

LA POLÍTICA TURÍSTICA DE MÉXICO CIFRADA EN LA VENTAJA COMPARATIVA Y COMPETITIVA

A POLÍTICA DE TURISMO NO MÉXICO COM BASE EM VANTAGENS COMPARATIVAS E COMPETITIVAS

Marco Merchand ROJAS¹

Resumen: El objetivo, será analizar la Política Turística (PT)² acotada, a partir de dos enfoques: uno es, el de las ventajas comparativas; donde el territorio se considera un agente pasivo y los factores locales poco importan. Sin embargo, paradójicamente el enfoque señala que los espacios que cuenten con recursos naturales (sol, playa, bosques, etc.) para ser explotados tienen que aprovechar sus potencialidades para ser competitivos en el mercado internacional. El otro enfoque, es el de las ventajas competitivas; considerado al territorio un agente activo, en el cual se localizan instituciones, agentes sociales, económicos, etc. y donde éstos influyen significativamente en la determinación de sus ventajas locales y regionales (Ver esquema 2). También se analiza un caso práctico, de cómo se ha instrumentado la PT en Bahía de Banderas, Nayarit.

Palabras clave. Geografía, política, turismo, territorio, economía

Resumo: O objetivo do trabalho, é analisar a Política Turística (PT) a partir de dois enfoques: o primeiro, das vantagens comparativas; onde o território é considerado um agente passivo e os fatores locais pouco importam. No entanto, paradoxalmente, assinalam-se que os espaços que contam com recursos naturais (sol, praia, bosques, etc.) devem aproveitar suas potencialidades para se tornarem competitivos no mercado internacional. O segundo enfoque é o das vantagens competitivas; considerando o território como um agente ativo, no qual se localizam instituições, agentes sociais, econômicos, etc. e onde estes influenciam significativamente na determinação de suas vantagens locais e regionais (ver esquema 2). Também se analisa um caso prático de como vem sendo conduzida a PT em Baía de Bandeiras, Nayarit, México.

Palavras-chaves. Geografia, política, turismo, território, economia.

¹E-mail: marco.merchand@cusur.udg.mx

² Se puede decir que lo que justifica el estudio de la Política Turística (PT), es que esta política específica, se convierte en la instancia apropiada para aprovechar las ventajas locacionales y/o regionales de un país. La globalización de los mercados turísticos cobran mayor jerarquía en la dinámica económica de los países -en los niveles de producción y empleo-, incluso el turismo juega cada vez más un rol compensador en el desequilibrio de la balanza de pagos, por lo que, los destinos turísticos se convierten en uno de los objetivos fundamentales de toda política turística.

El constructo de política turística

La PT es parte integrante de la política económica, es decir, ésta forma parte de una intervención deliberada del Estado para atender asuntos económicos del turismo con el objeto de lograr ciertos fines. Si la PT es una política específica de la política económica, entonces vale la pena definir la política económica. Acorde a Kirschen, E (1965) el término política económica describe el proceso mediante el cual el gobierno, a la luz de sus fines políticos generales, establece la importancia relativa de ciertos objetivos, utilizando, si es preciso, instrumentos o cambios institucionales en su intento por conseguir aquellos objetivos. La política económica representa, de alguna manera, las acciones del gobierno y otros órganos representativos del Estado para alcanzar ciertos fines de interés general

Este apartado parte de la premisa al igual que Jané Solá y Kirschen³ que una de las clasificaciones más ilustrativas de políticas económicas⁴ es la que está basada en la distinción entre diferentes tipos de políticas en función de la distinta naturaleza de los fines perseguidos. Jané Solá distingue entre políticas de ordenación, políticas finalistas y políticas específicas todas ellas en relación con los objetivos o fines de cada una de ellas.

Como bien lo explica Fernández, A et al (1995) citando a Jané las políticas de ordenación son aquellas encaminadas a establecer y mantener el orden económico establecidas en toda Constitución Política de cualquier país. Los objetivos perseguidos por estas políticas son la igualdad, la independencia, la libertad y la justicia.

Respecto a las políticas específicas, el mismo Fernández, A et al (1995) señala que éstas tienen por objeto un conjunto de fines intermedios, complejos y diferentes, que, a su vez, son medios para el logro de los objetivos de las políticas finalistas. Estas se subdividen, con arreglo a un cuadro de doble entrada, en políticas sectoriales, en sentido horizontal, y políticas instrumentales, en sentido vertical. Entre las primeras están la política industrial, política agraria, política de transporte, política comercial interior, política educacional, política turística, etc., Entre las segundas, la política monetaria, política fiscal, política económica exterior, etc.

Se puede decir que toda política sectorial, tiene categorías o polos, los cuales pueden ser la “intervención del Estado o la no intervención”, la dependencia o la independencia del exterior y la orientación hacia adentro o hacia fuera, claro que los polos que toma la política sectorial dependerá en parte de la política económica que se aplique en el país. Es evidente que en realidad es difícil encontrar una política sectorial que contenga los extremos de algunas categorías en su más pura expresión. Estas se presentan más bien en algún punto intermedio en cada continuo. Sin embargo, también es cierto que en su mayoría, las políticas sectoriales tienden a tomar una orientación muy definida hacia alguno de los extremos de cada categoría a costa de un claro desprecio por el otro.

La limitante de este trabajo, es que no se analizará las políticas instrumentales en su aspecto de verticalidad, es decir, hasta qué grado, las políticas sectoriales se ven influenciadas por la alteración de muchos instrumentos disponibles (tipo de cambio; tipo de redescuento del Banco Central; compraventa de valores públicos en el mercado abierto; impuestos; regulaciones

³ Citado por Fernández, A, Parejo, J y Rodríguez, L (1995).

⁴ Según Kirschen el término política económica describe el proceso mediante el cual el gobierno, a la luz de sus fines políticos generales, establece la importancia relativa de ciertos objetivos, utilizando, si es preciso, instrumentos o cambios institucionales en su intento por conseguir aquellos objetivos

salariales; etc.), estos instrumentos que se mencionan, afectan a todos los sectores productivos con carácter general, pero de forma diferenciada (Solá, J 1974)⁵.

Específicamente respecto a la PT habría que explicar primero que el funcionamiento de la actividad turística debe de abordarse desde un enfoque sistémico, pues incurre en su dinámica una serie de factores interrelacionados entre sí, que en conjunto pueden ser estudiados desde la propia especificidad de la PT. En otras palabras, los cuatro componentes o factores que se enumeran en el cuadro 1, son influenciados por la forma en que se concibe la PT y que de alguna forma sus tendencias están marcadas por el tipo de PT que concibe el Estado para incentivar estos cuatro componentes.

Cuadro 1
Los componentes básicos de la actividad turística
Demanda integrada por consumidores de bienes y servicios
Oferta integrada por conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas
Espacio geográfico en que sitúa la actividad turista y donde están presentes la oferta y la demanda interactuando
Operadores de mercado que facilitan la interrelación entre la oferta y la demanda (Agencias de viajes, compañías de transporte, organismos públicos y privados)

Estos cuatro componentes básicos de toda actividad turística se verán influenciados por conseguir ciertos fines u objetivos mediante la utilización de ciertos medios o instrumentos que forman parte fundamental de toda política económica y por supuesto también integran a la propia PT y que tiene que ver con las alternativas que un gobierno se plantee en la toma de decisiones de elegir la protección ecológica de los recursos naturales de su territorio o, por el contrario, se inclina por la captación, a cualquier precio, de divisas en cuantía suficiente para emprender el desarrollo económico anhelado, no cabe duda que las medidas dictadas y aplicadas para promover uno u otro fin, serán claramente diferentes (Monfort, V 2000).

Como bien lo explica, Monfort V, la PT tiene su fundamento y origen en la política económica, de la cual se desgrana. Si la PT se deriva de la política económica general, entonces ésta, mantiene elementos comunes, al igual que ocurre con las políticas sectoriales, que de igual modo persiguen actuar o incidir en un ámbito concreto de la esfera productiva de la economía.

Cabe mencionar el análisis que realiza Velazco, M (2005) a partir del estudio hecho por la OCDE (1987)⁶ donde se habla sobre los cambios que el Estado ha asumido en el sistema turístico. Las funciones que asumen los Gobiernos en materia de política turística y los objetivos que se proponen éstos, se pueden agrupar en términos generales en que primero los Gobiernos

⁵ Citado por Fernández, A; Parejo, J y Rodríguez, L (1995).

⁶ Fuente citada por Velazco, M (2005)

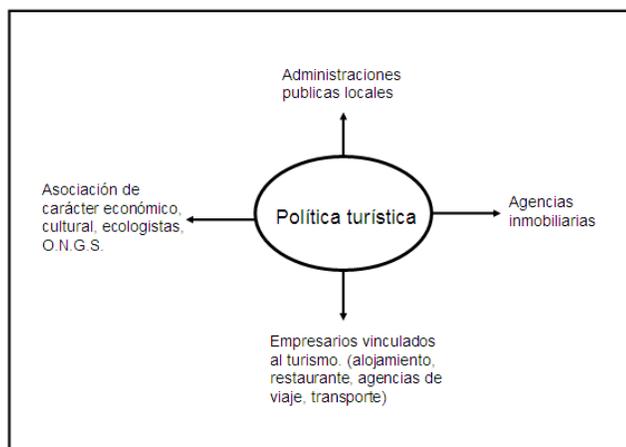
asumen una primera función de estímulo de la actividad turística en su territorio. Para ello han de proveer de la infraestructura pública suficiente para el despegue de la actividad (construcción de carreteras, aeropuertos y puertos, en zonas que habían generado una primera demanda turística) y han de facilitar la construcción de oferta turística y en un segundo momento, la propia creación de infraestructuras se convierte en el instrumento básico del diseño de los flujos turísticos, el Estado puede actuar como agente de planificación y canalizar las corrientes turísticas hacia las zonas con menor grado de desarrollo.

El día de hoy se ve al Estado como armonizador, la política turística persigue mejorar el producto turístico ante un mercado cada vez más sofisticado y frente a un aumento del conflicto entre valores como desarrollo y sostenibilidad de difícil gestión, el Estado emprende acciones relacionadas que tiene ver con la cooperación entre los actores (empresas, agencias de viajes, sindicatos y asociaciones, Administración pública en sus diferentes niveles, etc.)

Precisamente en este último punto se va insistir sobre la intervención del Estado en la economía encargado para corregir los fallos del mercado, aquí no se cree en los mercados “perfectos” y auto ajustables que se vuelven una especie de idealización a la que debe llegarse, en el dogma neoliberal se profesa que el Estado no debe intervenir en materia económica: es el mercado el que regula y determina el devenir económico. Contrario a lo que reclama el dogma neoliberal, aquí se postula, que es el Estado el encargado de compensar esas fallas del mercado, tratando de armonizar los intereses entre los diversos agentes que muchas de las veces no coinciden, es decir, se presentan contradicciones entre ellos; de ahí la importancia del consenso en la elaboración de la política turística (Díaz, F et al 2006).

El esquema 1, ilustra como el accionar de la PT debe de tomar en cuenta a una serie de agentes y/o actores que forman parte de la actividad turística y que tienen cada una de ellos sus propias inercias (intereses de todo tipo) para ser tomados en cuenta, cuando se implementa una estrategia de PT.

Esquema 1



Como bien lo apunta Díaz, F et al (2006) la importancia del consenso en la elaboración de la PT se gesta cuando aparecen conflictos de intereses entre los distintos agentes relacionados con la aplicación de la PT, se precisa logro de acuerdos entre ellos que hagan posible el alcance a los fines preestablecidos, por ejemplo resalta el caso de cómo ciertos territorios locales-regionales están forzosamente “ordenados” por la acción de los agentes productivos que generan un “orden” territorial circunscrito a la lógica del capital en el rubro turístico.

La consolidación de los capitales ubicados en estas localidades, propicia una complementariedad y compatibilidad entre la economía de mercado y la política de ordenamiento territorial que gesta el Estado para consolidar los capitales turísticos en la región. Este acompañamiento entre los capitales extranjeros y las políticas territoriales impulsadas por el Estado, se concretizan en los Centros integralmente Planeados (CIP) impulsados por México, que responden a una política de desarrollo turístico fomentado por el Estado Federal y local a través del consenso entre los diferentes agentes económicos involucrados en toda actividad turística.

El cuadro 2, presenta los fallos que requieren la intervención pública.

Cuadro 2
1.- Estructuras imperfectas (tour operadores)
2.- Bienes públicos demandados por los turistas
3.- Externalidades positivas y negativas propias del desarrollo de la actividad turista

Estos tres fallos que se enumeran en el cuadro referido requieren y exigen que el Estado instrumente una serie de acciones reguladoras que compensen al menos en el primer caso distorsiones en los precios impuestas por monopolios u oligopolios (agencias de viajes) que afecten la demanda efectiva del turista. En el segundo caso, resulta imprescindible la acción del Estado de dotar una infraestructura acorde a la dinámica turística y demanda al mismo tiempo una intervención deliberada de los gobiernos para mantener y renovar la infraestructura física, de transportes y telecomunicaciones. En el tercer caso, son tanto en las economías externas (efectos positivos) y deseconomías externas (efectos negativos) donde se demanda la intervención del Estado, pues en las primeras, uno de los objetivos de la PT es lograr que la actividad turista origine efectos desencadenantes en otras actividades de servicio que propicien resultados multiplicadores en el empleo e inversión. También es muy importante el rol que debe de cumplir el Estado en las deseconomías externas, pues es en éstas, donde los aspectos negativos muestran mayores efectos perniciosos tanto en el medio natural y medio sociocultural.

Por ejemplo, la PT al igual que la política económica general se diferencia entre fines, objetivos y metas. Los fines serían los principios u opciones de desarrollo que inspiran un conjunto de objetivos (por ejemplo, la alternativa de turismo de masas versus turismo sostenible). Los objetivos constituyen decisiones sobre aspectos específicos de la actividad turística que al modificarlos permiten el logro de los fines previamente establecidos (por ejemplo, aumentar el número de turistas nacionales o frenar la construcción de nuevas plazas de alojamiento en la

costa). La meta es la cuantificación de los objetivos (por ejemplo, aumentar el turismo extranjero en ocho por ciento) establece la forma operativa de lograr el objetivo propuesto (Díaz, F et al 2006).

Independiente de la clasificación de objetivos de la PT en los rubros económicos (generar divisas, generar mayor crecimiento económico), sociales (generar empleos en zonas deprimidas, aumentar la participación en el turismo de las clases más desfavorecidas), de sostenibilidad (conservar el patrimonio histórico-artístico y biofísico) y políticos (mejorar la imagen del país o región en el exterior), habría que postular que toda PT deberá buscar la sincronía entre los objetivos que favorecen la competitividad y los objetivos que favorecen la sostenibilidad. Está en juego el costo de oportunidad que representa para todo gobierno entre elegir una competitividad espuria⁷ o transitar a una competitividad sustentable que triangule lo económico, lo social y lo ambiental.

Para cerrar este apartado, falta por agregar que la jerarquía de los objetivos de la PT como los de cualquier otra política, cambian conforme a los contextos geográficos y varían en función de la coyuntura político económica, pues es claro que para los países desarrollados el turismo es una alternativa más, de otras muchas, en cambio para muchos países en desarrollo o pobres, es la única alternativa que tienen para que sus economías experimenten cierto crecimiento y sean competitivas a costa de degradar sus recursos naturales y culturales.

De una política turística con ventajas comparativas, a una con ventajas competitivas

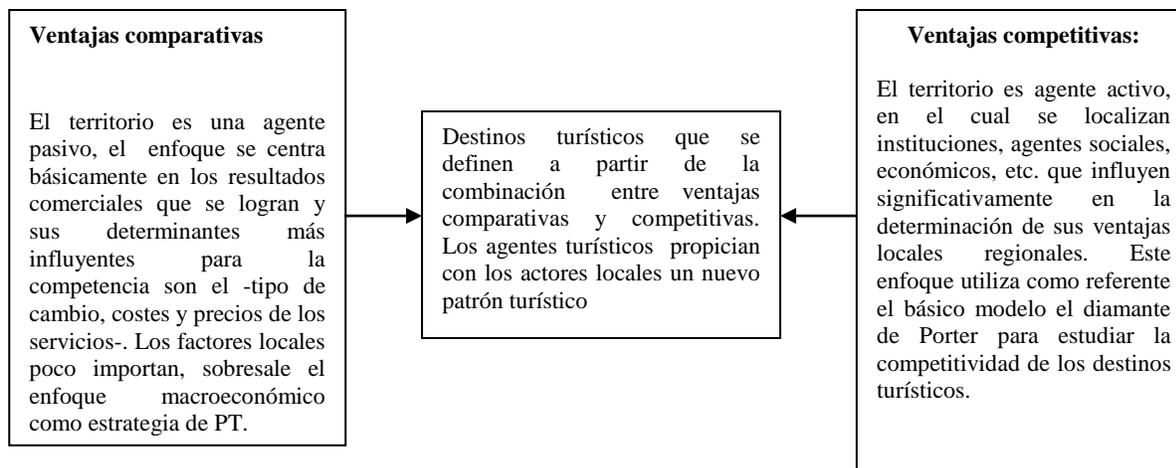
El siguiente esquema 2, ejemplifica cómo se ha ido integrando una nueva configuración regional turística a partir de otros determinantes que transitan entre las ventajas comparativas clásicas y las competitivas⁸

⁷ Para Fajnzylber, F (1990) una sociedad no equitativa sólo favorecería la competitividad espuria o de corta vida (basada en bajos salarios o en la explotación de los recursos naturales), dificultando que los recursos se encauzasen hacia el progreso técnico y redirigiéndolos hacia el consumo o hacia el exterior; así, al poco tiempo, la competitividad espuria se iría erosionando y el crecimiento se ralentizaría.

⁸ La diferencia entre ventajas comparativas y competitivas se analiza en forma muy esquemática. No existen las condiciones para entrar a debatir las controversias teóricas sobre dichos conceptos. Simplemente se utiliza el concepto de ventaja comparativa como el clásico ejemplo de que los países ya no pueden competir en el mercado internacional, sólo a través de sus recursos naturales o salarios bajos para atraer capital extranjero, sino que para competir son necesario otros recursos creados deliberadamente, para que los capitales decidan localizarse en el país receptor.

Esquema 2

Nueva configuración turística



Se puede decir, que en la ventaja comparativa se contempla al Estado como actor central, pues la intención es promover la oferta turística con una planeación indicativa y deliberada ex profeso que incentive un turismo de “enclave o polo turístico”. En cambio, en la ventaja competitiva, se concibe una política de desarrollo local, construida a partir de las regiones y localidades, aquí se visualiza al Estado local como un simple facilitador de las condiciones que promuevan el desarrollo endógeno.

Sin lugar a dudas, si hacemos un examen histórico de las Políticas turísticas, observaremos que éstas han dependido del Estado central, pues ha sido éste, el que define el patrón de desarrollo económico general y en específico sobre el turismo en los tres ámbitos (nacional, regional y local). Sin embargo, a partir del cambio en la agenda de los problemas de la economía regional, donde se concibe la intervención del Estado de distinta forma, se ha tratado de que el Estado funja como la instancia promotora que impulse a los agentes externos (empresas hoteleras transnacionales) y los locales y/o regionales (administraciones locales y municipales) para que ellos operacionalicen los programas de desarrollo turístico y ubiquen a sus localidades en la competencia del mercado mundial (Merchand, M 2007).

Con respecto al concepto de ventaja competitiva, se puede ilustrar el caso, cuando las administraciones públicas locales⁹ donde se asientan las localidades turísticas instrumentan una serie de estrategias competitivas que les permita allegarse de capitales internos y externos. Estas administraciones públicas locales (municipales) deben basarse en ofrecer "calidad" del marketing (promocionar su ventajas locativas en los mercados externos).

Esta competencia por atraer capitales en el sector turístico, ha tenido un significativo crecimiento en el número de destinos turísticos, lo que está provocando un importante incremento de la competencia entre los mismos; competencia que se hace aún más intensa, si tenemos en consideración que aunque la demanda turística está creciendo, el ritmo de ésta se ha ralentizado

⁹ La política pública es un conjunto articulado y coherente de decisiones y actuaciones que llevan a cabo los gobiernos en el ámbito territorial de su competencia, con la intención de alcanzar unos objetivos determinados en relación con los hechos de distinta naturaleza que genera el proceso de atracción, estancia

(estabilizado), esto provoca que las tasas de crecimiento de la oferta, tanto de empresas como de destinos turísticos, son muy superiores a las de la demanda; lo cual ha incidido en una intensificación de la competencia en la actividad turística entre los destinos turísticos más demandados.

En este sentido, tal y como lo explica Flores, D. (2007) citando a Camisón y Monfort (1998); cuando un destino turístico comienza a entrar en la fase de madurez de su ciclo de vida requerirá acciones positivas encaminadas a rejuvenecer el destino. Esto se logra, mediante la sustitución de las ventajas comparativas tradicionales por ventajas competitivas que garanticen la permanencia en el mercado y generen niveles más altos de rentabilidad (Camisón y Monfort, 1998:6)¹⁰. Sin embargo, a pesar de que las ventajas comparativas van perdiendo importancia a la hora de explicar la competitividad de los destinos turísticos, sobre todo de aquellos destinos que se encuentran en su fase de madurez, no es menos cierto que desempeñan un importante papel en el nacimiento y desarrollo de gran parte de estos destinos turísticos.

Cabe insistir, que coincidimos con Flores, D (2007) quien señala que el enfoque territorial estratégico; es el enfoque más adecuado a la hora de analizar la competencia en la actividad turística; ya que en él se integran y complementan los restantes enfoques, esto se logra, a través de un análisis transversal, sea por país, sector y empresa

El mismo Flores, D (2007) explica que se está asistiendo a una importante intensificación de la competencia en la actividad turística, tanto entre las empresas, directamente relacionadas con esta actividad -hoteles, agencias de viajes, empresas de ocio, etc.-, como entre los destinos turísticos. Este incremento de la competencia obedece tanto a factores ajenos a la industria turística como a los internos, de manera que todas estas transformaciones interrelacionadas; están condicionando y modificando las bases que determinan y explican la competencia tanto entre empresas como entre destinos turísticos.

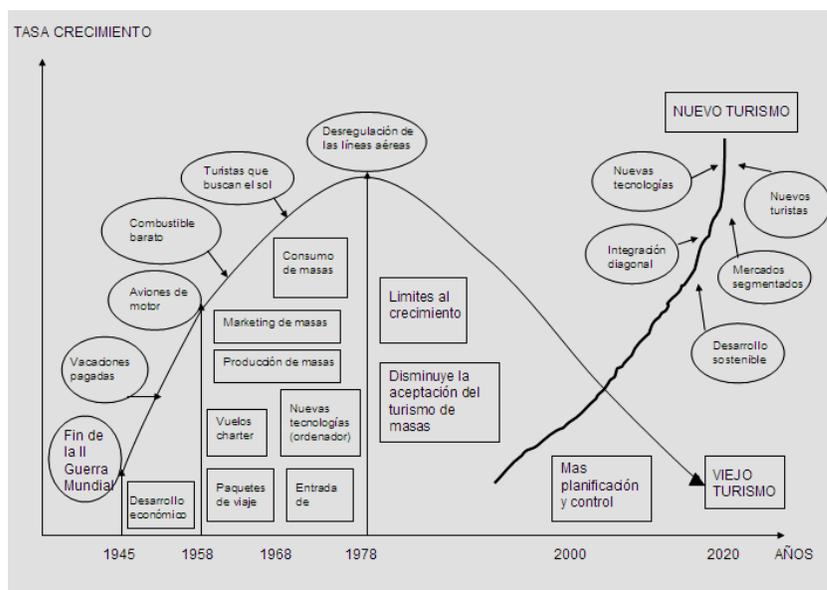
El propio Poon (1993)¹¹ identifica cinco factores principales que inciden en una nueva competencia, como son: (nuevos consumidores, nuevas tecnologías, nuevas formas de producción, nuevas técnicas de gestión más flexible y cambios en el entorno), estos factores determinan al final de cuentas; un impulso al cambio y hacia una llamada nueva era del Turismo que se caracteriza por la existencia de unas vacaciones cada vez más flexibles, con una demanda más exigente, experimentada, compleja e individual. En síntesis, un marketing dirigido a nichos específicos del mercado, con diferentes intereses y necesidades y donde las tecnologías de información y comunicación se han convertido en instrumento muy importante para la producción, comercialización y distribución de los productos turísticos.

Cabe insistir sobre los elementos que deben de tomarse en cuenta para definir un nuevo destino turístico que integre el tránsito entre el turismo en masas al nuevo turismo que se define a partir de otras variables. El gráfico 1, ilustra de alguna forma las nuevas competencias que deben de implementarse para ser competitivo en el mercado turístico internacional

¹⁰ Citados por Flores, D. (2007).

¹¹ Citado por Flores, D (2007).

Gráfico 1



Fuente: Díaz, F et al (2006).

Insistiendo sobre el concepto de competencia internacional de los países; *para crear, producir y distribuir bienes y servicios en los mercados internacionales: se pueden distinguir dos grupos de explicaciones al fenómeno de la competitividad internacional*, uno es el enfoque macroeconómico (ya explicado) y el otro es el estratégico. Mientras que en el primero el territorio es un agente pasivo, en el segundo es un agente activo; en el cual se localizan instituciones, agentes sociales, económicos, etc. que influyen significativamente en la determinación de las ventajas competitivas (Cals, 1991:45)¹²

Precisamente, el cambio operado en las estrategias competitivas; es lo que explica el hablar de nuevo turismo, pues las estrategias de competitividad de los destinos suponen un cambio radical desde unas políticas competitivas basadas en la oferta de un único producto (sol y playa) a precios bajos, a otros radicalmente diferentes, ajustadas a los mercados actuales y donde los precios no constituyen el elemento determinante; pero si la mejora de la calidad.

Incluso ya se habla de calidad e innovación de la oferta turística de un destino, para abordar esta apreciación, se tiene que partir de una aproximación al concepto de producto turístico que consiste en recurrir a la idea de turismo asociado a un viaje motivado por un interés particular o especial, es decir, el denominado en inglés “Special Interest Tourism” -SIT- (Díaz, F et al 2006).

Para entender en qué consiste el SIT vale la pena citar a Hall y Weiler (1992)¹³ quien postula que “la motivación de los viajeros y la toma de decisiones están determinadas fundamentalmente, por un interés especial y particular enfocado, o bien, hacia una actividad o actividades concretas, o bien, a destinos y lugares específicos”. El SIT se entiende como

¹² Citado por Flores, D (2007).

¹³ Citados por Díaz, F (2006)

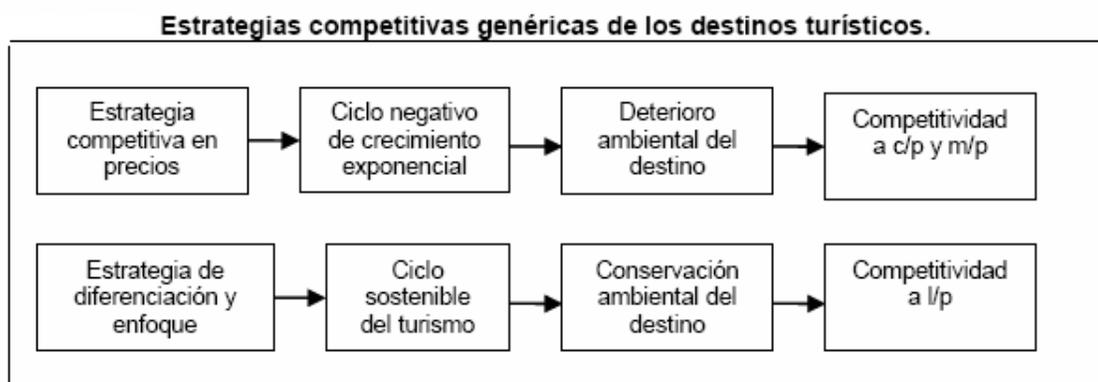
integrante interdisciplinar al abarcar los siguientes componentes: El sistema global tanto a nivel local y mundial (aspectos políticos, económicos, ecológicos, tecnológicos y socioeconómicos y socioculturales); el sistema de demanda turística (situación financiera del individuo, factores cognitivos, determinantes del comportamiento –emociones, necesidades, motivaciones, actitudes, imágenes-) y el sistema de oferta turística -lugares y destinos turísticos, agencias de viajes, empresas de alojamiento, infraestructura, etc.- (Díaz, F 2006).

El SIT representa la complejidad del fenómeno turístico y responde a los fundamentos del llamado nuevo turismo a partir de ubicar las percepciones del turista como consumidor y lo más importante de todo, se plantea la idea de eficientar la gestión de los destinos turísticos. El SIT al integrar los tres sistemas (el global, el de demanda y el de oferta) permite diseñar estrategias de PT sin descuidar ningún componente fundamental. Como se explica:

“El sistema global comprende los elementos más directamente relacionados con la política turística y la vinculación de ésta a la política general de un Estado..... el SIT no solamente favorece una gestión apropiada cuando se trata de maximizar la satisfacción del consumidor, sino permite orientar los planes y programas de desarrollo turístico promovidos por las administraciones y demás agentes de sector, además de cazar los objetivos de marketing con los servicios relevantes en el ámbito de la distribución, la firmeza de precios y las estrategias de promoción¹⁴” (Díaz, F 2006:134).

Sin embargo, lo que pasa en los países en desarrollo, se puede ejemplificar con el esquema 2, que utiliza Flores, D (2007) y que citando a Yunis (2003:26-27) se ilustra muy bien, cuando estos países tienen un ciclo negativo de crecimiento exponencial.

Esquema 2



Fuente: Flores, D (2007)

Como se aprecia en el esquema, el mismo Flores, D (2007) explica que las estrategias de desarrollo de destinos turísticos pueden ser agrupadas en dos estrategias:

¹⁴ El subrayado es nuestro.

“Una estrategia competitiva a corto y medio plazo, y otra a largo plazo, para el caso de los destinos turísticos, no basta con ser competitivo en un momento determinado, sino que hay que insistir en la búsqueda de la mejora continua de sus condiciones de competitividad, pues la competitividad de un país o una empresa viene condicionada por su capacidad de crear y sostener un valor añadido económico a largo plazo frente a sus competidores. Por lo que todo destino turístico deberá buscar la competitividad a largo plazo. Y es la elección de esta estrategia competitiva a largo plazo la que identificamos con el concepto de competitividad sostenible que apuesta por desarrollar una estrategia de competitividad sostenible o largo plazo, entendiendo ésta como la capacidad del destino para crear e integrar productos con valor añadido que proteja sus recursos y, al mismo tiempo, mantener su posición competitiva entre destinos competidores” (Flores, D 2007/202).

Sintetizando y volviendo a la idea expresada al principio, no se puede hablar de una nueva competitividad acompañada de un nuevo turismo y concretizada con una PT integral, si no se contempla la sostenibilidad de los recursos turísticos que abarque el (Sistema global –local y mundial- sistema de demanda turística y sistema de oferta de la industria turística) que constituyen la principal garantía de competitividad futura de los mercados.

Desafortunadamente, no se ha superado la conflictividad entre los objetivos de sostenibilidad y expansión de la actividad turística, pues todavía el turismo, sobre todo en los países en desarrollo ésta actividad produce efectos no deseados, superando la capacidad de carga de los territorios, destruyendo el entorno biofísico y cultural, como es el caso, de los destinos turísticos de sol y playa en México (Cancún, Puerto Vallarta, Los Cabos, etc.)

De hecho, los datos demuestran como es el caso de Puerto Vallarta y de otros destinos turísticos mexicanos, como Acapulco; han llegado un estado estacionario o declive de acuerdo a los modelos académicos que hacen hecho referencia. La Secretaría de Turismo y el Instituto Nacional de Ecológica desarrollaron una investigación de las características generales de Calidad Ecológica y Fragilidad del Territorio obtenidas a partir del Ordenamiento General del Territorio para los 23 destinos turísticos estratégicos del país. La propia Secretaria de Turismo, reconoce que aunque existen generalidades en todos los destinos turísticos en cuanto a los problemas ambientales que manifiestan en general; sin embargo, también se registran particularidades en cada uno de ellos. El propio Puerto de Vallarta, como destino tradicional, registra indicadores considerados graves de tomarse en cuenta, con respecto al comportamiento de los Centros de playa integralmente planeados; Puerto Vallarta manifiesta indicadores a la baja que hacen pensar que ha llegado a un estado de madurez (estancamiento) e inicio de su declive.

La cuestión, es cómo estos destinos vacacionales centrados en el consumo de sol y playa llegan tarde que temprano a manifestar cierto decrecimiento en las afluencias de turistas extranjeros. Según Butler, R (1980) y otros estudiosos del fenómeno turístico, la evolución de estos lugares masificados tiende inexorablemente a la disminución de su atractivo y al deterioro progresivo de su economía.

Butler, R (1980), investigador de referencia internacional, definió el ciclo de vida de los destinos turísticos mediante un modelo por fases con apariencia de inexorabilidad. Según su teoría, la dinámica de un destino turístico basado en la oferta de sol y playa llegaría a un punto de

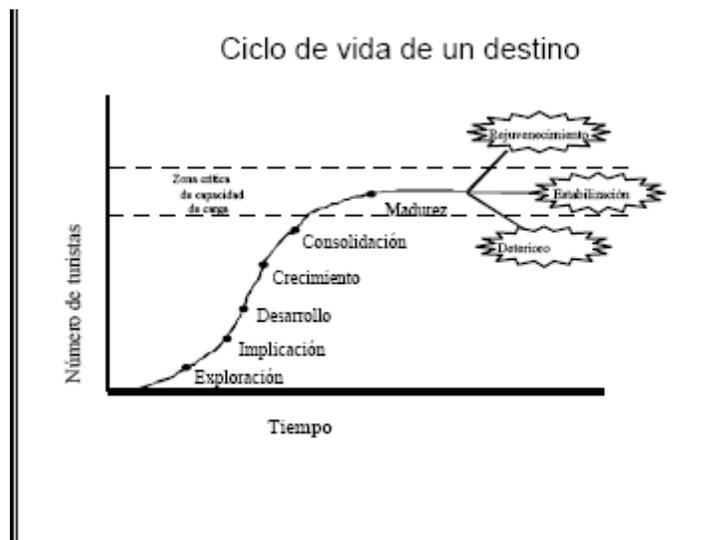
saturación; como consecuencia de un deterioro excesivo de sus recursos naturales, que daría lugar a una fase de estancamiento y declive¹⁵.

Ésta fase se caracteriza por una pérdida de atractivo que desplazaría a una parte de sus visitantes hacia otros destinos impolutos, con ventajas comparativas superiores a las del destino deteriorado que ha entrado en fase de saturación (Sampol, C 2002).

Algunos estudiosos del turismo sostienen que durante la transición a la madurez, se presentan con frecuencia varios cambios de importancia en el ambiente competitivo del sector turístico (Barbosa, A 2002). Algunas de las probables tendencias del cambio son las siguientes:

1. La disminución del crecimiento significa más competencia por la participación en el mercado.
2. Las empresas en el sector turístico cada vez venden más a clientes repetitivos y experimentados.
3. La competencia suele cambiar hacia un énfasis mayor en el costo y servicio
4. Existe el agudo problema de agregar capacidad y personal a la industria que conforma el sector turístico.
5. Es difícil conseguir nuevos nichos de mercado y aplicaciones de los mismos.
6. Aumenta la competencia internacional.
7. La utilidades del sector turístico por lo general disminuyen durante el período de transición, en ocasiones temporalmente y en forma permanente.

Richard Butler, propone un modelo que describe el ciclo de vida basado en la administración estratégica del producto y establece 5 fases de este ciclo:



¹⁵Como parte de su proceso evolutivo, muchos destinos turísticos pasan de períodos de la fase de un crecimiento rápido a un crecimiento más lento que comúnmente se llama madurez del destino turístico

Las fases que describe Butler son las siguientes:

1. Exploración: Los turistas que visitan al destino son minoritarios.
2. Involucramiento: Turistas y comunidad local con infraestructura limitada
3. Desarrollo: Rápido crecimiento correlacionado con el “ciclo de vida del producto”
4. Consolidación: La oferta sobrepasa la demanda, por lo tanto se recurre al marketing
5. Estancamiento o
6. Rejuvenecimiento

Aún cuando han surgido nuevos modelos que explican el fenómeno turístico, el de Butler, concibe el impacto socioeconómico del turismo. Particularmente, otra variable que determina de alguna forma esta caracterización en declive, es la excesiva concentración de la PEA en el sector servicios. Estos empleos, tienen salarios poco remunerados y son sumamente volátiles, pues dependen de la demanda turística y sobre todo de la estacionalidad de la demanda; producto de sus variaciones.

De la misma manera a la teoría Butler, existen otras posturas conceptuales como la de Holder, H¹⁶ que hace referencia a la teoría de la auto-destrucción del turismo; y que para este autor son cuatro fases que caracterizan el desenvolvimiento del turismo.

Fase I

Un espacio remoto y exótico, que ofrece reposo y solaz y suministra un refugio a gente pudiente que vive aislada del resto de la población local.

Fase II

La promoción turística atrae turistas de medios económicos más modestos. Se construye una infraestructura ad-hoc para atraer un número creciente de turistas, se transforman las características originales del sitio de un “refugio paradisíaco” por una serie de urbanizaciones con las consecuencias e impactos correspondientes. Las poblaciones locales laboran en el sector hotelero, abandonado sus actividades originales (agricultura y otras) y aumenta el flujo turístico que hace inevitable la interacción entre los turistas y las poblaciones locales, llevando a una serie de consecuencias socioculturales, consideradas en general como negativas. El incremento en número de cuartos de hotel lleva a una oferta que supera la demanda y a una consecuente disminución de precios y un deterioro del “producto”.

Fase III

En el país o en la región ya se practica el “turismo de masa”, atrayendo un público con patrones más bajos de poder económico y de comportamiento social. Esto lleva a la degradación social y al deterioro medioambiental del sitio turístico.

Fase IV

A medida que el sitio se hunde bajo el peso de la fricción y del conflicto social y la producción de basuras y contaminantes aumenta. Como resultado hay infraestructuras turísticas,

¹⁶ Cit. por Barbosa, op.cit., p 16

las playas y entornos estropeados y una población local incapaz de retomar su estilo de vida original.

De hecho, estas cuatro fases descritas son parecidas al círculo vicioso empobrecedor donde una variable determinada lleva a una serie de consecuencias catastróficas que impiden contar con turismo sostenible. Una variable fundamental que hay que examinar con detenimiento, es la frecuencia con la cual los visitantes están dispuestos a regresar dos o tres veces o más al sitio de origen; porque esto daría pie a demostrar el efecto multiplicador de atracción que ejerce el espacio turístico al visitante, que lo anima a regresar por varias ocasiones.

En el mismo tenor del documento de la OMT cabría preguntarse ¿Por qué algunos países tienen éxito y otros fracasan en la competencia internacional por el turismo? Esta pregunta bien pudiera ser la que actualmente se formula con mayor frecuencia en el sector. Las respuestas son cruciales para las empresas y los destinos que deben competir en mercados crecientemente internacionales. Sin embargo, la respuesta a la pregunta referida se encuentra en reconocer que los negocios turísticos se concentran en áreas geográficas o clusters¹⁷ muy determinados.

En forma similar, esto implica que la competencia no se desarrolla entre países, sino entre clusters y entre negocios turísticos. De esta manera, México no compite con Jamaica, Cuba o Venezuela, pero Cancún si compite con Montego Bay, Varadero o Isla Margarita.

Por tanto, los que deben ser competitivos son los clusters turísticos, no los países. Cada cluster compite en mercados heterogéneos, diversos segmentos, subsegmentos y diversos nichos donde hay distintos competidores. Cancún compite con Acapulco, Puerto Vallarta o Río de Janeiro en playas y sol y el Distrito Federal, Boston o Dallas en convenciones.

Por ejemplo, para que un cluster de sol y playa, sea competitivo, no es suficiente con que tenga mejores playas. Se requiere realizar una gran variedad de acciones sobre sus componentes para poder tener una ventaja sostenible a lo largo del tiempo. De ahí que la mejora continua de un cluster¹⁸ sea la fuente de la ventaja competitiva en los mercados donde se elige competir.

En este sentido y sin duda alguna, el elemento básico para la posible integración de un cluster es la existencia de un producto turístico consolidado y/o con potencial de mercado capaz de generar una dinámica integradora de los distintos eslabones de la cadena productiva del sector. Es decir, el producto turístico debe funcionar como motor en la conformación de una red integral de servicios apoyados sólidamente en esquemas de proveeduría e infraestructura local y regional.

Por lo tanto, mientras estos agrupamientos empresariales dedicados al turismo no generen las condiciones que propicien mejorar la calidad de vida de la población, incrementando la prosperidad económica y el sentimiento de bienestar de la localidad, no será sostenible la actividad turística en el largo plazo, simplemente estas plazas turísticas que ofrecen mínimas condiciones de crecimiento económico pero no de un desarrollo social integral, estarán expuestas a generar círculos viciosos que limitarán su propio desarrollo local. El éxito o fracaso de un espacio turístico, estará en función de las condiciones no sólo de sus sinergias empresariales, sino

¹⁷ Un cluster se desarrolla en un ámbito geográfico local bien definido, donde se concentran e interrelacionan los atractivos turísticos, infraestructuras, equipamientos, servicios y organización turística para ofrecer un producto turístico a un mercado determinado

¹⁸El concepto de cluster, se caracteriza por generar concentraciones geográficas de firmas e instituciones interconectadas en un determinado sector, comprendiendo una gama de industrias y otras entidades importantes para originar competitividad, ligadas entre sí.

de los efectos multiplicados que esta actividad provoca en el bienestar social de los receptores de inversión.

Cabe insistir, que la consolidación de los capitales ubicados en una determinada región, necesita una complementariedad y compatibilidad entre la economía de mercado y la política de ordenamiento territorial que gesta el Estado para consolidar los capitales turísticos en una determinada región y/o espacio económico.

De igual manera, es precisamente a través del acompañamiento entre los capitales extranjeros y las políticas territoriales impulsadas por el Estado que se sustenta la actividad turística y que tiene el prototipo de un enclave económico; como son los Centros integralmente Planeados (CIP) que responden a una política de desarrollo turístico fomentado por el estado Federal y local.

Vale la pena plantearse las siguientes interrogantes: Qué instrumentos de política regional implementar para hacer funcional los intereses de un capital trasnacional en la actividad turística en un determinado espacio, región y territorio. Como se ha visto, un territorio, esta forzosamente “ordenado” por la acción de los agentes productivos que generan un “orden” territorial circunscrito a la lógica del capital en su proceso de penetración y expansión mundial, de inversiones en el rubro turístico (Merchand, 2008)

En síntesis, para la consolidación de los capitales ubicados en una zona turística determinada, se debe propiciar una complementariedad y compatibilidad entre la economía de mercado y la política de ordenamiento territorial que gesta el Estado¹⁹. Es precisamente a través del acompañamiento entre los capitales extranjeros y las políticas territoriales impulsadas por el Estado que se sustenta la actividad turística y que tiene el prototipo de un enclave económico; como son los Centros integralmente Planeados (CIP)²⁰ que responden a una política de desarrollo turístico fomentado por el estado Federal y local, apostando a que estos capitales generarán, así se cree “círculos virtuosos de desarrollo económico”.

¹⁹ Existe una plena sincronía entre el interés de las empresas transnacionales para fortalecer sus propios agrupamientos turísticos y la de los Estados-Nación que propician condiciones favorables para el desarrollo de agrupamientos que tengan que ver con las actividades del ocio; en última instancia, la misión o compromiso del Estado nacional o estatal es la de promover un espacio fértil para segmentos turísticos competitivos internacionales.

²⁰ Los Centros Turísticos Integralmente Planeados (CIP's) tienen el apoyo de inicio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) con la coordinación de FONATUR, surgiendo de esta forma; Cancún, Ixtapa, Loreto y Los Cabos, y diez años después Bahías de Huatulco. Adicionalmente se están promoviendo otros (CIP's) como es: Barranca del Cobre en la zona tarahumara de Chihuahua, Costa Maya en la costa sur de Quintana Roo, Palenque en Chiapas y Litubú en la costa sur de Nayarit. Todos estos CIP's están definidos con un concepto de sustentabilidad e integración de la población local, pero con objetivos que tienden a la masificación y al desarrollo de enclaves. La tierra necesaria para construir estos centros fue expropiada a los campesinos mediante la utilización de la figura jurídica de Fideicomisos creados para romper el obstáculo constitucional de la prohibición de enajenar el territorio nacional que hace especial referencia a los extranjeros, con la modificación al artículo 27 constitucional en los ochenta. Los CIP's planificados e instrumentados por FONATUR son el ejemplo típico de la generación de enclaves y que no contemplan ningún tipo de compromiso en términos de capacidad de carga local.

La ordenación del territorio en Bahía de Banderas para consolidar la actividad turística.

El presente apartado, tiene el objetivo general de analizar como el territorio local-regional del municipio (Bahía de Banderas) están forzosamente “ordenados” por la acción de los agentes productivos que generan un “orden” territorial circunscrito a la lógica del capital en su proceso de penetración y expansión mundial de inversiones en el rubro turístico.

Se asume como hipótesis, que la consolidación de los capitales ubicados en la región costera del municipio, se propicia una complementariedad y compatibilidad entre la economía de mercado y la política de ordenamiento territorial que gesta el Estado para consolidar los capitales turísticos en la región.

De igual manera, es precisamente a través del acompañamiento entre los capitales extranjeros y las políticas territoriales impulsadas por el Estado que se sustenta la actividad turística y que tiene el prototipo de un enclave económico; como son los Centros integralmente Planeados (CIP) que responden a una política de desarrollo turístico fomentado por el estado Federal y local.

Vale la pena plantearse las siguientes interrogantes: Qué instrumentos de política regional implementar para hacer funcional los intereses de un capital trasnacional en la actividad turística de Bahía de Banderas (Nayarit). ¿Cómo se ha dinamizado este municipio a partir de instrumentos de política, encaminadas a hacer funcional los intereses de un capital trasnacional en la actividad turística del municipio? Se verá, como el municipio esta forzosamente “ordenado” por la acción de los agentes productivos que generan un “orden” territorial circunscrito a la lógica del capital en su proceso de penetración y expansión mundial de inversiones en el rubro turístico (Merchand, 2008).

El arraigo de los capitales ubicados en la región costera del municipio, se propicio con una complementariedad y compatibilidad entre la economía de mercado y la política de ordenamiento territorial que gestó el Estado²¹. Esta complementariedad entre el Estado y la inversión extranjera queda demostrada a partir de la infraestructura que ha desarrollado Bahía de Banderas, esto se muestra con los siguientes porcentajes; acorde con los datos manejados por la Secretaria de Turismo, se reporta en el 2004 que el 62% de los establecimientos de hospedaje del estado de Nayarit se concentraban en la región costa sur (Compostela y Bahía de Banderas) de éstos, el 85% de los hoteles de cinco estrellas se localizan en Bahía de Banderas, el 59% de los de 4 estrellas y el 69% de los de tres estrellas.

Es precisamente a través del acompañamiento entre los capitales extranjeros y las políticas territoriales impulsadas por el Estado que se sustenta la actividad turística y que tiene el prototipo de un enclave económico; como son los Centros integralmente Planeados (CIP) que responden a una política de desarrollo turístico fomentado por el estado Federal y local, apostando a que estos capitales generarán “círculos virtuosos de desarrollo económico”.

²¹ Existe una plena sincronía entre el interés de las empresas transnacionales para fortalecer sus propios agrupamientos turísticos y la de los Estados-Nación que propician condiciones favorables para el desarrollo de agrupamientos que tengan que ver con las actividades del ocio; en última instancia, la misión o compromiso del Estado nacional o estatal es la de promover un espacio fértil para segmentos turísticos competitivos internacionales.

El Municipio de Bahía de Banderas que fue creado por decreto²² con el objetivo de desarrollar el Centro Integralmente Planeado (CIP) de Punta de Mita, este (CIP), da origen al Fideicomiso de Bahía de Banderas en 1970, el patrimonio de dicho Fideicomiso quedó constituido con un total de 4, 136 hectáreas localizadas sobre aproximadamente 85km de planicie costera, del entonces Municipio de Compostela (que incluye al actual Municipio Bahía de Banderas).

Se crea ex profeso por parte del Estado, una estrategia de desarrollo turístico que fomentara la instalación de empresas hoteleras acorde a las ventajas naturales del nuevo municipio de Bahía de Banderas, para concretizar el proyecto y previo a los intereses económicos que se generaron, el Gobierno del Estado justifica la expropiación de los pobladores naturales, argumentado cuestiones de localización y características naturales como detonantes no sólo del municipio en sí, sino de su área de influencia.

El artículo sexto, del decreto presidencial declara:

“Que es causa de utilidad pública y la expropiación por la creación o mejoramiento, así como el adecuado aprovechamiento de centros de población y sus fuentes propias de vida, así como el desarrollo de la industria turística, en la cual se han invertido sumas cuantiosas en obras de infraestructura y en la creación y desenvolvimiento de actividades que benefician la colectividad. Estas razones hacen necesaria y justifican plenamente la expropiación de terrenos a que se hace referencia a fin de realizarlas. [...] Se declara de utilidad pública el desarrollo habitacional y turístico en los terrenos que circundan la Bahía de Banderas ubicados en las costas de los estados de Nayarit y Jalisco y el mejoramientos de los centros de población de Puerto Vallarta, Jarretaderas, Bucerías, Cruz de Huanacastle, Higuera Blanca, Sayulita, Peñita de Jaltemba, Las Varas y El Capomo así como fuentes de vida...” Decreto Presidencial, (1970)

Cuadro 3	
Expropiación de terrenos ejidales que integraron el patrimonio del fideicomiso de Bahía de Bandera	
Localidad	Hectáreas expropiadas
Jarretaderas	382
Bucerías	440
Cruz de Huanacastle	375

²² Presidencia de la República. Decreto Presidencial del 18 de Noviembre de 1970. Diario Oficial de los Estados Unidos Mexicanos.

Higuera Blanca	1,083
Sayulita	544
Peñita de Jaltemba	799
Las Varas	184
El Capomo	329
Total superficie	4,136

A partir de este ejercicio expropiatorio a favor del fomento turístico, se empieza a gestar un cambio de grandes magnitudes en el orden territorial que afecta la configuración de la franja costera. Por supuesto, que los lugareños fueron replegados o confinados hacia otros lugares, incorporándose a las nuevas actividades económicas que generaría la actividad turística (construcción de infraestructura hotelera y servicios turísticos en general).

Se ilustra el caso de Punta de Mita, pues éste representa una fracción del territorio correspondiente al Municipio de Bahía de Banderas localizado en la Región Costa Sur del Estado de Nayarit. En 1989 se promovió la división del municipio de Compostela, la parte norte conservó el mismo nombre y la parte sur se le nombró Bahía de Banderas. La micro-región de Punta de Mita, esta circunscrita por las localidades de Higuera Blanca al Norte y de Nuevo Corral del Risco junto con el Fraccionamiento Emiliano Zapata al Sur; en sus inmediaciones se construye el Centro Integralmente Planeado (CIP) bautizado por “Litibú”.

El desarrollo turístico consolidado en la región²³ tiene como base el modelo de enclave privilegiado a partir del segmento de sol y playa (franja costera). El dinamismo económico de la conformación regional-urbana de Bahía de Banderas, al estar en función de los requerimientos del capital transnacional turístico, se generan inercias que apuntan a crear efectos multiplicadores negativos que acentúan más las desigualdades urbanas entre un crecimiento desorganizado y disperso de la mancha urbana. Esta dispersión urbana, se refleja en múltiples fraccionamientos (núcleo residencial urbanizado) de Bahía de Banderas que se traducen en un efecto polinuclear (conurbación) dejando una traza urbana que se caracteriza por responder a la liberación del mercado del suelo urbano.²⁴

Del mismo modo, como lo sostiene (Capel, 2003), desde el siglo XIX se ha modificado también la tipología de los agentes urbanos que construyen la ciudad. Nuevos mecanismos de promoción inmobiliaria cada vez más complejos, cambios en el funcionamiento del mercado de vivienda y de la construcción de equipamientos y, creciente intervención del capital financiero en la promoción de la ciudad, configuran una morfología de ciudad distinta. Con mucha frecuencia,

²³ Región” viene de regire (en latín gobernar) y en ningún caso, es más correcto usar la palabra para tipificar zonas donde el principal objetivo consiste en conocer para actuar mejor, es decir, para dirigir el futuro región.

²⁴ Existe un nuevo tipo de agente inmobiliario (Clichevsky, 2001), que corresponde a la idea de ofrecer sus servicios como “promotores o desarrolladores”, éstos se caracterizan como “buscadores de oportunidades” en cuanto descubren y valorizan inmuebles, armando una oferta atractiva. Las actividades abarcan desde la elección de los terrenos y elaboración de proyectos, hasta definir estrategias de comercialización y financiación e incluso muchas de las veces, se dicen gestores e innovadores del propio desarrollo urbano.

no son las necesidades de las ciudades y de los ciudadanos, las que se tienen en cuenta, sino es la lógica de la promoción inmobiliaria y de las empresas constructoras, las que actúan y las que están conduciendo a intervenciones que suponen una profunda destrucción del patrimonio heredado con el fin de favorecer la construcción de nuevos edificios y la buena marcha del negocio inmobiliario.

Hay otras interrogantes que saltan a primera vista; ¿Es que representa la actividad turística para el crecimiento económico de Bahía de Banderas? De qué forma esta actividad contribuye a generar efectos contrastantes entre espacios que albergan cadenas de hotel en zonas de opulencia y los otros espacios urbanos deficitarios en servicios que sitúan las casas habitación del grueso de los empleados, con salarios precarios y bajos que laboran en los grandes hoteles.

Es la propia Organización Mundial de Turismo (OMT) quien reconoce que son los intereses privados extranjeros los que mueven el turismo y es difícil incrementar los beneficios económicos locales porque los propietarios son en gran medida extranjeros, lo que significa que las fugas son cuantiosas y las conexiones locales escasas²⁵.

De hecho, este concepto de “conexiones” utilizado por OMT tienen que ver con las antiguas teorías de la filtración o goteo (trickle-down) donde los proyectos turísticos concebidos presuponían era que los prometidos beneficios del crecimiento llegarían de algún modo a los pobres, empleado palabras de Stilglz (2003) que para entonces ya estaba ampliamente demostrado que una marea que sube no eleva necesariamente, todos los botes.

Por lo tanto, mientras estos agrupamientos empresariales dedicados al turismo no generen las condiciones que propicien mejorar la calidad de vida de la población, incrementando la prosperidad económica y el sentimiento de bienestar de la localidad, no será sostenible la actividad turística en el largo plazo, simplemente estas plazas turísticas que ofrecen mínimas condiciones de crecimiento económico pero no de un desarrollo social integral, estarán expuestas a generar círculos viciosos que limitarán su propio desarrollo local. El éxito o fracaso de un espacio turístico, estará en función de las condiciones no sólo de sus sinergias empresariales, sino de los efectos multiplicados que esta actividad provoca en el bienestar social de los receptores de inversión (Merchand, 2008).

También hay que resaltar la importancia que cobran los planes y Programas interestatales entre dos gobiernos estatales, tanto de Jalisco y Nayarit que consolidan el proyecto turístico aludido. En este punto, se analizará, como a partir de determinadas políticas con sesgo más sectorial (actividades de fomento turístico) que territorial, se promueven entre dos gobiernos (Jalisco y Nayarit) a través del Gobierno Federal instrumentos de carácter regional que permita consolidar inversiones extranjeras en el rubro de las actividades turísticas. ¿En que han consistido en términos formales los pactos o acuerdos entre los dos gobiernos para concretizar las acciones en los programas y planes que otorgan direccionalidad al fomento del turismo entre Puerto Vallarta y Bahía de Banderas?

²⁵ El concepto de “fuga” se refiere a las cantidades gastadas en la importación y servicios para satisfacer las necesidades del turismo. Las fugas de las rentas derivadas del turismo en un área económica local se producen cuando las conexiones económicas locales son débiles. El término conexiones es cuando se potencializan los beneficios económicos para la comunidad local y mejora la reducción de la pobreza consistente en incrementar el alcance de las conexiones entre el sector estructurado (hoteles, otros alojamientos, restaurantes, turis-operadores, y transportes) y la economía local. Si aumentan las conexiones con la economía local disminuirán por consecuencia las fugas.

Cuando se refiere uno a pactos o acuerdos interestatales, tienen que ver con el acuerdo establecido entre estado de Jalisco y Nayarit para sincronizar políticas acorde con la intención de llevar a cabo, el llamado “Programa de Ordenación de la Zona Metropolitana Inter-estatal de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas” consistente en tratar en común la problemática de los procesos socio-urbanos que se gestan entre los municipios aludidos²⁶.

Dicho “Programa de Ordenamiento Territorial” propuesto por ambos Estados, pretenden atender dos situaciones comunes que se generan entre el municipio de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas:

-Resolver de manera conjunta la problemática que representa la continuidad urbana y los flujos y mercancías que se hace presente en la parte central de conurbación de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas.

-Considerar el aprovechamiento del potencial turístico de ambos municipios definiendo acciones concretas y partidas financieras para su gestión.

De antemano, se adelanta el supuesto de que estas acciones referidas políticamente han representado la justificante de la propuesta por parte de los dos gobiernos estatales de normativizar programas y proyectos regionales que sustente la actividad turística en la región.

La cuestión ahora a explicar, es como se inscriben dichos programas y planes que legitima y acota el tratamiento de una región plan²⁷ que consolide y potencialice el fomento del turismo como una actividad que “propiciará supuestamente el crecimiento económico”.

Como lo explica el “Programa de Ordenamiento de la Zona Metropolitana Inter-estatal de puerto Vallarta –Bahía de Banderas” los antecedentes de este proyecto se remite a 1999 cuando nueve estados de la Región Centro Occidente (RCO) impulsan un “proceso de promoción del desarrollo regional” en el que participan los estados de Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas²⁸.

Incluso se ratifica los acuerdos del estado de Jalisco y Nayarit a través del Plan Nacional de Desarrollo Urbano de Ordenamiento Territorial (PNUD-OT 2001-2006) con la finalidad de instrumentar programas y proyectos estratégicos que detonen el desarrollo regional Inter-estatal acorde a la vocación económica específica de la mesoregión (regiones interestatales).

A esta dinámica de gestión mesoregional quedan plasmados los Planes y Programas interestatales entre los gobiernos de Nayarit y Jalisco; como son: El programa a Zonas con Litoral de Jalisco y Nayarit y el Plan Maestro de Desarrollo Urbano Turístico de Bahía Banderas y Puerto Vallarta.

La justificante para llevar a cabo los Programas interestatales, se explican en razón de que los municipios colindantes de (Bahía de Banderas y Puerto Vallarta) propician inercias de crecimiento a partir de la centralidad que ejerce Puerto Vallarta y su zona de influencia - hinterland- (Merchand, M 2008).

²⁶ Se utilizará de aquí en adelante el documento técnico sobre el “Programa de Ordenamiento de la Zona Metropolitana Inter-Estatal de Puerto Vallarta-Bahía de Banderas” de diciembre 05 de 2007. Cabe aclarar que se empleará esta fuente, pero se realizará un análisis crítico de la propuesta.

²⁷ Cuando hablo de región plan, me refiero a las estrategias de política regional que emplea el Estado para fomentar una cierta actividad productiva en la región, creando todas las condiciones económicas y por supuestos legales que incentiven la llegada de capitales extranjeros en la región.

²⁸ En el “Programa de Ordenamiento” se cita el acuerdo suscrito que se dio el 2 de septiembre entre los Secretarios de Desarrollo Urbano de la Región Occidente Centro-Norte para la formulación y ejecución de una estrategia regional de ordenamiento territorial

En síntesis, se ha analizado; como cobra importancia la Política turística para facilitar la instalación de aglomeraciones (conjunto de empresas transnacionales turísticas) y como el proceso de acumulación de riqueza generado en los lugares favorecidos por este conjunto de actividades económicas, refuerzan la concentración espacial, este patrón territorial concentrador y excluyente es la práctica que ha operado en México.

Estas aglomeraciones de empresas turísticas pueden calificarse como escenarios inestables, este adjetivo de inestables, se debe a que la dinámica económica de estas aglomeraciones dependen en gran parte del monto de inversiones productivas que las empresas, sobre todo las multinacionales realicen en la economía local, lo que coloca a estas localidades en un posicionamiento muy vulnerable y dependiente de los flujos de inversiones que generen estas empresas en in situ.

Sin lugar a dudas, el territorio mexicano ha estado configurándose en el transcurso de los últimos veinticinco años a una reestructuración territorial sujeta a un patrón o estilo de desarrollo extrovertido que más ha beneficiado a ciertos espacios funcionales (aglomeraciones) que cumplen con las expectativas de las ventajas competitivas que exige el capital mundial en el rubro turístico.

Conclusiones

Qué tipo de PT es la adecuada para que los países que están ávidos de divisas incentiven de alguna forma sus potencialidades locales a partir de la actividad turística, dicho cuestionamiento en parte se encuentra en la propia gestión de la PT que se tenga, e incluso ésta deriva de la concepción general de la política económica e incluso del propio modelo económico que sustente el instrumental y la orientación de la PT. En términos económicos es como contar con un costo de oportunidad que marque el dilema de fomentar un turismo rapante que fundamente su crecimiento en detrimento de los recursos naturales y ambientales o fomentar una actividad turística que propicie externalidades positivas entre el recurso económico, social y ambiental de las localidades.

Se arguye que la PT cobra una importancia crucial en el entorno de la economía globalizada, pues es a través sólo de la PT que un gobierno estimula su actividad turística en su territorio proveyendo infraestructura pública a fin de facilitar la construcción de oferta turística y promoviendo paralelamente la difusión de la actividad entre el empresariado y la propaganda del país, convertido en destino turístico. Se ilustra esta llamada política turística para el caso de Puerto Vallarta que es uno de los destinos turísticos más importantes de México, pues a pesar de que las inversiones son en su gran mayoría Estadounidenses, éstos capitales no han propiciado condiciones que mejoren la calidad de vida de la población, sólo les importa a estos capitales, atender a un turismo exclusivo que permita reproducir sus beneficios corporativos en la cadena de servicios globales.

De alguna forma se demostró, al menos para el caso de Bahía de Banderas que las bondades de la PT tipo ha sido perjudicial de alguna forma para el lugareño, ya que este ha sido excluido de las bondades económicas que ha brindado un modelo transnacionalizado que funciona como un enclave económico al servicio exclusivo de estos capitales y contrarios, al propio desarrollo local sustentable de Bahía de Banderas.

BIBLIOGRAFÍA

BARBOSA, Angulo. Cuatro casos de análisis comparativo de Destinos Turísticos de Playa en México. Ponencia presentada en la Secretaria de Turismo. Universidad Autónoma de Sinaloa, Escuela de Turismo 2002, p 31-42.

BUTLER, R. The concept of tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. En *Canadian Geographer*. XXIV. Núm, 1980, p 78-98.

CAPEL, Horacio. Los problemas de las ciudades. *Urbs, Civitas y Polis*. Núm 3 de la Colección Mediterráneo Económico, Caja Rural inter-mediterránea, Cajamar, 2003.

DÍAZ, F et al Política turística: Competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos. Tiran Lo Blanch, Valencia, España, 2006.

KIRSCHEN, E. Nueva política económica comparada. Oikos Tau Barcelona, España, 1965.

FAJNZYLBER, F. *Industrialización en América Latina: de la 'caja negra' al 'casillero vacío'*, Cuadernos de la CEPAL, nº 60, Naciones Unidas - CEPAL, Santiago de Chile, 1990

FERNÁNDEZ, A et al. Política económica. Mc Graw Hill, 1995.

FLORES D. Competitividad sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos: un análisis comparativo de los parques naturales sierra de Aracena y picos de Aroche y sierras de Cazorla, segura y las villas. Universidad de Huelva, España. Facultad de Ciencias empresariales Departamento de Economía general y Estadística, 2007, 340 p (tesis doctorado en Ciencias empresariales)

MARTHER, R Estrategias de política económica en un mundo incierto. Reglas, indicadores, criterios. Serie de cuadernos del ILPES, 2000.

MERCHAND, Marco. Teorías y conceptos de economía regional: Estudios de caso. Universidad de Guadalajara, México, 2007.

_____. Ponencia presentada "Pactos territoriales en el desarrollo regional Inter-estatal de Puerto Vallarta (Jalisco) y Bahía de Banderas (Nayarit); México. IV Seminario Internacional sobre Desarrollo Regional en la Universidade de Santa Cruz do Sul –UNISC- Brasil del 22 al 25 de octubre, 2008.

MONFORT, V. La política turística: una aproximación. Cuadernos de turismo. No 6, Madrid, España, 2000.

OMT. Turismo y atenuación de la pobreza. Disponible en: http://www.unwto.org/index_s.php. 2001.

SAMPOL, C. Análisis de la fidelidad y de la estacionalidad como puntos críticos de la fase de post estancamiento de los destinos turísticos maduros de *sol y playa*. Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia y Tecnología. Dirección General de Investigación, 2002.

STIGLITZ, J. El rumbo de las reformas. Hacia una nueva agenda para América Latina, 2003. Santiago de Chile, Revista de la CEPAL 80, 2003.

VELAZCO, M. ¿Existe la política turística? La acción pública en materia de turismo en España (1951-2004). *Política y Sociedad*, Vol. 42 Núm. 1: 169-195, 2005.

WESNER, E, GARNIER, L y Medina, J. Funciones básicas de la planificación. Serie de cuadernos del ILPES, 2000.