos municipios con mayor actividad económica, siendo estos Los Cabos y La Paz; lo anterior no va en función de la producción económica estatal, sino de la cantidad de habitantes en el estado y su proporción respecto al PIB de Baja California Sur.

Respecto al Índice de Especialización Económica, que mide el grado de especialización en un área determinada, en el que contrastamos el total anual de las actividades terciarias y el ingreso anual por concepto de Alojamiento temporal y preparación de alimentos y bebidas en el estado de Baja California Sur, con el total de las actividades terciarias y el ingreso anual por concepto de Alojamiento temporal y preparación de alimentos y bebidas en México durante el año 2014, se obtiene un IEE de 5.89847617; que acorde a los criterios del mismo, se concluye que esta es mayor que el área de referencia; es decir, Baja California Sur, como entidad económica, se desempeña mejor, en proporción, que el resto de México en el rubro de estudio. Los beneficios de dicha especialización suponen un incremento en la calidad del servicio y en el ingreso económico por dicha actividad. En este sentido, un aumento en el crecimiento económico estatal puede reflejarse en la inversión en infraestructura

y esta, a su vez, puede traducirse en nuevos empleos y en una mayor productividad.

Considerando lo anterior, el sector empresarial y el gobierno estatal tienen una oportunidad de crecimiento en dos sentidos. En primera instancia, la especialización de un área y/o un segmento de mercado permite una diferenciación y un aumento en la calidad del servicio, mediante la eficiencia de los agentes individuales. Por otra parte, la especialización puede ir encaminada hacia una diversificación entre sus mercados meta; es decir, ampliar la atracción de turistas hacia nuevos mercados.

ANEXO: NOTA TÉCNICA

Nota técnica para cálculo de IDH local, tomada del PNUD en la publicación del *Índice de Desarrollo Humano Municipal en México: una nueva metodología* (PNUD, 2014).

Índice de Salud

Para medir el progreso referente a la posibilidad de tener una vida larga y saludable, se utiliza la tasa de mortalidad infantil municipal de 2010 que reporta el Consejo Nacional de Población (CONAPO), como aproximación de la esperanza de vida al nacer. Para expresar la tasa de mortalidad infantil en términos de supervivencia infantil, es necesario hacerlo de la siguiente forma:

$$SI_m = \frac{tmi_m}{1000}$$

Como primer paso, es necesario obtener los valores máximos y mínimos de comparación para la construcción del índice.

El valor máximo del Índice de Salud (IS) se estima a partir de la tasa de mortalidad infantil más baja observada para 2010 en las estadísticas de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Esta es de dos muertes por cada 100 nacidos vivos, por lo tanto, la ecuación queda así:

$$max = 1 - \frac{2}{1000}$$

Posteriormente, al despejar min de la siguiente expresión, se obtiene el valor mínimo de referencia de la supervivencia infantil:

$$IS_{nac} = \frac{SI_{nac} - min}{max - min} \rightarrow min = \frac{SI_{nac} - (IS_{nac} \times max)}{1 - IS_{nac}}$$

En donde:

SI_{nac} se refiere al Índice de Salud Nacional obtenido a partir de la esperanza de vida

IS_{nac} es el valor correspondiente a la tasa de supervivencia infantil a nivel nacional.

Esta fue obtenida por el PNUD, mediante el promedio, ponderado por población, de la supervivencia infantil de todos los municipios del país en 2010. Este procedimiento calibró el nivel del indicador de sobrevivencia infantil correspondiente a la esperanza de vida al nacer, lo que permite realizar comparaciones internacionales con la hipótesis de que la distribución de la primera variable refleja la de la segunda (PNUD, 2014, p. 30; OMS, 2010).

Siguiendo el procedimiento, el Índice de Salud (IS) se obtiene para cada municipio (m) según la siguiente expresión:

$$IS_m = SI_m = \frac{\min}{\max - \min}$$

Índice de Educación

El Índice de Educación (IE) mide el progreso relativo de un municipio en materia de años promedio de escolaridad para personas mayores de 24 años, y años esperados de escolaridad para personas de entre 6 y 24 años (PNUD, 2014, p. 31). Ambos indicadores se obtienen del Censo de Población y Vivienda 2010, del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Los años promedio de escolaridad se calculan como la media de los años acumulados de todas las personas mayores de 24 años a nivel municipal.

$$Años\ promedios_m = \frac{1}{1} \sum_{i=1}^1 Años\ promedio_{i,m}$$

Los años esperados de escolarización se calculan a partir de las tasas de matriculación de cada edad para cada municipio:

$$Tasa\ de\ matriculación_{i,m} = \frac{personas\ inscritas_{i,m}}{personas_{i,m}}$$

Después, los años esperados se calculan de la siguiente forma:

$$\text{Años esperados}_m = \sum_{e=6}^{24} \text{Tasa de matriculación}_{e,m}$$

En donde:

m es el municipio

l es el total de personas i en el municipio m

e es la edad, con $e \in [6,24]$

El Índice de Educación (IE) se obtiene al emplear la media geométrica de ambos índices componentes en conjunto con los umbrales máximos y mínimos mencionados anteriormente:

$$IE_m = \sqrt{\frac{l \text{ años prom esc}_m \times l \text{ años esp esm}_m - \min}{\max - \min}}$$

Índice de Ingreso

En el IDH, el ingreso representa los aspectos del desarrollo humano que no se reflejan en una vida larga y saludable ni en los conocimientos adquiridos. El ingreso se considera un medio para elegir entre formas de vida valiosas. El Índice de Ingreso (II) utiliza el Ingreso Nacional Bruto (INB) como indicador de los recursos disponibles. Para el cálculo, se propone una estimación del ingreso corriente del que disponen las familias a nivel municipal, que se ajusta al INB proveniente del Sistema de Cuentas Nacionales

del INEGI. Este se expresa anualmente y en dólares PPC (Paridad de Poder de Compra) obtenido de los indicadores del desarrollo mundial del Banco Mundial. Finalmente, se contempla el ingreso ajustado expresado en dólares, con la finalidad de generar el II , utilizando la siguiente fórmula:

$$II_m = \frac{\ln(\text{ingreso}_m) - \ln(\text{min})}{\ln(\text{max}) - \ln(\text{min})}$$

El ingreso se expresa a precios de 2010, por lo que las cifras en moneda internacional representan dólares estadounidenses del mismo año (PNUD, 2014, pp. 30-31).

REFERENCIAS

- Blanchard, O. y Pérez, D. (2000). *Macroeconomía: Teoría y política económica con aplicaciones a América Latina*. Buenos Aires: Prentice Hall.
- Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR). (2016). Los Cabos: el lujo de mirar dos mares, disponible en: http://www.fonatur.gob.mx/es/proyectos_desarrollos/cabos/
- Galindo Martín, M. Á. (2011, enero). Crecimiento Económico. *Revista de Economía ICE. Tendencias y nuevos desarrollos de la teoría económica*, núm. 858, pp. 39-55. Madrid.
- Gallardo Milanês, O. A., Oliveira Pataro, C. S. y Mezzomo, F. A. (2016). «Los jóvenes universitarios y su visión sobre el desarrollo humano: un estudio en Unespar, Brasil». *Terra Plural*, vol. 10, núm. 2, pp. 266-284. Disponible en DOI: 10.5212/TerraPlural.v10i2.0007

- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED). (s.f.). Enciclopedia de los municipios y las delegaciones de México. Disponible en <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM03bajacaliforniasur/historia.html>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2014). *Anuario estadístico y geográfico de Baja California Sur 2014*. La Paz, Baja California Sur.
- _____ (2015). *Encuesta Intercensal*. México.
- Kuznets, S. (1966). *Modern Economic Growth: Rate, structure and spread*. New Haven: Yale University Press.
- Palacio-Prieto, J. L., Sánchez-Salazar, M. T., Casado Izquierdo, J. M., Propin Frejomil, E., Velázquez Montes, A., Chias Becerril, L. y Márquez Huitzil, R. (2004). «Indicadores del subsistema económico», en J. L. Palacio-Prieto, M. T. Sánchez-Salazar, J. M. Casado Izquierdo, E. Propin Frejomil, A. Velázquez Montes, L. Chias Becerril y R. Márquez Huitzil, *Indicadores para la caracterización y ordenamiento del territorio*, pp. 129-157. México: Jiménez Editores e Impresores. Disponible en <http://www.inecc.gob.mx/descargas/publicaciones/434.pdf>
- Polèse, M. (2002). «Economía urbana y regional», en M. Polèse, *Economía urbana y regional. Introducción a la geografía*, pp. 147-157.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2014). *Índice de desarrollo humano municipal en México: una nueva metodología*. México.
- _____ (2016). «Desarrollo Humano», en *Informe Nacional de Desarrollo Humano Guatemala*. Disponible en <http://desarrollohumano.org.gt/desarrollo-humano/calculo-de-idh/>
- Salguero Cubides, J. (2006). *Enfoques sobre algunas teorías referentes al desarrollo regional*. Disponible en <http://www.econo->

nia.unam.mx/cedrus/descargas/Enfoquessobrealgunasteo-
riasreferentesaldesarrolloregional.pdf

Secretaría de Desarrollo Económico, Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT). (2015, octubre). *Información Estratégica Los Cabos 2015*, núm. 6. Baja California Sur, México. Disponible en http://sdemarn.bcs.gob.mx/docs/publicaciones/estrategico_loscabos_oct2015.pdf



Áreas naturales protegidas y turismo sustentable en Baja California Sur

Óscar Arizpe Covarrubias
Elizabeth Olmos-Martínez
Reyna María Ibáñez Pérez
Luz Fabiola Armenta Martínez

ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS

A nivel mundial, las denominadas áreas naturales protegidas (ANP) constituyen elementos claves en la aplicación de las políticas ambientales y, de igual manera, se consideran esenciales para preservar la biodiversidad. Las ANP se han consolidado como instrumentos indispensables para el desarrollo sostenible. México es uno de los cinco países con los más altos niveles de biodiversidad en el mundo, pero es también uno de los más impactados por la actividad humana, teniendo una de las tasas de deforestación y erosión más elevadas del planeta.

La Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP) establece que los recursos naturales conforman una reserva estratégica fundamental para la soberanía y el desarrollo integral de México. Por ello se planteó la consolidación del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas, así como la instrumentación de programas para la conservación, manejo y ad-

ministración de los recursos en dichas áreas (CONANP, 2016). Las ANP se convierten en una fuente generadora de múltiples beneficios socioeconómicos y culturales, y permiten fomentar la conservación de hábitats, así como la diversidad de especies de flora y fauna que ocupen ese territorio.

De acuerdo con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP) y la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (IUCN), se puede definir a una ANP como una sección de tierra y/o mar que es destinada a la protección y conservación de la diversidad biológica y de los recursos naturales con el propósito de lograr la conservación de la naturaleza a largo plazo y mantener con ello los servicios ecosistémicos y los valores culturales que brinda (IUCN, 2012).

Su importancia radica en el almacenaje de recursos para uso humano, provisión de servicios esenciales como lo son suministro de agua, producción de comida, y salud pública; adicional a esto, en cuanto a conservación de recursos naturales y biodiversidad, las ANP mantienen hábitats, proveen refugio, permiten la migración de las especies, aseguran el mantenimiento de los procesos naturales, son la principal fuente de agua potable para la tercera parte de las ciudades más grandes del mundo y son de gran importancia en cuanto a la seguridad alimenticia del planeta.

Entre los servicios ambientales que proporcionan esas áreas está la reducción de inundaciones e incendios forestales no naturales, el control de la erosión, y la retención y purificación del agua. Los ecosistemas que se encuentran en áreas protegidas proveen beneficios de naturaleza diversa a todos los niveles: local, nacional y global. A nivel global, se ha estimado que el valor de

los beneficios que prestan las áreas naturales protegidas puede superar por mucho los costos de la conservación. Aunado a esto, se ha encontrado en diversos casos de estudio que los beneficios de la conservación de la biodiversidad también superan los beneficios de convertir hábitats naturales, o de uso extensivo, en tierras de uso intensivo para la agricultura o silvicultura (Kettunen *et al.*, 2010).

Desde hace más de un siglo, en todo el mundo se han transformado las ANP en ecosistemas relevantes. En este escenario, México ha promovido el establecimiento de ANP como mecanismos para proteger y fomentar el desarrollo sostenible de muchas regiones de importancia no solo ambiental. Desde 1917 se han creado diferentes categorías de ANP, incrementando gradualmente su número, a tal grado que, el 5 de diciembre de 2016, en solo un mes, se haya cuadruplicado su extensión, pasando de 27 millones de hectáreas a más de 90 millones, con un total de 181 ANP en tierra y mar (CONANP, 2017a).

La península de Baja California es una zona geográfica privilegiada con un alto valor natural, histórico y cultural, cuya importancia ha sido reconocida internacionalmente. Baja California Sur es el estado mexicano que presenta una de las más altas tasas de crecimiento poblacional, con una gran presión del desarrollo turístico; es también el de mayor extensión de línea costera, mayor biodiversidad de recursos marinos y con la mayor proporción de ANP en nuestro país (Arizpe *et al.*, 2014). Todo ello ha creado el escenario ideal para el desarrollo de actividades económicas y productivas, destacando de manera importante el turismo, para el que las ANP conforman un valor agregado al desarrollo de esta actividad con un enfoque en la sustentabilidad.

LAS ANP DE BAJA CALIFORNIA SUR

A la luz de lo anterior, en este apartado se ofrece una descripción resumida de las ANP más relevantes de Baja California Sur como base para el conocimiento y, dado el caso, elaboración de proyectos de turismo sustentable en el estado, sin perder de vista que además de la conservación de la biodiversidad se debe facilitar el empoderamiento y beneficio para las comunidades en ellas asentadas.

Para esto, en la tabla 1 se resumen las diferentes ANP de Baja California Sur, su extensión y modalidad de protección, tanto las de nivel federal y estatal como aquellas que poseen un estatus internacional, como son las establecidas por la UNESCO y Ramsar. Asimismo, con la finalidad de corroborar la información y establecer el sistema de análisis, se recurrió a la Dirección Regional de la CONANP definiendo las ANP más relevantes en función de centros de población. La información base que se describe a continuación procede mayormente de Arizpe (2015) y de los análisis de un taller de las ANP ante el cambio climático que coordinamos con el personal directivo de las áreas naturales protegidas de Baja California Sur.

TABLA 1. Extensión de las áreas naturales protegidas de Baja California Sur

ANP	Modalidad	Km ²
«El Vizcaíno»	Reserva de la biosfera. A su vez, Laguna San Ignacio y Laguna Ojo de Liebre: sitios Ramsar, MAB UNESCO y Patrimonio Natural de la Humanidad	21 833.5
Humedal La Sierra de Guadalupe	Sitio Ramsar	3480.9

Humedal Los Comondú	Sitio Ramsar	4609.6
Oasis Sierra de la Giganta	Sitio Ramsar	411.8
Bahía de Loreto	Parque nacional, MAB UNESCO y Patrimonio natural de la Humanidad	2065.8
Archipiélago de Espíritu Santo	Parque nacional	486.6
Balandra	Sitio Ramsar	0.5
Humedales Mogote-Ensenada de La Paz	Sitio Ramsar	91.8
Oasis de la Sierra El Pilar	Sitio Ramsar	1808.0
Sierra La Laguna	Reserva de la biosfera	1124.4
Cabo Pulmo	Parque nacional y Patrimonio Natural de la Humanidad	71.1
Sistema Ripario de la Cuenca y Estero de San José del Cabo	Reserva ecológica estatal y sitio Ramsar	1242.2
Arco de Cabo San Lucas	Monumento nacional	0.4
Islas del Pacífico mexicano	Reserva de la biosfera	1161.3

Fuente: Arizpe *et al.* (2014) y CONANP (2017a).

Reserva de la biosfera El Vizcaíno

Nombre: Reserva de la biosfera El Vizcaíno.

Decreto: 30 de noviembre de 1988.

Superficie: 2 546 790 ha.

Programa de manejo (INE/SEMARNAP, 2000): en 1993, la UNESCO reconoció las Pinturas Rupestres de la Sierra de San Francisco

como patrimonio de la humanidad y a las Lagunas del Vizcaíno como refugio de ballenas, gracias a su valor excepcional y universal como sitios cultural y natural; asimismo, pertenece a la Red internacional El Hombre y la Biosfera (MAB).

Localización: extremo norte del estado de Baja California Sur dentro de los límites políticos del municipio de Mulegé. Se limita al norte por el paralelo de 28° de latitud que divide los estados de Baja California y Baja California Sur.

Problemática: se caracteriza por una situación compartida entre varias ANP del país, generada por el valor económico, biológico y ecológico que se le asigna a los recursos naturales y que se encuentran en un proceso actual de deterioro, que es necesario detener y revertir.

Las principales amenazas que se mencionan para esta reserva son:

- Cacería furtiva.
- Sobreexplotación de agostaderos, mantos acuíferos subterráneos y recursos pesqueros.
- Expansión de vasos de desecación, que disminuye el hábitat del berrendo y otros animales.
- Contaminación de las aguas por la industria salinera y falta de infraestructura hidráulica en comunidades alejadas.
- Extracción de cactáceas, reptiles y piezas arqueológicas.
- Turismo incontrolado, por ejemplo, el concepto de ballena «amiga», que ocasiona que el visitante pida a los lancharos la posibilidad de tocar el lomo de estos cetáceos.

Bahía de Loreto

Nombre: Parque nacional Bahía de Loreto.

Decreto: 19 de julio de 1996.

Superficie: 206 580 ha.

Programa de manejo (SEMARNAT/CONANP, 2002): se crea con el objetivo de conservar los ecosistemas y la biodiversidad asociada a esta bahía, así como para propiciar el desarrollo social de las comunidades asentadas en la zona; hace más de tres siglos, la zona de Loreto y las islas que ahora conforman el Parque nacional Bahía de Loreto fueron pobladas por el grupo étnico guaycura. Posteriormente, tuvo un papel trascendental como la primera capital de las Californias, cabeza y madre de las misiones de la Alta y Baja California, en donde se fundó la primera misión jesuita por el padre Juan María de Salvatierra en 1697.

Localización: ubicada en el Golfo de California, en las costas del municipio de Loreto. En su mayoría, de ambiente marino, incluye las islas Coronados, Carmen, Danzante, Montserrat y Santa Catalina (o Catalana). Las islas e islotes comprenden el 11.9 % del total de su superficie.

Problemática: de acuerdo con el Instituto Nacional de Ecología (INE), hoy Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático (INECC), en conjunto con la SEMARNAT, antes llamada Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (SEMARNAP), entre los desafíos a los que se enfrenta el Parque nacional de Bahía de Loreto se encuentran:

- Circulación de vehículos motorizados en la zona federal marítimo terrestre (ZOFEMAT).
- Obras de relleno en la ZOFEMAT, debidas al desarrollo turístico.
- Perturbación de las colonias de lobos marinos presentes en el área.
- Sobreexplotación de los recursos pesqueros, carencia de permisos para realizar las actividades señaladas: saqueo de especies bajo alguna categoría de protección y depósitos

fósiles, pesca y aprovechamiento de recursos en veda, uso y aprovechamiento de la ZOFEMAT.

- Impacto sobre la vegetación aledaña, creación de nuevos senderos, introducción de especies no nativas y contaminación orgánica por heces fecales.
- Uso de redes de encierro, presencia de barcos camaroneeros y tiburoneeros, extracción ilegal de especies bentónicas, como varias especies de caracol, pepino gigante de mar, almeja burra y callo de hacha.
- Incumplimiento de los límites diarios de pesca deportivo-recreativa, desarrollo de pesca comercial sin autorización (INE/SEMARNAP, 2000).

Islas del Golfo de California

Nombre: Islas del Golfo de California.

Decreto: 2 de agosto de 1978.

Categoría original: Zona de Reserva y Refugio de Aves Migratorias y de la Fauna Silvestre.

Categoría actual: a partir del 7 de junio de 2000, esta zona se recategoriza como Área de Protección de Flora y Fauna.

Superficie: 380 000 ha aproximadamente (<http://islasgc.conanp.gob.mx/>).

Programa de manejo (SEMARNAT/CONANP, s/f): forma parte del programa internacional El Hombre y la Biosfera (MAB) y de la Red mundial de reservas de la biosfera de la UNESCO, como Reserva especial de la biosfera. En julio de 2005 las áreas protegidas que se encuentran dentro del Golfo de California fueron inscritas al listado del patrimonio natural de la

humanidad de la UNESCO. Previamente se había decretado la Isla Tiburón como Zona de reserva y refugio de fauna silvestre el 15 de marzo de 1963 con el fin de proteger al venado bura (*Odocoileus hemionus sheldoni*) endémico de esta isla. Posteriormente, el 30 de mayo de 1964, se decretó la Isla Rasa como una Zona de reserva y refugio de aves migratorias y fauna silvestre para la protección de las aves marinas que anidan en ella. Su administración está a cargo de la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP). Por la vasta extensión geográfica que comprende esta reserva, su administración se lleva a cabo a través de cuatro direcciones. Actualmente, la comunidad seri instrumentó la Unidad de Manejo y Aprovechamiento de la población de borrego cimarrón en la Isla Tiburón.

Localización: abarca las islas ubicadas frente a los estados de Baja California, Baja California Sur, Sonora y Sinaloa. Dentro de estos límites, el área natural protegida incluye 898 islas, que corresponden a todos los accidentes insulares en sus diferentes tipos. La región de Baja California Sur comprende todas las islas e islotes desde la Isla Tortuga, ubicada frente a las costas de la ciudad de Santa Rosalía en el municipio de Mulegé, hasta el complejo insular San José, Isla Espíritu Santo y Cerralvo, en las cercanías de la ciudad de La Paz.

Problemática:

- Introducción de especies exóticas de plantas y animales que impactan a las especies nativas.
- Perturbación de colonias de anidación de aves marinas acuáticas y terrestres.
- Perturbación de colonias reproductivas y de descanso del lobo marino de California.

- Destrucción y/o extracción de especies vegetales para la colecta de semillas, retoños y/o plantas enteras.
- Saqueo de flora y fauna nativa y/o endémica y cacería clandestina.
- Enmallamiento de aves marinas y lobos marinos en redes de pesca ribereña y comercial en los alrededores de la isla.
- Contaminación por acumulación de desechos humanos.
- Deforestación y erosión del suelo causada por la constante remoción de la vegetación y/o piedras y por la creación frecuente de senderos y áreas para campamentos en algunas de las islas.
- Incremento no ordenado del número de usuarios en algunas de las islas cercanas a las costas.
- Saturación de la capacidad de carga de algunas islas, en particular de las del suroeste del Golfo de California.
- Saqueo de zonas arqueológicas, fósiles, esqueletos de animales, rocas y conchas.
- Perturbación de sitios sagrados utilizados tradicionalmente por comunidades indígenas (SEMARNAT/CONANP, s/f)

Parque nacional Espíritu Santo

Nombre: Parque nacional archipiélago Espíritu Santo.

Decreto: 10 de mayo de 2007.

Superficie: 48 654-83-10.41 ha conformadas por dos polígonos, el Bajo de Espíritu Santo con una superficie de 905-43-04.34 ha y el conocido como Espíritu Santo con una superficie de 47 749-40-06.07 ha.

Programa de Manejo (SEMARNAT/CONANP, 2014): la porción terrestre del archipiélago de Espíritu Santo forma parte del área

de protección de flora y fauna Islas del Golfo de California. En el segundo polígono, conocido como Espíritu Santo, se ubican tres zonas núcleo: los Islotes, Bahía San Gabriel y la zona marina comprendida entre Punta La Bonanza y Punta Lobos.

Localización: el polígono general Espíritu Santo se localiza alrededor de las Islas Espíritu Santo y Partida. El parque Nacional, específicamente la parte marina del archipiélago de Espíritu Santo, se encuentra ubicado en el Golfo de California frente a las costas del municipio de La Paz, Baja California Sur. Influenciado por las aguas de la bahía de La Paz, al oeste, y por las aguas del Golfo de California al este. Conformando el complejo insular Espíritu Santo, están la Isla Partida y la Isla Espíritu Santo, así como tres islotes que se ubican frente litoral occidental de la Isla Espíritu Santo: La Ballena, El Gallo y La Gallina, además de cuatro promontorios rocosos: los Islotes al norte de Isla Partida, uno cerca de esta y dos más frente a Espíritu Santo.

Problemática:

- Floraciones algales nocivas que han ocasionado cierres temporales de las actividades de turismo y pesca, lo que ha provocado pérdidas económicas.
- Deterioro del hábitat y disturbio de flora y fauna, principalmente causados por el sector turístico, en donde las actividades más comunes eran la colecta de especímenes y materiales, y daños a las comunidades coralinas.
- Tala de mangles para utilizarlos como leña.
- Modificación de ecosistemas.
- Daño al fondo marino por boyas y anclaje en la zona.
- Contaminación por combustible y tránsito de embarcaciones mayores. Entre otros materiales se reporta aluminio, vidrio, ropa y plásticos.

- Introducción de especies exóticas.
- Disminución de la diversidad y extinción de especies locales.
- Disminución de recursos marinos, con impacto en la pesca artesanal, y conflictos por uso de artes de pesca dañinos, como buceo con arpón, encierros o chinchorros.
- Permisos de pesca irregulares y falta de regionalización.
- Problemática entre el sector turístico y otros (SEMARNAT/CONANP, 2014).

Cabo Pulmo

Nombre: Parque nacional Cabo Pulmo.

Decreto: 6 de junio de 1995.

Superficie: 7111-01-00 ha.

Programa de manejo (SEMARNAT/CONANP, 2006): esta es una de las contadas áreas arrecifales en el Pacífico este y la única en el Golfo de California o Mar de Cortés, y una con la diversidad biológica más alta en la costa mexicana del Pacífico. Fue inscrito como parte contratante ante la Convención Ramsar el 2 de febrero de 2008; la UNESCO anunció el 14 de julio, en Durban, Sudáfrica, la inscripción de las islas y áreas protegidas del Golfo de California en el listado de sitios de patrimonio mundial natural. El 99 % de su extensión está constituida por la porción marina y el 1 % restante es la zona federal marítimo terrestre correspondiente. Previo a la declaratoria como ANP, uno de los problemas presentes en el área era la pesca comercial en la zona del arrecife, lo que representaba una amenaza para el ecosistema. Actualmente, existe un control de la pesca

dentro de la poligonal decretada y cada jefe de familia tiene permitido una cuota de pesca de 10 kg diarios para uso doméstico, la cual ha sido respetada.

Localización: el Parque nacional Cabo Pulmo está ubicado en el municipio de Los Cabos, Baja California Sur (entre las ciudades de La Paz y San José del Cabo), en la costa del Golfo de California (SEMARNAT/CONANP, 2006).

Problemática:

- La pesca deportiva en las zonas contiguas al parque no presenta ningún control, no se tiene información sobre volúmenes de captura ni sobre quién las realiza.
- Uso de recursos forestales como combustible o leña, así como el uso de algunas especies con fines medicinales.
- Contaminación por tráfico náutico, derrames de combustible, diésel, petróleo y aceite; captura de especies de ornato con sustancias químicas (cianuro de sodio y quinaldina); desechos sólidos en las zonas de influencia y costera.
- Destrucción del hábitat por construcción dentro de la ZOFEMAT o que incumplen con la normatividad, desarrollos turísticos, construcción de muelles y embarcaderos, canales y extracción de materiales de construcción, etcétera.
- Malas prácticas de buceo, daño mecánico, perturbación de organismos, tráfico náutico, anclaje y varamiento.

Área de protección de flora y fauna Cabo San Lucas

Nombre: Área de protección de flora y fauna (APFF) Cabo San Lucas.

Decreto: 29 de noviembre de 1973.

Categoría original: zona de refugio submarino de flora y fauna y condiciones ecológicas del fondo en Cabo San Lucas.

Categoría actual: APFF, desde el 7 de junio de 2000.

Superficie: 3996 ha, de las cuales 208 (5.2 %) es superficie terrestre y 3787 (94.8 %) es superficie marina, por lo que podemos decir que esta ANP es un parque marino.

Programa de manejo: la UNESCO declaró la zona como patrimonio mundial, en su apartado de recursos naturales, islas y áreas protegidas del Golfo de California (CONANP, 2008, p. 36).

Localización: en el corazón de la ciudad de Cabo San Lucas, en el municipio de Los Cabos, Baja California Sur, México.

Problemática:

- La flora y la fauna se encuentran bajo la presión de distintas amenazas provocadas por las actividades humanas.
- Entre otras cosas, el asentamiento poblacional en los alrededores amenaza con modificar el entorno, debido a los problemas de erosión que provocan.
- Contaminación de los sistemas marinos por la gran cantidad de desechos sólidos que se produce, así como por aguas residuales.
- Alta presencia de megaproyectos turísticos con impactos negativos sobre el ambiente, a pesar de la regulación ambiental.
- Existe un fuerte conflicto entre la vocación de la zona para pesca deportiva y pesca comercial, a pesar de que el decreto de establecimiento del ANP prohíbe la pesca en el sitio.
- Presencia de embarcaciones tanto del sector turístico como del pesquero y comercial.

- Las malas prácticas de los buzos y turistas que visitan los arrecifes; algunos guías e instructores manipulan la fauna para mostrarla al visitante (CONANP, 2008).

Área de protección de flora y fauna Balandra

Nombre: Área de protección de flora y fauna Balandra.

Decreto: 30 de noviembre de 2012.

Superficie: 2512-73-07.50 ha.

Programa de manejo (*Diario Oficial de la Federación*, 29 de octubre de 2015): espacio de relevancia ecológica por la presencia de tres especies de mangle, el mangle rojo (*Rhizophora mangle*), seguido del mangle blanco (*Laguncularia racemosa*) y en la parte más alejada de la laguna, el mangle negro (*Avicennia germinans*). Cabe señalar que el área de protección de flora y fauna está inscrita en la Convención Ramsar.

Localización: en el estado de Baja California Sur, municipio de La Paz, a 25 km de la capital del estado, por la carretera Pichilingue-La Paz y con acceso a la carretera Pichilingue-El Tecolote, a 8 km del puerto.

Problemática:

- Actividades comerciales sin regulación, pesca ilegal, sobrepesca y acuicultura.
- Tenencia de la tierra en conflicto y desarrollos inmobiliarios en las zonas aledañas.
- Minería en la zona de influencia (extracción de piedra cantera para construcciones).
- Recinto portuario Puerto de Pichilingue; este puerto comercial y de pasajeros recibe a granel mineral agrícola y

carga en general que generan impactos negativos en el ambiente.

Reserva de la biosfera Sierra de la Laguna

Nombre: Reserva de la biosfera Sierra de la Laguna.

Decreto: 6 de junio de 1994.

Superficie: 112 437-07-25 ha, que incluye una zona núcleo de 32 519-82-62.5 ha y dos zonas de amortiguamiento con superficies de 79 317-24-62.5 ha y 600-00-00 ha.

Programa de manejo (SEMARNAT/CONANP, 2003): la constitución de esta área natural protegida tiene una gran relevancia por contener ecosistemas únicos, además de su gran valor como sitio de recarga de los mantos acuíferos.

Localización: en los municipios de La Paz y Los Cabos, en la parte sur del estado de Baja California Sur, forma parte de un macizo montañoso, del que la reserva ocupa una extensión de aproximadamente 48 km de largo y un promedio de 20 km de ancho.

Problemática:

- Falta de aplicación de la normatividad.
- Recursos económicos y humanos insuficientes para su manejo y vigilancia.
- La falta en la definición de la capacidad de carga o límite de cambio aceptable.
- Pérdida de cobertura vegetal.
- Ganadería extensiva.
- Pérdida del arraigo y de los usos tradicionales de sus recursos naturales, que pudieran propiciar un cambio en los usos y costumbres, en lo socioeconómico, ambiental y cultural.

- Conflictos de propiedad y tenencia de la tierra.
- Amenaza de la minería a cielo abierto, particularmente en la región noroeste.
- Falta de información y conocimiento que permita determinar con precisión las condiciones del recurso hídrico (SEMARNAT/CONANP, 2003).

Reserva ecológica estatal estero de San José del Cabo

Nombre: Reserva ecológica estatal estero de San José del Cabo.

Decreto: 8 de octubre de 1993.

Superficie: 766-68-4 ha; actualmente, 512-22-98 ha.

Programa de manejo (*Boletín Oficial Extraordinario*, 2004): desde su decreto, esta área natural de competencia estatal ha sufrido diversas modificaciones, tanto en su poligonal como en lo administrativo. La pérdida del brazo norte del estero y la consiguiente disminución del espejo de agua, el rápido crecimiento urbano, así como la presión de los desarrollos turísticos que colindan con esta área, y la falta de un instrumento rector actualizado de esta ANP, han impactado drásticamente y negativamente, limitando la recuperación de esta zona.

Localización: en la región sureste del estado de Baja California Sur, contigua a la zona urbana de la ciudad de San José del Cabo, cabecera municipal de Los Cabos. El estero presenta condiciones ecológicas limnéticas, con comunidades típicas de agua dulce, y está separada del océano por una barra arenosa.

Problemática:

- Cambio de uso del suelo y la construcción irregular de instalaciones dentro de la reserva, caballerizas y renta de motos.

- Desarrollo de proyectos turísticos que generan impactos directos e indirectos como el proyecto turístico Puerto Los Cabos, y su marina interior a 800 m de distancia del cuerpo de agua.
- Elevado crecimiento urbano de San José del Cabo.
- Introducción de especies exóticas como tilapia, *Cryptostegia grandiflora* y *goopies*.
- Aumento en la tasa de erosión debido al impacto de actividades humanas.
- Aprovechamiento ilegal de hoja de palma así como de palma completa.
- La alta incidencia de incendios dentro de la reserva.
- Tiraderos de basura y escombros cauce arriba del estero.
- Eutrofización del cuerpo de agua por la falta de capacidad de la planta de tratamiento de aguas negras ubicada a un costado del cuerpo de agua, lo que ocasiona contaminación constante.

Islas del Pacífico de la península de Baja California

Nombre: Área natural protegida Islas del Pacífico de la península de Baja California.

Decreto: 7 de diciembre de 2016.

Categoría: Reserva de la biosfera.

Superficie: 1161 222-97-89.71 ha, de las cuales 70 139-62-39.87 ha corresponden a la superficie terrestre y 1 091 083-35-49.84 ha a la superficie marina.

Programa de manejo: se desconoce si tiene un programa de manejo, siendo difícil que en un periodo breve se completen por lo reciente de su creación.

Localización: en el Océano Pacífico, frente a la costa occidental de la península de Baja California, se localizan 21 islas y 97 islotes de jurisdicción federal, algunas agrupadas en archipiélagos y cuyos nombres de norte a sur son: las islas Coronado Norte, Coronado, Coronado Centro, Coronado Sur y tres islotes; islas Todos Santos Norte, Todos Santos Sur y 18 islotes; isla San Martín; isla San Jerónimo y un islote; isla Adelaida; islas San Benito Oeste, San Benito de en Medio, San Benito Este y 23 islotes, e isla Cedros y 10 islotes. En el estado de Baja California Sur están las islas Santo Domingo y 16 islotes; isla Santa María y tres islotes; isla Magdalena y 17 islotes; isla San Gil y dos islotes, isla Pauquino y cuatro islotes, islas Pájaros y Creciente, y la isla Los Alijos.

Problemática:

- No obstante que las islas del Pacífico de Baja California aún mantienen una rica diversidad de especies nativas y endémicas, algunas de estas están amenazadas por la depredación y la competencia de especies no nativas, introducidas o exóticas; de manera análoga, muchas especies de animales insulares no tienen temor a depredadores introducidos —como las aves marinas con relación a los gatos domésticos ferales— o no tienen medios de escape y defensa, quedando inermes frente a estos depredadores.
- Otras amenazas específicas para las especies de vida silvestre de estas islas derivan del incremento de las actividades

humanas desordenadas en las propias islas y sus alrededores, pues las poblaciones humanas costeras del noroeste de México están creciendo de manera acelerada; no se da aún un manejo integral enfocado a la conservación ambiental y al cuidado de los recursos naturales; la supervisión y la vigilancia son muy escasas o nulas, cuando las leyes y reglamentos vigentes indican que estos ambientes naturales y sus especies debieran protegerse rigurosamente.

- Existen algunas obras de infraestructura federal en estas islas, como son la instalación, mantenimiento y operación de señales marítimas, que aún se llevan a cabo sin los cuidados óptimos para la vida silvestre. Si bien ha habido mejoras notables en los últimos tiempos, hay aún impactos no regulados de los destacamentos de la Secretaría de Marina-Armada de México y de las actividades de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Es necesario que todo tipo de actividades y obras, con independencia del tipo de actor que la realiza, se den con supervisión y bajo los más altos estándares de manifiestos de impacto ambiental de ley.

TURISMO SUSTENTABLE

Marco legal y normativo aplicable al turismo sustentable

La creciente preocupación por cuidar el ambiente, y la importancia adquirida por el turismo, ha llevado a fortalecer los convenios internacionales y a la creación de un amplio marco referencial, y normativo orientado a regular e incentivar el desarrollo susten-

table del turismo en las ANP. A este respecto México realiza diversas acciones, destacando (Secretaría de Turismo, 2016; Ibáñez, 2016a y 2016b; CONANP, 2007; Bezaury y Gutiérrez, 2009):

- a) Los convenios y tratados internacionales, entre los cuales se encuentra la Convención de Diversidad Biológica y la World Heritage Convention de la UNESCO.
- b) Leyes tales como la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, la Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente (LGEEPA), la Ley General de Turismo (LGT), la Ley de Desarrollo Rural Sustentable (LDRS), la Ley de Aguas Nacionales (LAN), la Ley General para la Prevención y Gestión Integral de Residuos (LGPGIR) y la Ley Federal de Derechos (LFD).
- c) Reglamentos, entre los cuales se encuentran el Reglamento de la LGEEPA en Materia de Áreas Naturales Protegidas, en materia de Ordenamiento Ecológico Territorial, en Impacto Ambiental y en ANP, el Reglamento de la Ley General de Turismo, el Reglamento de Turismo Náutico y el Reglamento de Inspección de Seguridad Marítima.
- d) Decretos de ANP, incluyendo guías y lineamientos estipulados por la CONANP y la SEMARNAT.
- e) Normas oficiales voluntarias u obligatorias, por mencionar algunas: NMX-AA-133-SCFI-2006, sobre los requisitos y especificaciones de sustentabilidad del ecoturismo; PROY-NMX-AA-119-SCFI-2005, de marinas turísticas; NOM-059-SEMARNAT-2010, relacionada con la protección ambiental de especies de flora y fauna silvestres nativas de México, categorías de riesgo y especificaciones para su inclusión, exclusión o cambio; NOM-131-SEMARNAT-2010, que estable-

ce lineamientos y especificaciones para el desarrollo de actividades de observación de ballenas, relativos a su protección y la conservación de su hábitat; NOM-022-SEMARNAT-2003, que establece las especificaciones para la preservación, conservación, aprovechamiento sustentable y restauración de los humedales costeros en zonas de manglar; NOM-06-TUR-2009, referente a los requisitos mínimos de información, higiene y seguridad que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de campamentos; NOM-05-TUR-2003, sobre los requerimientos mínimos de seguridad a que deben sujetarse las operadoras de buceo para garantizar la prestación del servicio; NOM-09-TUR-2002, que establece los elementos a que deben sujetarse los guías especializados en actividades específicas; NOM-08-TUR-2002, que establece los elementos a que deben sujetarse los guías generales y especializados en temas o localidades específicas de carácter cultural; NOM-07-TUR-2002, de los elementos normativos del seguro de responsabilidad civil que deben contratar los prestadores de servicios turísticos de hospedaje para la protección y seguridad de los turistas o usuarios; NOM-011-TUR-2001, requisitos de seguridad, información y operación que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de turismo de aventura; NOM-010-TUR-2001, donde se estipulan los requisitos que deben contener los contratos que celebren los prestadores de servicios turísticos con los usuarios-turistas.

- f) Otros, guía para la presentación de una Manifestación de Impacto Ambiental (MIA) del sector turístico en su modalidad particular, criterios de capacidad de carga o límites de cambio aceptables y otras leyes y reglamentos que se relacionen en forma indirecta con el turismo y las ANP.

Visitación y derrama económica

La creciente visitación turístico-recreativa en las ANP es una realidad mundial. En México, el turismo en estos sitios se ha visto en aumento, tan solo entre 2002 y 2005, el número de visitantes de las ANP alcanzó los 20 millones, generando una derrama económica de aproximadamente 5000 millones de pesos (CONANP, 2006). Actualmente, se considera que 89 de las 181 ANP de México cuentan con potencial para realizar actividades relacionadas con el turismo sustentable. De acuerdo con el registro de visitación, y conforme al cobro de derechos de la CONANP (2016), el mayor flujo turístico se registró en 15 ANP, entre las que se encuentran: la Reserva de la Biosfera El Vizcaíno, el Complejo Insular Espíritu Santo y el Área de Protección de Flora y Fauna Islas del Golfo de California. Cabe destacar que existen otros sitios y ANP en Baja California Sur, donde también existen importante afluencia de visitantes, tal es el caso del Parque Nacional de Cabo Pulmo, el Área de Protección de Flora y Fauna Cabo San Lucas y la Reserva Ecológica Estatal Estero de San José del Cabo.

A la fecha, no existen estadísticas globales, sobre el número de visitantes en todas las ANP de Baja California Sur; sin embargo, con base en datos de Ibáñez (2014, 2016, 2016b), Olmos-Martínez *et al.* (2015a), Cortés y Miranda (2015), Hernández (2013), Alpizar (2013), Calderón *et al.* (2013), Fasio (2013), SEMARNAT (2013) y Rebolledo (2013), se estima que en 2011 se recibieron 155 557 personas que realizaron actividades turísticas-recreativas. Asimismo, la derrama económica, tan solo por pago de derechos, osciló en 9 333 420 pesos, esto sin considerar gastos de traslado, hospedaje, alimentación, trasporte local y contratación de servicios recreativos (Ibáñez, 2016b).

Actividades y tipologías del fenómeno turístico

Las actividades turísticas que se desarrollan en estas zonas están establecidas dentro de los planes de manejo y los criterios de zonificación de cada ANP; en general, las actividades permisibles son aquellas que generan bajo impacto, en virtud de que permiten crear conciencia de protección a la biodiversidad natural y además, representan una alternativa económica que beneficia a comunidades y usuarios locales (CONANP, 2016). Las actividades turístico-recreativas que se practican en las ANP de Baja California Sur son, en reservas de la biosfera: visitas guiadas y no guiadas, observación de aves, flora y fauna silvestre y endémicas, senderismo, rapel, montañismo, campismo, escalada en roca, excursionismo, ciclismo de bajo impacto, educación ambiental y turismo científico; en parques nacionales y reservas especiales: visitas guiadas y no guiadas, observación de aves, peces, arrecifes, cetáceos, de flora y fauna endémica o migratoria (en especial, tiburón ballena y ballena gris), senderismo, rapel, montañismo, buceo, *snorkel*, campismo, kayak, rafting, paseo en lancha, turismo científico, escalada en roca, excursionismo, ciclismo de bajo impacto y pesca recreativa y deportiva (Ibáñez, 2016b; Fasio, 2013; Hernández, 2013; Alpizar, 2013; Olmos-Martínez *et al.*, 2015a).

CONSIDERACIONES FINALES

Si bien en Baja California Sur un bajo porcentaje de la población desconoce el significado de una ANP, la mayor parte está consciente de que hay que proteger las áreas que no han sido afectadas por el hombre, y casi la mitad sabe que existe una institución

encargada de la vigilancia y protección de estas. A pesar de esto, más de la mitad de la gente que vive dentro de las ANP no sabe cuál es la importancia de vivir en estas zonas, de los programas de manejo, reglamentación y normatividad de las mismas, o de las actividades permitidas y prohibidas. Haciendo referencia específicamente al programa de manejo, en un estudio realizado por Olmos-Martínez *et al* (2016) dentro de la Reserva Ecológica Estatal Estero San José del Cabo, solo el 38 % de los habitantes de la zona dijo conocer que existe un programa de manejo, a la vez que un 48 % percibe una mejora en su calidad de vida tras la declaratoria de dicha ANP.

Al parecer, algunos cambios realizados en las actividades permitidas dentro de las ANP han afectado las actividades económicas y sociales de sus habitantes. Asimismo, casi la mitad de ellos no consideran que haya mejorado su calidad de vida desde su decreto; por ejemplo, Olmos-Martínez *et al.* (2015b) encontró que en la Reserva de la Biosfera Sierra La Laguna los habitantes perciben cambios en su forma de vida en dos sentidos, por un lado perciben exclusión desde la creación de la reserva dado que se restringe la actividad ganadera extensiva debido el sobrepastoreo y daño a la vegetación (cabe mencionar que la ganadería es una de las actividades económicas tradicionales en el área), así como la caza de ciertas especies animales que eran parte de su dieta diaria y ahora esta prohibida; por otro lado, reconocen que se han beneficiado por los programas de desarrollo y financiamiento de actividades económicas como el ecoturismo y creación de viveros de traspatio, entre otros, que apoyan la economía familiar.

No obstante, en general, estas comunidades no perciben haber mejorado su calidad de vida, lo que también se ve reflejado en el interés de los habitantes de las ANP por tener contacto con auto-

ridades y participar con estas en reuniones, talleres y foros para conocer más acerca de la importancia de las áreas donde viven y los beneficios que esto trae para ellos; más aún, ante el deterioro de las ANP observado por sus habitantes, lo cual también marca los puntos vulnerables que deben ser atendidos. A manera de resumen los principales deterioros observados son los siguientes:

- Reducción de superficie forestal por cambio de uso de suelo
- Aumento de la zona costera impactada.
- Incremento de sequías, lo que resulta en la falta de agua potable.
- Mayor frecuencia e intensidad de huracanes, y lluvias más intensas y/o menos frecuentes.
- Cambio en patrones de lluvia y vientos.
- Bajo rendimiento de cosechas por temperaturas extremas (frío o calor).
- Pérdida de hato ganadero por sequías pronunciadas.
- Reducción de la actividad pesquera por cambio en las condiciones del mar.
- Pérdida de especies pesqueras por cambios en las temperaturas y nivel del mar.
- Reducción de la actividad turística por cambio en playas

Para concluir, Baja California Sur cuenta con un enorme potencial ambiental, así como económico y social en diferentes sectores productivos, siendo el más relevante el turismo. Esto es destacado por la propia CONANP (2017b), donde se ubica a Baja California Sur como el estado que contiene el mayor número de ANP sugeridas para la realización de actividades de turismo sustentable. No obstante, es necesario resaltar que el impacto am-

biental de las acciones no planificadas del turismo tradicional, efectuadas sin tener en cuenta las características particulares de cada zona, amenazan la conservación y el uso inteligente de los recursos. Se debe considerar al turismo sustentable en las ANP como la mejor alternativa para el desarrollo de las presentes y futuras generaciones del estado de Baja California Sur.

REFERENCIAS

- Acuerdo por el que se da a conocer el resumen del Programa de Manejo del Área Natural Protegida con el carácter de Área de Protección de Flora y Fauna Balandra. (2015, 29 de octubre). *Diario Oficial de la Federación*, Segunda sección Poder Ejecutivo, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
- Alpizar, Á. (2013). *Descripción y análisis de la capacidad de carga turística del sendero «la burrera» en La Sierra La Laguna, BCS una aproximación desde el turismo sustentable*. Tesis de Licenciatura, México: Universidad Autónoma de Baja California Sur.
- Arizpe O., Urciaga J. y C. Lauterio (2014). «Servicios Ecosistémicos en Áreas Naturales Protegidas de Baja California Sur». En: J. Urciaga (ed.). *Desarrollo regional en Baja California Sur*. México: UABCS.
- _____ y M. Arizpe-Vicencio (2015). Prospective of the natural protected areas of the south of the Baja California Peninsula. *WIT Transactions on Ecology and The Environment*, Vol 199, © 2015 WIT Press. doi: 10.2495/RAV150041.
- Bezaury Creel, J. y D. Gutiérrez Carbonell (2009). «Áreas naturales protegidas y desarrollo social en México», en *Capital na-*

tural de México, vol. II: Estado de conservación y tendencias de cambio, pp. 385-431. México: Comisión Nacional para el Conocimiento de la Biodiversidad (CONABIO).

Boletín Oficial Extraordinario (2004, 2 de junio), núm. 35, t. XXXI, 79 pp. Gobierno del Estado de Baja California Sur.

Calderón, L.; Reyes, H.; Urciaga, J.; Álvarez del Castillo, A.; Erosa, C.; Fernández, F.; Frausto, T.; Moreno, X.; Mozqueda, C. y Norzagaray, O. (2013). «Servicios ambientales de arrecifes coralinos: el caso de Cabo Pulmo, BCS», en *El Universal*. Recuperado de http://blogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle117890.html, el 12 de septiembre de 2016.

Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP). (2002). *Programa de manejo Parque Nacional Bahía de Loreto México*. México. Recuperado de http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/pdf/programas_manejo/loreto.pdf

_____ (2006). *Programa de Turismo en Áreas Protegidas 2006-2012*. México: Secretaría de Medio Ambiente y los Recursos Naturales. Recuperado de http://www.conanp.gob.mx/pdf_publicaciones/Turismopags-individuales.pdf, el 12 de septiembre de 2016.

_____ (2007). *Programa Nacional de Áreas Naturales Protegidas: 2007-2012*. México: CONANP.

_____ (2008). *Estudio Previo Justificativo Monumento Natural Arco Cabo San Lucas*. México: SEMARNAT.

_____ (2010). *Estrategia de Cambio Climático para Áreas Naturales Protegidas*. México: SEMARNAT.

_____ (2016). *Áreas Naturales Protegidas Decretadas*. México: Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas. Disponible en <https://www.gob.mx/conanp/acciones-y-programas/areas-naturales-protegidas-decretadas>

- _____ (2017a). *Comunicados de prensa: Áreas Naturales Protegidas*. Recuperado de <http://www.gob.mx/conanp/articulos/cronologia-de-decretos-de-areas-naturales-protegidas?idiom=es>
- _____ (2017b). *Estrategia nacional para un desarrollo sustentable del turismo y la recreación en las áreas protegidas de México*. Recuperado de <http://www.gob.mx/conanp/articulos/recomendaciones-para-un-turismo-responsable-88068?idiom=es>
- Cortés, R. y P. Miranda (2015). *Valoración económica de las actividades de buceo en el Parque Nacional Archipiélago Espíritu Santo*. Tesis de Licenciatura. México: Universidad Autónoma de Baja California Sur.
- Fasio, L. (2013). *Limitantes y Oportunidades del Desarrollo del Turismo de Naturaleza en Comunidades Rurales: El Caso de San Dionisio, Reserva de la Biosfera Sierra la Laguna, BCS, México*. Tesis de Maestría. México: Universidad Autónoma de Baja California Sur.
- Hernández, V. (2013). «Beneficios económicos derivados de la creación del Parque Nacional Bahía de Loreto», en *Opciones de gestión para recursos naturales en Baja California Sur*, pp. 1-15. México: UABCS.
- Ibáñez Pérez, R. (2014). «Turismo y sustentabilidad en pequeñas localidades costeras de Baja California Sur (BCS)», *El Periplo Sustentable*, núm. 26.
- _____ (2016a). «El turismo y su legislación», en *Los Recursos Naturales y su Legislación*, pp. 1-36. México: UABCS.
- _____ (2016b). «Turismo sustentable: marco legal y desarrollo reciente en Áreas Naturales Protegidas de Baja California Sur, México», *Teoría y Praxis*, en proceso de revisión.
- Instituto Nacional de Ecología/Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (INE/SEMARNAP). (2000). *Pro-*

- grama de manejo de la Reserva de la biosfera El Vizcaíno*. México. Recuperado de http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/pdf/programas_manejo/vizcaino.pdf
- International Union for Conservation of Nature (IUNC) (2012). *IUNC Protected Area Management Categories*. Recuperado de http://www.iucn.org/about/work/programmes/pa/pa_products/wcpa_categories/, el 17 de junio de 2012.
- Jiménez, A. (2007). «La legislación en torno al turismo», en *Teoría y Praxis*, núm. 4, pp. 99-111.
- Kettunen, M., Bergöfer, A., Brunner, A., Conner, N., Dudley, N., Ervin, J., Gidda, S. B., Mulongoy, K. J., Pabon, L. y Vakrou, A. (2010). *Recognising the value of protected areas (in the economics of ecosystems and biodiversity (TEEB) report for policy-makers)*. Conference Nature Conservation beyond 2010, 27-29 de mayo, Tallin, Estonia. Recuperado de http://ph.emu.ee/~conference100/Abstracts/Abstract_Kettunen_2.pdf, el 12 de junio de 2012.
- Olmos-Martínez, E.; Arizpe, O.; Ibáñez, R. y A. Ortega (2015a). «Servicios ecosistémicos con potencial turístico del parque nacional Archipiélago Espíritu Santo, México», en *Teoría y Praxis*, núm. especial, pp. 158-173.
- _____. Rodríguez Rodríguez, G.; Salas, S. y A. Ortega-Rubio (2015b). «Efecto de la implementación de un área protegida sobre el bienestar de comunidades rurales de Baja California Sur», en A. Ortega-Rubio, M. J. Pinkus-Rendón e I. C. Espitia-Moreno (eds.), *La investigación científica y las áreas naturales protegidas en México*, pp. 249-284. México: CIBNOR/UAY/UM-SNH.
- _____. Arizpe, O.; Contreras-Loera, M. R.; González-Ávila M. E. y D. A. Casas Beltrán (2016). «Opinión pública y per-

- cepción sobre la conservación de la Reserva Ecológica Estatal Estero San José del Cabo y su zona de influencia», en *Revista Vivat Academia*, Año XIX. Núm. 135, Junio. Madrid, España.
- Rebolledo, R. (2013, 25 de marzo). «Más de mil visitantes espera la Sierra de La Laguna en Semana Santa», *Diario el Peninsular*. Recuperado de <http://peninsulardigital.com/bcs-2/mas-de-mil-visitantes-espera-la-sierra-de-la-laguna-en-semana-santa/109785>, el 14 de septiembre de 2016.
- Secretaría de Turismo (SECTUR). (2016). *Conoce SECTUR, Normas Oficiales Mexicanas*. Recuperado de <http://www.sectur.gob.mx/conoce-la-sectur/marco-juridico-y-normativo/normas-oficiales-mexicanas/>, el 14 de septiembre de 2016.
- Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT). (2013). «Número de visitantes en áreas autorizadas para la actividad de observación de Ballena en Baja California Sur, 2010-2011 y 2011-2012», en *Informe de Gobierno de BCS*. México.
- Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales/Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (SEMARNAT/CONANP). (s/f). *Programa de manejo Área de protección de flora y fauna Islas del Golfo de California, México. Serie Didáctica*. Disponible en <http://islasgc.conanp.gob.mx/archivos/ISLAS%20GOLFO%20%20F.pdf>
- _____ (2003). *Programa de manejo Reserva de la Biosfera Sierra la Laguna, México*. Disponible en: http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/pdf/programas_manejo/sierra_la_laguna.pdf
- _____ (2006). *Programa de conservación y manejo Parque Nacional Cabo Pulmo, México*. Disponible en: http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/pdf/programas_manejo/cabo.pdf

_____ (2014). *Programa de Manejo Parque Nacional exclusivamente la zona marina del Archipiélago de Espíritu Santo*. Disponible en: http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/pdf/programas_manejo/2015/Archipelago_de_Espiritu_Santo.pdf

Turismo y comercio alternativo: sostenibilidad, consumo ético y desarrollo

Luis Carlos Amador Betancourt
Judith Juárez Mancilla
Plácido Roberto Cruz Chávez

COMERCIO ALTERNATIVO EN EL TURISMO

La actividad comercial, o bien, el intercambio de bienes, ha estado presente en las actividades humanas desde la conformación de sociedades, en virtud de la obtención de satisfactores. Históricamente, la noción del comercio se encuentra estrechamente relacionada con las transacciones físicas de mercancías y productos, mismos que se caracterizan por las necesidades de una nación y de su consumo. Con el tiempo, los satisfactores y las prácticas comerciales cambian en la medida en que una sociedad cambia, conoce más del medio en el que vive, la especialización de las regiones con las que intercambia bienes y las expectativas de los consumidores, basados en valores socialmente dominantes.

Detrás de la comercialización de una mercancía existen procesos de adaptación que una empresa tiene que afrontar, a razón de gustos y preferencias de sus consumidores; estos procesos se manifiestan desde el diseño de un producto para un mercado específico, hasta el cumplimiento de regulaciones o normas que son

fijadas en la sociedad en la que se compran y venden los productos, considerando los descubrimientos tecnológicos y sus medios de comunicación.

El proceso económico, tecnológico, social y cultural a gran escala en el que las naciones han crecido, tiende a la globalización, gracias a la cual las sociedades actuales se han sometido a una creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países, unificando sus mercados, sociedades y culturas a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global. Parafraseando a Anthony Giddens (1999) en su definición de globalización, esta no es solo interdependencia económica, sino la transformación del tiempo y del espacio en nuestras vidas; los acontecimientos económicos o sociales, aunque físicamente lejanos, nos afectan más que nunca, esto quiere decir que las decisiones que tomamos como individuos tienen, con frecuencia, implicaciones globales. Es innegable cómo este proceso de globalización se ha manifestado en una dimensión económica, gracias a la intención del intercambio y la comercialización.

A través del proceso de globalización, las naciones se interrelacionan a tal grado que dependen de las condiciones mundiales, en términos de las comunicaciones, del sistema financiero internacional y del comercio. Es evidente, entonces, que el escenario mundial se sostenga y dependa de las transacciones económicas internacionales (Reyes, 2001).

El beneficio que una sociedad busca con la comercialización es el desarrollo, y este se caracteriza por el florecimiento de nuevas necesidades en la sociedad, mismas que originan un cambio de valores, que posteriormente demanda actuaciones responsables por parte del tejido empresarial, actuaciones que recaen en

el individuo. De acuerdo con Amartya Sen (1999), «Las personas deben ser vistas como agentes activamente involucrados en la construcción de su propio destino, y no solamente como receptores pasivos del fruto de ingeniosos programas de desarrollo». Según este autor, en una entrevista realizada por Nermeen Shaikh (Casassas, 2006), la dificultad fundamental de enfrentar las desigualdades radica en el hecho de que las circunstancias en las que la globalización podría comportar mayores beneficios para los más pobres no se dan en la actualidad. Sin embargo, este no es un argumento válido para oponerse a la interacción económica a escala global, sino un argumento para trabajar en pos de una mejor división de los beneficios derivados de la interacción económica a escala global.

Para entender el efecto del comercio como actividad económica en relación con el turismo, no está de más hablar del consumo de productos diseñados exclusivamente para la satisfacción de las personas capaces de trasladarse de un lugar a otro para poder adquirir mercancías, ya sean tangibles o intangibles, que admiren o deseen de una localidad fuera de la de origen.

TABLA 1. Tipología de consumos en productos turísticos

Productos	Ejemplos
Tangibles	Mercancías caracterizadas por recuerdos, vestimentas, alimentos, utensilios tradicionales y representaciones de la localidad
Intangibles	Experiencias tradicionales, aventuras, masajes, muestras tradicionales, sublimación de sentidos (recorridos en lugares como mercados, rutas y senderos), actividades recreativas y relajación, expresadas generalmente en servicios

Fuente: elaboración propia, 2017.

El turismo se puede entender como un fenómeno social con repercusiones económicas donde existe un desplazamiento de personas por el deseo de conocer y disfrutar peculiaridades de lugares diferentes del propio, se puede capturar la esencia del placer de trasladarse a otra comunidad para conocer lugares nunca vistos o incluso disfrutar de lugares similares al de procedencia; esta esencia es captada por empresarios y microempresarios que se disponen a prestar sus servicios en estos lugares para cumplir con las necesidades y expectativas de cada turista a cambio de una retribución monetaria.

Reconocer al turismo como una actividad comercial nos permite enfocarnos desde el momento en el que un deseo personal de conocer, viajar y divertirse, que es intangible, se cosifica y se convierte en una mercancía que se puede adquirir a cambio de dinero; esta interpretación permite entender al turismo como la actividad económica que vende un espacio, temporalmente, donde una persona puede recrearse, atendándose como derechos de uso, descansar o trabajar en un ambiente de servicios e infraestructura (McIntsh, 2002) adaptada para satisfacer distintas necesidades. En consecuencia, el turismo es una fábrica de ilusiones o subproductos que recuerdan o permiten vivir una experiencia, refiriéndose no solo al medio natural que es parte de una comunidad, sino también a las empresas y estructuras creadas para la atracción, las cuales resaltan peculiaridades de una comunidad haciendo que cada experiencia en ese lugar sea un momento entretenido, grato o esperado para relajarse.

Como apunta Fletcher (1997), las sociedades que han estado dispuestas a crecer económicamente sin tener los medios o tecnología de punta para industrializarse, toman al turismo como una opción segura para tener crecimiento económico y desarro-

llo social, el cual genera un efecto multiplicador¹ sobre las áreas productivas como el comercio, la construcción, las comunicaciones y los transportes, actividades que se realizan a través de la oferta de servicios de entretenimiento, hospedaje y relajación. Por tanto, el turismo se vuelve un medio de transformación de aspectos económicos, sociales y ambientales, los cuales repercuten directamente a la localidad en la que se desarrolla la actividad y los cambios en la comunidad afectan recíprocamente a la actividad turística.

El turismo como actividad económica se infiltra como pieza clave en las decisiones políticas de numerosos países que han desarrollado políticas públicas que benefician la promoción, la planificación y la comercialización del turismo como un factor fundamental para el crecimiento económico en diferentes zonas de una localidad, desde las urbanas hasta las periféricas, exaltando peculiaridades de cada zona.

Los eventos ocurridos el siglo pasado a partir de notables acontecimientos mundiales, como la caída del muro de Berlín, el redescubrimientos de zonas arqueológicas, la eficiencia en el transporte, la contaminación en zonas urbanas, etcétera, provocaron un aumento en el control, estandarización y aprovechamiento de los servicios turísticos, limitando la capacidad receptiva en los lugares protegidos donde el equilibrio ecológico se encontraba en estado frágil; asimismo, se diversificó la oferta turística, creán-

¹ El concepto multiplicador se basa en la aceptación de que las ventas de una empresa requieren de compras de otras dentro de la economía local; esto es, porque los sectores industriales de una economía son interdependientes. Esto significa que las empresas no solo compran materia prima como mano de obra, importaciones y demás, sino que también compran bienes y servicios intermedios producidos por otros establecimientos dentro de la economía local.

dose nuevos productos de acuerdo con el tipo de consumidor al que se dirige la oferta. Por otra parte, a nivel mundial se modificaron las necesidades del turista y su conciencia respecto al medio ambiente que visita, estimulando cambios en la demanda de productos turísticos, provocando así una mejora en la calidad en los servicios que son prestados en la actualidad.

Para mejorar la calidad de los servicios turísticos, los gobiernos tienden a reformar los agentes de servicios y de la población en general, desarrollando planes educativos especializados en las escuelas básicas e integrando a la educación superior carreras especializadas en el área turística, con la meta de captar nuevos mercados y regular la estacionalidad, alcanzando así el desarrollo de sus regiones turísticas.

Las localidades en donde se practica el turismo se vuelven un punto de atracción, generalmente son ciudades donde existen los avances necesarios para el desarrollo de una sociedad: trabajo, circulación de capital, tecnología, movimientos sociales y acceso a educación; esto provoca la migración por parte de los habitantes de las comunidades cercanas en busca de un mejor estilo de vida o de oportunidades de empleo.

La creación de grandes centros turísticos que atraen no solo a los turistas locales sino también a los extranjeros, convierten a una localidad en un centro de atracción internacional donde los avances antes mencionados se potencializan y la localidad resalta aún más, convirtiéndose en un punto de partida para la creación de empresas que posteriormente solicitan insumos y mano de obra de las localidades cercanas.

En la generación de productos turísticos, es necesario tomar en cuenta la perspectiva de los consumidores, esto permite la evolución de ideas con base en la cultura de la localidad, adap-

tándose a las necesidades de los visitantes a través del diseño de nuevas presentaciones gastronómicas, empaques creativos, diferentes formas de promoción y demás estrategias mercadológicas que permiten resaltar las características de una comunidad o de un destino turístico.

Los estilos de vida tienden naturalmente al cambio, donde una población busca, constantemente, satisfacer sus necesidades de acuerdo con los recursos que tiene a su alcance. En la medida en que se reconozcan los sucesos en un contexto local y se identifiquen nuevas técnicas o aplicaciones tecnológicas relacionadas a su comunidad, se podrán adaptar ideas a su estilo de vida.

Con el uso de las tecnologías de comunicación, una población mantiene contacto con otros lugares; al compartir información, permite generar patrones que los gobiernos adaptan de acuerdo con el ámbito local o nacional, estableciendo políticas que guíen las actividades productivas que velen por el desarrollo y el crecimiento económico de una zona.

Dentro del desarrollo local, las organizaciones civiles y sociedades cooperativas son pieza clave para el fortalecimiento y crecimiento de una comunidad. A consecuencia de la incapacidad del mercado y del sector público para satisfacer convenientemente determinadas necesidades colectivas, surgen nuevas formas de organización. Es aquí donde los nuevos destinos turísticos toman fuerza por la organización de las comunidades al saber vender sus recursos culturales y naturales de forma responsable, siendo ellos los encargados de dar a conocer sus tradiciones, usos y costumbres, de acuerdo con la región.

Fruto de la difusión de información en medios masivos en la modernidad, el consumidor genera y circula datos y comentarios sobre los productos y experiencias consumidos, así como el im-

pacto de estos en la sociedad, dando como resultado un consumidor más informado y que no solo está interesado en el producto sino también en los efectos éticos, ecológicos y económicos que genera la comercialización del mismo.

Los movimientos de consumo ético, de los que el comercio alternativo forma parte, han experimentado un peculiar aumento y difusión en las últimas décadas a través de técnicas y metodologías de mercado, en las que se identifican las siguientes más comunes: la comercialización de productos ecológicos, los productos que respeten la vida e integridad de los animales, las maderas ecocertificadas obtenidas de bosques no devastados, los productos agropecuarios orgánicos, los productos que no recurran al trabajo o explotación infantil y los que defiendan la soberanía alimentaria local; todo esto dentro del consumo cotidiano, que con el apoyo del estado gestionan pautas de comercialización con impacto directo en los consumidores, sensibilizándolos previamente de la bondad de sus causas y certificando los productos que corresponden con determinados procedimientos éticos.

Las necesidades de las empresas turísticas generan cambios en sus propias estructuras y procesos, gestando cambios en el trato de los recursos, en la creación de productos turísticos y en los consumidores; todo esto se utiliza como herramienta mercadológica para titularse como empresa responsable o sustentable.

Las empresas sustentables no solo tienen una misión de mantener el índice de ganancias alto, sino también de retribuir a la comunidad en la cual están insertas. Es aquí donde recae la responsabilidad social de la empresa y de los consumidores actuales, conscientes del impacto del comercio, sobre todo en aspectos ambientales y sociales.

Mientras gran parte de las naciones afinaban los criterios de eficiencia económica en busca de su integración al mercado global, hubo grupos sociales que no lograron unirse a esta dinámica ni pudieron participar de la comercialización internacional, teniendo, en su lugar, que inventar y reinventar las pocas opciones que quedaban a su alcance; a través de la tercerización de sus economías, no contando con industrias desarrolladas, exaltaron aquellos elementos que contaban como básicos, en eventos que son únicos por su carácter endémico o particular. Un ejemplo de esto es el caso de los tianguis de temporada que, al exaltarse como un elemento particular, se venden como un tianguis regional o incluso como mercado local orgánico, por contar con elementos tradicionales y saludables.

Es en esta época cuando surge, en un contexto internacional, la necesidad de conservar la salud y los niveles socioambientales como prioridades para el desarrollo; en este tenor, la democracia se presenta como el derecho al bienestar de la población dependiendo de la implementación de procesos basados en principios de equidad, responsabilidad, transparencia e información con la plena participación de la sociedad civil. Las organizaciones no gubernamentales (ONG) y las sociedades comunitarias buscan movilizar estratégicamente a la sociedad civil para orientar su concientización y poder de consumo para influenciar en la toma de decisiones internacional. Es así como surge la idea de la economía solidaria y el comercio alternativo, basándose en ideas de un consumo responsable, solidario y de proximidad.

Las preferencias comerciales contribuyen al crecimiento de las naciones a través de la comercialización de sus recursos naturales y culturales, tanto en ámbitos internacionales como locales,

promoviendo un desarrollo económico autónomo. Asimismo, el consumo local permite el control del impacto en los recursos y la contaminación del traslado de mercancías en la actualidad. Sin embargo, esto tiene también sus inconvenientes, como la resistencia de parte de los productores de los países desarrollados al ver que sus mercados pierden participación en los sectores ahora cubiertos por la competencia, generando nuevos patrones de competitividad a los cuales las empresas que compiten en el mercado deberán adaptarse.

Las organizaciones basadas en comercios alternativos tienden al reconocimiento de actividades en un esquema de solidaridad y justicia que responde a las necesidades de la población y a su tipo de consumidor internacional. Algunas de estas actividades comerciales son comercio justo, consumo responsable, comercio de proximidad y mercados locales orgánicos o *farmer's market*. Estos no necesariamente son actividades diferentes, pues sus esquemas son cada vez más similares; a final de cuentas, todas las actividades anteriores se hacen cada vez más presentes en la sociedad, como puntos de atracción turística o como base de la diversificación de un producto turístico tradicional.

CONSUMO RESPONSABLE

El consumidor responsable se caracteriza por ser consciente y consecuente, tiene en cuenta el impacto social y ambiental del consumo y busca minimizarlo para hacer un uso racional y razonable de los recursos naturales, que no ponga en peligro el bienestar de las futuras generaciones; hoy en día, el consumo responsable se ha identificado como una herramienta eficaz y coherente

que ayuda a la sociedad a afrontar los nuevos desafíos de esta época, tal como la lucha contra el cambio climático o la erradicación de la pobreza; el consumo responsable se une a todas aquellas iniciativas que persiguen promover un desarrollo sostenible.

El 15 % de la población mundial que vive en los países de altos ingresos es responsable del 56 % del consumo total del mundo, mientras que el 40 % más pobre, en los países de bajos ingresos, es responsable solamente del 11 % del consumo de acuerdo con la notas informativas de la Cumbre de Johannesburgo del 2002 (ONU, 2002). Es bajo esta premisa que el consumo debe ser distribuido en áreas estratégicas para generar crecimiento económico, el turismo se convierte así en una herramienta que atrae al consumidor responsable a adquirir productos y servicios, generando una tendencia de imitación, generalmente impulsada por estratos sociales altos que disfrutan de productos de una localidad específica divulgando sus bondades y el mínimo impacto ambiental, creando patrones de imitación o dando promoción del lugar por medio de redes sociales, estas se vuelven entonces comunidades de práctica, esto es, la organización social se vuelve el principal difusor de información y principal formador de la propia sociedad; asimismo, incorporan el conocimiento como parte integral de sus actividades e interacciones (Sanz, 2003), lo que refuerza las tendencias de consumo y permite que estas prácticas se alberguen en la vida cotidiana.

COMERCIO DE PROXIMIDAD

Es la comercialización de los productos ecológicos de proximidad o aquellos que han sido cultivados y elaborados en un radio

de menos de 100 km entre el productor y el consumidor (Nave-reau, 2007). Entre las características de las mercancías resalta la frescura, por ser de la huerta a la mesa, cuyo almacenaje y transporte ha sido mínimo o nulo, por lo que está garantizada la plena conservación de todas sus cualidades. Son productos que permiten aumentar la cercanía entre consumidores y productores, siendo una relación favorable para ambos; los consumidores pueden ver de cerca cómo son los sistemas de producción, aumentando la confianza del consumidor y recibiendo, de primera mano, la garantía de un producto de calidad; en ocasiones, también tienen acceso a precios más bajos, al no existir intermediarios. Como consecuencia, al tener consumidores fieles, se puede generar un valor social y cultural que permite a los pequeños y medianos productores preservar su identidad y sus rentas, contribuyendo de esta manera a la vertebración y la supervivencia del territorio, defendiendo sus valores agrícolas y sus tradiciones.

Los sistemas de consumo local (Sonnino, 2006) son una alternativa a los modelos de corporaciones globales donde los productores y los consumidores están separados por una cadena de procesadores/manufactureros, intermediarios y especuladores, dentro de la cadena comercial. Con el incremento en la escala de los sistemas industriales de alimentos, el control de calidad se encuentra en mayor medida en manos de los mediadores, mientras que, en la dinámica del consumo local, estas relaciones cambian y el control de calidad recae en el consumidor y el productor. Esto se traduce en un apoyo al crecimiento económico de la localidad; cuando este crece, hay más trabajo, mayor seguridad, y en el mejor de los casos, menos desempleo, de lo que se desprende una reducción en las problemáticas sociales como la delincuencia y se facilita el acceso a más productos y servicios que de otra manera

no se podrían pagar. En general, consumir productos locales es una decisión mucho más sustentable, ya que el impacto ecológico que conlleva importar productos que también se elaboran en la localidad es injustificable.

El diseño de estos productos, orientados hacia un producto de calidad que genere la confianza del consumidor y por medio del cual se aprecie el estilo de vida del lugar, es vital para que el visitante se permita adherirse al destino turístico a través de los sentidos. En los poblados conocidos como pueblos mágicos, consumir productos de la localidad crea un estilo de vida que los hace únicos y admirados por aquellos que viven en grandes urbes. A este estilo de consumo se le denomina turismo lento, y aporta a la sociedad actual una clase de viaje que los desconecta de la agitada vida diaria y los transporta a vivir una experiencia totalmente refortalecedora, a ritmo lento, para poder observar, complacerse e integrarse en los paisajes y la cultura del lugar que visitan (Mancini, 2015).

MERCADO LOCAL ORGÁNICO: *FARMER'S MARKET*

Los nuevos elementos de formas de consumo responsables permiten la creación de formas de mercado que satisfagan necesidades del sector público con la participación de las organizaciones locales en coalición con el Estado. Tal es el caso de la creación de los *Green Market* o *Farmer's market*, que en español se traducen como mercados de productores, mercados verdes o mercados agrícolas.

Esta idea de un sistema alternativo es una posibilidad para crear lazos directos entre los productores, generalmente agrope-

cuarios, de países del sur, y los consumidores, que en su mayoría se encuentran en los países industrializados. Además, crea opciones tanto a aquellos que trabajan el campo en pequeñas parcelas, como a los propietarios de microempresas de transformación y venta de productos de base.

Un mercado de productores es un mercado normalmente al aire libre en un espacio público, donde los agricultores y ganaderos venden directamente al público. Es una parte esencial, en muchos casos, de los circuitos de comercialización cortos, la producción de variedades locales y el consumo de productos locales, con sus consecuencias positivas para la sostenibilidad.

La actividad lleva aparejada adjetivos como *saludable* y *orgánico*, donde la comercialización de los productos genera un gusto, un tanto gourmet o selectivo, en los comensales. Sin embargo, por la naturaleza del evento, no siempre se puede confirmar si el producto es orgánico o no, puesto que en ocasiones no están regulados por una ley federal que los certifique. Esta tendencia comercial es una reformulación de los mercados locales, bajo esquemas de seguridad y salud alimentaria, donde se piensa que los productores podrán vender de forma simple, con acceso directo, a precios justos, con o sin certificaciones, avalados solamente por el consumidor.

Los mercados locales orgánicos son expresiones de una comercialización de mercancías, usualmente plantas y animales, que no han tenido una modificación genética, o bien, que sean variedades que no estén en mercados internacionales. Los mercados de productores se presentan como un apoyo al productor local, en un ambiente con competencia regulada, a la vez que este es una defensa al mercado internacional de productos competitivos.

La presencia de los consumidores responsables, éticos y justos es la base y sostén de la actividad comercial, que en ocasiones, no solo ha permitido convertir a los mercados de productores en zonas de intercambio, también les ha dado tanto valor que se vuelven una atracción turística, donde el visitante puede acercarse a la cultura de una región.

El reto que enfrentan los mercados locales orgánicos es la variación de visiones dentro de sí misma, donde la necesidad de afrontar nuevos retos ha puesto en relieve diferencias de fondo entre las organizaciones acerca de sus objetivos a corto, mediano y largo plazo, así como en lo que respecta a sus estrategias de trabajo.

En un entorno económico como el actual, el precio es un factor clave en las decisiones de compra. Las nuevas tecnologías están permitiendo manejar diferentes variables para establecer el precio de sus productos: la demanda, la fecha de caducidad, el comportamiento individual de un consumidor, la proximidad, la competencia, e incluso las políticas nacionales; todo esto permite que el productor, en asesoría de las organizaciones, fije precios con respaldo en un diseño de producto adecuado para su mercado.

Es por eso que esta forma alternativa de comercio promueve una relación voluntaria y justa entre productores y consumidores, esto se hace a través de una tienda designada y certificada que funge como canal de distribución de dichas mercancías.

Dentro de un comercio tradicional, los canales de distribución son el conjunto de empresas o individuos que adquieren la propiedad, o participan en su transferencia, de un bien o servicio a medida que este se desplaza del productor al consumidor o usuario industrial. Las decisiones sobre el canal de distribución o comercialización se encuentran entre las más importantes que

debe tomar la administración, pues afectan de manera directa todas las demás decisiones de mercadotecnia (Kotler, 2003).

La mayor parte de los productores utilizan intermediarios para llevar sus productos al mercado y tratar de organizar un canal de distribución. La razón del uso del intermediarios se debe en gran medida a una mayor eficiencia al poner los bienes a disposición de los mercados meta. Por medio de sus contactos, experiencia, especialización y escala de operaciones, ofrecen a la empresa más de lo que esta puede lograr por sí misma. En los canales de distribución, los intermediarios compran grandes cantidades de mercancía a los fabricantes para dividirlos en surtidos de acuerdo con lo que desean los consumidores; con ello, desempeñan un papel importante, pues hacen que correspondan oferta y demanda.

El turismo se visualiza como una opción viable para el desarrollo de localidades en busca de divisas e inversión para su crecimiento y desarrollo. En la actualidad se apuesta al turismo como uno de los pilares de la economía donde se aprovechan recursos como las playas y los paisajes de los litorales nacionales, el legado arqueológico, la riqueza cultural y la bio y etnodiversidad de cada nación, todo lo cual es ofertado como mercancía idónea para la recreación y el esparcimiento, tanto al visitante como al inversionista, en el combatido mercado del turismo mundial.

Dada la importancia de esta actividad económica a nivel mundial, la proliferación de destinos turísticos —convencionales o alternativos— ha permitido reforzar las estrategias para su promoción y desarrollo. No menos importante, la construcción de redes turísticas —horizontales o verticales— ha dilucidado la consolidación del turismo dentro de la política económica, haciendo necesario la estructuración de agendas y planes para su desarrollo.

En el trasfondo de este escenario planificador del turismo, las instituciones se han edificado como verdaderos soportes en un mundo altamente globalizado y competitivo. Estas instituciones, sean organismos, asociaciones, foros o confederaciones, son quienes se encargan de conglomerar los diferentes mecanismos para la toma de decisiones y debates respecto al turismo. Agrupando a una gran cantidad de países y prestadores de servicios dentro de la industria turística, las instituciones internacionales coadyuvan en la regulación y fomento de tan importante actividad, emergiendo de ellas trascendentales acuerdos que dictan tendencias para su organización; de ellas han brotado significativos convenios sobre el desarrollo humano, el cuidado del medio ambiente y la gestión de la calidad.

El producto turístico que se ofrece en la actualidad favorece el gusto y necesidades de la comunidad nacional e internacional, ofreciendo desde actividades de observación hasta las actividades extremas que se caracterizan por la complejidad del equipo y la adrenalina de quien vive las experiencias.

En el dinamismo de la economía en el sector terciario se exalta al turismo como una actividad económica con la capacidad necesaria para generar flujo de divisas y empleo, además de contribuir al desarrollo regional, creando un efecto multiplicador sobre otros sectores como el comercio, la construcción, las comunicaciones y el transporte.

En la medida en que nuevas tendencias que se han incorporado a la vida cotidiana de las naciones, el turismo se ha adaptado a los parámetros prescritos en las últimas décadas, los cuales han estado íntimamente ligados al propósito de la conservación ambiental, haciendo que las ventas de productos típicos, regionales

y artesanales, tengan un valor agregado intangible, por el que se cotiza aún más que el propio recurso natural.

Identificando los patrones de visita de turistas en el mundo, se encuentra que México está en el noveno puesto del ranking mundial, como se muestra en la tabla 2. De acuerdo con el Programa Sectorial 2013-2018 (Sectur, 2013), México puede aprovechar su potencial turístico de visita, al contar con ventajas comparativas que se asocian a su ubicación geográfica, al potencial de conectividad, a su amplio inventario turístico y su capacidad para generar productos turísticos de calidad.

TABLA 2. Llegadas de Turistas Internacionales (millones de personas)

Ranking 2015	2013	2014	2015	Var % 15/14
Mundial	1088	1134	1184	4.4 %
1 Francia	83.6	83.6	84.5	0.9 %
2 EE. UU.	70	75
3 España	60.7	64.9	68.2	5.0 %
4 China	55.7	55.6	56.9	2.3 %
5 Italia	47.7	48.6	50.7	4.4 %
6 Turquía	37.8	39.8
7 Alemania	31.5	33	35	6.0 %
8 Reino Unido	31.1	32.6
9 México	24.2	29.3	32.1	9.5 %
10 Rusia	28.4	29.8	31.3	5.0 %
11 Tailandia	26.5	24.8	29.9	20.4 %

Fuente: elaboración propia con datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2016).

Las condiciones que atraviesa el turismo nacional en su formación y consolidación de productos turísticos diferenciados se

ve afectada por problemas relacionados con la seguridad y el ambiente económico, que ralentizan el desarrollo pleno de comunidades receptoras de turismo.

El reto actual del sector turístico a nivel nacional es elevar la competitividad; para esto, es necesario que las comunidades y los gobiernos generen acciones públicas deliberadas, que partan de un diagnóstico compartido del estado actual del sector turístico y que sustente el diseño e implementación de una política pública articulada, con objetivos claros, pero, sobre todo, efectiva para resolver los retos de esta industria. Aprovechar el potencial turístico requiere que todos los actores involucrados puedan coordinar ideas orientadas a apoyar los diferentes sectores comerciales a los que el turismo no ha llegado y buscar la diversificación de la oferta turística; en este tenor, los comercios alternativos son opciones que permiten revalorizar las estructuras conocidas del mercado y de productos que necesitan adaptarse a mercados más dinámicos.

El turismo como actividad dinámica y generadora de cambios, es un detonador de desarrollo y progreso con base en la interrelación de actividades de manera transversal e interdisciplinaria, que permite agrupar más de 50 actividades económicas, generando oportunidades principalmente para las micro, pequeñas y medianas empresas, a través de encadenamientos productivos de mayor valor agregado con base en cultura, tradición y valores propios de una localidad (Sectur, 2014).

De acuerdo con esta premisa, para que el turismo llegue a ser un catalizador del desarrollo que aumente el nivel de bienestar de las comunidades receptoras, generando un sentido de pertenencia y contribuyendo a la preservación de la riqueza natural y cultural, es necesario que la propia zona receptora cree una pasión por sí misma, generando así una identidad que permita que esos

valores cívicos se reflejen en la creación de productos turísticos, y la propia comunidad, urbana o rural, los aproveche. A través de los productos de comercios alternativos pueden crearse ventanas de oportunidad para generar ventajas competitivas en la diversificación de la oferta de destinos y productos del sector, lo cual abre espacios para una mayor competencia por la atracción de turistas internacionales.

CONCLUSIÓN

El turismo es una actividad económica sumamente dinámica, capaz de mantener un ritmo de crecimiento económico que favorece a las comunidades involucradas; sin embargo, a la par genera otras problemáticas en el entorno nacional e internacional, como contaminación, sobreexplotación de recursos y abandono de lugares.

El dinamismo de la actividad turística tiene como particularidad la poca necesidad de industrias de transformación, pero genera impactos económicos rápidamente en comparación con otras ramas productivas. Es dentro de este sector productivo, que el comercio se aloja y se diversifica a los patrones comercio tradicional.

El comercio alternativo no se aleja de los preceptos de competencia y estandarización del comercio tradicional, sino que diversifica las actividades con ayuda de etiquetados y/o certificaciones que permiten la distinción de productos, dando certeza a los consumidores de su autenticidad. El comercio alternativo es la respuesta de los pequeños productores y consumidores a las deficiencias del sistema globalizado de libre comercio, que impiden la participación plena y digna de múltiples grupos sociales y que

genera una distribución inequitativa de la riqueza y de los recursos nacionales, altos índices de pobreza, marginación, carencia de servicios públicos, entre otros. El comercio alternativo, entonces, es la forma en la que las comunidades pueden diversificar sus mercados y, en casos específicos, dirigir todo su esfuerzo en la comercialización de materias primas, permitiendo que parte de sus producciones sean vendidas con márgenes lo suficientemente elevados en mercados específicos, en los que las fuerzas de mercado no encarezcan el producto, permitiendo la distribución de un ingreso para una mejor calidad de vida de la comunidad organizada, normalmente acompañada de las diversas ONG, organizaciones ecologistas o de comercio justo, que facilitan la correcta distribución de los ingresos.

Este sistema alternativo es una posibilidad para crear lazos directos entre los productores y los consumidores. Además, crea opciones tanto a aquellos que trabajan el campo en pequeñas parcelas, como a los propietarios de microempresas de transformación y venta de productos de base. De esta manera, las diferentes crisis y los años de lucha han dejado un legado importante.

La tarea principal que enfrena el comercio alternativo es el imaginar soluciones novedosas con base en la práctica de los actores sociales de mayor proyección, concertando la experiencia del comercio justo y emprendiéndolo desde la comprensión de los hechos sociales que se viven en las comunidades que participan en los procesos de producción; así también, de la búsqueda de nuevas formas de comercio donde se incluyan a todos los actores sociales, desde el productor artesanal hasta el consumidor final.

Por último, para que la diversificación genere competitividad, de acuerdo con Dupeyras y MacCallum (2013), es necesario entender una serie de elementos que requieren desarrollarse de

manera armónica, tanto en estratos gubernamentales como comunitarios, para poder contribuir a posicionar a los destinos turísticos mexicanos en el ámbito internacional como destinos de clase mundial, confiables, atractivos y sustentables. Los factores que sustentan la medición de la competitividad se pueden observar en la tabla 3.

TABLA 3. Elementos necesarios para resaltar el turismo y generar mejores productos

Elemento	Enfoque
Diversificación	Generación de nuevos productos a los consumidores.
Especialización	Capacidad de generar experiencias únicas.
Innovación	Creatividad en el diseño de nuevos productos enfocados en la mejora continua.
Productividad	Eficiencia en el uso de los recursos en la generación de valor agregado.
Profesionalización	Administración y gestión de la actividad turística junto con el recurso humano.
Sustentabilidad	Capacidad de satisfacer al consumidor tomando en cuenta el recurso del que vivirá la siguiente generación.

Fuente: Elaboración propia, con base en Dupeyras y MacCallum, 2013.

El turismo de sol y playa no durará mucho a largo plazo, por tanto, es necesario diversificar el mercado buscando nuevos productos turísticos que satisfagan las necesidades de los nuevos consumidores informados y sensibles a los cambios sociales y ambientales, sin descuidar a los otros sectores del mercado.

Esta meta se encuentra marcada en los objetivos del Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 (Sectur, 2013):

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

En sintonía con estos objetivos, el gobierno de la República mexicana, en uno de los programas especiales derivados del Plan Nacional de Desarrollo (Sectur, 2014), estableció colocar al turismo como un eje transversal y estratégico dentro del Programa Nacional de Infraestructura con una de las mayores inversiones; se fortalecerá la infraestructura de transporte, conectividad, comunicación, modernización de los puntos de entrada para el turismo internacional, la rehabilitación de playas, zonas arqueológicas, implementación de la nueva política de señalización turística nacional para carreteras federales, estatales, servicios básicos y medio ambientales, entre otras; promoverán la integración económica, el desarrollo regional y el uso eficiente de los factores productivos del país. Para poder llevar a cabo estos objetivos, tendrán que contar con la participación ciudadana o comunitaria en colaboración con el gobierno, para que los destinos puedan guiar por buen camino cualquier opción comercial y turística que sepan realizar.

BIBLIOGRAFÍA

- Casassas, D. (2006). Desarrollo como libertad. Entrevista con Amartya Sen. *Cuadernos del CENDES*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Dupeyras, A. y MacCallum, N. (2013). Indicators For Measuring Competitiveness in Tourism. *OECD Tourism paper*.
- Fletcher, J. (1997). «Impacto económico del turismo», en C. Cooper, *Turismo: Principios y práctica*, Madrid: Editorial Síntesis.
- Giddens, A. (1999). *La tercera vía. La renovación de la socialdemocracia*. Madrid: Editorial Taurus.
- Harvey, D. (2008, septiembre-octubre). «El derecho a la ciudad», en *New Left Review*, pp. 23-40.
- Kotler, P. A. (2003). «Fundamentos de Marketing», en P. Kotler. *Marketing: an introduction*, 6ta. ed., p. 398. Mexico: Prentice Hall.
- Mancini, J. A. (2015, junio). «Turismo Slow. Una nueva tendencia turística», en *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*. Recuperado el 23 de diciembre de 2016, de <http://www.eumed.net/rev/turydes/18/turismo-slow.html>
- McIntsh, R. W. (2002). *Turismo: planeación, administración y perspectivas*. Mexico: Limusa.
- Morin, E. (2010). *¿Hacia el abismo? Globalización del siglo XXI*. Barcelona: Paidós.
- Navereau, B. (2007, enero). «El Comercio de proximidad. Hacia una toma de conciencia por parte de los actores privados y públicos», en *Travaux et Recherches dans les Ameriques du Centre (TRACE)*. Recuperado el 3 de febrero de 2015, <http://trace.revues.org/625>

- Organización Internacional del Comercio Justo (WFTO) (2014, 26 de julio). Comercio justo. En Oficina Regional para Latinoamérica de la Organización Mundial del Comercio Justo. Disponible en de <http://wfto-la.org/comercio-justo/que-es/>
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2016). *World Tourism Barometer*. UNWTO. Recuperado el 30 de diciembre de 2016, de http://www.siiimt.com/work/models/siiimt/Resource/1de0bb9d-8199-48fb-af9a-769464f99875/PDF_RankingOMT_2015_May16.pdf
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2002). *Modelos de consumo y producción*. Cumbre de Johannesburgo 2002. Johannesburgo: ONU. Recuperado el 20 de diciembre de 2016, de http://www.un.org/spanish/conferences/wssd/modelos_mi.htm
- Reyes, G. E. (2001). «Teoría de la globalización: bases fundamentales», en *Revista Tendencias*. Vol. 11, núm. 1, junio, pp. 1-2, 43-53. San Juan del Pasto, Colombia: Universidad de Nariño.
- Sanz, S. (2003). *Reseña del libro Comunidades de práctica: aprendizaje, significado e identidad*. España: UOC. Recuperado el 5 de mayo de 2015, de <http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/ssanz1003/ssanz1003.html>
- Secretaría de Turismo (SECTUR) (2013, 13 de diciembre). «Programa Sectorial de Turismo 2013-2018», en *Diario Oficial de la Federación*. Recuperado el 30 de diciembre de 2016, de http://www.sectur.gob.mx/PDF/0216/Programa_Sectorial_Turismo_2013_2018.pdf.
- _____(2014). *Plan Nacional de Desarrollo, 2013-2018*. México: Gobierno de la República. Recuperado el 10 de enero de 2017, de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/21289/21ps_turismo.pdf

- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Gran Bretaña: Oxford University Press.
- Sonnino, R. (2006). "Beyond the Divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe", en *Economic Journal of Geography*, pp. 181-199.
- Vivas, E., y Montagut, X. (2010). «La situación del comercio justo en el estado español», en E. Vivas, *¿A dónde va el comercio justo? Modelos y experiencias*, pp. 11-40. España: Icaria.

Evaluación de la satisfacción del cliente en restaurantes de comida internacional en La Paz, Baja California Sur

Mauro Alejandro Monroy Ceseña
Natalia Domínguez Gameros
Gerzaín Avilés Polanco
Francisco Isaías Ruiz Ceseña

INTRODUCCIÓN

El tema de la calidad en el servicio al cliente no es un tema nuevo dentro del ámbito empresarial, desde hace mucho tiempo los clientes siempre han elegido sus productos y servicios conforme a un buen trato y una buena atención para la satisfacción de sus necesidades. Es por esto que la importancia de ofrecer bienes y servicios de calidad es cada vez más esencial en el mercado; los consumidores son más exigentes y tienen una gran noción de lo que implica la calidad, no es fortuito que la calidad del servicio haya llegado a ser la herramienta competitiva más poderosa que poseen las empresas de servicios (Berry, 2004). En otro ámbito, desde el punto de vista empresarial, las estrategias de gestión de calidad han sufrido cambios continuos en respuesta a la complejidad de los entornos políticos, sociales y económicos, yendo desde acciones de inspección, especificaciones y control de calidad, hasta las estrategias de mejoramiento continuo y el diseño de servicios basados en las expectativas del cliente. La

satisfacción del consumidor ha sido explicada por diversos autores. De acuerdo a Tse, Nicosia y Wilton (1990), la satisfacción ha sido utilizada por economistas, sociólogos y psicólogos para indicar la efectividad del marketing, reflejar el bienestar de la sociedad e indicar el sentimiento emocional de los individuos respectivamente.

La calidad es un término que por lo general casi todos los consumidores podemos entender; sin embargo, al momento de querer definir este constructo de índole empresarial es donde comienzan las verdaderas dificultades. La naturaleza compleja y abstracta del concepto de «calidad» es reconocida por Zeithaml (1988) al presentar esta como un fenómeno de nivel intermedio de abstracción. Lo anterior hace referencia a que la calidad se muestra como un término relativo multidimensional con acepciones diferentes, tanto en el tiempo como en función de quien lo utilice, esto debido a que implica el necesario juicio de valor individual y colectivo. Autores como Grönroos (1984) han explicado cómo es la calidad en el servicio percibido por parte de los usuarios al analizarlo como una valoración que los clientes realizan del servicio al momento de ser ofrecido. Este tipo de calidad es definida bajo términos comparativos, es decir, tras la valoración que el cliente emite de lo que el servicio le ha ofrecido en relación de lo que otros servicios similares podrían haberle proporcionado en otras ocasiones.

Realizar un análisis de la calidad en el servicio percibido por concepto de *género* es cada vez más justificable en la actualidad empresarial debido a que no existe una homogeneidad en los gustos y preferencias de los consumidores, es decir, existe una serie de variables que deben comprenderse alrededor de la oferta de los restaurantes, como los *clientes*, que constituyen el eje principal

de cualquier empresa y, por tanto, son factor determinante en la estrategia a seguir en el desarrollo de una empresa. Los *factores de consumo* que definen por medio de la mercadotecnia y la publicidad modificaciones de las preferencias de los consumidores en favor de artículos mayormente mostrados, favoreciendo con ello el consumo injustificado; y por último, *entorno de mercado*, se refiere a las variables a las que se enfrenta una empresa que no son de su control o dependencia, pero son determinantes sobre su desarrollo.

MARCO TEÓRICO

Calidad en el servicio

Desde el comienzo de la psicología, el término expectativa ha sido utilizado en distintos contextos teóricos. De acuerdo a Navas (1990), este término se usó por primera vez en el análisis motivacional de la conducta hecho por teóricos como Edward Tolman y Kurt Lewin; bajo esta luz, la calidad en el servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes, como apunta Pizzo (2013), y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado; proporcionando, en consecuencia, mayores ingresos y menores costos para la organización.

Kotler (2001) define al servicio como cualquier acto o desempeño que una parte puede ofrecer a otra y que es en esencia intangible, no dando origen a propiedad de algo. En este contexto, la calidad en el servicio y satisfacción del cliente constituyen dos muy importantes tópicos en la sociedad actual, tanto en la industria, la educación como en la investigación. La participación del sector de servicios ha ido creciendo (Czinkota y Ronkainen, 2002) al tiempo que aumenta también la preocupación por la calidad del servicio, toda vez que reconoce su valor humano, estratégico y competitivo (Peralta, 1999).

Las primeras conceptualizaciones sobre la calidad percibida en los servicios fueron aportadas por los múltiples estudios de Grönroos (1978, 1984, 1990) y Grönroos y Shostack (1982), realizados en Suecia. En estos estudios se evidencia que el consumidor es la principal fuente de información al momento de evaluar la calidad en los servicios.

Bitner y Hubbert (1994) consideran que la calidad percibida es un concepto controvertido en la literatura del marketing de servicios, se define como un juicio personal y subjetivo que el consumidor emite sobre la excelencia o superioridad de un servicio o compañía; es una forma de actitud formada a partir de evaluaciones cognitivas y afectivas del individuo en su relación con la organización. Por otra parte, Kotler y Keller (2006) mencionan que el nivel de servicio percibido es «aquella evaluación que hace el consumidor de la diferencia entre todos los beneficios y todos los costos de una oferta de mercadotecnia respecto a la competencia».

De manera más específica y concerniente a las necesidades de la presente investigación, Stevens *et al.* (1995) abordaron específicamente la calidad en el servicio dentro de la industria restauran-

tera, definiéndola como aquella percepción que tiene el cliente de la superioridad en el servicio que recibe, abarcando dos grandes dimensiones: la intangible, como la atención del personal, y la tangible, como las instalaciones físicas o el arreglo físico del personal de contacto.

Análisis de las expectativas al definir el grado de satisfacción percibido por el cliente

Desde el punto de vista del resultado, la satisfacción se concibe como un estado de ánimo conductista hacia un consumo consuetudinario. Para hacer un análisis de la satisfacción de los consumidores, Martínez-Tur *et al.* (2001) menciona dos enfoques: en el primero la satisfacción se asocia a una parca activación y a la actuación de procesos cognitivos, tomándose en consideración hasta qué punto el bien o servicio adquirido cumple con las funciones que este tenía asignadas; en el segundo enfoque se toma en cuenta la alta activación con gran relevancia de los procesos afectivos, siendo relevante, en este caso, la participación de las variables afectivas.

Ahora bien, en lo que respecta a la calidad percibida, su evaluación, como ya se ha señalado, consideraría la discrepancia entre el nivel estándar y el de la prestación ofrecida, realizando una evaluación según la diferencia entre las expectativas y las percepciones de la experiencia de servicio.

En la formación del juicio evaluativo se discute su pureza o combinación con la ejecución o rendimiento, demostrándose su rol en procesos de contraste y en la asimilación. Al respecto, Geers y Lassiter (2003) han establecido que los estímulos que en-

tran en fuerte conflicto con las expectativas suelen recibir más atención que los estímulos congruentes con dichas expectativas. En el marco de la psicología conductual cognitiva, se acentúa el carácter motivador de las expectativas que nos permiten anticipar la realidad. Para Price *et al.* (1995) existen dos tipos de usuarios: aquellos motivados por los beneficios funcionales y aquellos que quieren conseguir beneficios afectivos; en servicios con beneficio funcional, el componente afectivo puede estar ligado a diferentes causas. Al respecto, Schiffman y Lazar (2006) hacen referencia al hecho de que existen numerosas influencias que tienden a distorsionar la percepción, entre las cuales destacan la apariencia física, los estereotipos, la primera impresión, las conclusiones apresuradas y el efecto halo (evaluación de un objeto o persona basada en una sola dimensión).

Las expectativas que presenta el usuario tienen que ver con lo que esperan recibir como servicio. De modo que si aceptamos la existencia de una calidad técnica y otra asociada a elementos intangibles o del proceso de prestación, se puede hablar de expectativas tangibles y expectativas intangibles (Marzo *et al.*, 2002), así también, es posible establecer la distinción entre expectativas cognitivas y expectativas afectivas, las primeras tendrían un carácter más general asociadas a las creencias anticipatorias del servicio y su calidad, mientras que las segundas estarían directamente asociadas a la experiencia afectiva y su confirmación, que conlleva al sentimiento de satisfacción o insatisfacción. La escuela cognitiva de la psicología presupone que todo comportamiento está dirigido al logro de una meta. Las necesidades y las experiencias del pasado son razonadas, categorizadas y transformadas en actitudes y creencias que actúan como predisposiciones

para el comportamiento, teniendo, por consiguiente, un rol en la formación de expectativas.

Calidad en el servicio y su interpretación por concepto de género

La interpretación de la calidad en el servicio nunca ha sido una tarea sencilla para aquellos expertos en el área de los juicios actitudinales, esto, debido a que las diferencias en las percepciones sobre el constructo calidad es tan solo un sustento cuando de interpretaciones se trata acerca de un servicio ofertado, o al mismo tiempo, para centrar más los servicios a las características de sus usuarios (Hofstede, 1991; Gagliano y Hathcote, 1994; Lin *et al.*, 2001; Palmer y Bejou, 1995; Worth *et al.*, 1992). De este modo las desigualdades físicas y biológicas que vienen determinadas por las diferencias de género implican actitudes determinadas y percepciones distintas (Fisher y Arnold, 1994). A grandes rasgos, la investigación de género refleja que las mujeres son más conservadoras en el uso del servicio y, por consiguiente, se comprometen más con el mismo (Kover, 1999; Philips *et al.*, 1983). En este sentido, Stafford (1996) argumenta que la percepción de la calidad del servicio durante la transacción es superior en el caso de las mujeres al momento de hacer un juicio. Por otra parte, hay otros estudios en los que se indagan las diferencias de género en los niveles de satisfacción de los clientes, en donde se destaca que la satisfacción no está muy relacionada con las desigualdades de género (Carmel, 1985; Linn, 1982); sin embargo, en otros estudios se ha puesto de manifiesto que las mujeres suelen mostrar nive-

les de satisfacción más elevados (Buller y Buller, 1987) y, además, suelen depositar su interés en los elementos físicos del servicio recibido (Carlson *et al.*, 2000; Like y Zyzanski, 1987; Schaufler y Rodríguez, 1994; Weiss, 1988).

METODOLOGÍA

La presente investigación se realizó en el sector restaurantero de comida mexicana en el municipio de La Paz, Baja California Sur; se tomó como única variable el género y la metodología, como se verá más adelante, fue descriptiva, no experimental; de campo y transeccional. La población objeto de estudio fue conformada por 11 restaurantes afiliados a la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados (CANIRAC, S. A.) en el estado de Baja California Sur durante el año 2013.

Diseño del Estudio

Alcanzar el objetivo del presente trabajo de investigación fue posible a través de un diseño no experimental, transversal y exploratorio, debido a la necesidad de obtener datos relacionados a la calidad en el servicio percibida por parte de los clientes asistentes al segmento de especialidad *internacional* en el municipio de La Paz, Baja California Sur. El trabajo de campo se desarrolló durante los periodos de febrero de 2013 a junio de 2013. Para realizar las encuestas que permitieran visualizar la calidad percibida fue necesario conocer la muestra que se requeriría para cada estrato

restaurantero, por lo que fue necesario calcular la demanda poblacional en temporada alta, por medio de los datos proporcionados en la tabla 1.

TABLA 1. Restaurantes de comida mexicana adscritos a CANIRAC en el año 2012

Segmento	COMIDA MEXICANA
Número de restaurantes	11
Demanda diaria AVG	20
Demanda mensual	6600
Muestra	363
% Aplicado	65 % (231 de 363)

Fuente: elaboración propia con datos de CANIRAC, 2012.

Para poder obtener el tamaño de la muestra fue necesario realizar un muestreo probabilístico que se debió ajustar a un muestreo estratificado debido a que el estudio se realizó en cinco especialidades restauranteras del municipio de La Paz. La fórmula que se utilizó fue la siguiente:

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2 \cdot (N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

El parámetro que se utilizó en esta investigación son aquellos datos proporcionados en el censo que se aplicó a los empresarios, el nivel de confianza utilizado o riesgo aceptado en esta investigación fue del 95 % ($z = 1.96$ sigmas), un margen de error del 5 % y una varianza poblacional que se tomó bajo la hipótesis de que al haber una gran diversidad de la población, se consideró una $p = 50\%$ y una $q = 50\%$.

Durante el periodo ya mencionado (febrero-junio de 2013) se aplicó un total de 368 cuestionarios.

Diseño del Cuestionario

La confiabilidad del instrumento se estimó por medio del Coeficiente de Cronbach. El Coeficiente de Cronbach puede ser calculado sobre la base de la varianza de los ítems. Se aplicó el cuestionario a 40 comensales en 16 restaurantes de comida mexicana (60 % de la población registrada) obteniendo un coeficiente de .8652, lo que significa que el instrumento cuenta con la validez y confiabilidad suficiente para seguir siendo aplicado en el resto de los comensales. El Coeficiente de Cronbach se calculó con la siguiente fórmula:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_r^2} \right]$$

El número de ítems utilizado fue de 16, la sumatoria de la varianza de los ítems fue de 6.39 y la varianza de la suma de los ítems fue de 33.87. Con tales resultados fue posible obtener lo siguiente:

$$AC = (16/(16 - 1)) * (1 - (6.39/ 33.87)) = .8657$$

El instrumento se integró por 16 ítems agrupado en cuatro variables: *instalaciones*, *capital humano*, *atmósfera* y *comida*, cuya técnica de escalonamiento fue de tipo Likert, de cinco categorías de respuesta en el cual la interpretación es 5 = Totalmente de Acuerdo y 1 = Totalmente en Desacuerdo. La interpretación de las variables se muestra en la tabla 2:

TABLA 2. Definición de las variables de estudio

Variables	Definición
Instalaciones	Percepción del usuario en relación a las condiciones físicas de las instalaciones en función de la comodidad, espacios, áreas verdes, estacionamiento y la imagen de los baños.
Capital humano	Percepción del usuario con relación a las características del personal que atiende en los restaurantes.
Atmósfera	Es la percepción del usuario con respecto a la temperatura (artificial o natural), la iluminación, música y aromas del establecimiento.
Comida	Son las percepciones que el usuario muestra con respecto a la presentación de los alimentos y bebidas ofrecidas por los negocios restauranteros.

Fuente: elaboración propia.

RESULTADOS

Antes de poder realizar un análisis de la calidad en el servicio percibido por parte del mercado de La Paz, Baja California Sur, fue necesario identificar las edades y el nivel de afluencia existente dentro de este particular segmento de restaurantes. Tales datos se muestran en la tabla 3:

TABLA 3. Frecuencia de edades y sexos en restaurantes de comida internacional

Edades	Comensales	%	Hombres	Mujeres	H%	M%
25 - 28	6	3	4	2	2	1
29 - 32	4	2	2	2	1	1
33 - 36	23	10	18	5	8	2
37 - 40	60	26	35	25	15	11

41 - 44	72	31	40	32	17	14
45 - 48	47	20	33	14	14	6
49 ≥	19	8	12	7	5	3
Total	231	100	144	87	62	38

Fuente: elaboración propia.

Los datos plasmados en la tabla 3 muestran cómo el segmento masculino entre 37 y 48 años equivale al 46 % de la demanda total suscitada, mientras que las mujeres del mismo grupo etario representan el 31 % del total demandado; si esto se analiza de manera global, en este rubro de clientes con edades entre los 37 y 48 años, puede encontrarse que representan un mercado del 77 %. Estos datos son importantes no solo en el sentido de definir cuál es el perfil de mercado existente en el ramo de comida internacional en el municipio de La Paz, sino que al mismo tiempo, le proporciona al empresario una serie de datos que le ayudarán a eficientar su toma de decisiones dentro de un marco contextual estratégico hacia su oferta.

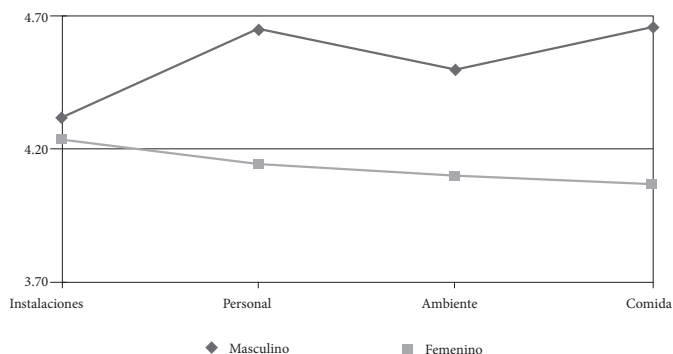
Por otra parte, en el rubro de la calidad, debe mencionarse que las evaluaciones muestran ciertas diferencias en relación con los diversos factores que se tomaron en cuenta para el estudio. Esto se aprecia con mayor claridad en la tabla 4 y en la gráfica 1.

TABLA 4. Evaluaciones de la calidad en el servicio percibida en restaurantes de comida internacional

Género	Instalaciones	Personal	Ambiente	Comida	Media
Hombres	4.32	4.65	4.50	4.66	4.53
Mujeres	4.24	4.15	4.10	4.07	4.14

Fuente: elaboración propia.

GRÁFICA 1. Percepciones por género de la calidad en el servicio percibido en restaurantes de comida internacional



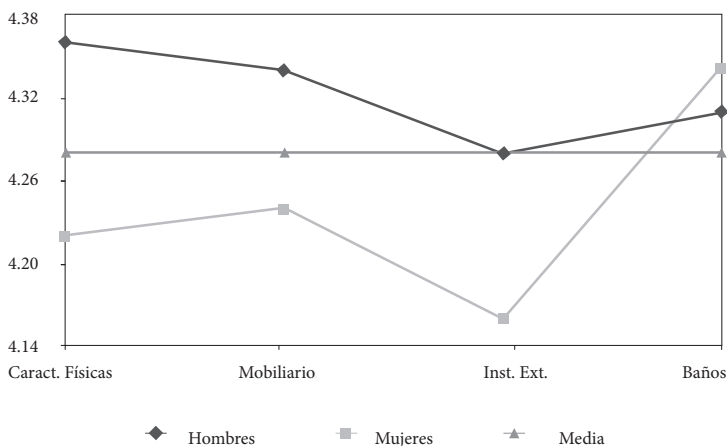
Fuente: elaboración propia.

Durante el trabajo de campo, pudo hacerse ver que los resultados reflejan en gran medida las interpretaciones realizadas por Rafaeli (1989), quien encuentra que los hombres basan su juicio de valor en elementos como el contacto visual, sonreír y hablar más; mientras que las mujeres depositan su interés en otros elementos, como la tecnología, y a que a su vez, como se han producido cambios significativos en el comportamiento de las mujeres consumidoras, esto se traduce en cambios sociales en los que la mujer tiene un papel preponderante, llegando a tomar decisiones sobre el gasto y la planificación de las finanzas (Kover, 1999).

Otro aspecto que debe considerarse es el de las discrepancias encontradas al analizar cada uno de los factores en la herramienta de investigación. En el análisis realizado al factor *personal* puede visualizarse una diferencia de .50 en el juicio percibido hacia el servicio recibido por parte de los hombres, siendo las mujeres mucho más estrictas para evaluar la calidad ofertada por la em-

presa en este apartado; sin embargo en lo que se refiere al factor *instalaciones*, las evaluaciones por ambos géneros no solamente son adecuadas para la empresa, sino que también presentan una similitud por concepto de género al instante de ponderar los juicios hacia los determinantes de la calidad en el servicio dentro de un restaurante de comida internacional; esto, al mismo tiempo permite a la administración una buena posición para iniciar una planificación concerniente a la calidad en el servicio, además que al analizar la discrepancia existente por género, tan solo se encuentra una diferencia en la percepción de .08 en la evaluación realizada al segmento masculino en comparación con el segmento femenino. Lo anterior puede visualizarse en mayor medida y para una mejor comprensión en la gráfica 2 en lo que se refiere al factor *instalaciones*.

GRÁFICA 2. Juicios de valor en el factor *instalaciones*



Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, es importante hacer ver que este factor, a pesar de existir una diferencia significativa entre las apreciaciones de calidad en el servicio entre la opinión masculina y femenina, los resultados siguen siendo particularmente muy aceptables desde la perspectiva de los juicios de valor emitidos por los comensales, a consideración de la herramienta que se utilizó en el constructo de la calidad en el servicio. Por otra parte, las desviaciones estándar que se presentan durante el análisis cuantitativo de los cuatro determinantes de la calidad en el servicio muestran estabilidad al hacer el comparativo de las medias tanto en el segmento masculino como en el femenino. Tales comentarios pueden observarse con mayor claridad en los datos de la tabla 5.

TABLA 5. Comparación de percepción por género en restaurantes de comida mexicana

	HOMBRES		MUJERES	
	ME- DIA	DESV EST.	ME- DIA	DESV EST.
1. Las características físicas del restaurante son totalmente cómodas a mi persona.	4.36	0.0350	4.22	0.0748
2. El mobiliario y los espacios son propicios para mi comodidad.	4.34		4.24	
3. Cuentan con instalaciones exteriores y estacionamiento visualmente atractivos.	4.28		4.16	
4. Cuentan con baños que siempre se muestran limpios y cómodos.	4.31		4.34	
5. El personal me trata con familiaridad y entendimiento a mis necesidades.	4.75	0.1010	4.14	0.0707
6. El trato del personal es cordial en todo momento.	4.68		4.23	

7. El personal cuenta con un alto grado de conocimientos sobre los alimentos ofrecidos.	4.66		4.17	
8. El aspecto físico del personal que brinda el servicio es agradable a la vista.	4.51		4.06	
9. La temperatura del restaurante es idónea para mi comodidad.	4.45	0.1330	4.08	0.0365
10. La iluminación es adecuada a mis necesidades como cliente.	4.65		4.12	
11. La música de fondo es agradable y acorde al tipo de restaurante.	4.55		4.14	
12. Los aromas que se perciben en el restaurante son agradables a mi persona.	4.34		4.06	
13. La presentación de los alimentos y bebidas es muy atractivas.	4.64	0.1169	4.03	0.0374
14. Los alimentos y bebidas del restaurantes cuentan con un sabor y aroma agradable.	4.62		4.07	
15. Los alimentos presentan una temperatura adecuada para su consumo.	4.45		4.12	
16. La calidad de los alimentos y el precio final es justo.	4.41		4.06	

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES

Uno de los aspectos más difíciles (si no imposible) al momento de establecer un criterio único al hablar de la calidad en el servicio es

poder llegar a una sola definición, debido a los juicios actitudinales en los que todo consumidor se encuentra influido al momento de visitar un establecimiento. Autores como Albrecht y Zemke (1985) manifiestan que la valoración de la calidad del servicio que es realizada por los consumidores tiende a ser totalmente subjetiva y fuertemente influenciada por las expectativas. Por otra parte, Oh (1999) manifiesta que las expectativas de las mujeres suelen ser superiores a las de los hombres, siendo principalmente relevantes para las mismas que cubran sus necesidades; esta afirmación tiene especial relevancia con los datos analizados en este trabajo.

Uno de los aspectos de mayor dificultad al momento de trabajar el constructo de la calidad en el servicio es que esta puede ser interpretada como una valoración global, pero, al mismo tiempo, esto no significa que podamos encontrar el mismo nivel de satisfacción en el mismo juicio; es decir, cuando el cúmulo de expectativas en un segmento de clientes entra en contacto con la organización, sin duda alguna, estas vienen ya determinadas por una cantidad de elementos que generan una amplitud de criterios en el comensal, en lo que concierne a la presente investigación.

El aspecto más importante al momento de ofrecer un servicio de calidad a los consumidores es saber adaptarse a las necesidades de estos, para lo cual la empresa debe analizar de manera meticulosa los mercados y tratar de obtener información puntual sobre la población que constituye su objetivo comercial. Al ausentarse este tipo de elementos es muy posible que se presenten discrepancias en la concepción del servicio entre las diferentes partes del intercambio comercial. Es por ello que se debe tratar de analizar si el nivel de calidad de servicio que se piensa ofrecer a los comensales está en sintonía con la percepción de estos. Con esto en mente, es necesario el compromiso de la empresa y com-

prender en gran medida que los clientes son totalmente diferentes, y que en el caso de los hombres y las mujeres, estos adquieren productos y servicios por juicios en muchas ocasiones diferentes, pero al mismo tiempo persiguiendo el mismo objetivo: satisfacer un estado de carencia percibida.

El tema de la calidad del servicio al cliente es uno de los factores clave para permanecer en la preferencia de los consumidores; esta representa en muchas ocasiones la imagen que se proyecta en ellos, siendo a su vez un mecanismo diferenciador ante la competencia y el punto decisivo en el cual dichos clientes se crean una opinión positiva o negativa sobre la organización.

BIBLIOGRAFÍA

- Albrecht, K. y Zemke, R. (1985). *Service America*. Homewood, IL: Dow Jones-Irwin.
- Berry, L. (2004). *¡Un buen servicio ya no basta!* Deusto, Bogotá.
- Bitner, M. J. y Hubbert, A. R. (1994). "Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus service quality: the consumer's voice", en Rust, R. T. Oliver, R. L. (Eds.), *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Buller, M. K. y Buller, D. B. (1987). "Physicians' communication style and patients satisfaction". *Journal of Quality Improvement*, núm. 28, pp. 375-88.
- Carlson, M. J., Blustein, J., Fiorentino, N. y Presitianni, F. (2000). "Socioeconomic status and dissatisfaction among HMO enrollees". *Medical Care*, vol. 38, núm. 5, pp. 508-516.

- Carmel, S. (1985). "Satisfaction with hospitalization: A comparative analysis of three types of services". *Social Science and Medicine*, núm. 21, pp. 1243-9.
- Czinkota, M. y Ronkainen, I. (2002). *Marketing Internacional*. 6ta. ed. Madrid: Prentice Hall.
- Fischer, A. y Arnold, S. J. (1994). "Sex, gender identity, gender role attitudes, and consumer behaviour". *Psychology and Marketing*, vol. 11, núm. 2, pp. 163-182.
- Gagliano, K. B. y Hathcote, J. (1994). "Customer expectation and perceptions of service quality in retail apparel specialty stores". *Journal of Service Marketing*, vol. 8, núm. 1, pp. 60-69.
- Geers, A. y Lassiter, D. (2003). "Need for cognition and expectations as determinants of Affective Experience". *Basic and applied Social Psychology*, vol. 25, núm. 4, pp. 313-325.
- Grönroos, C. (1978). "A service-oriented approach to marketing for services". *European Journal of Marketing*, vol. 12, núm. 1, pp. 578-602.
- _____ (1984). "A service quality model and its marketing implications". *European Journal of Marketing*, vol. 18, núm. 1, pp. 35-45.
- _____ (1990). *Service Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition*. Lexington, MA: Lexington Books.
- _____ y Shostack, G. L. (1982). *Strategic management and marketing in the service sector*. Helsingfors: Swedish School of Economics and Business Administration.
- Hofstede, G. (1991). *Culture and organizations*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Marketing*. Madrid: Prentice Hall.

- _____ y Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. 12va. ed. México: Pearson Educación.
- _____ y Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. 13va. ed. Boston: Pearson Education.
- Kover, A. (1999). "Okay, Women really could the special advice about investing, but why does it have to be so brainless?" *Fortune*, vol. 139, núm. 6, pp. 129-132.
- Like, R. y Zyzanski, S. J. (1987). "Patients satisfaction wiht the clinical encounter: Social psychological determint". *Social Science and Medice*, núm. 16, pp. 577-82.
- Linn, L. S. (1982). "Burn patients evaluation of emergency department care". *Annals of Emergency Medicine*, vol. 11, núm. 5, pp. 255-9.
- Lin, N. P., Chiu, H. D. y Hsieh, Y. C. (2001). "Investigating the reationship between service providers' personality and customers' perceptions of service quality across gender". *Total Quality Management*, vol. 12, núm. 1, pp. 57-67.
- Martínez-Tur, V., Peiró, J. y Ramos, J. (2001). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente*. Madrid: Síntesis Psicología.
- Marzo, J. Martínez-Tur, V., Ramos, J. y Peiró, J. (2002). La satisfacción del usuario desde el modelo de la confirmación de expectativas: respuesta a algunas interrogantes. *Psichotema*, vol. 14, núm. 4, pp. 765-770.
- Navas, L. (1990). *Motivación Humana: Relaciones entre atribuciones y expectativas*. Colección de Investigación educativa. Cartagena: Concejalía de Educación del Ayuntamiento de Cartagena.
- Oh, H. (1999). "Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Value: A Holistic Perspective". *Hospitality Management*, núm. 18, pp. 67-82.

- Palmer, A. y Bejou, D. (1995). "The effects of gender on the development of relationship between clients and financial advisor". *International Journal of Bank Marketing*, vol. 13, núm. 3, pp. 18-27.
- Peralta, J. (1999). *Calidad del servicio interno: manual para su mejoramiento continuo*. Arica: Universidad de Tarapacá.
- Phillips, L. W., D. R. Chang y R. D. Buzzerll (1983). "Product quality, cost position and business performance: a test of some key hypotheses". *Journal of Marketing*, núm. 47, pp. 26-43.
- Pizzo, M. (2013). *Construyendo una definición de Calidad en el Servicio*. Recuperado el 21 de octubre de 2016, de <http://como-servirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>
- Price, L., Arnould, E. y Tierney, P. (1995). "Going the extremes: managing service encounters and assessing provider performance". *Journal of Marketing*, núm. 59, pp. 83-97.
- Rafaeli, A.(1989). "When clerks meet customers: A test of variables related to emotional expression on the job". *Journal of Applied Psychology*, vol. 74, núm. 3, pp. 385-393.
- Schauffler, H. H. y Rodríguez, T. (1994). "Availability and utilization of health promotion programs and satisfaction with health plan". *Medical Care*, vol. 32, núm. 12, pp. 1182-96.
- Schiffman L. y Lazar L. (2006). *Comportamiento del Consumidor*. 7ma. ed. México: Pearson Educación.
- Stevens, P., Knutson, B. y Patton, M. (1995). "DINESERV: a tool for measuring service quality in restaurants". *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. Journal of Retailing*, vol. 36, núm. 2, pp. 55-60.
- Tse, D., Nicosia, F. y Wilton, P. (1990). "Consumer Satisfaction as a Process". *Psychology & Marketing*, vol. 7, núm. 3, pp. 177-193.

- Weiss, G. L. (1988). "Patients satisfaction with primary medical care: Evaluation of socio-demographic and predispositional factors". *Medical Care*, vol. 26, pp. 383-92.
- Worth, L. T., Smith, J. y Mackie, D. (1992). "Gender schematicity and preference for gener-typed products". *Psychology and Marketing*, vol. 9, núm. 1, pp. 17-30.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, vol. 52, pp. 2-22. Disponible en doi:10.2307/1251446

Análisis económico del servicio turístico de avistamiento de tiburón ballena en la Bahía de La Paz, Baja California Sur

Enrique Humberto Gómez Pech
Gerzaín Avilés Polanco
Víctor Ángel Hernández Trejo
Mauro Alejandro Monroy Ceseña
Marco Antonio Almendarez Hernández

INTRODUCCIÓN

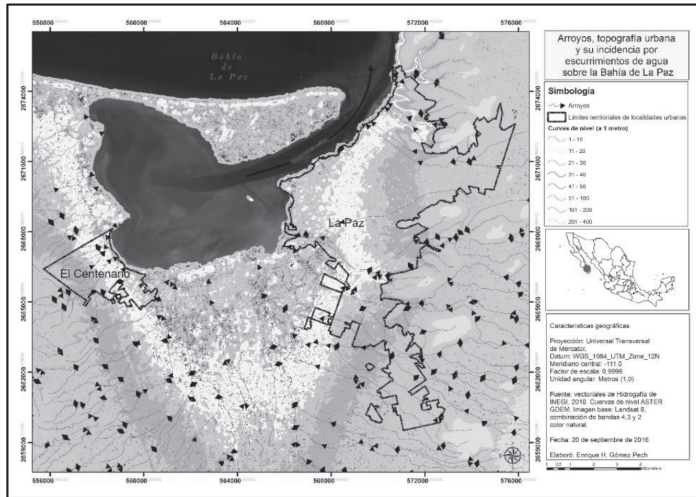
Este estudio tiene como objeto brindar elementos respecto al uso y manejo del tiburón ballena en la Bahía de La Paz. Para ello, se realizó un análisis económico de la prestación de servicios turísticos de recreación marina, con una muestra de 12 empresas que brindan el servicio de avistamiento de tiburón ballena en la Bahía de La Paz. Al considerar la antigüedad de las embarcaciones y sus condiciones de depreciación y amortización, se encontró que, en promedio, la actividad ofrece escasos beneficios. No obstante, estos son compensados por la diversificación de actividades de recreación marina como buceo, snorkel, pesca deportiva, paseos, campismo de bajo impacto y kayakismo en Isla Espíritu Santo.

ASPECTOS SOCIO-AMBIENTALES DEL TURISMO Y DEL AVISTAMIENTO DEL TIBURÓN BALLENA

Diversos estudios han demostrado que las afectaciones a zonas costeras se deben a crecimientos urbanos sobre los litorales y a procesos económicos que se desarrollan en el ámbito urbano (García de Fuentes *et al.*, 2011; Daltabuit *et al.*, 2006; Mendoza y Silvia, 2010). Esto tiene que ver con varios factores, como el desarrollo inmobiliario (principalmente viviendas de segunda residencia), la construcción de hoteles, marinas y puertos, entre otras infraestructuras que se asientan en ecosistemas ambientalmente frágiles, cuyo impacto incluye fuertes desequilibrios en la vida marina y terrestre. Por otro lado, el turismo, como dinámica económica y social, ha ejercido fuerte presión sobre los recursos naturales, ya que el crecimiento de prestadores de servicios y visitantes ha dado como consecuencia que los espacios naturales sean comercialmente apropiados y utilizados como espacios de diversión y esparcimiento, lo cual resulta alarmante por el fuerte impacto hacia el entorno físico y por el constante crecimiento turístico.

En cuestiones de impacto ambiental, la expansión urbana ha afectado significativamente el litoral de la ciudad de La Paz. El crecimiento demográfico de 2000 a 2010 ha sido del 2.82 % (cálculos propios a partir del INEGI, 2010), lo que ha implicado mayor ocupación del suelo en las periferias de la ciudad, mayor consumo de recursos y aumento de residuos sólidos. Por otro lado, la ciudad de La Paz se ubica en un terreno de desagüe natural que está conformado por una red de arroyos que desembocan hacia una ensenada, cuyos escurrimientos arrastran, en épocas de lluvia, gran cantidad de desechos sólidos y líquidos hacia la Bahía de

FIGURA 1. Mapa de escurrimientos superficial y superficie urbana en la ciudad de La Paz



Fuente: elaboración propia.

La Paz, dañando el ecosistema de muchas especies, en particular de la zona de alimentación del tiburón ballena (figura 1). Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2014), en su documento «Características del entorno urbano 2014», la ciudad solo tiene 2.49 % de infraestructura de drenaje pluvial, lo que provoca que haya sobrecarga de la red de drenaje producido por el crecimiento y dinámica urbana de comercios y viviendas cercanas a la Bahía de La Paz.

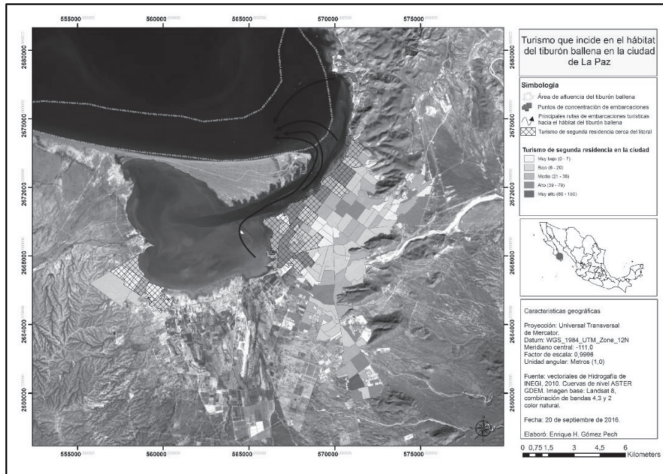
El turismo en México, como actividad económica, ha sido de gran relevancia económica por los beneficios que ha generado y por las formas de comercialización de diferentes productos, que incluyen la naturaleza, la cultura, el hospedaje, la alimentación y otros servicios complementarios (López y Marín, 2010; Santana,

2003). Por abordar algunos datos estadísticos y conocer la magnitud de la dinámica turística nacional hasta la local, se puntualiza la siguiente información:

- México se ubicó en 2015 dentro de los 10 primeros lugares a nivel mundial con más arribo de turistas hacia el territorio nacional (OMT, 2015), su crecimiento ha sido del 4.16 % en solo 10 años. México recibió en 2006 a 21.4 millones de turistas y en 2015 arribaron al territorio mexicano 32.1 millones de turistas.
- El estado de Baja California Sur tuvo, de 2005 a 2014, un aumento del 2.16 % en visitantes que se hospedaron en algún hotel del estado. En 2005 se hospedaron 1 405 395 visitantes y 1 740 469 en 2014 (Datatur, 2015).
- De 2011 a 2014, el municipio de La Paz tuvo un aumento del 2.49 % en visitantes que se hospedaron en algún hotel del municipio. En 2011 se hospedaron 226 462 visitantes y 289 487 en 2014 (INEGI, 2015; 2014b; 2013; 2012).
- La infraestructura hotelera del estado de Baja California Sur en 2010 era de 332 hoteles, 90 de los cuales se encontraban en el municipio de La Paz; para 2013 aumentó la cifra estatal a 352, 101 en La Paz; estos números disminuyeron considerablemente en 2014, cuando el total estatal pasó a ser de 329 hoteles, 95 ubicados en La Paz, debido a que los datos se registraron después de que muchos hoteles dejaran de operar por los estragos del huracán Odile a establecimientos hoteleros (Datatur, 2015; INEGI, 2015; 2014b; 2013; 2012).

Por otro lado, en los últimos años el turismo de segunda residencia en diferentes partes del país ha sido un proceso de ocupación del suelo que va creciendo paulatinamente (Casas *et al.*,

FIGURA 2. Mapa de localización de turismo residencial en la Bahía de La Paz



Fuente: elaboración propia.

2013; Hiernaux-Nicolas, 2005). Como se muestra en la figura 2, el turismo de segunda residencia se distribuye en toda la ciudad, pero con mayor presencia en los primeros cuadros urbanos. En la ciudad de La Paz, incluyendo a la localidad de El Centenario, existen 3137 viviendas de uso temporal (INEGI, 2010), de las cuales el 22.6 % se ubican cerca del litoral. Aunque no hay estudios cuantitativos sobre este tema en La Paz, se puede afirmar que en temporadas vacacionales o de veraneo, un porcentaje de turistas de segunda residencia se desplazan hacia el hábitat del tiburón ballena.

En este sentido, el turismo ha ido en aumento tanto en el número de visitantes que arriban a la ciudad de La Paz, como en la infraestructura hotelera que se ha expandido en el litoral, de modo

que existe una fuerte presión hacia el hábitat del tiburón ballena, ya que muchos visitantes buscan espacios naturales atractivos para observar o interactuar con especies en su hábitat natural. Es importante puntualizar que el tiburón ballena ha sido objeto de una fuerte presión económica por la actividad turística desde 1990 en la península de Baja California (Enriquez *et al.*, 2003), precisamente porque se ha convertido en una fuerte atracción tanto de visitantes como de prestadores de servicios turísticos que han ido en aumento al paso del tiempo; en los últimos años ha surgido la preocupación por proteger y conservar espacios naturales para disminuir el impacto ambiental en el hábitat del tiburón ballena, en específico en la Bahía de La Paz, Baja California Sur.

Otro aspecto importante a considerar respecto al impacto sobre el hábitat del tiburón ballena es el número de embarcaciones que navega constantemente en las aguas de la bahía y del Golfo de California. En la Paz, como se muestra en la figura 2, existen varias marinas y puertos de pescadores en la ensenada, cuyas embarcaciones, al realizar sus actividades cotidianas, incidentalmente tienen algún tipo de contacto físico con algunas especies, en su mayoría con el tiburón ballena, dejando lesiones permanentes en los especímenes (Anderson *et al.*, 2014; Orams, 2002). No obstante, el gran flujo de embarcaciones en aguas de la Bahía hace que sea insuficiente la supervisión y protección —por otras dependencias de gobierno— del tiburón ballena, ya que muchas de ellas no están debidamente autorizadas para practicar actividades relacionadas con el nado y avistamiento del tiburón ballena.

ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA
DE AVISTAMIENTO DE TIBURÓN BALLENA
EN LA BAHÍA DE LA PAZ, BAJA CALIFORNIA SUR

El turismo de apreciación del tiburón ballena es un nicho de mercado creciente en México (Ziegler *et al.*, 2012). No obstante, este ha impactado considerablemente las poblaciones de Isla Holbox, Quintana Roo y La Paz, Baja California Sur. Para el caso de Holbox (Ziegler *et al.*, 2012), se encontró que altas tasas de contacto físico pueden causar daños al tiburón ballena, contacto que se incrementa con el número de embarcaciones en el área de avistamiento al favorecer la aglomeración de nadadores. En el caso de La Paz, Ramírez-Macías y colaboradores (2012) mencionan que en el área de agregación del tiburón ballena hasta un 67 % de esta especie marina se ve afectado por los barcos, lo que da muestra de la necesidad de un área de protección que limite y controle los barcos y otras actividades humanas que puedan representar una amenaza.

Por lo anterior, resulta relevante analizar los costos y beneficios económicos derivados de esta actividad con la finalidad de identificar y dimensionar el turismo de apreciación del tiburón ballena en la ciudad de La Paz, y con esto poder brindar elementos sobre la importancia del adecuado uso, manejo y gestión del servicio recreativo del avistamiento de esta especie. Con esto en mente, se ha optado por hacer una caracterización de la oferta y la demanda en la región.

DEMANDA DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA PAZ, BAJA CALIFORNIA SUR

La ciudad de La Paz se encuentra identificada por la Secretaría de Turismo como un centro de playa tradicional. Debido a su tradición turística, la ciudad cuenta con empresas especializadas que facilitan el traslado de turistas, como agencias de viaje (13) y arrendadoras de automóviles (20). Durante 2014, La Paz recibió a 289 487 turistas, de los cuales el 90 % fueron de origen nacional y el 10 % extranjero. Estos se hospedaron en 85 hoteles, 5 moteles y 5 *trailer parks*, y su estadía promedio fue de 4 noches para turistas nacionales y 5.51 para extranjeros (SECTUR, 2014).

El dinamismo de la actividad turística de playa tradicional ha provocado el desarrollo de establecimientos de preparación y servicio de alimentos y bebidas, consistente en 112 restaurantes, 11 cafeterías, igual número de centros nocturnos y 14 bares. Asimismo, dada su condición de puerto, también ha desarrollado infraestructura portuaria vinculada al turismo marino, contando con 8 marinas turísticas, mismas que tienen 711 muelles de atraque y 31 transportadoras turísticas especializadas (SECTUR, 2014).

El principal atractivo turístico de La Paz es su bahía y su cercanía al Parque Nacional Archipiélago Espíritu Santo (PNAES), lo que vuelve a la ciudad propicia para desarrollar actividades acuáticas recreativas en sus alrededores, como pesca deportiva y observación de la biodiversidad marina mediante la práctica de buceo, snorkel, nado y kayakismo. De estos servicios recreativos provistos por la biodiversidad marina, destaca el creciente desarrollo de actividades de observación y nado con el tiburón ballena. A pesar de contar con registros de avistamientos desde finales de 1800, los encuentros en buceo y nado eran raros has-

ta hace poco tiempo, como lo señalan Clark y Nelson (1997), al documentar que el primer avistamiento del tiburón ballena en el Golfo de California y, específicamente, en la región que comprende el área entre Cabo San Lucas y La Paz, fue realizado por Beebe (1938, citado por Clark y Nelson, 1997).

La explotación comercial no extractiva del servicio recreativo de avistamiento y nado con el tiburón ballena tiene su origen a partir de principios de los años noventa del siglo pasado. De acuerdo con Pelayo del Real (2015), al inicio de la actividad turística no existía ningún tipo de regulación y cualquier particular con el equipo necesario podía ofertar el servicio recreativo, lo cual generó un nicho de mercado para prestadores de servicios turísticos y grupos de pescadores organizados que realizaron una reconversión hacia esta actividad. En la actualidad, el servicio de avistamiento está regulado por el artículo 99 de la Ley General de Vida Silvestre. En la tabla 1 se muestra el número de prestadores de servicios turísticos autorizados para realizar actividades de avistamiento de tiburón ballena en la Bahía de La Paz, desde 2006 hasta 2017.

TABLA 1. Prestadores de servicios turísticos y autorizaciones por temporada, 2006-2017

Temporada	Número de prestadores de servicios	Número de autorizaciones
2006-2007	5	30
2007-2008	ND	ND
2008-2009	ND	ND
2009-2010	ND	ND
2010-2011	18	47
2011-2012	40	86
2012-2013	43	103

2013-2014	11	42
2014-2015	76	76
2015-2016	82	82
2016-2017	74	74

Fuente: elaboración propia con base en datos de la oficina de la Dirección de Vida Silvestre de la Delegación de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales de Baja California Sur del, 2006 al 2017.

Durante la temporada 2013-2014 la Delegación de SEMARNAT en Baja California Sur, en colaboración con la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA), Tiburón Ballena México A.C. y la Universidad Autónoma de Baja California Sur, realizó un curso-taller de capacitación a prestadores de servicios turísticos de avistamiento del tiburón ballena de la ciudad de La Paz; además de brindar la capacitación para el adecuado uso y manejo del servicio, se realizó una encuesta a los asistentes con el fin de conocer la capacidad de la oferta en términos del número de embarcaciones por prestador de servicios, tamaño de embarcaciones en metros de eslora, la capacidad de motor y tripulación por embarcación.

Para el presente análisis económico se hizo uso de la información de esta encuesta, tomando como tamaño de muestra el número de asistentes, teniendo que $n = 12$ prestadores de servicios; se tomó también esta información para caracterizar las capacidades de los prestadores y obtener los estimadores muestrales del número promedio de viajes por embarcación en la temporada, el número promedio de turista por viaje y sus respectivas desviaciones estándar, con las cuales se construyó un intervalo de confianza del 95 %.

Los viajes de avistamiento se realizan en embarcaciones que varían en su tamaño desde aquellos con capacidad de carga de

30 toneladas, 14 metros de eslora y motores diésel de 330 HP; hasta pangas de fibra de vidrio con capacidad de carga de 1.5 a 3 toneladas, con motor fuera de borda y potencia que oscila entre 90 y 150 HP; estas cuentan con una tripulación normalmente con capitán, guía y buzo, el tiempo de viaje varía entre 1 y 5 horas, dependiendo de la hora de salida y el tamaño de la población por temporada. Los sitios de avistamiento reportados son en el mogote frente a los condominios Paraíso del mar, la caseta de vigilancia, las casitas y la mezcalera.

Por otro lado, todos los encuestados manifestaron realizar otras actividades como viajes recreativos a Islas del PNAES, Los Cabos, Laguna de San Ignacio, San Rafaelito y el Área Natural Protegida de Balandra; así como actividades de pesca deportiva, buceo, snorkel, kayak, veleo y campismo. En cuanto al origen de los turistas, los prestadores declararon contar con norteamericanos, europeos y asiáticos, en ese orden de frecuencia. El precio de viaje por turista oscila entre 300 y 650 pesos en embarcaciones pequeñas que solo realizan recorridos de 2 a 4 horas. Mientras que en embarcaciones grandes con servicio alternativo que incluye alimento y equipo especializado, este varía entre 45 y 100 dólares. En la tabla 2 se muestra el número de embarcaciones, número de empleados, viajes en la temporada y turistas promedio por viaje.

TABLA 2. Número de embarcaciones, empleados, viajes y turistas promedio por viaje.

Prestador de servicio turístico	Número de embarcaciones	Número de empleados	Número de viajes por temporada	Número de turistas por viaje
Lucia Celeste Diving services	1	3	40	6
Lobitos Sea Adventures	1	5	36	10

Chicalera Tours	1	3	30	6
Baja Tours «Esterito»	1	11	10	10
Pochunga	1	4	10	6
Marisol Carballo Arballo	2	4	45	6
«N» S. A. de C. V.	2	4	40	6
Marlin-Adventures	4	9	38	6
Pacifico Tours S. A. de C. V.	4	5	45	6
Desert Jewer Charters S. A. de C. V.	5	6	45	6
Baja Expeditions	5	20	39	5
S. C. P. P. A. S. T. Punta Baja S. C.	7	10	100	6
Cabo Adventures S. A. de C. V.	8	33	NR	NR

Fuente: elaboración propia con base en encuesta.

Para calcular el nivel de beneficio del aprovechamiento no extractivo del servicio turístico, se toma como variable proxy el ingreso medio de operación, obtenido a partir del producto del número de viajes y el promedio de turistas por viajes reportados por los encuestados (Trenkler y Stahlecker, 1996). Los estadísticos de estas variables se muestran en la tabla 3.

TABLA 3. Estadística descriptiva de variables

Variable	Media	Desviación estándar	Máximo	Mínimo
Número de viajes	40	22.6	100	10
Promedio de turistas por viaje	6	1.6	10	5

Fuente: elaboración propia con base en encuesta.

Para estimar el ingreso medio bruto de los prestadores de servicios turísticos se construyó un intervalo de confianza a partir del estimador muestral de las medias del número de viajes por temporada y turistas por viaje. Para ello, se considera que el número de viajes y de turistas sigue una distribución normal de acuerdo a las características de las embarcaciones y el nivel de ingreso de los turistas. Debido a que el tamaño de la muestra es $n < 30$, se utilizó la distribución *t* – *student* con 11 grados de libertad y un nivel de confianza de 95 % ($p < 0.05$), resultando un estadístico *t* de 2.20. En la tabla 4, se muestran los intervalos para la media de las variables con confianza al 95 %.

TABLA 4. Intervalo de confianza de número de viajes y turistas por viaje

Variable	Intervalo de confianza con ($p < 0.05$) y 11 gl.	
Número de viajes	26	54
Promedio de turistas por viaje	5	7

Fuente: elaboración propia.

El número de viajes promedio de la población de prestadores turísticos autorizados se encuentra entre 26 y 54 con un 95% de confianza, mientras que el promedio de turistas por embarcación de la población que demanda estos servicios se encuentra entre 5 y 7 con un 95% de confianza. Una vez que se estimó el promedio muestral del número de viajes por prestador de servicios y turistas por embarcación, se extrapoló a la población de prestadores obteniendo los viajes promedio de todos los prestadores de servicios turísticos, así como el promedio de turistas de los viajes; los resultados se muestran en la tabla 5.

TABLA 5. Promedio estimado de viajes y turistas

Variable	Estimado
Promedio de viajes realizados por prestadores de servicios turísticos	2948
Promedio de turistas que reciben el servicio de avistamiento de tiburón ballena	19 405

Fuente: elaboración propia.

El nivel de ingreso bruto promedio derivado del avistamiento de tiburón ballena en la Bahía de La Paz es el producto del promedio de turistas por temporada y el precio promedio de los prestadores. La estadística descriptiva e intervalos de confianza del precio promedio se muestran en la tabla 6.

TABLA 6. Estadística descriptiva del precio promedio e intervalo de confianza

Estadística descriptiva			
Media	Desviación estándar	Máximo	Mínimo
\$ 613.00	\$ 463.00	\$ 1900.00	\$ 300.00
Intervalo de confianza con ($p < 0.05$) y 11 gl.			
	\$ 319.27		\$ 906.73

Fuente: elaboración propia.

El ingreso promedio bruto derivado de la actividad turística de avistamiento de tiburón ballena en la bahía de La Paz resultó de \$ 11 895 552.87 por temporada. En cuanto a los costos de operación, estos se dividen en tres rubros 1) sueldos y salarios, 2) materiales y suministros, y 3) mantenimiento consistente en herramienta, refacciones y accesorios menores. Estos se muestran en la figura 3 y en la tabla 7.

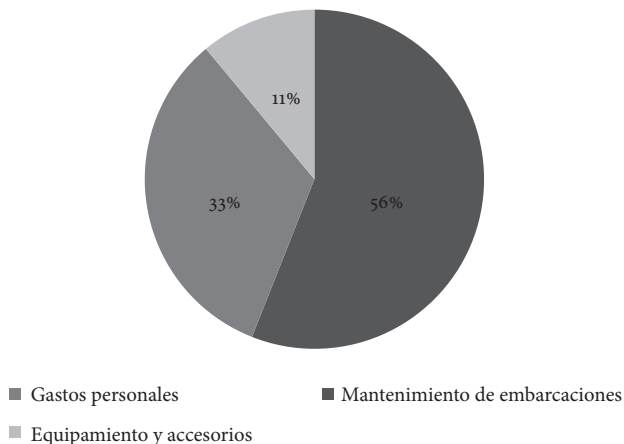
TABLA 7. Distribución de los costos promedio de operación

Rubros de costo de operación	Monto
Gastos personales promedio	\$ 6 433 066.67
Costo de mantenimiento promedio de embarcaciones	\$ 3 786 333.33
Costo promedio de equipamiento y accesorios	\$ 1 268 571.43
Costos promedio de operación	\$ 11 487 971.43

Fuente: elaboración propia con base en encuesta.

El ingreso neto promedio de operación derivado del avistamiento del tiburón ballena se deriva de la diferencia del ingreso bruto promedio y el costo bruto promedio. Cabe mencionar que las embarcaciones ya están depreciadas y amortizadas por su antigüedad, representando solo su valor de salvamento. No obstante lo anterior, estas les permiten a los prestadores autorizados ofrecer la actividad de avistamiento de tiburón como una actividad

FIGURA 3. Distribución de los costos de operación



Fuente: elaboración propia con base en encuesta.

complementaria a otras que se realizan en la Bahía de La Paz y las áreas naturales protegidas de la región. El resultado de este ejercicio no considera el flujo neto de efectivo de estados de resultados proforma (Block *et al.*, 2011), sin embargo, sirve de referencia al indicar el margen del ingreso bruto promedio del sector sobre los costos brutos promedio de operación de los prestadores de servicios turísticos. La diferencia se muestra en la tabla 8.

TABLA 8. Utilidad neta de operación promedio

Concepto	Monto
Ingreso promedio del sector	\$ 11 895 552.87
Costo promedio del sector	\$ 11 487 971.43
Diferencia	\$ 407 581.45

Fuente: elaboración propia

Los resultados revelan que la actividad genera ingresos suficientes para mantener el empleo de los prestadores de servicios turísticos, pero no genera beneficios suficientes que justifiquen la entrada de nuevos prestadores turísticos en la Bahía de La Paz, sobre todo si se consideran las externalidades negativas derivadas de la actividad sobre el tiburón ballena y su hábitat. En este sentido, resulta importante regular la actividad para garantizar el nivel de bienestar de los prestadores de servicios turísticos y la conservación del tiburón ballena.

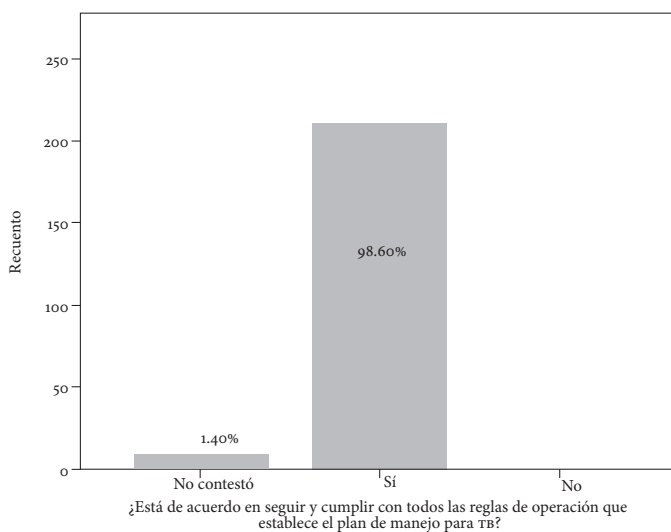
PERCEPCIÓN DE PRESTADORES DE SERVICIO RESPECTO AL PLAN DE MANEJO DEL TIBURÓN BALLENA

Los resultados de la encuesta aplicada a prestadores de servicios registrados ante la SEMARNAT (permisionarios, capitanes y

guías) para el aprovechamiento no extractivo de recursos naturales, relacionado con el plan de manejo del nado y avistamiento del tiburón ballena, se puntualizan a continuación.

La mayoría de los prestadores de servicios está de acuerdo en cumplir con las reglas de operación que establece el plan de manejo del tiburón ballena, como muestra la figura 4. Sin embargo, existieron algunas consideraciones y sugerencias en aspectos relacionados con la alta capacidad de carga existente sobre el hábitat del tiburón ballena, la dinámica de operación en cuanto a la disminución del tiempo del nado con el tiburón ballena y la implementación de otras modalidades de interacción, por ejemplo el kayak o el *paddle*.

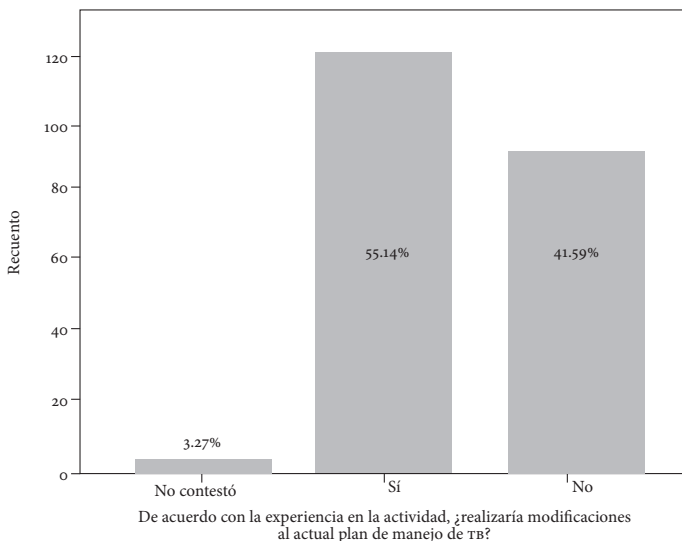
FIGURA 4. Gráfica de aceptación del plan de manejo para el tiburón ballena



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta.

La figura 5 muestra que el 55% de los prestadores de servicios harían algunas modificaciones al plan de manejo actual. Muchas de estas sugerencias u observaciones tienen que ver con la velocidad mínima de las embarcaciones, establecer una zonificación exclusiva para la interacción con el tiburón ballena y la disminución de nadadores en la inmersión. Otras sugerencias están vinculadas con la forma de operación del mercado turístico del tiburón ballena, muchos prestadores de servicios ofertan precios baratos que afectan la operación de otros prestadores de servicios turísticos; asimismo, los prestadores de servicios solicitan más supervisión de las autoridades del gobierno.

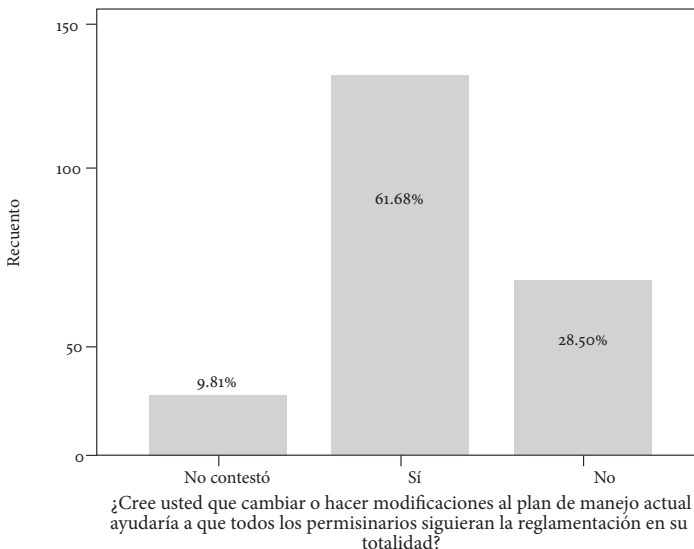
FIGURA 5. Gráfica de disposición para modificar el plan de manejo del tiburón ballena.



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta.

Por último, la percepción que tienen los prestadores de servicios sobre un nuevo plan de manejo (figura 6) es parcialmente dividida, el 61 % asegura que sí se seguirían las reglas de operación, sin embargo, el 28 % manifiesta que sería todo lo contrario. En la práctica turística vinculada con el tiburón ballena, varias de las reglamentaciones actuales se respetan parcialmente, como la velocidad, número de nadadores, número de embarcaciones, guías obligatorios, etcétera; sin embargo, no siempre es así. Los prestadores de servicios puntualizan que es necesario poner estrictas medidas de supervisión tanto en la logística de la operación del tiburón ballena, desde la salida de la embarcación hacia el hábitat

FIGURA 6. Gráfica de percepción sobre el cumplimiento de un nuevo plan de manejo.



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta.

del tiburón ballena hasta el momento del regreso de los turistas, así como en la regulación del mercado en cuanto a la competencia desleal, con la que muchos tienen la capacidad de controlar y manejar el mercado turístico del tiburón ballena.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos revelan que la actividad de avistamiento de tiburón ballena en la Bahía de La Paz representa una ocupación relativamente redituable para los prestadores de servicios turísticos. Sin embargo, al formar parte de un paquete integral de servicios de recreación marina tanto en la Bahía de La Paz como en el Parque Nacional Archipiélago Isla Espíritu Santo, les brinda la oportunidad de generar mayores ingresos para enfrentar las fluctuaciones de los arribos de turistas.

Otro aspecto relevante es la diferencia en las capacidades de los prestadores de servicios, ya que mientras algunos están constituidos por sociedades cooperativas de pescadores que ven la oportunidad de reconversión y diversificación, otros son de origen extranjero, con capacidades mayores de publicidad y logística operadas desde ciudades como San Diego, en Estados Unidos.

En general, la economía de este tipo de turismo representa un espacio que puede ser sustentablemente aprovechado a largo plazo por los diferentes agentes económicos; sin embargo, el hábitat del tiburón ballena se ha visto dañado en la actualidad por la presión de las embarcaciones que navegan en su espacio de alimentación, de las cuales, varias les provocan lesiones en diversas partes del cuerpo por los fuertes impactos físicos sufridos. Esto implica que debe existir una mayor supervisión para que se cum-

pla cabalmente con los planes de manejo de esta actividad, lo cual requiere una constante capacitación y vigilancia de los agentes turísticos y no turísticos que navegan en la Bahía de La Paz. De cumplir con los principios del plan de manejo vigente, el hábitat del tiburón ballena se convertiría en espacio bien conservado y con las condiciones biofísicas óptimas para que esta especie permanezca en aguas de la Bahía de La Paz por mucho tiempo.

Por otra parte, es importante puntualizar la construcción de la mercantilización del hábitat del tiburón ballena, cuyo valor está supeditado por cierta particularidad de apropiación y privatización de estos espacios que son invisibles a las diferentes organizaciones de la sociedad civil, el gobierno local, estatal y federal, empresas privadas y la comunidad científica; lo cual sugiere la pertinencia de analizar a mayor profundidad este tipo de construcción que obedece principalmente a interés económicos de agentes turísticos.

BIBLIOGRAFÍA

- Anderson, D. J., Kobryn, H. T., Norman, B. M., Bejder, L., Tyne, J. A., y Loneragan, N. R. (2014). Spatial and temporal patterns of nature-based tourism interactions with whale sharks (*Rhincodon typus*) at Ningaloo Reef, Western Australia. *Estuarine, Coastal and Shelf Science*, vol. 148, pp. 109–119. Disponible en <http://doi.org/10.1016/j.ecss.2014.05.023>
- Block, S., Hirt, G. y Danielsen, B. (2011). *Fundamentos de administración financiera*. 14a ed. McGraw Hill.
- Casas, D. A., Beltrán, L. F., Castellanos, A., y Solís, A. B. (2013). Turismo residencial y migración de jubilados extranjeros en

- México: un estudio de caso sobre sus implicaciones ambientales y de servicios en Baja California Sur. *Estudios Fronterizos*, vol. 14, núm. 28, pp. 51-77.
- Clark, E. y Nelson, D. R. (1997). Young whale sharks, *Rhincodon typus*, feeding on a copepod bloom near La Paz, Mexico. *Environmental Biology of Fishes*, vol. 50, núm. 1, pp. 63-73. Disponible en <https://doi.org/10.1023/A:1007312310127>.
- Daltabuit, M., Vázquez, L. M., Cisneros, H., y Ruiz, G. A. (2006). *El turismo costero en la ecorregión del Sistema Arrecifal Mesoamericano*. Cuernavaca, Morelos: Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias. Washington: World Wildlife Fund.
- Enriquez, R., Rodríguez, N., Zavala, A., Cárdenas, N., Vázquez, A., y Godínez, C. (2003). *Conservación y aprovechamiento sustentable del tiburón ballena (*Rhincodon typus*), a través del ecoturismo en Bahía de los Ángeles, Baja California*. Propuesta de programa de manejo de tiburón ballena (*Rhincodon typus*) con referencia específica a Bahía de Los Ángeles, Baja California (documento para revisión).
- García de Fuentes, A., Xool, M., Euán, J. I., Munguía, A., y Cervera, M. D. (2011). «La costa de Yucatán en la perspectiva del desarrollo turístico». *Conocimientos*, núm. 9. México.
- Hiernaux-Nicolas, D. (2005). «La promoción inmobiliaria y el turismo residencial: el caso mexicano». *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona, vol. IX, núm. 194.
- Ibarra, V. I. (n.d.). «Turismo y globalización: el caso de Cancún, México». *Retos Turísticos*, pp. 2-7.
- INEGI (2010). «Principales resultados por AGEB y manzana urbana. Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informáti-

- ca». *Censo de Población y Vivienda 2010*, pp. 1-19. Disponible en <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/microdatos/Encuestas.aspx?c=34553>
- López, Á. y Marín, G. (2010). «Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura». *Relaciones. Sección General*, vol. 31, núm. 123, pp. 219-258.
- Mendoza, M. y Silvia, L. (2010). «Turismo en Playa del Carmen-México. Impactos socioculturales en la Colonia Colosio». *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 19, núm. 5, pp. 850-865.
- OMT (2015). *Panorama OMT del turismo internacional*. UNWTO. Disponible en <https://doi.org/10.18111/9789284416875>
- Orams, M. B. (2002). Feeding wildlife as a tourism attraction: A review of issues and impacts. *Tourism Management*, vol. 23, núm. 3, pp. 281-293. Disponible en [http://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00080-2](http://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00080-2)
- Pelayo del Real, G. (2015). Evaluación comparativa de la actividad de avistamiento de tiburón ballena (*Rhincodon typus*) en la costa central de Nayarit y Bahía de La Paz, Baja California Sur, México, durante la temporada 2013-2014. Tesis de maestría. Universidad Autónoma de Nayarit.
- Ramírez-Macías, D., Vázquez-Haikin, A., y Vázquez-Juárez, R. (2012). Whale shark *Rhincodon typus* populations along the west coast of the Gulf of California and implications for management. *Endangered Species Research*, vol. 18, núm. 2, pp. 115-128. Disponible en <http://doi.org/10.3354/esr00437>
- Santana, A. (2003). «Turismo cultural, culturas turísticas». *Horizontes Antropológicos*, vol. 9, núm. 20, pp. 31-57.
- SECTUR (2014). *Principales indicadores de la ocupación en hoteles y moteles de los centros turísticos por residencia*. Disponible en

http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/anuarios_2015/702825077174.pdf.

Trenkler, G. y Stahlecker, P. (1996). Dropping variables versus use of proxy variables in linear regression. *Journal of Statistical Planning and Inference*, vol. 50, núm. 1, pp. 65-75. Disponible en [https://doi.org/10.1016/0378-3758\(95\)00045-3](https://doi.org/10.1016/0378-3758(95)00045-3).

Ziegler, J., Dearden, P. y Rollins, R. (2012). But are tourists satisfied? Importance-performance analysis of the whale shark tourism industry on Isla Holbox, Mexico. *ELSEVIER*, vol. 33, pp. 692-701.

Indicadores de desempeño turístico y bienestar en los municipios de Baja California Sur: una primera aproximación

Reyna María Ibáñez Pérez
Víctor Ángel Hernández Trejo
Ulianov Jakes Cota

INTRODUCCIÓN

Toda actividad económica genera impacto, ya sea económico, social o cultural. Diversos autores intentan describirlos enfocándose en el estudio de sus repercusiones en el bienestar de las personas; sin embargo, debido a sus múltiples connotaciones, no existe un consenso en relación a su significado y medición. Duarte y Elías (2007) dicen que el bienestar depende de: a) el conjunto de las cosas necesarias para vivir bien; b) una condición de vida holgada o abastecida de cuanto conduce a pasarlo bien y con tranquilidad; c) de factores que participan en la calidad de la vida y que dan lugar a la tranquilidad y satisfacción humana. Por otra parte Nussbaum y Sen (1995) y Díaz y Escárcega (2009), argumentan que el bienestar se da en términos colectivos o sociales y suele asociarse a las condiciones requeridas para que un ser humano cubra sus necesidades básicas, tales como nutrición, salud, vivienda digna, servicios, autorrealización personal y aceptación social. Según las circunstancias, económicas, psicológicas

o sociales, los individuos pueden diferir entre el peso que le dan a cada una de las necesidades arriba mencionadas.

La subjetividad implícita en la idea del bienestar, ha dado como resultado una amplia discusión entre políticos y teóricos de diferentes disciplinas, llevando al paso de los años a una noción de bienestar más amplia. En este sentido, es posible argumentar que pese a sus distintas interpretaciones, el concepto bienestar es resultado de la satisfacción material y de componentes intangibles como la calidad del medio ambiente, la seguridad nacional y la seguridad personal; las libertades políticas, económicas y de expresión, así como el acceso a medios que permitan el desarrollo colectivo e individual (Sen, 1995; Inglehart, 2000; Duarte y Elías, 2007).

Actualmente, los indicadores más empleados para entender el bienestar socioeconómico son el índice de pobreza, que mide, a través de tres componentes (mortalidad y desnutrición, alfabetización y población sin acceso a agua) la pobreza en países del tercer mundo; el índice de marginación, que permite diferenciar entidades y municipios según el impacto global de las carencias que padece la población, como resultado de la falta de acceso a la educación, viviendas inadecuadas y percepción de ingresos monetarios insuficientes; y el índice de desarrollo humano, que mide el logro de un país en tres dimensiones básicas: una vida larga y saludable, conocimientos, y un nivel decente de vida; el índice de desarrollo humano contiene tres variables: esperanza de vida al nacer, logro educacional (alfabetización de adultos y tasa bruta de matriculación combinada) e ingreso (PIB real per cápita); todo esto suele ser utilizado para dimensionar el impacto de la actividad económica en el bienestar socioeconómico de la población.

En México, el turismo ha generado gran cantidad de divisas y a la fecha las inversiones realizadas por diversos organismos han contribuido a elevar la relevancia del país como destino turístico internacional, colocándolo, de acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2015), entre las diez principales naciones con recepción de turistas del mundo. Lo anterior se atribuye a la implementación de una serie de planes, programas, leyes, reglamentos y normas que han permitido el aprovechamiento del potencial turístico y la diversificación de su oferta turística de tal forma que actualmente cuenta con diversos tipos de destinos, tales como pueblos mágicos, ciudades medias, ciudades coloniales, sitios de patrimonio mundial, destinos de playa, rutas y circuitos turísticos (Ibáñez *et al.*, 2015).

No obstante, las controversias y críticas con relación al desarrollo turístico son diversas, algunas se centran en sus afectaciones negativas en el ambiente (Carter, 1995; Beni, 1999; Capacci, 2002; Jiménez, 2005), en sus efectos socioculturales (Monterrubio, 2011), en su relevancia económica y otras, en su pobre impacto en el bienestar (Castro, 2006; Wall y Mathieson, 2005).

Aun así, ha sido inevitable su expansión, misma que ha generado una fuerte demanda de servicios, representando una de las actividades más prósperas para algunas entidades del país, tal es el caso de Baja California Sur (BCS) cuyo potencial ha sido aprovechado principalmente con fines turísticos y actualmente, cuenta con dos Centros Integralmente Planificados (CIP), dos pueblos mágicos y una ciudad media, categorizada también como destino de playa. Lo anterior ha propiciado que BCS se considere como una de las entidades con más alta competitividad, en particular en materia turística (ITESM, 2010; 2012).

En la actualidad existen tres zonas turísticas en el estado: la zona norte, que abarca desde la ciudad de Guerrero Negro, en el municipio de Mulegé, hasta Ciudad Constitución, localizada en el municipio de Comundú, donde las actividades predominantes se vinculan a actividades de bajo impacto, y donde el turismo rural y cultural adquiere especial relevancia, dado la presencia de pinturas rupestres y misiones jesuitas, así como el avistamiento de la ballena gris, que se ha convertido en una de las actividades que genera fuertes ingresos a la zona; la zona centro, desde La Paz hasta Todos Santos, en el municipio de La Paz, donde existe una oferta combinada de actividades culturales, de turismo alternativo, de tipo masivo y de negocios; y la zona sur que comprende desde la localidad conocida como Los Barriles hasta Cabo San Lucas, en el municipio de Los Cabos, donde se practican con mayor intensidad el turismo tradicional, turismo náutico, pesca deportiva y, en menor medida, se ofertan servicios y actividades relacionados con el turismo alternativo (SEGOB, 2015).

Lo anterior ha permitido que BCS sea reconocido mundialmente como un sitio ideal para el avistamiento de ballena gris, tiburón ballena y aves migratorias, entre otras especies de fauna, muchas de las cuales se encuentran en peligro de extinción (SEGOB, 2015). Asimismo, cuenta con tres sitios decretados como patrimonio de la humanidad por la Organización de Unidad para la Educación, Ciencia y la Cultura (UNESCO), se encuentran bajo la categoría de patrimonio natural las Islas del Golfo y el santuario de la ballena gris de Vizcaíno; y, decretado como patrimonio cultural, están las pinturas rupestres de la Sierra de San Francisco, en el municipio de Mulegé, BCS (CONACULTA, 2015).

Pese a lo anterior, se percibe que la intensidad de la actividad turística y la aglomeración de la población no se concentran en

forma equilibrada. Además, se tiene la idea de que los municipios con mayores flujos e infraestructura turística poseen mejores condiciones de vida. En este sentido, la mayor parte de las investigaciones sobre el tema se centran en aspectos históricos, en las problemáticas políticas, económicas o empresariales vinculadas con el desarrollo turístico en los destinos más importantes de BCS.

Algunos de los estudios en este campo incluyen a López y Sánchez (2002), quienes evidenciaron una fuerte participación extranjera en diversos ámbitos en Los Cabos, por lo que el tema de la soberanía nacional fue una de las principales problemáticas que observaron; adicionalmente, se hicieron énfasis en el estado deficiente de la infraestructura y servicios de comunicación orientada a la población local. En su trabajo, De Sicilia (2000) sostiene que las estrategias de planeación, ubicación, distribución de los recursos económicos y la falta de continuidad en los proyectos en Loreto son algunas de las principales razones por las que ese centro no ha tenido el nivel de desarrollo esperado. Por otra parte, en la investigación efectuada por Juárez *et al.* (2015), en La Paz, recomiendan el establecimiento de canales de comunicación con los diferentes agentes que participan en el desarrollo turístico para la implementación de medidas que favorezcan el aprovechamiento del potencial de las fortalezas del destino.

En menor medida, se han documentado estudios sobre percepción y opinión de la población local en relación a los beneficios de la actividad turística; tal es el caso de estudio realizado por Martínez *et al.* (2013), donde señalan que Los Cabos presenta un buen nivel de desarrollo humano pero altos niveles de pobreza y marginación. Aun así, encuentran que en algunas colonias populares, la percepción de la población en relación al bienestar es con-

siderado como bueno. La investigación realizada por Mendoza y González (2013) en la ciudad de Loreto reveló que sus habitantes perciben más beneficios que costos, derivado de las oportunidades de empleo generadas y la implementación de más y mejor infraestructura y servicios para los turistas y la población local. Asimismo, en un estudio efectuado por Ibáñez (2016), se identificó que la mayoría de los habitantes de la capital del municipio de Comundú, percibe que el turismo puede ser una actividad viable y está de acuerdo con su implementación. A la par, una pequeña parte expresó preocupación, pues piensan que las empresas turísticas locales desaparecerían al no poder competir con otras más grandes. Por otra parte, se carece de estudios donde se realice un análisis reciente de la evolución de variables turísticas y socioeconómicas, que lleven a entender si existen discrepancias y semejanzas en el comportamiento de los diversos destinos de BCS.

Tomando en consideración lo anterior, el objetivo general de esta investigación fue realizar un análisis comparativo del desempeño de variables turísticas y socioeconómicas básicas entre los centros y destinos turísticos de BCS. En particular, se analizaron las diferencias y similitudes en el comportamiento de variables turísticas durante el periodo del año 2000 al año 2013 y de indicadores socioeconómicos básicos en los años 2000, 2005 y 2010. Los objetivos particulares de la presente investigación son realizar un análisis comparativo del desempeño de variables turísticas básicas entre los municipios de BCS y mostrar si existen diferencias significativas en indicadores socioeconómicos básicos asociados al bienestar de la población. El marco temporal del estudio se divide en dos grupos; el primero abarca desde el año 2000 hasta el año 2013 para la información turística. El segundo, comprende los años 2000, 2005 y 2010 para los indicadores socioeconómicos.

Con relación a la organización de este capítulo, consta de seis segmentos; el primero, corresponde a esta breve introducción, donde se contextualiza su justificación, propósitos, antecedentes y organización. Posteriormente, en el apartado de metodología, se describen las técnicas y procedimientos que fueron empleados. Enseguida, se realiza una breve caracterización social y ambiental de la zona de estudio. A continuación, en resultados, se describen los hallazgos relativos al comportamiento de indicadores socioeconómicos básicos y, adicionalmente, se analiza información relativa al desenvolvimiento de variables turísticas. Posteriormente, se retoman dentro de las discusiones los hallazgos más relevantes; de manera particular, se hace especial énfasis en las diferencias y similitudes en el comportamiento de las variables analizadas, asimismo, se enfatiza que, si bien el comportamiento de indicadores socioeconómicos para BCS, es categorizado como bueno, es necesario ampliar el periodo analizado y aplicar técnicas multivariadas para atribuir con mayor contundencia y significancia estadística el desempeño de dichas variables al desarrollo turístico.

METODOLOGÍA

La información sobre el desempeño de la actividad turística incluye las variables afluencia, número total de visitantes según tipo de alojamiento, estadía y ocupación promedio; esta información fue obtenida del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y la Secretaría de Turismo (SECTUR). La información socioeconómica incluye la población total, composición de la población ocupada (PO), remuneraciones y grado de rezago, misma que fue recopilada del Consejo Nacional de Población (CONAPO),

del Consejo Nacional para la Evaluación de la Política Social (CO-NEVAL) y del INEGI.

Con la finalidad de identificar pautas de crecimiento en las variables incluidas en el análisis se determinaron tasas de crecimiento acumuladas, la cual expresa el porcentaje de crecimiento durante todo el periodo analizado, su cálculo se realizó mediante la siguiente fórmula:

$$TCA = [(VF-VI)/VI]*100 \quad (1)$$

Donde:

TCA = Tasa de Crecimiento Acumulada

VF = Valor Final

VI = Valor Inicial

Adicionalmente, se estimaron tasas de crecimiento promedio anual, que expresa el porcentaje de crecimiento promedio durante cada año que conforma el periodo analizado, su cálculo se realizó mediante la siguiente fórmula:

$$TCPA = [(((VF/VI)^{1/n})-1)*100] \quad (2)$$

Donde:

TCPA = Tasa de Crecimiento Promedio Anual

VF = Valor Final

VI = Valor Inicial

n = Número de periodos

Posterior a la organización y al análisis de la información, se contrastaron los resultados obtenidos y, con base en ello, se fundamentó la discusión de resultados y comentarios finales.

ZONA DE ESTUDIO

Baja California Sur se ubica en la región noroeste de la República Mexicana, entre los paralelos 22°52'40», 28° de latitud norte, y los meridianos 109°25'28» y 115°04'45» de longitud oeste. Representa el 3.8 % del territorio y el 23.33 % de los litorales a nivel nacional, cuenta con cinco municipios: Loreto, Mulegé, Comondú, Los Cabos y La Paz (figuras 1 y 2).

FIGURA 1. Macro-localización de BCS



FIGURA 2. Localización de los municipios de BCS



Fuente: elaboración propia.

Además de lo anterior, el 40 % de su territorio se encuentra sujeto a algún régimen de protección. Cuenta con grandes y hermosos esteros y lagunas de agua salada, sus costas son ricas tanto en especies marinas comestibles como industrializables, las cuales tienen una gran demanda y valor comercial en el mercado nacional y de exportación (SEGOB, 2015).

De acuerdo con la Secretaría de Promoción y Desarrollo Económico de BCS, en el año 2000 se registraron 424 041 habitantes y para 2010 había 637 026 habitantes (SPYDE, 2014; INEGI, 2010a).

En materia económica, BCS está orientado al sector terciario, tal como lo revela la estructura de la PO, cuya distribución por sector de actividad económica se comportó de la siguiente manera: 9.9 % laboraba en el sector primario, el 16.9 % en el secundario y el 73.0 % en el terciario. Además, de acuerdo a la distribución del Producto Interno Bruto Estatal (PIBE), las actividades primarias aportan el 3.9 %, las secundarias el 28.6 %, y las terciarias el 68.9 % (SEGOB, 2015).

RESULTADOS

Comportamiento de indicadores e índices socioeconómicos seleccionados

Crecimiento poblacional

La población en los municipios de BCS se ha incrementado de manera considerable de tal forma que del año 2000 a 2010, se pre-

CUADRO 1. Población total y marginación en los municipios de BCS, 2000-2010

Año	Municipio	Población total	% Población de 15 años o más	% Población de 15 años o más sin primaria completa	% Ocupados en viviendas sin energía eléctrica	% Ocupados en viviendas sin agua entubada	% Viviendas con algún nivel de hacinamiento	% Ocupados en viviendas con pisos de tierra	% Población en localidades con menos de 5000 habitantes	% Población ocupada con ingresos de hasta 2 SM	Índice de marginación	Grado de marginación
2000	Comondú	63 864	7.04	30.74	3.90	3.45	4.98	14.61	32.29	54.60	-1.19865	Bajo
	Mulegé	45 989	5.45	28.02	8.67	6.03	10.20	13.26	54.68	45.15	-1.22648	Bajo
	La Paz	196 907	3.24	16.40	2.45	3.72	5.64	6.83	17.24	35.36	-1.76759	Muy bajo
	Los Cabos	105 469	3.83	20.79	3.46	6.33	6.70	12.40	24.86	23.11	-1.58539	Muy bajo
	Loreto	11 812	4.42	23.52	6.72	5.36	6.40	19.12	15.26	44.96	-1.37886	Muy bajo
2010	Comondú	70 816	5.44	22.69	1.58	2.08	3.20	5.42	22.03	36.92	1.19987	Bajo
	Mulegé	59 114	5.87	23.41	2.52	3.86	6.99	2.66	46.34	33.85	1.0868	Bajo
	La Paz	251 871	2.34	10.81	0.56	1.93	4.72	2.84	12.52	23.91	-1.7448	Muy bajo
	Los Cabos	238 487	2.89	13.11	0.67	3.35	10.74	9.70	9.62	17.13	-1.4602	Muy bajo
	Loreto	16 738	3.33	16.50	2.41	9.09	7.70	8.36	12.03	23.40	-1.2663	Muy bajo

* SM: salarios mínimos.

Fuente: CONAPO, 2000; 2014.

sentó una tasa de crecimiento promedio anual del 4.0 %, superando la tasa de crecimiento nacional que alcanzó el 1.8 % entre los mismos años. En ese periodo, los municipios que conforman BCS reflejaron tasas diferenciadas de crecimiento, concentrándose la mayor en el municipio de Los Cabos (8.2 %), Loreto presentó un 3.4 %, los municipios de Mulegé y La Paz tuvieron un crecimiento del 2.5 % y 2.4 %, respectivamente. El municipio de Comondú, luego de un estancamiento en el decenio pasado, empezó a mostrar un crecimiento del 1.0 %. El crecimiento en la parte sur del estado se atribuye principalmente a la inmigración. Al respecto, se estima que en BCS el 40 % de las personas son nativas de otra entidad del país (SPYDE, 2014).

Marginación y pobreza

En relación con las condiciones de vida de la población de Baja California Sur, tal como se observa en el cuadro 1, durante los años 2000 y 2010, sus municipios presentaron un grado de marginación de Bajo a Muy bajo, en particular La Paz y Los Cabos.

En el tema de pobreza, en el año 2000, la mayoría de los habitantes de los municipios de BCS presentaron pobreza de patrimonio (31.9 %), seguido de pobreza de capacidades (13.1 %) y en menor medida, pobreza alimentaria (8.4 %); esto se puede observar en el cuadro 2. Durante ese periodo, el municipio de Los Cabos presentó los menores niveles de pobreza alimentaria y de capacidades mientras que Loreto observó los porcentajes más bajos en pobreza de patrimonio.

CUADRO 2. Población en condiciones de pobreza en los municipios de BCS, 2000

Municipio	Población 2000	Pobreza alimentaria (%)	Pobreza de capacidades (%)	Pobreza de patrimonio (%)
Baja California Sur	424 041	8.4	13.1	31.9
Comondú	63 864	15.8	22.1	42.2
Mulegé	45 989	10.1	13.5	25.3
La Paz	196 910	7.3	12.0	31.6
Los Cabos	105 466	5.3	9.7	30.4
Loreto	11 812	7.2	10.5	22.1

Fuente: CONEVAL, 2000.

En 2010 se estimó que en BCS 199 402 de sus habitantes sufrirían de alguna condición de pobreza, de ellos el 4.6% se ubicó en pobreza extrema y el resto en pobreza moderada (cuadro 3). Los municipios de La Paz y Los Cabos, que también muestran mayor actividad turística, presentaron los menores niveles de pobreza.

En cambio, los municipios de Loreto y Comondú, concentraron los mayores porcentajes de población en tales condiciones. Sin embargo, en ambos casos, se asocia mayormente a condiciones de pobreza moderada.

Índice de Desarrollo Humano (IDH)

En general, el estado de Baja California Sur presenta un IDH alto. Durante los años 2000, 2005 y 2010, el municipio de La Paz superó el promedio estatal (cuadro 4).

CUADRO 3. Población en condiciones de pobreza en los municipios de BCS, 2010

Municipio	Pobreza			Pobreza extrema			Pobreza moderada			Población no pobre y no vulnerable
	Personas	Porcentaje personas	Promedio de carencias	Personas	Porcentaje personas	Promedio de carencias	Personas	Porcentaje personas	Promedio de carencias	
Estado	199 402	30.9	2.2	29 741	4.6	3.8	169 661	26.3	2.0	200 208
Comondú	36 633	48.1	2.1	4 984	6.5	3.7	31 648	41.5	1.8	12 399
La Paz	69 922	24.7	2.1	7 900	2.8	3.8	62 022	21.9	1.9	113 088
Loreto	9 653	53.8	2.3	1 828	10.2	4.1	7 826	43.6	1.9	2 703
Los Cabos	61 535	28.5	2.5	12 152	5.6	3.8	49 383	22.9	2.2	61 637
Mulegé	21 659	41.9	2.1	2 877	5.6	3.8	18 782	36.4	1.9	10 381

Fuente: INEGI, 2010b.

CUADRO 4. Índice de Desarrollo Humano en los municipios de BCS, 2000, 2005 y 2010

Municipio	2000		2005		2010	
	IDH	Posición	IDH	Posición	IDH	Posición
La Paz	0.8370	1	0.8989	1	0.8895	1
Los Cabos	0.8287	2	0.8760	2	0.8784	2
Loreto	0.8176	3	0.8618	3	0.8590	4
Mulegé	0.8037	4	0.8452	4	0.8567	5
Comondú	0.7943	5	0.8378	5	0.8723	3
Media estatal	0.8243	-	0.8776	-	0.8797	-

Fuente: INEGI, 2010a; 2010b; 2010c.

En segundo lugar y por debajo del promedio de la entidad, se ubicó el municipio de Los Cabos, en tercer lugar Comondú y en el último sitio Mulegé. Cabe destacar, que del año 2000 al 2010, se observó una mejora en el IDH que se generalizó a todos los municipios de BCS.

Remuneraciones

En el año 2000, la mayoría de los habitantes de BCS, percibían entre tres y cinco salarios mínimos, el rango de mayor ingreso superó los diez salarios mínimos; asimismo, parte importante de la población ocupada (PO) no registró ingresos durante ese año. Cabe destacar que la mayor proporción de personas en ambas condiciones se registraron en los municipios de La Paz y Los Cabos (cuadro 5).

CUADRO 5. Nivel de remuneraciones de la población ocupada en BCS, 2000

Municipio	Población ocupada	Distribución según ingreso por trabajo en salario mínimo									
		No recibe ingresos	Hasta el 50% de un SM	Más del 50% hasta de un SM	Un SM	Más de 1 hasta 2 SM	Más de 2 hasta 3 SM	De 3 hasta 5 SM	Más de 5 hasta 10 SM	Más de 10 SM	No especificado
Los Cabos	46109	879	236	949	1	8593	9921	13475	6516	2570	2969
Comondú	22698	1007	573	1861	0	8952	4319	2839	1719	439	989
Loreto	4622	206	120	281	0	1471	1015	828	370	129	202
Mulegú	16388	810	286	972	0	5332	3301	2955	1545	352	835
La Paz	79197	1905	1252	3979	1	20871	19001	14681	9648	3679	4180

*SM: salarios mínimos.

Fuente: INEGI, 2010d.

Para el año 2010, en promedio, el 68.71 % de la PO de BCS, recibió ingresos mayores a los dos salarios mínimos. Según se aprecia en la cuadro 6, únicamente los municipios de Loreto y Los Cabos, superan el promedio de remuneraciones. Mientras que municipios como Comondú y Mulegé se ubicaron muy por debajo del promedio estatal.

CUADRO 6. Nivel de remuneraciones de la Población Ocupada en BCS, 2010

Municipio	Población ocupada	Ingreso por trabajo (% de la población)			
		Hasta 1 SM*	Más de 1 a 2 SM	Más de 2 SM	No especificado
Total	287 285	8.59	14.71	68.71	7.99
Comondú	28 691	11.34	25.58	55.56	7.52
La Paz	109 569	8.77	15.14	67.78	8.31
Loreto	7428	11.05	12.35	70.99	5.61
Los Cabos	116 768	7.5	9.63	74.23	8.64
Mulegé	24 829	9.01	24.84	61.38	4.76

*SM: salarios mínimos.

Fuente: INEGI, 2010e.

EVOLUCIÓN Y ESTRUCTURA DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN BCS

Datos publicados por SECTUR, correspondiente al primer trimestre de 2015 indican que Los Cabos se ubica como el segundo destino a nivel nacional, con la mayor cantidad de arribos de turistas en aeropuertos, logrando captar el 12.3 % de los visitantes provenientes de Estados Unidos. Así también, Los Cabos y Loreto

destacan como los puertos marítimos preferidos por cruceristas (SECTUR, 2015).

Lo anterior ha contribuido a que la demanda de servicios turísticos en BCS haya incrementado y, consecuentemente, su oferta de servicios de hospedaje ha crecido en forma exponencial; tan solo entre el año 2000 y 2013, el número de cuartos y unidades de hospedaje, aumentó 108.93 % (INEGI, 2001-2014), alcanzando un promedio anual de incremento del 5.83 % (cuadro 10 en anexos). La oferta hotelera estatal, representada por el número de hoteles y moteles, de 2000 a 2013, creció de manera global un 52.14 %, y un 5.83 % en términos del promedio anual.

El destino de Los Cabos presentó el mayor incremento, incluso por encima del promedio estatal, mientras que el municipio de Comundú mostró el menor aumento en el número de hoteles y moteles (cuadro 10 en anexos). Durante el año 2013, la oferta hotelera se concentró mayormente en el municipio de Los Cabos, donde se ubicó el 73 % de la infraestructura de hospedaje, seguido por el municipio de La Paz con un 13.9 %, Mulegé con un 5.5 %, Loreto con un 4.6 % y Comondú con un 2.5 % (INEGI, 2001-2014).

El número de turistas alojados en establecimientos de hospedaje de BCS creció un 52.79 % en términos acumulados, y un 5.44 % en promedio anual del año 2005 a 2013; nuevamente, el destino de Los Cabos presentó el mejor desempeño, mientras que en Loreto Comondú y Mulegé se presentó una fuerte reducción en el número de visitantes (cuadro 11 en anexos).

En el año 2013, el número de turistas hospedados en BCS alcanzó 1 887 852 personas, de las cuales el 44% se alojó en Cabo San Lucas, el 18 % en el corredor turístico de Los Cabos, el 16 % en La Paz, el 13 % en San José del Cabo, el 5 % en Loreto y el 5 % en otros municipios (INEGI, 2006-2014). La mayor parte de los turistas

que visita BCS no reside en el país, sin embargo, el destino La Paz marca una excepción, ya que recibe en su mayoría turismo nacional (cuadro 7).

En relación con el incremento en el número de turistas alojados en establecimientos de hospedaje, según su categoría, de 2005 a 2013, a nivel estatal, se observó un aumento en los establecimientos de dos y cuatro estrellas. Durante ese periodo, en el destino de Los Cabos, los establecimientos de tres y una estrella también incrementaron el alojamiento de turistas; en el municipio de La Paz, las unidades de hospedaje de dos y cuatro estrellas tuvieron la mayor tasa de crecimiento a nivel estatal (cuadro 12 en anexos).

En relación con la distribución porcentual de los turistas según la categoría del establecimiento, como se aprecia en el cuadro 8, a nivel estatal, según indican cifras globales, del año 2005 a 2013 decreció el número de turistas hospedados en establecimientos de una estrella; en contraste, el porcentaje de turistas en establecimientos de dos estrellas mostró el mayor crecimiento. Asimismo, en el año 2013, el municipio de Los Cabos recibió a la mayoría de sus turistas en hoteles de cinco estrellas; en cambio, Loreto fue visitado por turistas que se alojaron en establecimientos de cuatro estrellas, en Mulegé predominaron visitantes alojados en hoteles de una estrella, y en La Paz el mayor porcentaje fue representado por visitantes en establecimientos de cuatro estrellas (cuadro 12 en anexos).

Por otra parte, las tasas de crecimiento en la ocupación hotelera en los principales municipios y/o destinos turísticos de BCS del año 2004 a 2013, revelaron que el destino de Los Cabos presentó el mayor incremento en contraste con el municipio de Loreto que exhibió un decremento promedio anual de 3.14 % (cuadro 13 en

CUADRO 7. Afluencia de turistas en BCS según lugar de residencia (número de turistas), 2005-2013

Periodo	2005				2013				
	Municipio/ Turistas según categoría	Los Cabos	Loreto	La Paz	Total según nacionalidad	Los Cabos	Loreto	La Paz	Total según nacionalidad
Residentes		160164	75751	181964	417879	341262	64974	272973	679209
No residentes		704741	64519	48463	817723	1059558	25216	26381	1111155
Total		864905	140270	230427	1235602	1400820	90190	299354	1790364

Fuente: elaboración con base en INEGI, 2005-2009; 2010b; 2011-2014.

CUADRO 8. Distribución porcentual de los turistas según la categoría del establecimiento y destino turístico en BCS, 2005 y 2013

Destino según categoría	2005 (%)				2013 (%)					
	Los Cabos	Comondú	Loreto	Mulegé	La Paz	Los Cabos	Comundú	Loreto	Mulegé	La Paz
Cinco estrellas	36	43	11	4	6	56	20	21	2	4
Cuatro estrellas	16	0	40	11	33	27	0	28	3	35
Tres estrellas	12	0	7	0	81	46	0	1	9	25
Dos estrellas	3	0	4	61	32	7	0	2	11	25
Una estrella	29	28	12	11	19	10	0	8	46	10

Fuente: elaboración con base en datos de INEGI, 2006; 2014.

anexos). Cabe destacar que a lo largo del periodo antes referido, Cabo San Lucas presentó la mayor ocupación hotelera, seguido del corredor turístico y La Paz. En cuanto a la estadía promedio, como se aprecia en el cuadro 9, Cabo San Lucas mostró el mejor desempeño en contraste con los municipios de Loreto y La Paz, que exhibieron drásticas caídas.

CUADRO 9. Estadía promedio en zonas turísticas de BCS, 2004-2013

Año/ Destino	Días de estadía promedio				
	Cabo San Lucas	Corredor turístico	San José del Cabo	Loreto	La Paz
2004	5.2	4.1	4.3	1.9	2
2005	5.3	3.8	4.6	1.5	2
2006	5.54	2.93	3.79	1.3	2.17
2007	4.9	2.77	4.01	1.31	2.32
2008	5.11	2.57	2.98	1.24	1.93
2009	5.28	2.21	3.75	1.53	1.83
2010	5.4	3.3	5.1	1.2	1.9
2011	4.9	3.3	4.7	1.5	1.8
2012	4.8	4.6	4.6	1.8	1.9
2013	4.8	4.6	4.4	1.8	1.7

Fuente: elaboración con base en datos de INEGI, 2005-2009; 2010b; 2011-2014.

En términos absolutos, la estadía creció un 2.22 % en Los Cabos y decreció un 5.56 % y un 15 % en los municipios de La Paz y Loreto, respectivamente (cuadro 13 en anexos).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Al analizar el comportamiento de variables turísticas y socioeconómicas de los destinos y municipios de BCS, los resultados generados nos indican que, del año 2000 a 2013, la afluencia de visitantes a BCS, se concentró en mayor medida en los municipios de Los Cabos y La Paz, quienes albergaron la mayor oferta de hospedaje, presentaron un mejor desempeño en variables socioeconómicas asociadas al bienestar, así como mayores tasas de crecimiento poblacional. En contraste, en los municipios de Comundú y Mulegé, donde la actividad turística se realizaba con menor intensidad, se presentaron menores tasas de crecimiento poblacional, de remuneraciones y desarrollo humano. Llama la atención que si bien Loreto cuenta con un pueblo mágico, un CIP (creado a la par con el de Los Cabos), una enorme riqueza natural y cultural, presenta drásticas caídas en la ocupación hotelera y no ha logrado captar la misma porción de visitantes en comparación a otros destinos de BCS.

Por otra lado, el crecimiento turístico es especialmente importante en el caso de Los Cabos, situación que se ve reflejada en el comportamiento de variables asociadas a la afluencia, como oferta hotelera, ocupación y estadía promedio. Sin embargo, tal desarrollo se encuentra condicionado a la recepción de visitantes extranjeros, principalmente de origen estadounidense. Asimismo, aunque la dinámica turística en ese destino ha generado ingresos y empleos para su creciente población, también existen indicios de escasa capacidad de respuesta del sector gubernamental a la demanda de infraestructura por parte de la población local; se observan marcados cinturones de pobreza y además las modificaciones sufridas por el paisaje en diversas zonas de ese destino

son perfectamente identificables; cada vez es más restringido el acceso a playas e, incluso, sitios y establecimientos se han vuelto exclusivos para cierto tipo de visitantes, ya sea de grandes ingresos o de nacionalidad extranjera:

En el caso del municipio de La Paz, si bien ostentó el segundo lugar estatal en cuanto a recepción de visitantes, ocupación y estadía promedio, los esfuerzos realizados en materia de promoción y reactivación económica ante la crisis y eventos recientes (Cruz *et al.*, 2013) parecen ser insuficientes y se ven reflejados en un pobre crecimiento de la afluencia turística, situación que tampoco le ha permitido al municipio lograr un mejor desempeño y consolidación.

Las principales diferencias de los municipios de BCS estriban en que La Paz y Los Cabos presentan una infraestructura superior, que sumado a otros factores como la promoción y el fomento a la inversión, en el caso de Los Cabos, han permitido que la afluencia de visitantes sea mayor en esos destinos en comparación con otros en el estado de BCS.

En el caso del comportamiento de indicadores básicos, según lo marcan estándares internacionales, en términos socioeconómicos, en los municipios de BCS existe buena calidad de vida. Sin embargo, estos varían y adquieren valores más bajos en los municipios ubicados en el centro y norte de la entidad, en los cuales el turismo se desarrolla con menos intensidad.

Por otra parte, aún cuando el comportamiento de indicadores socioeconómicos de los municipios de BCS puede ser categorizado como aceptable, es necesario ampliar el periodo analizado y aplicar técnicas multivariadas para atribuir con mayor contundencia el desempeño de dichas variables al desarrollo turístico. Asimismo, debe considerarse que el valor de

los indicadores típicos de calidad de vida no siempre refleja la percepción de la población en relación a su nivel de bienestar. En este sentido, debe avanzarse en la generación de líneas de investigación cualitativas que permitan conocer la opinión y la perspectiva de las comunidades receptoras respecto al impacto del turismo en su calidad y estilo de vida. Finalmente, una línea de investigación poco explorada se vincula con el grado de satisfacción de sus visitantes, tema sobre el cual se cuenta con información sumamente limitada, pese a que esta puede servir de base para fortalecer y consolidar de manera más equilibrada y sostenible el desarrollo de los municipios y destinos turísticos de BCS.

BIBLIOGRAFÍA

- Beni, C. (1999). «Política e Estrategia do Desenvolvimento Regional: Planejamento Integrado e Sustentável do Turismo», en *Turismo em Análise*, vol. 10, núm. 1, pp. 7-17, Brasil.
- Capacci, A. (2002). *Turismo y Sustentabilidad. Un acercamiento multidisciplinario por el análisis del movimiento y de las estrategias de planificación territorial*. Génova: Universita Degli Studi di Genova.
- Castro, U. (2006). «El turismo como política central de desarrollo y sus repercusiones en el ámbito local: algunas consideraciones referentes al desarrollo de enclaves turísticos en México», en *Revista Tur y Des*, vol. 1, núm. 1, pp.1-15, España.
- Carter, E. (1995). "Environmental contradictions in sustainable tourism". *The Geographical Journal*, vol. 1, núm. 161, pp. 21-28, Gran Bretaña.

- Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR) (2010). Perfil y grado de satisfacción del turista, reporte de Los Cabos: octubre-diciembre, México. Disponible en: <http://www.ictur.sectur.gob.mx>, consultado el 22 de octubre de 2015.
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) (2015). Sistema de información cultural, listado de registros de sitios de patrimonio de la humanidad de Baja California Sur, México. Disponible en http://sic.gob.mx/?table=patrimonio_humanidad&estado_id=3, consultado el 22 de octubre de 2015.
- Consejo Nacional de Población (CONAPO) (2000). Indicadores y proyecciones de la población: resultados por municipio. México. Disponible en http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Indice_Absoluto_de_Marginacion_2000_2010, consultado el 4 de abril de 2014.
- _____ (2014). Indicadores y proyecciones de la población: resultados por municipio. México. Disponible en http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Datos_Abiertos_del_Indice_de_Marginacion, consultado el 4 de abril de 2014.
- Consejo Nacional para la Evaluación de los Programas Sociales (CONEVAL) (2000). Mapas de Pobreza. México: Coneval. Consultado el 31 de enero de 2018, en <http://www.coneval.org.mx/Medicion/EDP/MP/Paginas/Mapas-2000.aspx>
- Cruz, P.; Ibáñez, R. y Juárez, J. (2013). «Análisis de la competitividad en el destino turístico La Paz, Baja California Sur (BCS)», en *Memorias del 3º Congreso Internacional Turismo y Economía*. México: Universidad de Querétaro.
- De Sicilia, R. (2000). «El Corredor Turístico Loreto-Nopoló-Puerto Escondido, Baja California Sur, en el Contexto de los Centros Integralmente Planeados», en *Cuadernos de Turismo*, núm. 5, pp. 53-68, España.

- Díaz, R. y Escárcega, S. (2009). *Desarrollo sustentable: oportunidad para la vida*. México: McGraw-Hill.
- Duarte, T. y Elías, R. (2007). «Aproximación a la teoría del bienestar», en *Revista Scientia et Technica*, Año XIII, núm. 37. Colombia: Universidad Tecnológica de Pereira.
- Ibáñez, R. (2016) «Percepción de la población con relación al turismo alternativo, como alternativa económica para zonas áridas. El caso del municipio de Comondú, BCS», en *Sexto Congreso de Economía y Turismo*. México: Universidad de Querétaro.
- Ibáñez, R.; Vázquez, M. y Olmos, E. (2015). «Desarrollo y características del turismo en dos destinos de Playa. Estudio comparativo de La Paz, Baja California Sur y Mazatlán, Sinaloa», en Flores, M. y Flores, S., *Turismo en Sur de Sinaloa*, pp. 25-49. México: Universidad Tecnológica de Escuinapa/ Instituto de Apoyo a la Investigación e Innovación.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2014). *Anuario estadístico de Baja California Sur*. México.
- _____ (2013). *Anuario estadístico de Baja California Sur*. México.
- _____ (2012). *Anuario estadístico de Baja California Sur*. México.
- _____ (2011). *Anuario estadístico de Baja California Sur*. México.
- (2010a). Censo de población y vivienda (cuestionario ampliado), características económicas del estado de Baja California Sur. México. Disponible en <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/tabuladosbasicos/default.aspx?c=27303&s=est>, consultado el 1 de marzo de 2014.
- _____ (2010b). *Anuario estadístico de Baja California Sur*. México.
- _____ (2010c). *Estadísticas a propósito del día mundial del medio ambiente: datos de Baja California Sur*. México.

- ____ (2010d). Censo de Población y Vivienda 2000: Tabulados del Cuestionario Ampliado. México. Disponible en <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/tabuladosbasicos/tabentidad.aspx?c=33144&s=est>, consultado el 5 de octubre de 2015.
- ____ (2010e). *Censo de Población y Vivienda 2010: Tabulados del Cuestionario Ampliado*. México.
- ____ (2009). *Anuario estadístico de Baja California Sur*. México.
- ____ (2008). *Anuario estadístico de Baja California Sur*. México.
- ____ (2007). *Anuario estadístico de Baja California Sur*. México.
- ____ (2006). *Anuario estadístico de Baja California Sur*. México.
- ____ (2005). *Anuario estadístico de Baja California Sur*. México.
- ____ (2004). *Anuario estadístico de Baja California Sur*. México.
- ____ (2003). *Anuario estadístico de Baja California Sur*. México.
- ____ (2002). *Anuario estadístico de Baja California Sur*. México.
- ____ (2001). *Anuario estadístico de Baja California Sur*. México.
- Inglehart, R. (2000). *Modernización y postmodernización, el cambio cultural económico y político*. Madrid: Editorial Siglo XXI.
- Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) (2010). Índice de competitividad turística de los estados mexicanos (ICTEM): 2010. México. Disponible en <http://ictem2010.com/>, consultado el 5 de marzo de 2013.
- ____ (2012). Índice de competitividad turística de los estados mexicanos (ICTEM): 2012. México. Disponible en <http://ictem2012.com/>, consultado el 5 de junio de 2015.
- Jiménez, A. (2005). *Desarrollo turístico y sustentabilidad: el caso de México*. México: Editorial Porrúa.
- Juárez, J.; Ibáñez, R.; Cruz, P.; Urciaga, J. y Cruz, R. (2015). «Competitividad del destino La Paz», en Stella, A. y J. Juárez (coords.), *Desarrollo, crisis y turismo*, pp. 46-66. México: Universidad de Guadalajara.

- López, Á. y Sánchez, Á. (2002) «Canales espaciales de distribución en el corredor turístico Los Cabos, Baja California Sur, México», en *Cuadernos de Turismo*, núm. 9, pp. 53-66, España.
- Martínez, J.; Ángeles, M. y Gámez, A. (2013). «Bienestar socioeconómico y percepción de la calidad de vida en destinos turísticos: el caso de la colonia El Caribe, Cabo San Lucas, Baja California Sur (México)», en *Tur y Des*, vol. 6, núm. 15, pp.1-16, España.
- Mendoza, M. y González, J. (2013). «Impactos socioculturales en el Centro Integralmente Planificado de Loreto, Baja California Sur, México: Percepción de los residentes locales», en *Teoría y Praxis*, núm. 16, pp. 117-146, México.
- Monterrubio, J. (2011). *Turismo y cambio sociocultural: una perspectiva conceptual*. México: Plaza y Valdez.
- Nussbaum, M. y Sen, A. (1996). *La Calidad de Vida*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Organización Mundial de Turismo (OMT) (2015). *Panorama OMT del turismo internacional*. Madrid, España.
- Secretaría de Turismo (SECTUR) (2015). Resultados de la actividad turística. Resultados a junio de 2015. México. Disponible en [http://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2015-06\(ES\).pdf](http://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2015-06(ES).pdf), consultado el 6 de octubre de 2015.
- Secretaría de Gobernación (SEGOB) (2015). Enciclopedia de los municipios de Baja California Sur. México. Disponible en <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMMO3bajacaliforniasur/index.html>, consultado el 4 de abril de 2015.
- Sen, A. (1995). *Nuevo examen de la desigualdad*. Madrid: Alianza.
- Secretaría de Promoción y Desarrollo Económico de BCS (SPYDE) (2014). *Información Estratégica de La Paz, 2013*. México: Gobierno del estado de Baja California Sur.

Wall, G. y Mathieson, A. (2005). *Tourism Change, Impacts and Opportunities*. Harlow: Prentice books.

ANEXOS

CUADRO 10. Tasas de crecimiento observado en variables turísticas básicas en municipios y/o destinos turísticos de BCS, 2000-2013

Número de cuartos y unidades de hospedaje						
Destino	La Paz	Los Cabos	Co-mundú	Mulegé	Loreto	Total en BCS
Tasa de crecimiento acumulado (%)	45.53	133.94	68.22	77.18	100.20	108.93
Tasa de crecimiento promedio anual (%)	2.93	6.76	4.08	4.50	5.48	5.83
Número de hoteles y moteles						
Tasa de crecimiento acumulado (%)	31.29	57.25	40.56	43.56	50.05	52.14
Tasa de crecimiento promedio anual (%)	2.93	6.76	4.08	4.50	5.48	5.83

Fuente: elaboración y estimación propia con base en datos de INEGI, 2014, 2013, 2012, 2011, 2010b, 2009, 2008, 2007, 2006, 2005, 2004, 2003, 2002, 2001.

CUADRO 11. Tasas de crecimiento en la afluencia de visitantes en municipios y/o destinos turísticos de BCS, 2005-2013

Destino	Los Cabos	Loreto	La Paz	Otros municipios	Total en BCS
Tasa de crecimiento acumulado (%)	61.96	-35.70	29.91	-73.23	52.79
Tasa de crecimiento promedio anual (%)	6.21	-5.37	3.33	-17.16	5.44

Fuente: elaboración y estimación propia con base en datos de INEGI, 2014, 2013, 2012, 2011, 2010b, 2009, 2008, 2007, 2006.

CUADRO 12. Tasas de crecimiento de turistas, según categoría del establecimiento en los destinos turísticos de BCS, 2005-2013

	Destino y categoría del establecimiento	Los Cabos	Loreto	La Paz	Total en BCS
Tasa de crecimiento acumulado (%)	Cinco estrellas	58.59	-39.58	-75.38	46.23
	Cuatro estrellas	73.22	-51.47	120.86	75.16
	Tres estrellas	102.49	-49.17	17.43	28.32
	Dos estrellas	13.96	ND	139.34	143.98
	Una estrella	99.68	-40.43	-10.93	-21.13
Tasa de crecimiento promedio anual (%)	Cinco estrellas	-5.60	6.50	19.15	-4.64
	Cuatro estrellas	-6.64	9.46	-9.43	-6.77
	Tres estrellas	-8.44	8.83	-1.99	-3.07
	Dos estrellas	-1.62	-100.00	-10.33	-10.55
	Una estrella	-	6.69	1.46	3.01

Fuente: elaboración y estimación propia con base en datos de INEGI, 2014, 2013, 2012, 2011, 2010b, 2009, 2008, 2007, 2006.

CUADRO 13. Tasas de crecimiento en la ocupación hotelera y estadía promedio en los principales destinos turísticos de BCS, 2004-2013

Ocupación			
Destino	Los Cabos	Loreto	La Paz
Tasa de crecimiento acumulado (%)	30.41	-25.00	15.38
Tasa de crecimiento promedio anual (%)	2.99	-3.14	1.60
Estadía promedio			
Tasa de crecimiento acumulado (%)	2.22	-5.26	-15.00
Tasa de crecimiento promedio anual (%)	0.24	-0.60	-1.79

Fuente: elaboración y estimación propia con base en datos de INEGI, 2014, 2005.



Turismo, desarrollo económico y sustentabilidad en Baja California Sur,
de Judith Juárez Mancilla, Plácido Roberto Cruz Chávez,
Alberto Francisco Torres García y Gustavo Rodolfo Cruz Chávez,
se terminó de imprimir en febrero de 2018,
en los talleres de Pandora Impresores,
ubicados en Cañas 3657, La Nogalera, C.P. 44470
Guadalajara, Jalisco.
Tiraje: 500 ejemplares.

