

Estrategias para el turismo comunitario

Por Judith Juárez Mancilla

CANTIDAD DE PALABRAS 59667

HORA DE ENTREGA

18-ABR-2024 04:39P. M.

NÚMERO DE
IDENTIFICACIÓN DEL
TRABAJO

108365507

Estrategias para el turismo comunitario

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



Introducción

En este libro se conjuntan los trabajos en extenso de profesores investigadores y alumnos de posgrado presentados en el X Seminario Nacional y V Seminario Internacional de Investigación “Competitividad, Políticas Públicas y Turismo” en octubre de 2022. Los trabajos en extenso presentados en los ejes temáticos Políticas públicas y sustentabilidad, así como Turismo y desarrollo económico, una vez seleccionados y dictaminados favorablemente, se concentran en este manuscrito.

En el primer capítulo, titulado “Análisis de la importancia de la capacitación en guías: caso de estudio La Paz, B. C. S.”, los investigadores analizan cómo la capacitación en la actividad turística es importante y más en ciudades donde hay una gran afluencia turística, en este caso ⁶⁷ tomando como caso de estudio la ciudad de La Paz, B. C. S., debido a que el turismo es una de las principales actividades económicas que más dejan una derrama.

El capítulo siguiente “El turismo de naturaleza como estrategia de desarrollo económico local en La Ventana, B. C. S.”, los autores plantean que el turismo de naturaleza puede ayudar a detonar el potencial turístico; su objetivo es proponer una metodología que permita generar elementos para apoyar el diseño de estrategias de desarrollo local en La Ventana, Baja California Sur, localidad costera, donde confluyen el turismo y la pesca como actividades económicas preponderantes.

El tercer capítulo, titulado “Estrategias de turismo alternativo en un ejido del norte de México”, describe lo que se realiza en torno al turismo

rural en el ejido El Claro, Santa Ana, Sonora, México. Asimismo, se realizó un diagnóstico turístico para valorar si los recursos naturales existentes en el ejido El Claro pueden representar atractivos turísticos y con esto generar ingresos alternativos para la comunidad.

Las investigadoras Lizzeth Aguirre Osuna y Claudia Carolina Lacruhy Enríquez, en su capítulo “Medidas de accesibilidad en el sector hotelero: estrategias de comunicación en Los Cabos, México” se pusieron como principal objetivo analizar la comunicación de servicios de accesibilidad por parte del sector hotelero en Los Cabos, a fin de determinar si garantiza la observancia de los derechos humanos de todas las personas con discapacidad al permitir elegir desde internet un alojamiento accesible.

En el quinto capítulo, “Integración de una empresa comunitaria de aviturismo en San Antonio de la Sierra, Reserva de la Biosfera Sierra la Laguna, Baja California Sur, México”, el proyecto desarrolló una estrategia de diversificación económica sostenible, basada en el uso racional y responsable del patrimonio cultural y natural, involucrando a sus habitantes en la ruta de integración de un emprendimiento social que utiliza el aviturismo como servicio ancla. La metodología incorporó estudios biológicos y ciencia participativa para identificar y documentar el capital avifaunístico, aplicación de encuestas para determinar aspectos socio-económicos de los pobladores e identificar medios de sustento y actividades alternativas en uso.

El siguiente capítulo, “Perfil y nivel de satisfacción del visitante en el Pueblo Mágico de Todos Santos: hallazgos preliminares”, nos describe cómo el estado de Baja California Sur depende en gran medida de la actividad turística, donde mayor parte de sus visitantes se concentra en sitios de sol y playa. Sin embargo, la ardua competencia y las cambiantes necesidades de los viajeros hace necesario innovar constantemente. Una estrategia para diversificar la oferta y orientarla hacia otras formas de hacer turismo fue la creación de dos pueblos mágicos; Loreto y Todos Santos. Este último será tomado como caso de estudio; se encuentra situado entre el sitio de playa y el Centro Integralmente Planeado (CIP) con mayor actividad turística de la entidad y además posee variedad de atractivos naturales y culturales.

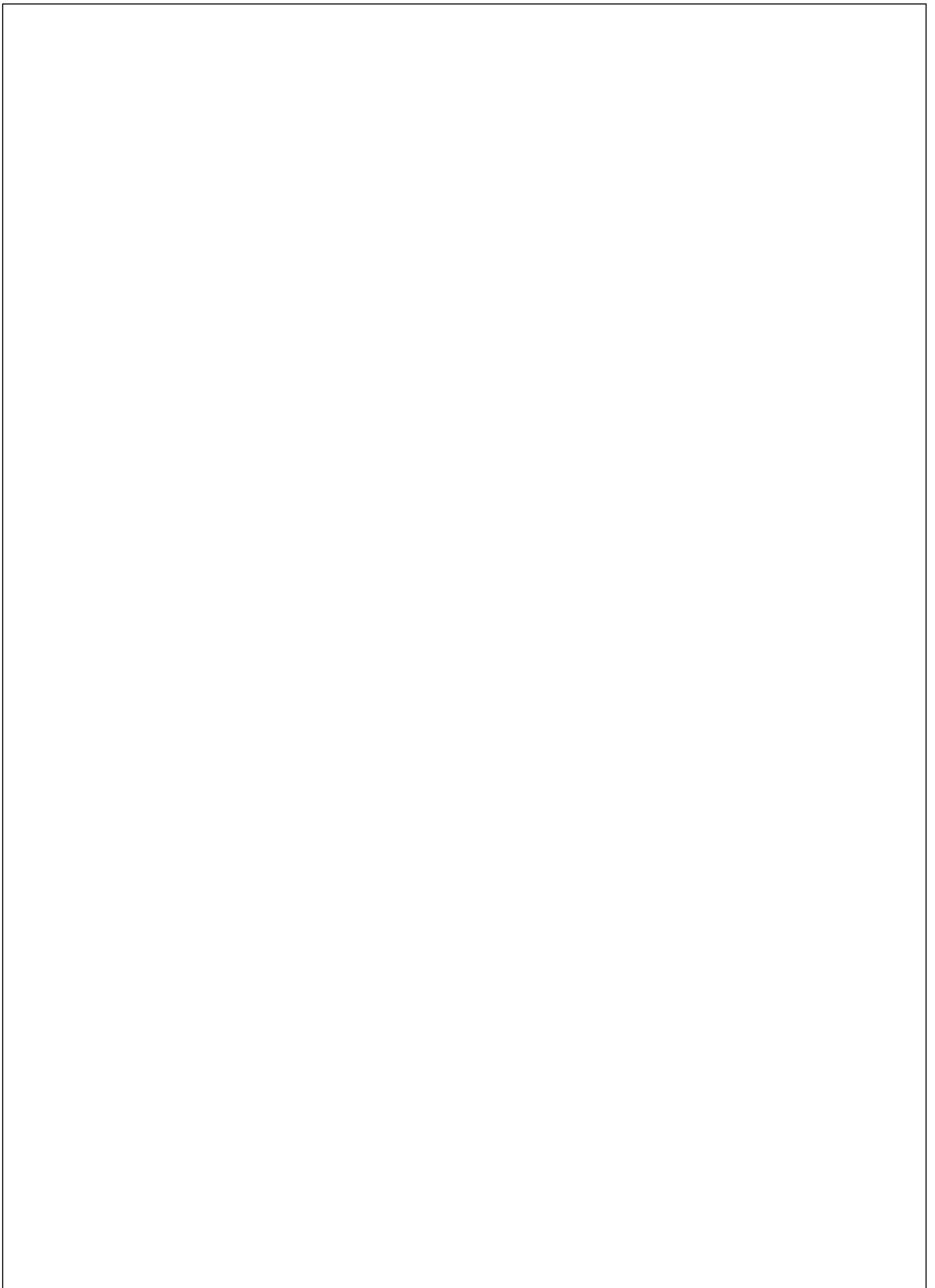
Para el séptimo capítulo, “Innovación social en la implementación de modelos de conversión turísticos pospandemia”, sus autores se impusieron

como principal objetivo analizar los modelos y estrategias turísticas emergentes que favorezcan la reactivación económica y sean aplicables a la ciudad de Puerto Vallarta posterior a la pandemia, con un enfoque cualitativo en el cual se recopila y analiza información a través de estudios realizados previamente para otros destinos turísticos. Este capítulo muestra un tipo de alcance exploratorio y descriptivo, ya que se analizan los métodos y estrategias desarrolladas por organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.

El capítulo 8, “Actividades turísticas como factor asociado al retiro del mercado laboral en la pandemia del COVID-19”, tiene como objetivo analizar las actividades relacionadas al turismo como factor asociado, a estar desocupado en 2020 de la población ocupada un año antes por las distintas repercusiones originadas por la pandemia del COVID-19.

El penúltimo capítulo, “Marco jurídico nacional, políticas públicas e iniciativas relacionadas con la producción y el consumo responsable en México y su legislación local en Baja California Sur”, considera pertinente describir y analizar los elementos e información que dan un panorama específico sobre el tema de producción y consumo sostenibles como conceptos básicos, cifras, el marco jurídico de México y casos de éxito, así como la identificación de políticas públicas en la materia, esto con el objetivo de poder identificar iniciativas que pueden ser implementadas para lograr este objetivo en el ámbito local.

El último capítulo, “Ordenamiento ecológico territorial y desarrollo regional-local: caso de las áreas naturales protegidas y el turismo alternativo”, aborda desde una perspectiva analítica diversos conceptos que conforme ha pasado el tiempo han ido ganando peso en la planificación del territorio y la manera en la que se puede apuntar hacia nuevas rutas de autogestión económica; por ejemplo, los ordenamientos ecológicos de los territorios y su afinidad hacia el sector servicios como dinámica de desarrollo regional-local, es decir, el turismo responsable con el medio ambiente y la preservación cultural como nuevas modalidades turísticas.



1. Análisis de la importancia de la capacitación de los guías de turismo: caso de estudio La Paz, Baja California Sur

ALEXIA GUADALUPE RIVERA AMADOR*

PLÁCIDO ROBERTO CRUZ CHÁVEZ**

OFELIA ALEJANDRA CAMPILLO LÓPEZ***

Resumen

La capacitación en la actividad turística es importante y más en ciudades con una gran afluencia turística como lo es la ciudad de La Paz, Baja California Sur, ya que el turismo es su fuente principal de recursos pues cuenta con islas que son reconocidas a nivel nacional e internacional y sus espectaculares áreas marinas adyacentes han provocado que un número creciente de visitantes busquen en ellas la oportunidad de observar y de aprender de las numerosas especies que se pueden encontrar, puesto que estas islas son consideradas áreas naturales protegidas al ser el hogar de once especies endémicas y de algunas colonias de lobos marinos. Para las empresas turísticas, contar con guías capacitados podrá brindarles una ventaja competitiva sobre aquellos que no cuenten con el personal capacitado para brindar un buen servicio. El objetivo que se busca es saber si es importante y por qué la capacitación en los guías de turismo de la ciudad de La Paz.

Palabras clave: *Turismo, ventaja competitiva, destino turístico, guías de turistas, competitividad.*

* Maestra en Administración Estratégica. Universidad Autónoma de Baja California Sur. ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-5186-725X>

** Doctor en Planeación Estratégica y Dirección de Tecnología. Universidad Popular Autónoma de Puebla. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4;295-7671>

*** Maestra en Administración Estratégica. Universidad Autónoma de Baja California Sur. ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-5302-7917> ; SCOPUS:

1. Introducción

La ciudad de La Paz se encuentra en el estado de Baja California Sur, un estado donde se consolida al turismo como uno de sus ejes principales, ya que cuenta con grandes recursos para realizar esta actividad, y busca ir a la vanguardia nacional en servicios para el turismo. Se pretende que se cuente con empresas altamente competitivas que oferten productos de alta calidad, por lo que su estrategia será el fortalecimiento de los programas de mejora y promoción de la calidad, la capacitación y modernización empresarial en las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas (Plan de Desarrollo Estatal de B. C. S., 2015-2021).

Las nuevas tendencias de la demanda turística, específicamente de aventura, exigen contar con guías altamente capacitados. En este sentido, la Norma Oficial Mexicana presenta esquemas definidos para la obtención de la credencial de reconocimiento, considerando en la formación del guía la necesidad de reconocer los niveles mínimos de seguridad, información y respeto al medio ambiente, al patrimonio natural y cultural, que los turistas deben observar al desarrollar estas actividades y de las cuales el guía de turistas forma parte (Sectur, 2003).

El sector turístico requiere un tratamiento específico por la variedad en las interrelaciones que se producen entre todo lo que conforma la oferta y sus destinatarios, como acabamos de señalar. El turista no interactúa sólo con las organizaciones directamente prestatarias del servicio, sino también con su entorno y el contexto en el que se desarrolla el servicio. Por tanto, su grado de satisfacción dependerá también de las características físicas, humanas y organizativas o funcionales de dicho servicio (Castellanos y Orgaz, 2013). No obstante existe un problema de calidad del servicio que se ofrece al turismo, ya que hay una competencia desleal por parte de guías no certificados o guías piratas, falta de apoyo por parte de las autoridades en cuanto a capacitación, no existe una preocupación notable por las remuneraciones percibidas (ITAM, 2008) y en consecuencia los turistas consideran que el valor que ellos pagan por el servicio no es compatible con lo que reciben (Zárraga y Corona, 2009).

Por ello, el objetivo de este estudio es una investigación de revisión literaria sobre la importancia de la capacitación de los guías de turismo, es-

tará ordenada de la siguiente manera: qué es el turismo, algunos ejemplos sobre los tipos de turismo, el guía de turistas, la capacitación, los objetivos de la capacitación, y su importancia.

2. Revisión literaria

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo engloba sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (OMT, s.f.). Otro significado de la palabra *turismo* es un conjunto de actividades de negocios que directa o indirectamente generan bienes y servicios que soportan actividades de negocios, ocio, placer, motivos profesionales y otras relacionadas con personas fuera de la residencia habitual (Significado, 2017). Se dice que la primera definición de turismo fue la que ofrecieron en el año 1942 los expertos suizos Hunziker y Krapf, quienes lo definen como “el conjunto de las relaciones por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio” (Quezada, 2000).

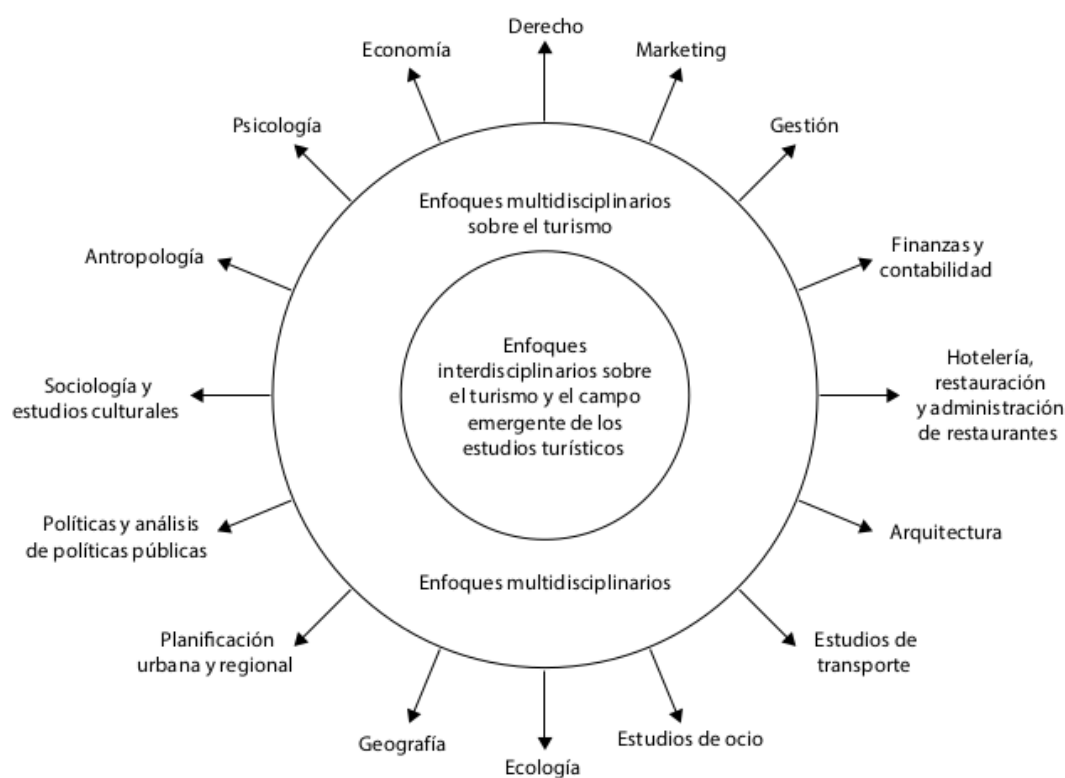
Por ende, es importante valorar el turismo desde una concepción del ambiente natural, dado que los principales destinos, como bien se dijo anteriormente, están enclavados en paisajes naturales, de ahí la necesidad de aprovecharlos bajo esquemas de conservación tendientes a formar un modelo sostenible que equilibre la operación turística y conlleve el tan anhelado desarrollo local a través del turismo desde una óptica sostenible (Cardoso *et al.*, 2014).

La importancia que tiene este sector productivo es su capacidad de generar divisas, empleo y desarrollo regional, convirtiéndose en una palanca de desarrollo en espacios geográficos ávidos de avanzar en términos de capacidad financiera por medio de recursos naturales y culturales (Vargas *et al.*, 2011), siempre y cuando se cuiden y preserven las áreas naturales, para poder seguir aprovechando los recursos por mucho más tiempo.

Por otra parte, muchas familias sustentan su economía dedicándose al turismo, desde los ámbitos locales hasta los regionales y nacionales. En este

contexto, se observa que el turismo presenta beneficios en un binomio integrado por lo social y lo económico, recayendo fuertemente en estos procesos sociales masivos en donde los gustos y preferencias de los turistas pueden ser muy cambiantes (Bauman, 2006). El turismo es una de las actividades humanas que se aborda desde diferentes disciplinas y enfoques, como afirma Hall (2009), y se observa en la figura 1. En este sentido, el abordaje del turismo desde las diferentes disciplinas se inicia en los años setenta y los científicos sociales empezaron a desarrollar investigaciones en turismo desde la economía a escala local y nacional y los impactos que generaba en los destinos (Cardoso *et al.*, 2014).

Figura 1. Enfoques disciplinarios del turismo



Fuente: Hall, 2009.

Como muestra la figura existen diversas disciplinas del turismo, por lo que también existen diversas formas de hacer turismo, como por ejemplo el turismo de sol y playa (tradicional), es la máxima expresión del turismo

de masas, ya que las playas en los diferentes destinos turísticos son los lugares más visitados por los turistas, que adquieren paquetes “todo incluido” para preocuparse lo menos posible. Otro tipo es el “turismo de reuniones”, que consiste en el desplazamiento de viajeros fuera de su entorno habitual con fines lucrativos (Entorno Turístico, 2016).

Por otro lado, el turismo de naturaleza busca atraer a un tipo de viajero más exigente, cuya principal motivación es estar en contacto con la naturaleza, principalmente desarrollado por turistas jóvenes con inquietudes por el deterioro del medio ambiente y preocupados por temas como el calentamiento global, el desarrollo social y el enriquecimiento cultural (Escobedo, 2018). También se encuentra el turismo de salud, el cual es una actividad mundial que se refiere a los viajes que realizan las personas a otros países para obtener tratamientos médicos o tratamientos de bienestar orientado a mejorar la salud. Habitualmente se considera dentro del objetivo terapéutico del concepto los servicios turísticos de las ciudades tanto por sus hoteles como por restaurantes o actividades turísticas que ayuden a mejorar la salud de los turistas (Vega, 2018).

Para Ibáñez y Rodríguez (2012), el turismo cultural corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de entrar en contacto con otras culturas y acercarse a sus identidades. Contempla como uno de sus objetivos el conocimiento de los bienes de patrimonio cultural. Los turistas que practican esta modalidad turística buscan el disfrute y comunicación de valores y aprovechamiento económico para fines turísticos.

De este modo, gracias a que el turismo fue creciendo a lo largo de los años se tuvieron que crear destinos turísticos. A esta concepción de destino turístico Datatur (2021) la define como el lugar más visitado y la unidad geográfica donde confluyen visitantes a realizar una actividad turística. A su vez, dentro de un país se puede dividir en zonas de destino que representan regiones turísticas homogéneas o regiones administrativas del Gobierno local. Rivas (2016), menciona que el destino turístico es un núcleo geográfico y el lugar donde los turistas pernoctan y si así lo deciden, también es el punto de distribución de sus viajes dentro de un área más amplia que puede incluir diversos atractivos y otros destinos.

Según Bigné *et al.* (2000), los destinos son combinaciones de productos turísticos que ofrecen una experiencia integrada a los turistas. Tradicional-

mente, los destinos se consideraban como una zona bien definida geográficamente, como un país, una isla o una ciudad. Sin embargo, cada vez más se reconoce que un destino puede ser un concepto percibido, es decir, que puede interpretarse subjetivamente por los consumidores en función de su itinerario de viaje, formación cultural, motivo de visita, nivel de educación, y experiencia previa.

Por tal motivo, el crecimiento de la actividad turística a nivel internacional también ha repercutido en nuestro país ya que se ve una gran afluencia de turistas en los diferentes destinos turísticos con los que cuenta México, y el estado de Baja California Sur es una región con una riqueza natural extraordinaria que cuenta con recursos naturales costeros, marinos y terrestres y beneficia su actividad económica mediante la explotación turística, pesquera y minera de la zona (Cajal, 2020).

En cuanto a la actividad marina, la ubicación del estado, el cual está rodeado por el Mar de Cortés y el Océano Pacífico, ayuda a favorecer la actividad pesquera, favoreciendo la acuicultura, mediante la crianza y alimentación de especies de origen vegetal y animal, de importancia económica como mariscos y algas, entre otros (Panorama Acuícola, 2018).

En Baja California Sur se ubica el Complejo Insular del Espíritu Santo, una zona con más de 900 islas e islotes ricos en biodiversidad. Este complejo forma parte del Área de Protección de Flora y Fauna de las Islas del Golfo de California lo cual permite el alto desarrollo del turismo en el estado, puesto que este sector ayuda a colaborar con la investigación, conservación, protección y aprovechamiento sustentable de las diferentes zonas geográficas y sus bellezas naturales como destinos turísticos (Lizardi, 2011). Los prestadores de servicios turísticos también realizan diferentes actividades enfocadas a promover la cultura de la conservación, generando un impacto positivo en lugareños y visitantes, para que ambos fomenten el cuidado y uso responsable de los recursos naturales.

Por consiguiente, la definición del guía de turistas y bajo la Norma Oficial Mexicana NOM-09-Tur-2002, el guía se define como “la persona física que proporciona al turista nacional o extranjero orientación e información profesional sobre el patrimonio turístico, cultural y de atractivos relacionados con el turismo, así como servicios de asistencia”. Otros autores, como McDonnell (2001), mencionan que la función del guía de turistas es trans-

ferir cultura. Por otra parte, Cohen (1985) habla acerca de que la función principal de un guía de turistas es el elevar la satisfacción del turista a través de experiencias vividas en el tour.

En sus inicios, el guía de turistas únicamente fungía como un explorador, pues mostraba los lugares interesantes para visitar (Cohen, 1985); sin embargo, no se respetaban muchas reglas sociales y culturales de las zonas visitadas y se provocaba un efecto negativo para la población que habitaba el destino turístico, pero desde esta perspectiva el guía de turistas ofrecía una sensación de seguridad en un ambiente extraño al turista (Zárraga *et al.*, 2010).

Leiper (1996) comenta que otra función del guía es ser también mentor, ya que es el encargado de transmitir la información a los turistas dándole una interpretación correcta y por ende obteniendo un mejor resultado de entendimiento de la cultura, pues desde su punto de vista quiere lograr transmitir las costumbres del destino turístico a personas que visiten la zona. Los guías turísticos son importantes debido a su función esencial de vínculo entre la comunidad local de acogida y los visitantes. Cuando se trata de guías turísticos, las demandas son diversas y varían según los grupos específicos. Sabiendo que el valor añadido de los viajes y la estancia de los turistas puede depender del personal involucrado, se deben realizar esfuerzos especiales para la educación y la cualificación de la mano de obra en el turismo, especialmente de los guías turísticos (Lorentjev, 2015).

Por lo tanto, la función del guía de turistas es de suma importancia y se le debe de poner atención, ya que es el conducto por el cual se da a conocer a los turistas el patrimonio natural y cultural de un destino turístico y éste posibilita la repetición y recomendación del país visitado con otras personas, si las expectativas durante el viaje se cumplieron y quedaron satisfechas. El éxito del trabajo de los guías depende de la interacción entre ellos y los turistas (Xiu *et al.*, 2002).

Para que dicho trabajo como guía se lleve a cabo de la mejor manera posible, es necesario que éste cuente con una capacitación adecuada, la cual es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos

(Chiavenato, 2007). Por otra parte, Flippo (1970) explica que la capacitación es el acto de aumentar el conocimiento y la pericia de un empleado para el desempeño de determinado puesto o trabajo.

McGehee y Thayer (1961) subrayan que “capacitación significa educación especializada, la cual comprende todas las actividades, que van desde adquirir una habilidad motora hasta proporcionar conocimientos técnicos, desarrollar habilidades administrativas y actitudes ante problemas sociales”. Entonces se puede comprender que la finalidad de la capacitación es simplemente ayudar a los empleados de todos los niveles para cumplir con los objetivos de la empresa y así proporcionarles la posibilidad de adquirir conocimientos, práctica y la conducta que se requiere para trabajar en la organización.

Infante (2017) menciona que la capacitación es primordial a nivel organizacional en el mundo entero por constituir una vía de transmisión y transformación del conocimiento para los profesionales y debe concebirse como un modelo de educación, a través del cual es necesario, primero, formar una cultura de identidad empresarial basada en los valores sociales de productividad y calidad en las tareas laborales. Por otro lado, Barrios (2016) indica que la capacitación es una de las inversiones más importantes que contribuyen a la formación del recurso humano en las empresas, y es deseable que sea considerada como una actividad permanente y programada. Por ello, los jefes deben ser los primeros interesados en su propia formación y los primeros responsables en capacitar al personal a su cargo.

Por tanto, todos los trabajadores implicados en el desarrollo de actividades turísticas, ya sea en un hotel, alojamiento turístico, restaurante, centro de ocio, etc., así como en cualquiera de sus áreas de responsabilidad desde la máxima representación en la dirección al *front office* más sencillo, afectan con su cometido las expectativas de los clientes, y por tanto pueden dañar la percepción de calidad de sus negocios (Mesa, 2018), por ello, si no se cuenta con la formación adecuada se pueden poner en peligro los resultados. Muchas empresas consideran costosa la capacitación, pero son más importantes los beneficios que se obtienen que se debe considerar como una buena inversión a futuro, ya que de lo contrario se podría convertir en un problema de competitividad.

Según Green, 1999, y Ham y Weiler, 1999, la capacitación en la actividad turística podría dividirse por lo menos en tres clases.

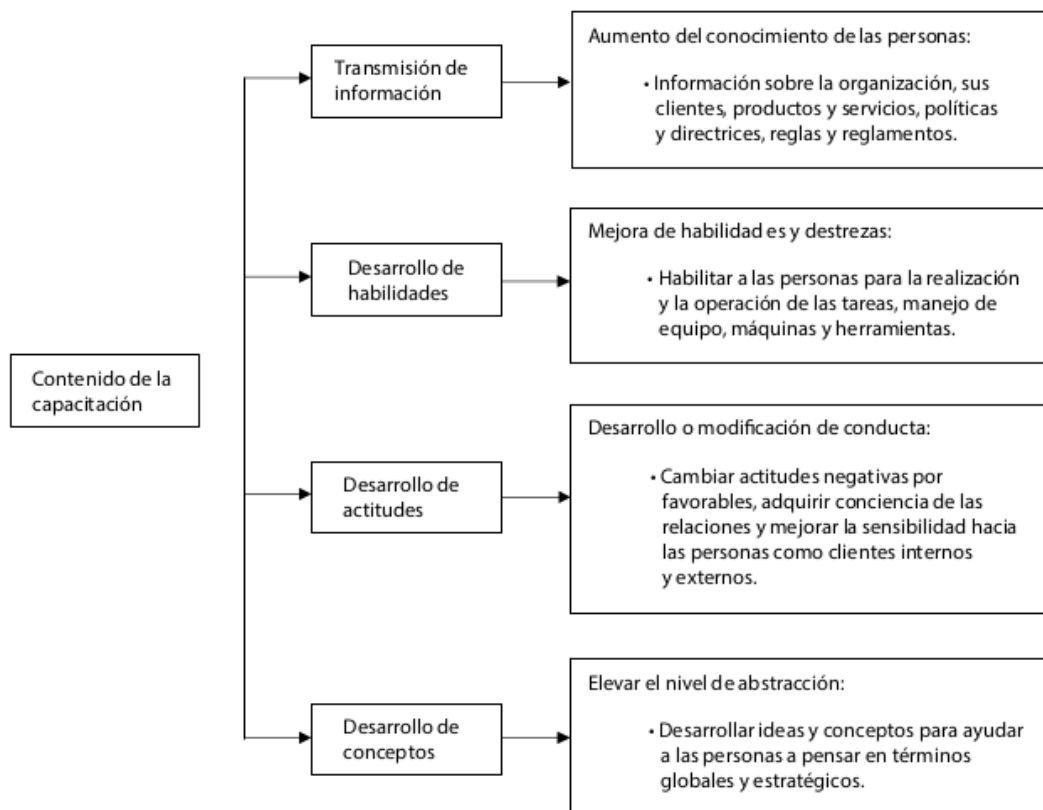
1. Expansión y refinamiento del producto del conocimiento (por ejemplo, flora, fauna, geología, historia, cultura, otros ámbitos del conocimiento).
2. Lenguaje de la capacitación cuando sea necesaria.
3. Habilidades del guía interpretativo para el manejo de experiencias turísticas y la entrega de interpretación de alta calidad.

En ellas, las acciones de la capacitación, en cualquiera de sus versiones, ya sea en cursos, talleres o diplomados, permiten adquirir conocimientos teóricos y prácticos que ayuden a las personas a actualizar sus conocimientos o que éstos adquieran nuevos, para que puedan fortalecer su capacidad de respuesta ante los cambios del entorno o de sus requerimientos laborales, para que a su vez se incremente su desempeño en la empresa y que estén preparadas para el día a día, lo cual permitirá que crezca la confianza personal al desarrollar otras aptitudes y actitudes. En la figura 2 se presenta lo que según Chiavenato (2008), debería contener la capacitación.

Los principales beneficios que tanto el empleado como la organización obtienen de los diferentes programas de capacitación y desarrollo es que estos programas son capaces de aumentar el nivel de satisfacción laboral y el ánimo entre los empleados de la organización. También se aumenta la motivación de los empleados, lo que se traduce en un aumento de eficiencia en los procesos que luego deriva en una ganancia financiera para la empresa. Después de recibir capacitación y que todos los puntos antes mencionados entren en práctica, aumenta la imagen general de la empresa, porque, después de todo, la organización es lo que son sus empleados (UKEssays, 2018).

El estado de Baja California Sur, como se ha mencionado con anterioridad, es un lugar con mucho potencial de crecimiento turístico, por ello es de suma importancia que cuente con personas capacitadas, es decir, guías turísticos, puesto que éstos son los principales actores para dar a conocer una localidad. Sin la capacitación adecuada pueden brindar una imagen errónea del lugar visitado.

Figura 2. Tipos de cambios de conducta por medio de la capacitación



Fuente: Chiavenato, 2008.

Por otra parte, Guzmán (2016) menciona algunos puntos de los objetivos básicos de la capacitación, en donde indica que al capacitar a los empleados se pretende alcanzar los objetivos estratégicos de la organización.

1. Incrementar el conocimiento de los trabajadores para realizar trabajos específicos.
2. Impartir sistemáticamente nuevas habilidades a los recursos humanos y que las puedan adquirir rápidamente.
3. Provocar el cambio en las actitudes de los trabajadores hacia otros trabajadores, supervisores y hacia la organización.
4. Mejorar el desempeño general de la organización.
5. Que los trabajadores puedan manipular materiales, máquinas y equipamiento en forma eficiente.
6. Reducir el número de accidentes proveyendo entrenamiento seguro.

7. Preparar a la gente para empleos más demandantes o más complejos desarrollando habilidades avanzadas en ellos.

A su vez, Chiavenato (2007) indica que los objetivos de la capacitación son:

1. Preparar a las personas para la realización inmediata de diversas tareas del puesto.
2. Brindar oportunidades para el desarrollo personal continuo y no sólo en sus puestos actuales, sino también para otras funciones más complejas y elevadas.
3. Cambiar la actitud de las personas, sea para crear un clima más satisfactorio entre ellas o para aumentarles la motivación y volverlas más receptivas a las nuevas tendencias de la administración.

Como se puede observar, los dos autores anteriores concuerdan en que para alcanzar los objetivos de una organización es necesario provocar un cambio de actitud en los empleados para que se tenga una mejor relación con los demás, así como brindarles nuevas habilidades y que éstos puedan desenvolverse en la empresa logrando incrementar su productividad, puesto que podrán realizar diversas tareas dentro de la organización para así manipular materiales y equipo de una forma más eficiente.

Por otra parte, la competitividad es definida por Romo y Abdel (2005) como la capacidad de transformar los insumos tanto de mano de obra como de capital derivados de la ventaja comparativa del país, en bienes y servicios para la obtención de la máxima utilidad, es decir, usar activos tangibles e intangibles en forma de tecnología y habilidades administrativas para el uso eficiente de insumos, así como el poder crear productos y procesos productivos más complejos, que les permitan desempeñarse a nivel nacional o incluso en el exterior. Para las empresas las capacitaciones hacia los empleados traen consigo algunas ventajas competitivas, como el incremento de la productividad general del colaborador capacitado, la mejor toma de decisiones y solución de problemas, adaptación al cambio, reducción de costos y por último la disminución de errores operativos y administrativos (Universidad Unade, 2019).

Para Porter (1991), la ventaja competitiva está en el centro del desempeño de una empresa en los mercados competitivos. La ventaja competitiva nace fundamentalmente del valor que una empresa sea capaz de crear para sus competidores, que exceda el costo de la empresa por crearlo. El valor es lo que los compradores están dispuestos a pagar, el valor superior sale de ofrecer precios más bajos que los compradores por beneficios equivalentes o por proporcionar beneficios únicos que justifiquen un precio mayor. Otra definición de ventaja competitiva es la de Sevilla (2016), para quien una ventaja competitiva es cualquier característica de una empresa, país o persona y que las diferencia de otras colocándola en una posición relativa superior para competir. Es decir, cualquier atributo que la haga más competitiva que las demás.

Por otro lado, Guerrero (1996) menciona que el concepto de competitividad se utiliza para referirse no sólo al desempeño de las empresas, sino para hacer relación al comportamiento de sectores productivos, naciones o regiones y constituye el núcleo central de las teorías contemporáneas del comercio internacional y del desarrollo territorial. Por consiguiente, Hassan (2000) comenta que la competitividad de los destinos turísticos es la “capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto de sus competidores”, haciendo notar que la capacidad para competir de las empresas del sector turístico se relaciona directamente con la posibilidad de integrarse a otras organizaciones y así aprovechar las características del entorno, debido a que la experiencia turística es el resultado de la interacción de múltiples servicios (Alcocer, 2013).

3. Conclusión

El turismo, al englobar una diversidad de actividades en su contenido, tiene un carácter multiplicativo. Esto explica la complejidad de los vínculos entre el turismo y otras partes de la economía. Por el hecho de que crea un aumento en las ramas relacionadas, la industria del turismo, una parte importante del sector terciario, se convierte en un medio que conduce a la estimulación y el crecimiento del sistema económico. El turismo se ha ido

incrementando en la ciudad de La Paz y en el resto del estado, por ello, para ser un destino turístico altamente competitivo es importante contar con guías capacitados, ya que estos son los encargados de transmitir los conocimientos del lugar visitado, fungiendo como mentores para los turistas, pues les muestran el patrimonio cultural del destino.

Si no se cuenta con guías altamente capacitados que brinden servicios de alta calidad no se podrá competir con otros destinos turísticos que se encuentren en el país. Por ello, el que los guías de turistas cuenten con una buena capacitación les permitirá enfrentar de la mejor manera posible cualquier problema que se llegue a presentar en la empresa. Los objetivos de las capacitaciones son cumplir las metas de la empresa, si la organización cuenta con empleados altamente capacitados tendrá una ventaja sobre las empresas que no cuentan con un personal capacitado, el contar con empleados preparados agregará un valor añadido a las empresas y al destino turístico.

4. Bibliografía

- Alcozer Lizcano, J. A. (2013). Competitividad en el sector turístico: una revisión de la literatura. *Revista Le Bret* (5). Bucaramanga, Colombia: Universidad Santo Tomás, pp. 271-291.
- Cajal, A. (14 de abril del 2020). *Los Recursos Naturales de Baja California Sur*. Lifereder. [https://www.lifereder.com/recursos-naturales-baja-california-sur/#:~:text=En%20las%20diferentes%20regiones%20de,%C3%B3xido%20de%20cromo\)%20y%20manganeso](https://www.lifereder.com/recursos-naturales-baja-california-sur/#:~:text=En%20las%20diferentes%20regiones%20de,%C3%B3xido%20de%20cromo)%20y%20manganeso)
- Barrios, Y. (5 de agosto de 2016). *La importancia de la capacitación en la empresa*. Conexión ESAN. <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/08/la-importancia-de-la-capacitacion-en-la-empresa/>
- Bauman, Z. (2006) *Vida líquida*. Madrid: Paidós.
- Bigné Alcañiz, J. E., Font Aulet, X., y Andreu Simó, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: Análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC.
- Bunghez, C. L. (29 de enero de 2016). The Importance of Tourism to a Destination's Economy. *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics*. (2016), 1-9. Recuperado de: DOI: 10.5171/2016.143495
- Cardoso Jiménez, C., Castillo Nechar, M., y Hernández Vega, C. (2014). Sosteniendo al turismo o turismo sostenible (TS). *Reflexiones teóricas. Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23(2), 376-395. [fecha de consulta: 20 de abril de 2021]. ISSN: 0327-5841. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180730867009>
- Castellanos Verdugo, M., y Orgaz Agüera, F. (2013). Potencialidades ecoturísticas de la República Dominicana. *TURyDES, Revista de Turismo y Desarrollo Local*, 6(14), 1-15.

2. El turismo de naturaleza como estrategia de desarrollo económico local en La Ventana, Baja California Sur

JOB ISAAC CUEVAS ROMERO*

ALBERTO FRANCISCO TORRES GARCÍA**

GUSTAVO RODOLFO CRUZ CHÁVEZ***

Resumen

El turismo se ha convertido en una alternativa para combatir la pobreza, ya que es generador de empleos, captador de divisas y representa una oportunidad para los negocios, de tal forma que se considera una categoría de exportaciones a nivel mundial. En México es un motor de desarrollo económico para muchas localidades y entidades federativas, debido a la amplia diversidad de recursos naturales que hay en el país. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que el desarrollo turístico requiere de una planificación de esta actividad, sobre todo en zonas costeras. Por lo anterior, el presente trabajo tiene como propósito realizar una revisión de las teorías de desarrollo económico local, haciendo especial énfasis en los modelos de participación para la gestión del desarrollo. El objetivo es proponer una metodología que permita generar elementos para apoyar el diseño de estrategias de desarrollo local en La Ventana, Baja California Sur, localidad costera donde confluyen el turismo y la pesca como actividades económicas preponderantes. Para lograr el objetivo planteado, se realizó una investigación documental haciendo un análisis heurístico y hermenéutico para tener una mayor aproximación a las estrategias de desarrollo local. Los resultados indican que es importan-

* Maestro en Administración Estratégica. Universidad Autónoma de Baja California Sur. ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-7834-3332>

** Doctor en Relaciones Transpacíficas. Universidad de Colima. ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4338-9928>

*** Doctor en Desarrollo Económico y Sectorial Estratégico. Universidad Popular Autónoma de Puebla. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6462-66223>

te que se fomenten las actividades de turismo de naturaleza para aprovechar el potencial de La Ventana, B. C. S. de manera sustentable. Adicionalmente, dadas las características de la localidad, dichas estrategias deben estar basadas en las teorías de desarrollo económico local que proponen la participación de actores clave para alcanzar el desarrollo de un territorio.

Palabras clave: *Turismo, desarrollo económico, turismo de naturaleza.*

1. Introducción

El fenómeno del turismo es complejo, puesto que tiene implicaciones en los ámbitos social, político, ambiental, cultural y económico (Bunghez, 2016). A lo largo de los años, el turismo ha tenido un continuo crecimiento, por lo que ha representado una oportunidad de desarrollo al generar empleos directos e indirectos, lo cual permite elevar la calidad de vida de los habitantes de las zonas turísticas a través de la derrama económica que esta actividad genera para la entidad, las empresas y la sociedad.

En este sentido, Bunghez (2016) comenta que el turismo, en el contexto económico del siglo XXI, es una actividad esencial en la estructura del sistema económico y tiene un papel activo en el desarrollo y la modernización de la economía y la sociedad. Es uno de los sectores con crecimiento acelerado de la economía mundial. El desarrollo turístico puede promover el crecimiento económico, tanto directa como indirectamente. Primero, al estimular el crecimiento de otros sectores y segundo, al incrementar el ingreso doméstico y la demanda efectiva (Ruiz, 2008). Por ello, el turismo se puede ver como una opción importante para el desarrollo económico de los países en vías de desarrollo.

Vargas y Cerna (2012), por su parte, argumentan que la importancia del turismo radica en la capacidad de producir bienes económicos a través de un intercambio, en donde los bienes que se intercambian están a disposición plena del consumidor, desestimando cualquier consideración patrimonial, social o cultural.

Una alternativa que ha surgido para contrarrestar lo anterior es el turismo de naturaleza, el cual comprende viajes que tienen como fin realizar

actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.

Por otro lado, las teorías de desarrollo económico local describen los mecanismos mediante los cuales los factores internos y externos de un área geográfica específica y las acciones e interacciones y comportamientos de los agentes que residen en el área geográfica inciden en la dinámica del nivel y la calidad de vida de los habitantes de dicha área de forma sostenida y sostenible.

De acuerdo con Tello (2006), la mayor distinción en el análisis del desarrollo económico local, con respecto a la del país, es el peso que le dan a las acciones, interacciones y el papel de los agentes económicos en el desarrollo del área local. Sobre todo, aquellas teorías basadas en los comportamientos de los agentes.

Por lo anterior, el presente trabajo constituye una investigación con enfoque cualitativo, la cual consistió en realizar una revisión documental, con el objeto de hacer un análisis heurístico y hermenéutico para identificar las semejanzas y diferencias analíticas entre las diferentes teorías. Lo anterior sirvió para determinar qué elementos son importantes en cada teoría para explicar el desarrollo local.

La heurística es la búsqueda y compilación de las fuentes de información, las cuales pueden ser de diversas características y naturaleza, por ejemplo, bibliografías, anuarios, monografías, artículos, trabajos de investigación, tesis, etcétera (Londoño *et al.*, 2016).

La hermenéutica, por su parte, es una actividad de reflexión en el sentido etimológico del término, es decir, una actividad interpretativa que permite la captación plena del sentido de los textos en los diferentes contextos por los que ha atravesado la humanidad (Ricoeur, 1984).

El objetivo es proponer una metodología que permita generar elementos para apoyar el diseño de estrategias de desarrollo local en La Ventana, Baja California Sur, localidad que se caracteriza porque una de sus principales actividades económicas es el turismo, ya que la bahía de La Ventana es conocida por los constantes vientos del norte que soplan de noviembre a abril, y la condición de la bahía y el viento son excelentes para los practi-

cantes de actividades como kitesurf y windsurf, entre otras. Sin embargo, por ser una localidad en transición de una economía basada en el sector pesquero a ser una economía mixta basada tanto en el sector pesquero como en el sector turístico, el desarrollo turístico requiere que se dé bajo una planificación de la actividad, es decir, se debe promover el aprovechamiento sustentable de los recursos, para lo cual se considera como una alternativa para estos destinos de zonas costeras el turismo de naturaleza.

En el desarrollo de la presente investigación, se presenta en primer lugar el concepto de turismo de naturaleza, enseguida se realiza una exhaustiva revisión bibliográfica de las teorías de desarrollo local, haciendo particular énfasis en los modelos de participación de actores clave para la gestión del desarrollo regional/local. Enseguida se realiza una explicación de cómo el turismo de naturaleza es considerado estrategia de desarrollo económico local, para concluir con una propuesta metodológica para diseñar estrategias de desarrollo económico local con base en el turismo de naturaleza en La Ventana, B. C. S.

2. Desarrollo

2.1. Turismo de naturaleza

Para poner el tema en contexto, el turismo de masas nació poco después de la segunda Guerra Mundial y ha ido creciendo con el paso de los años; sin embargo, con el aumento de la conciencia ambiental este tipo de turismo ha sido muy criticado y considerado un depredador agresivo del ambiente (Bringas y Ojeda, 2000).

Derivado de lo anterior, surge como alternativa, el término *turismo de naturaleza*, el cual, comprende los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales (Sectur, 2016).

De acuerdo con Martínez Quintana (2017), el turismo de naturaleza, está relacionado con el desarrollo y el turismo sostenible, referido a los

hábitats naturales y su biodiversidad, adquiriendo gran relevancia las anp, así como actividades en el medio rural y el involucramiento de la población perteneciente al área determinada de implantación turística.

Estos viajes se agrupan de acuerdo con el interés del turista en tres grandes modalidades: (1) turismo de aventura (montañismo, rappel, cabalgata, escalada, espeleismo, ciclismo de montaña, caminata); (2) ecoturismo (talleres de educación ambiental, senderismo interpretativo, observación sideral, rescate de flora y fauna, observación de flora y fauna, observación de ecosistemas, observación geológica, observación de atractivos naturales); (3) turismo rural (etnoturismo, ecoarqueología, agroturismo, preparación y uso de medicina tradicional, talleres y disfrute gastronómico, fotografía rural, talleres artesanales, aprendizaje de lenguas, vivencias místicas) (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos, México, 2002).

El turismo rural ofrece la oportunidad de experimentar en persona las actividades que se realizan en comunidades rurales como lo son la gastronomía regional, vivencias místicas, etnoturismo, agroturismo, entre otras, por lo que se le considera, de acuerdo con Arce (2017), el segmento más humano del turismo de naturaleza, ya que ofrece al turista la oportunidad de experimentar el encuentro con las diferentes formas de vivir de las comunidades que cohabitan en un ambiente rural y además lo sensibiliza sobre el respeto y valor de su identidad cultural.

Por su parte, el turismo de aventura, de acuerdo con Eagles (1995), son viajes motivados principalmente por la realización de deportes peligrosos y excitantes (rafting, escalada, buceo, travesías montañosas, etc.) en ambientes naturales sobresalientes, por mera satisfacción personal y de convivencia social a nivel de pequeños grupos de amigos y entre un público eminentemente joven. En relación con lo anterior, esto se puede traducir en un turismo que busca realizar actividades que impliquen un riesgo, habilidades físicas y resistencia, que se desarrollan en el entorno natural.

Por último, el ecoturismo es aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que pueda encontrarse

ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural, además propicia un involucramiento activo y es socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales (Ceballos-Lascuráin, 1991). En tal sentido, el ecoturismo es una forma responsable de hacer turismo, ya que busca provocar el mínimo impacto en el medio ambiente y a su vez motivar el empoderamiento de las comunidades en las cuales se realice la actividad.

Como puede observarse, el turismo de naturaleza es una actividad que busca aprovechar los recursos naturales de manera sustentable, lo que se puede ver como una estrategia de desarrollo para las comunidades, así como de difusión del patrimonio cultural y natural.

2.2. Teorías del desarrollo económico local

El desarrollo local es una escala de desarrollo y se basa en la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas de una comunidad. Esas potencialidades son factores económicos y no económicos; estos últimos incluyen recursos sociales, culturales, históricos, institucionales, paisajísticos y otros (Gluyas, 2018). De acuerdo con Coraggio (2006), el desarrollo local tiene cuatro componentes básicos:

- a) *Económicos*: trabajo productivo, ingreso, satisfacción racional de necesidades legítimas, suficiencia y calidad de bienes públicos.
- b) *Sociales*: integración de condiciones de creciente igualdad, efectiva igualdad de oportunidades, convivencia, justicia social.
- c) *Culturales*: pertenencia e identidad histórica, integración a comunidades con contención, cualidades como la solidaridad como valor moral pero también un componente funcional (nadie puede vivir mejor si su entorno no mejora sensiblemente de manera generalizada).
- d) *Políticos*: transparencia, legitimidad y responsabilidad de las representaciones, participación directa responsable e informada de la ciudadanía en las grandes decisiones colectivas y en la gestión pública.

El desarrollo económico local es el proceso de la dinámica económica, social y política de una área geográfica específica —dentro las fronteras de una economía (país o nación)— resultante del comportamiento, acciones e interacciones de los agentes (económicos, políticos y sociales) que residen en el área geográfica y que tiene la finalidad de incrementar sostenida y sosteniblemente el nivel y la calidad de vida de los habitantes de dicha área geográfica usando plena y eficientemente sus recursos humanos y no humanos. El desarrollo económico local depende de diversos factores, pero el factor localización es uno de los más importantes, lo cual incluye factores tangibles e intangibles, como por ejemplo ubicación geográfica y el medio ambiente; dotación de recursos humanos y no humanos; infraestructura; etcétera

Las clasificaciones de las teorías de desarrollo local se basan en diversos criterios, un primer criterio es el propio desarrollo histórico de las teorías. El segundo criterio es en función de la práctica y el conjunto de políticas implementadas por los diversos estamentos del Estado de los países industrializados, en particular de los Estados Unidos. Un tercer criterio es en función del concepto de desarrollo local expuesto por diversos autores. El cuarto criterio está basado en el enfoque factorial de las teorías de desarrollo local (Tello, 2006). De acuerdo con Tello, los principales factores a través de los cuales se clasifican las teorías son los siguientes:

1. Teorías donde se enfatizan los factores geográficos, de localización y regionales:
 - a) Teorías de localización (ubicación) y espacio.
 - b) Teorías de los impactos de la infraestructura sobre el desarrollo regional.
 - c) Teorías de la geografía económica.
 - d) Teorías de desarrollo regional.

2. Teorías que enfatizan factores relacionados con la organización, las instituciones y las distorsiones de mercados:
 - a) Teorías de fracasos de mercados y de información.

3. Teorías de comportamiento, acciones e interacciones de los agentes.
 - a) Grupos de interés y desarrollo regional.

4. El papel que representa el Estado en el desarrollo económico local.
 - a) Estado y desarrollo económico local.

5. Teorías eclécticas o multifactoriales.
 - a) Clusters, competitividad y desarrollo económico local.

Se puede observar que las teorías revisadas coinciden en que los principales factores determinantes del desarrollo económico local son: administración de los procesos, grupos de interés (actores clave), factores de localización, sinergias y focalización de políticas, desarrollo sustentable y gobernabilidad. Sin embargo, se diferencian de acuerdo con los factores en los cuales cada una de ellas pone mayor peso como determinantes del desarrollo local. Tal es el caso de los modelos enfocados en la participación de actores clave para la gestión del desarrollo, los cuales se describen en el siguiente apartado.

2.3. Modelos de participación o intervención para la gestión del desarrollo

A continuación, se presentan los principales resultados de la revisión bibliográfica realizada acerca de las más recientes aportaciones a las teorías de desarrollo local basadas en comportamiento, acciones e interacciones de los agentes.

Un trabajo importante en cuanto a la aportación a dichas teorías es la de Madoery (2001), quien hace una descripción de las limitantes que existen para crear agentes de desarrollo local, por ello hace una descripción de la propuesta de crear estos agentes en las mismas comunidades a través de un trabajo en conjunto entre universidades, gobierno y organismos privados, a través de la capacitación, para desarrollar líderes y emprendedores locales.

Artesi (2002) comenta la importancia de que los agentes que intervienen en el negocio del turismo y las redes de colaboración sean motivadoras del desarrollo local.

Otra aportación importante es la realizada por Velasco y Miranda (2011), quienes concluyen que la universidad, así como las instancias gubernamentales, organismos o personas que se encuentren en el espacio local, son los

agentes que deberán motivar el desarrollo. En este caso, argumentan que la universidad puede contribuir con sus productos a la agregación de valor social, además de ser una figura como agente profesional o guía de acción para la comunidad.

Por su parte, Fernández y Vargas (2018) analizan el grado de participación de actores locales en los procesos del desarrollo local, aplicando una encuesta a nueve comunidades de La Cuenta. Sus resultados concluyeron que los agentes locales que intervienen de forma activa motivan el desarrollo local a través de programas y proyectos de desarrollo.

De igual forma, De la Rosa y Borja (2020) estudian la importancia de la academia como un agente de desarrollo local, a través de la información que generan, así como la formación de agentes que generen desarrollo, redes locales y más acciones en conjunto con entes gubernamentales y sector privado.

En resumen, los modelos de participación para la gestión del desarrollo, en general están basados en estrategias competitivas, en gobernanza, en redes sociales, en asociatividad o en el modelo neoinstitucional, etcétera.

Para fines de la presente investigación se pondrá especial énfasis en gobernanza y asociatividad. En el primer caso, se resume el pensamiento de Elinor Ostrom, debido a que su enfoque es sobre el capital social, su impacto en la gobernanza de los bienes comunes y su contribución al desarrollo sustentable. Respecto del segundo, Busson (2012) argumenta que los clusters o distritos industriales ofrecerían elementos importantes para lograr el desarrollo local, convirtiendo la asociatividad en la herramienta de gestión y planificación óptima para enfrentar los desafíos del crecimiento, y los peligros/oportunidades de la globalización.

Ostrom (2014), en su obra, refiere que los individuos aislados anónimos terminan sobreexplotando los bienes de uso común de una localidad. Por tanto, es necesario invitarlos a buscar la sostenibilidad en ganancia de todos, a través de la confianza, así como a generar soluciones a los dilemas sociales, porque cada problema requiere una solución específica. Para dar solución a dichos dilemas, según Ostrom (2014), se hace necesaria en una primera instancia la gobernanza local de recursos de uso común y los arreglos institucionales para el manejo de los sistemas bajo un colectivo que busque que los participantes se auto organicen.

Por otro lado, según Rosales (1997), la asociatividad es un mecanismo de cooperación empresarial en el que cada una de las empresas que participan mantiene su independencia jurídica y su autonomía gerencial, decidiendo voluntariamente su participación en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común. Los objetivos comunes pueden ser coyunturales, tales como la adquisición de un volumen de materia prima, o generar una relación más estable en el tiempo, como puede ser la investigación y el desarrollo de tecnologías para el beneficio común o el acceso a un financiamiento que requiere garantías, las cuales son cubiertas proporcionalmente por parte de cada uno de los participantes.

Al respecto, Narváez *et al.* (2008) concluyen que construyendo lazos de confianza, fomentando procesos de cooperación interempresarial y de los sectores empresariales con otras organizaciones públicas, privadas y la comunidad, impulsando procesos evolutivos de especialización y de innovación a partir de compartir conocimientos y el reforzamiento de competencias, identificando escenarios e impactando socialmente, se puede mejorar el desempeño de las empresas y del territorio en su conjunto, es decir, se contribuye al desarrollo económico local.

En la siguiente sección se ofrece una breve explicación de cómo el turismo de naturaleza (descrito en la parte 1 del desarrollo de este trabajo) constituye una estrategia de desarrollo de acuerdo con los principales elementos en los que coinciden las diversas teorías de desarrollo local analizadas en el presente apartado.

3. El turismo de naturaleza como estrategia de desarrollo económico local

Retomando lo analizado en la sección 1 de este trabajo respecto del turismo de naturaleza, se puede observar que este tipo de turismo es una alternativa para reducir la pobreza, ya que los países pueden aprovechar aquellos lugares con potencial para ofrecer actividades relacionadas con esta actividad. Una vez que dichos lugares son reconocidos como destino turístico, les permite tener una mayor captación de divisas que se ve reflejado en su economía (Balslev y Velázquez, 2013).

Sin embargo, es importante considerar que los beneficios ambientales que asume el turismo de naturaleza *versus* el turismo de masas ocurrirán sólo en caso de que sea un turismo bien planificado, desarrollado y administrado que pueda generar algunos de los siguientes beneficios: ayudar a justificar y financiar las inversiones que se hacen para proteger y conservar las áreas naturales y la vida salvaje, así como la preservación de sitios históricos y/o arqueológicos en tanto que atractivos turísticos; beneficiar y mejorar la calidad ambiental de ciertas áreas dado que a los turistas les gusta visitar lugares atractivos, limpios y sin polución; aumentar la conciencia ambiental local cuando los residentes, especialmente los jóvenes, observan el interés de los turistas en la conservación (OMT, 1994, citado en Leiva R., V., 1997).

De igual forma, de acuerdo con lo analizado en las teorías de desarrollo local, dichos beneficios ambientales tampoco serían posibles si las estrategias de desarrollo no consideraran elementos importantes como la sustentabilidad, la competitividad, la asociatividad y la gobernanza.

En ese sentido, se puede considerar que existe una correlación bidireccional entre turismo de naturaleza y gobernanza, ya que, para que las actividades relacionadas con ese tipo de turismo se lleven a cabo de forma sustentable en cualquier localidad, es importante la gobernanza, es decir, la participación de todos los agentes involucrados: turistas, empresarios, sector público, sector social, lugareños y sector académico/científico. A su vez, la gobernanza se incrementa a través del turismo de naturaleza, debido a que este tipo de turismo permite a los actores involucrados visualizar los bienes comunes como una fuente de riqueza, sobre todo cuando se trata de los recursos naturales, lo cual los obliga a cooperar para alcanzar el bien común mediante el diseño de estrategias para no sobreexplotar o agotar dichos recursos, de tal forma que se está fomentando la gobernanza.

Por otro lado, el turismo de naturaleza se vería beneficiado al impulsar estrategias de asociatividad empresarial, ya que permite a las empresas turísticas ofrecer servicios y/o productos complementarios más que sustitutos, esto generaría una mayor satisfacción del turista ya que al existir integración horizontal de la oferta turística, se genera una mayor competitividad, impactando la demanda, es decir, incrementando los visitantes al sitio por realizar turismo de naturaleza. Simultáneamente se estimula la oferta, ya

que, por un lado, les permite especializarse en un producto turístico, generando con ello, ventajas competitivas, además de las ventajas comparativas que el sitio tiene por sí solo por su dotación de recursos naturales que le permiten ofrecer al turismo en cuestión.¹

Hasta aquí se ha intentado definir, por un lado, el turismo de naturaleza, y por otro lado, las teorías de desarrollo local, para lograr demostrar que ese tipo de turismo es un potenciador del desarrollo local, particularmente si se toman en cuenta las teorías que hacen énfasis en la participación y comportamiento de agentes como las teorías de gobernanza y las teorías de asociatividad. A continuación se realiza un planteamiento de una propuesta de investigación para desarrollar un modelo con estrategias de desarrollo local, diseñado para fomentar la modalidad de turismo que se considere pertinente de acuerdo con los recursos existentes, las condiciones geográficas y la accesibilidad que se presenta en la zona en cuestión.

3.1. Modelo de desarrollo económico local basado en los comportamientos de los agentes en La Ventana, B. C. S.

Una vez identificados (por medio del análisis heurístico y hermenéutico), los factores o elementos divergentes y similares entre las teorías de desarrollo económico local, se considera pertinente realizar una propuesta metodológica para diseñar estrategias públicas y privadas de desarrollo económico local, con base en el turismo de naturaleza, en La Ventana, B. C. S., bajo el argumento de que ese tipo de turismo contribuye al desarrollo sustentable de las localidades con características similares.

De igual forma, en apartados anteriores se mencionó que, para alcanzar el desarrollo económico local, es necesario determinar los factores internos y externos al área geográfica específica y las acciones e interacciones y compor-

¹ Cabo Pulmo, B. C. S., es un caso de éxito de la implementación de estrategias de desarrollo económico local basadas en el turismo de naturaleza, ya que dicho turismo, a través de la participación de los actores involucrados, trajo consigo la asociatividad y la gobernanza, elementos clave para alcanzar el desarrollo local según las teorías de desarrollo local basadas en comportamiento, acciones e interacciones de los agentes analizados en el presente trabajo.

tamientos de los agentes que ahí residen e inciden en la dinámica del nivel y la calidad de vida de los habitantes de dicha área de forma sostenida y sostenible.

Sin embargo, es importante mencionar que la modalidad del turismo que se considere pertinente según el destino, no se limita a ser adoptado sólo por sus recursos existentes, ya que las condiciones geográficas y la accesibilidad que se presentan en la zona a ser evaluada tienen un peso considerable (Arce y Ruiz, 2016). Por ello se realiza a continuación una descripción de las características del área propuesta de estudio.

La Ventana se ubica en el municipio de La Paz, se localiza en la longitud $24^{\circ} 03' 0.7''$, latitud $-109^{\circ} 59' 19.9''$, a 17 metros sobre el nivel del mar, dentro de la zona conocida como Valle de Los Planes, dentro de la Delegación San Juan de Los Planes. Colinda al norte con la playa conocida como Las Cruces (como punto de referencia más representativo), al sur con los ejidos Juan Domínguez Cota y San Vicente de Los Planes, al sureste con el golfo de California, al este con isla Cerralvo y al oeste con predio Vidalito, San Ignacio y Sierra de la Cacachila (Martínez, 2018). Dentro de sus aspectos físicos, el área de San Juan de Los Planes presenta clima cálido seco con una temperatura media anual por arriba de los 22°C . El régimen de lluvias de verano (agosto a octubre) representa 80% de la precipitación anual, el porcentaje de lluvias invernales, de diciembre a febrero, sólo alcanza entre 10 y 15% del total anual (Nava, 1992).

Dentro de las actividades económicas y productivas en La Ventana, se vinculan con el sector primario centrándose en la pesca principalmente, además del sector turismo como una economía en desarrollo para la zona; asimismo, la pesca es fundamentalmente ribereña y constituye una de las principales fuentes de ingreso, donde se captura principalmente almeja catrina, camarón, tiburón y diversas especies de escama (considerada estacional primavera- verano, debido a las características climatológicas). Dentro de la pesca deportiva, las especies que se pueden capturar son marlín, dorado, pez espada, pargo, cabrilla y pez vela (Martínez, 2005).

Hasta aquí se puede observar que sería potencialmente viable diseñar estrategias para La Ventana, dadas sus características naturales, su infraestructura y el acceso a la localidad. De igual forma, por tratarse de una comunidad pequeña, dichas estrategias deben ser diseñadas con el enfoque de las teorías que se sustentan en la participación y el comportamiento de

agentes, ya que, bajo la visión de esas teorías ²⁰ uno de los factores clave y base para el desarrollo económico local son los actores o agentes (económicos, políticos y sociales) residentes en un área geográfica específica. Para ello, se identifica a los siguientes agentes:

1. Empresas capitalistas y los entes que las representan.
2. Unidades productivas no capitalistas y entes que las representan.
3. Capital social y los entes que lo representan.
4. Los diversos estamentos del Estado (gobiernos central, regional y ²⁰al) y los entes que los representan.
5. Las universidades y centros de investigación (privados y estatales) y los entes que los representan.
6. El resto de instituciones, agentes y entes no incorporados en los agentes anteriores.

Para lograr lo anterior, se propone determinar el potencial del turismo de naturaleza en La Ventana desde la percepción de los prestadores de servicios, para apoyar al diseño de estrategias de política pública y privadas, que contribuyan a la competitividad del destino y al desarrollo sustentable de la localidad; esto implica:

- a) Caracterizar la oferta de servicios turísticos de naturaleza de La Ventana por medio de una encuesta a empresas, identificando las áreas de oportunidad.
- b) Analizar por medio de entrevistas con preguntas semiestructuradas la disposición de los agentes involucrados en el turismo de naturaleza a participar en acciones que conduzcan a la asociatividad y a la gobernanza en La Ventana.
- c) Evaluar el potencial del turismo naturaleza en La Ventana, a través de la percepción de los prestadores de servicios.

Se propone la evaluación del potencial turístico ¹⁵ a través de la percepción, ya que —de acuerdo con Maass *et al.* (2009)— el potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en productos turísticos.

La estrategia metodológica propuesta para apoyar el diseño de estrategias de desarrollo económico local en La Ventana, se divide de la siguiente forma:

Investigación cualitativa

- 1.1. Revisión documental
 - 1.1.1. Análisis comparativo
- 1.2. Trabajo de campo
 - 1.2.1. Entrevistas
 - 1.2.2. Observación directa

Investigación cuantitativa

- 1.3. Recolección de datos
 - 1.3.1. Encuesta
 - 1.3.2. Diseño de la escala
 - 1.3.3. Validación del cuestionario por el método Delphi
 - 1.3.4. Tamaño de muestra
- 1.4. Análisis de datos
 - 1.4.1. Análisis univariado (descriptivo)
 - a) Gráficos, tablas y estimaciones puntuales (estadística descriptiva)
 - 1.4.2. Análisis multivariado (correlacional)
 - a) Correlación de Spearman

3.2. Recomendaciones

Debido a que el turismo es una de las principales vías para generar crecimiento económico y contribuir al desarrollo de una región (Arratia *et al.*, 2022), y al ser Baja California Sur un estado con vocación turística de naturaleza, es importante que se realicen más estudios en el ámbito turístico, con el objetivo de ofrecer elementos para proponer estrategias de planificación del turismo que sirvan como herramienta que fomente la participación social.

Lo anterior se hace necesario, ya que el desarrollo del turismo de naturaleza en zonas con potencial requiere una planificación de esta actividad, pues cuando se desarrolla de forma vertiginosa y sin control, tiene impactos negativos sobre los recursos naturales y un crecimiento desordenado (Cruz y Zúñiga, 2006).

Es conveniente ofrecer elementos para apoyar el diseño de estrategias de desarrollo local, con el enfoque de las teorías que se sustentan en la participación²⁴ y el comportamiento de agentes, ya que bajo la visión de esas teorías, uno de los factores clave y base para el desarrollo económico local son los agentes (económicos, políticos y sociales).

Por último, es factible analizar las necesidades de capacitación por parte de los prestadores de servicios turísticos para diversificar la oferta turística de naturaleza en La Ventana, Baja California Sur.

De igual forma se debe evaluar la inversión pública y privada para infraestructura en la región, ya que de acuerdo con Martínez (2012), ésta es escasa.

4. Conclusiones

La capacidad empresarial, es un agente que influye en el desarrollo económico y se refiere a las diversas formas y mecanismos en que las empresas afectan al desarrollo económico de áreas geográficas locales. De igual forma, la participación y el análisis del comportamiento de los grupos²⁴ de interés de un área local inciden en el desarrollo económico local. Otro agente relevante en el proceso de desarrollo de las áreas locales son las instituciones tanto públicas como privadas, incluyendo las universidades y centros de investigación.

El turismo de naturaleza no cumpliría con su objetivo de sustentabilidad si las estrategias de desarrollo no consideraran elementos importantes como la asociatividad y la gobernanza. Se puede considerar que existe una correlación bidireccional entre turismo de naturaleza y gobernanza, ya que, para que las actividades relacionadas con ese tipo de turismo se lleven a cabo de forma sustentable en cualquier localidad, es importante la gobernanza. A su vez, la gobernanza se incrementa a través del turismo de naturaleza.

Por otro lado, el turismo de naturaleza se vería beneficiado al impulsar estrategias de asociatividad empresarial, ya que se generaría una mayor

satisfacción del turista y una mayor competitividad, incrementando el número de visitantes al sitio a realizar turismo de naturaleza. Simultáneamente se estimula la oferta, ya que, se generan ventajas competitivas.

Por último, se concluye que es necesario generar conocimientos que sirvan como elementos para apoyar el diseño de estrategias de desarrollo local, para La Ventana, B. C. S., Dichas estrategias deben estar basadas en el turismo de naturaleza, bajo el enfoque de las teorías que se sustentan en la participación y el comportamiento de agentes.

5. Bibliografía

- Arce Meza, J., y Ruiz Ceseña, F. I. (2016). Evaluación del potencial turístico rural como línea de acción para el desarrollo regional sustentable en los oasis de San Isidro y La Purísima, Baja California Sur México. *Global Conference on Business; Finance Proceedings*, 13.
- Arce Meza, J. A. (2017). Evaluación del potencial y la competitividad turística rural en los oasis de San Isidro y La Purísima, B. C. S. (tesis de maestría) Universidad Autónoma de Baja California Sur. La Paz, Baja California Sur, México.
- Arratia, E. M., Castrejón, Y. D. P., Ruiz, A. E. J., y Barquín, R. D. C. S. (2022). Cooperativismo como una herramienta para el turismo de base comunitaria. La respuesta desde la literatura. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(1), 195-208.
- Artesi, L. I. (2002). Turismo, desarrollo local y redes. *Aportes y transferencias*, 6(2), 71-92.
- Balslev Clausen, H., y Velázquez, M. A. (2013). El turismo, aproximación general. *Diálogos latinoamericanos*, 5.
- Bringas Rábago, N. L., y Ojeda Revah, L. (2000). El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas? *Economía, Sociedad y Territorio*. Consultado el 25 de mayo, 2022, en <https://doi.org/10.22136/est002000436>
- Bunghez, C. L. (2016). The Importance of Tourism to a Destination's Economy, *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics* (2016), Article ID 143495, DOI: 10.5171/2016.143495
- Ceballos-Lascuráin, H. (1993). Ecoturismo en Centro América. Reporte Técnico para OMT/UNDP. Proyecto CAM/90/011. México, DF.
- Busson, J. H. L. (2012). La asociatividad como estrategia de desarrollo. *Tiempo de Gestión*, 8(14), 9-27.
- Coraggio, J. L. (2006). *Las políticas públicas participativas: ¿Obstáculo o requisito para el desarrollo local? Desarrollo local, una revisión crítica del debate*, Argentina, 2006.
- Cruz, J. C. P., y Zúñiga, V. J. B. (2006). Planificación turística en zonas costeras de costa rica. Algunas referencias a Playa Tamarindo (Santa Cruz, Guanacaste). *InterSedes*, 7(13).

3. Estrategias de turismo alternativo en un ejido del norte de México

JORGE ARNOLDO VILLEGAS ESPINOZA*
MANUEL ARTURO CORONADO GARCÍA**
MANUEL BENJAMÍN MAYORAL GARCÍA***
MARÍA GUADALUPE OROPEZA CORTÉS****

Resumen

El turismo actual se ha desarrollado hacia diferentes vertientes, lo cual genera ventajas socioeconómicas para las entidades con potencial turístico. Ha pasado por cambios a partir de la protección de los recursos naturales y de las necesidades de los turistas. Esto también se manifiesta en comunidades rurales, que ven en este tipo de actividades una opción de sustento económico por lo que surge la necesidad de hacerlo sostenible. El trabajo describe lo que se realiza en torno al turismo rural en el ejido El Claro, Santa Ana, Sonora, México.

Asimismo, se realiza un diagnóstico turístico para valorar si los recursos naturales existentes en el ejido El Claro pueden representar atractivos turísticos y con esto generar ingresos alternativos para la comunidad.

La investigación se llevó a cabo en el ejido El Claro, Santa Ana, Sonora, la cual fue de tipo exploratorio y descriptivo, parte de datos existentes en información de carácter oficial provenientes de organismos públicos estadísticos nacionales, regionales y locales. De manera igual, se emplearon

* Doctor en Ciencias Agronómicas y Veterinaria. Universidad Autónoma de Baja California. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6551-8028>

** Doctor en Ciencias Agronómicas y Veterinaria. Profesor-investigador de la Universidad Autónoma de Baja California Sur. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-5098-9932>

*** Maestro en Ciencias Sociales: Desarrollo Sustentable. Universidad Autónoma de Baja California Sur. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9867-6169>

**** Doctora en Ciencias Marinas y Costeras, Universidad Autónoma de Baja California Sur. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2745-4948>

técnicas de investigación de campo mediante entrevistas semiestructuradas a los directivos del ejido, obteniéndose información referente a las actividades y las áreas naturales del ejido, sobre como aprovecharlas mediante el turismo, para la elaboración de un inventario de sitios y actividades con potencial de aprovechamiento turístico. Se realizaron observaciones directas al caso de estudio con el fin de analizar sus características. Por ello, se visitaron zonas identificadas donde fueron tomadas fotografías de los diferentes atractivos turísticos, y así se identificaron los atractivos naturales, arqueológicos, de flora y fauna del lugar.

El ejido El Claro muestra una serie de hábitos biológicos acordes principalmente con las características semidesérticas de Sonora. La zona alberga una cantidad considerable de especies animales de distintos géneros, cuya distribución se desarrolla de manera homogénea. En este sentido, cuenta con potencial para un desarrollo de productos de turismo alternativo, con la salvedad de que el comisariado ejidal, así como los ejidatarios, puedan ser asesorados y apoyados por diversos proyectos de desarrollo rural. Dentro de los recursos existentes en el ejido se proponen tres productos turísticos: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural.

Dentro de las actividades a implementar están las de observación de la naturaleza, el espacio sideral, safari fotográfico, avistamiento de aves, caminatas, cabalgatas, casas rurales, campamentos, fotografía rural, agroturismo, ecoarqueología, atracciones culturales e históricas. Al considerar su importancia, cabe resaltar que cuenta con un mercado potencial en países como Reino Unido, Francia, Holanda, Alemania, Bélgica, Suecia y Portugal.

Palabras clave: *Desarrollo rural, turismo alternativo, turismo rural.*

1. Introducción

El turismo, tradicionalmente se ha desarrollado como una actividad dinámica que aporta numerosos beneficios socioeconómicos, presentando una expansión en el mundo y configurándose como promotora de desarrollo, según Ceballos Lascurain (1998) y Quintero Santos (2004), originando como consecuencia la expansión de los destinos turísticos, promoviendo cam-

bios en los entornos naturales y culturales; como resultado surge el turismo alternativo, el cual se puede desarrollar en comunidades rurales, ofreciendo la oportunidad de implementar proyectos con actividades basadas no sólo en las tradicionales de índole productivo (agrícolas y ganaderas), sino también actividades como las de artesanías, comercio, gastronomía, entre otras (Gómez Merino *et al.*, 2013; Mayoral García, 2015; Sánchez Valdés y Vargas Martínez, 2015). Por lo tanto, se puede encontrar en la actividad turística uno de los instrumentos ideales para la promoción del desarrollo rural (Arias, 2005, citado por Mayoral García, 2015). Sin embargo, hay que considerar el cuidado de la comunidad y los elementos aprovechables para un tipo de turismo alternativo; derivado de ello, actualmente, las políticas de desarrollo incluyen las problemáticas ambientales, donde el desarrollo sustentable se plantea como la opción para abordar desafíos como la pobreza (Grupo de las Naciones Unidas para el Desarrollo [GNUM], 2014).

En México, el turismo alternativo se gesta a partir de 1970-1980, impulsándose a través de actividades económicas alternativas en áreas naturales protegidas, en ejidos y áreas naturales no protegidas, como aquellas regiones naturales privadas o federales que no tienen protección legal, que cuentan con un alto potencial escénico y diversidad de especies (Pérez de las Heras, 2003; Garduño Mendoza *et al.*, 2009; Vikneswaran *et al.*, 2015); esto ha permitido desarrollar un horizonte claro de posibilidades diversas para realizar la actividad, configurándose de acuerdo con las características de los espacios receptores (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA], 2009). El desarrollo de productos turísticos rurales sustentables implica atender las necesidades del turista y de las comunidades receptoras. A su vez, aprovechar los factores o variables que impulsan a las personas de la localidad, para poder diseñar y ofertar productos y servicios acordes a la demanda.

Estas comunidades poseen atributos naturales susceptibles de ser aprovechados de las actividades tradicionales (agricultura y ganadería, minería, principalmente) y pueden implementarse dentro de un turismo alternativo. Acorde con De la Puente *et al.* (2015), la investigación que analizaron del recurso existente para explotación turística de una zona específica en Baja California Sur, México, el trabajo buscó determinar el potencial para el

aviturismo en Los Cabos, donde el aprovechar sus características y la elaboración de recomendaciones para su desarrollo fue el objetivo de la investigación. De igual forma, Ruiz Ceseña *et al.* (2015) plantearon un estudio que determinó el potencial para desarrollar actividades ecoturísticas en ocho oasis mexicanos con base en sus características naturales. Es importante mencionar que diversos autores han hablado de las múltiples características existentes en el turismo religioso (Muñoz Tábora 2002), turismo arquitectónico y monumental (Quesada Castro, 2010), turismo arqueológico (Tresserras, 2004), turismo de naturaleza (Quesada Castro, 2007), turismo rural (Secretaría de Turismo [Sectur], 2004), agroturismo (Riveros y Blanco, 2003). A su vez, es adecuado recalcar que el turismo rural surge en Europa como una estrategia complementaria al desarrollo rural (Dachary, 2005).

2. Materiales y métodos

La presente investigación se desarrolló en el ejido El Claro, Santa Ana, Sonora, México, que ⁴⁹ se encuentra en las coordenadas geográficas 30° 27' 05" N 111° 12' 11" W. ³⁹ La localidad se encuentra a una mediana altura de 633 metros sobre el nivel del mar y se ubica en la cuenca del río Concepción, entre los municipios de Santa Ana, Trincheras y Benjamín Hill (Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal [Inafed], 2021; Historia de Hermosillo [HDH], 2022). La realización de la investigación fue exploratoria y descriptiva (Hernández *et al.*, 2010).

Todo esto, para realizar un diagnóstico e inventario de recursos existentes, se llevó a cabo a través de una participación de autodiagnóstico con una entrevista semiestructurada, aplicada a los directivos del ejido (comisariado ejidal Arturo Domínguez Rosas y presidente de vigilancia Marco Antonio Moreno Martínez, Secretario y Tesorero) donde se aplicaron preguntas abiertas para obtener información requerida referente a las actividades desempeñadas en el ejido y de los recursos naturales existentes; se realizó de esta manera, dado que los directivos son conocedores de las diversas áreas que se encuentran dentro del ejido y de las características existentes de la comunidad (historia, costumbres, tradiciones, etcétera).

De igual forma, se utilizaron estudios geosocioeconómicos, donde se indica la ubicación geográfica, ya que se describe el entorno físico del ejido (geografía, geología, edafología, hidrología, climatología, uso de suelo, diversidad biológica (flora y fauna con el nombre común y científico), el ambiente social y cultural y las condiciones económicas de la zona (actividades productivas).

Asimismo, se realizaron observaciones directas al caso de estudio con el fin de analizar sus características. Para ello se visitaron y fotografiaron áreas identificadas de los diferentes atractivos, para las zonas arqueológicas, se acudió al Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) en Hermosillo, Sonora, para obtención de información (Sectur, 2004; Juárez Sánchez *et al.*, 2009; Sosa Sosa y Salido Araiza, 2013; IICA, 2014; Figueroa González *et al.*, 2015).

3. Resultados

La historia de México presenta varias etapas, pero el mayor desarrollo económico derivó del movimiento revolucionario en nuestro país, cuyos anhelos fueron plasmados en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos de 1917 promulgada por Venustiano Carranza, dando pie al reparto agrario para la conformación de los ejidos, como el caso de la expropiación de la hacienda Corral de Espinas, propiedad de León Serna. Este abandona sus propiedades de El Corralón y La Casa Blanca, creándose así el ejido El Claro el 13 de julio de 1917. Una vez creado el ejido, su población se conforma de diversas regiones del estado de Sonora, entre éstas, principalmente colonos que procedían de la mina de Cananea. Es importante mencionar que este ejido fue uno de los primeros en ser creado por medio de la expropiación en 1917.

Derivado de lo anterior, al ejido actualmente lo integran 228 ejidatarios oficialmente ante el Registro Agrario Nacional y cuenta con una superficie de 20 536 hectáreas (tabla 1).

Las autoridades ejidales hacen énfasis en que el ejido presenta una historia, donde cada año se festeja el día de su fundación, celebración en la cual se ofrecen diversas actividades, desde carreras de caballos, festival deporti-

vo-cultural, bailes con grupos del momento, y también se realiza una tradicional callejoneada, donde la población del ejido y sus alrededores se reúnen para disfrutar el evento.

En el ejido, de acuerdo con la investigación diagnóstica, se pueden practicar varias actividades, entre ellas el ecoturismo, dado que el ejido muestra una serie de hábitats biológicos, acordes principalmente con las características del relieve, que presenta homogeneidad en los diferentes elementos de comunidades vegetativas, y se pueden practicar actividades de observación de la naturaleza, ecosistemas, observación geológica, el senderismo, observación sideral, safari fotográfico y observación de atractivos naturales (tabla 2).

Asimismo, en esta misma actividad se pueden considerar las ruinas de la mina La Veta Tierra, donde hace años era extraído oro y en el sitio del Cerro de Las Trincheras se localiza otra mina donde un tiempo se extrajo cobre.

Tabla 1. Información de la distribución territorial y características biológicas del ejido

Tipo de distribución	Superficie (ha)	Vegetación	Fauna silvestre
Parcelada	6 313	Matorrales Gomadora (<i>Larrea tridentata</i>)	Mamíferos Venado cola blanca (<i>Odocoileus virginianus</i>)
Tierras de uso común	13 927	Chicura (<i>Ambrosia ambrosioides</i>)	Tlacuache (<i>Didelphis marsupialis</i>)
Asentamientos Humanos	76	Arboles Mezquite (<i>Prosopis spp</i>)	Puma (<i>Puma concolor</i>)
Infraestructura	67	Pitahaya (<i>Lemaireocereus thurberi</i>) Palo verde (<i>Cercidium microphyllum</i>)	Coyote (<i>Canis latrans</i>) Mapache (<i>Procyon lotor</i>)
Ríos, arroyos y cuerpos de agua	153	Sahuaro (<i>Carnegiea gigantea</i>) Ocotillo (<i>Fouquieria splendens</i>) Ocotillo macho (<i>Fouquieria macdougalii</i>)	Juancito (<i>Cynomys ludovicianus</i>) Liebre (<i>Lepus hallen</i>) Conejo (<i>Sylvilagus auduboni</i>) Murciélago (<i>Desmodus rotundus</i>) Ardilla (<i>Citellus variegates</i>) Tuza (<i>Thomomys bottae</i>)
Superficie total ejidal	20 536	Nopal (<i>Opuntia</i>) Palo brea (<i>Cercidium sonora</i>) Torote (<i>Bursera spp</i>) Palo blanco (<i>Ipomoea arborescens</i>) Sina (<i>Lophocereus schottii</i>)	Ratón (<i>Chaetodipus</i>) Zorrillo (<i>Mephitis macroura</i>) Jabalí (<i>Tayassu tajacu</i>)
		Arbustos-zacates Saladito (<i>Frankenia palmeri</i>) Sosa (<i>Suaeda ramosissima</i>) Zacate salado (<i>Monthochloe littoralis</i>) Zacatón alcalino (<i>Sporobolus airoides</i>) Zacate de semilla (<i>Aristida adscensions</i>) Zacate liebrero (<i>Boutelova rothrocki</i>)	Anfibios Sapos (<i>Smilisca baudini</i>) Ranas (<i>Rana catesbeina</i>)
			Reptiles Tortuga del desierto (<i>Kinosternon sonoriense</i>) Camaleón (<i>Phrynosoma mcalli</i>) Escorpión o monstruo de gila (<i>Heloderma suspectum</i>) Víbora de cascabel (<i>Crotalus atrox</i>) Cachora (<i>Urosaurus graciosus</i>) El alicante (<i>Uma notata</i>)

Zacate de semilla (<i>Aristida adscensions</i>)	Aves
Zacate liebrero (<i>Boutelova rothrocki</i>)	Correcaminos (<i>Geococcyx californianus</i>)
Zacate colorado (<i>Heteropogon contortus</i>)	Codomiz de Gambel (<i>Callipepla gambelii</i>)
	Paloma (<i>Columba fasciata</i>)
	Zopilote (<i>Coragyes atratus</i>)
	Cardenal (<i>Cardinalis cardinalis</i>)
	Búho (<i>Bubo virginianus</i>)
	Artrópodos
	Tarántula (<i>Aphonopelma sp</i>)
	Ciempiés (<i>Scolopendra heros</i>)
	Alacrán (<i>Bark scorpion</i>)
	Viuda negra (<i>Latrodectous mactans</i>)

Fuente: elaboración propia con información del Registro Agrario Nacional y Gobierno del Estado de Sonora.

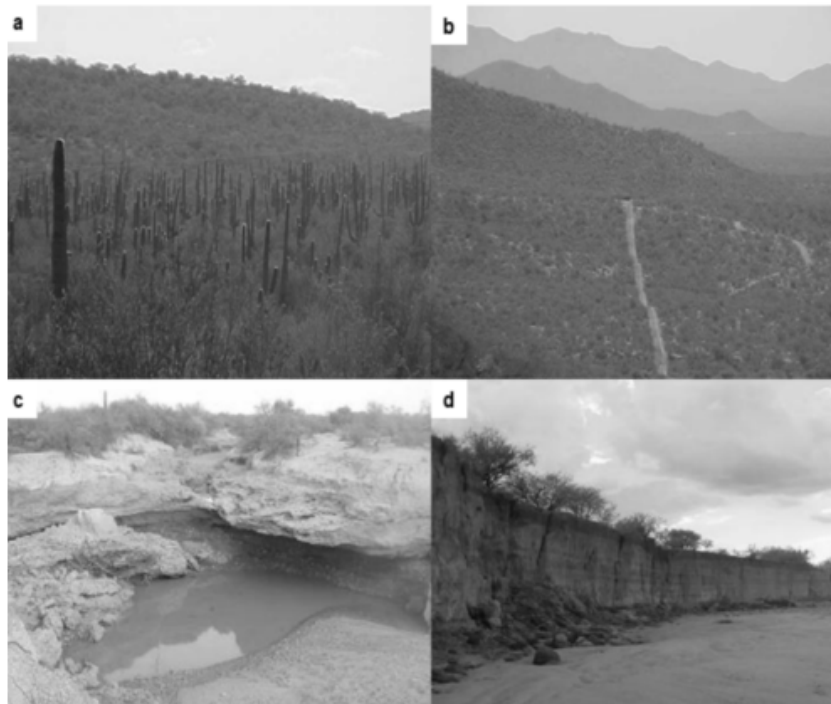
Tabla 2. Actividades por desarrollar en ecoturismo en el ejido de acuerdo con los recursos existentes

Actividades	Recursos Existentes										
	El Sahuaral	Mina La Veta Tierra	El Salto	La Mesa	El Pedregoso	Cerro de Las Trincheras	Cerro El Tecolote	El Corralón	La Casa Blanca	Escuela 13 de Julio	Comunidad
Observación de fauna	x	x	x	x	x	x	x				
Observación de flora	x	x	x	x	x	x	x				
Observación de ecosistemas	x	x	x	x	x	x	x				
Observación geológica		x	x	x	x			x			
Senderismo interpretativo	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Safari fotográfico	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Observación sideral	x		x	x	x	x					
Observación de atractivos naturales	x	x	x	x	x	x	x				

Fuente: elaboración propia con base en información de Sectur (2004), "Cómo desarrollar un proyecto de Ecoturismo". Fascículo 2.

En la figura 1 se muestran paisajes de diferentes sitios identificados como El Sahuaral (a), observación del paisaje en la cima del cerro de Las Trincheras conocido como cerro El Claro (b) y el área denominada El Salto (c y d).

Figura 1. Paisajes localizados en el ejido El Claro



Fuente: elaborado por Jorge Arnaldo Villegas Espinoza.

Igualmente, otro producto es el *turismo de aventura*, donde se identifican diversos enclaves naturales agrupándose en las actividades de tierra, donde se pueden practicar cabalgatas, caminatas, ciclismo de montaña y visitas de paisajes (tabla 3).

Tabla 3. Actividades a desarrollar en turismo de aventura en el ejido de acuerdo a los recursos existentes

Actividades	Recursos existentes						
	El Sahuaral	Mina La Veta Tierra	El Salto	La Mesa	El Pedregoso	Cerro de Las Trincheras	Cerro El Tecolote
Cabalgatas	x	x	x	x	x		x
Caminatas	x				x	x	x
Ciclismo de montaña	x			x	x		
Visitas de paisajes	x	x	x	x	x	x	x

Fuente: elaboración propia con base en información de SECTUR (2004), "Cómo desarrollar un proyecto de Ecoturismo". Fascículo 2.

Por si fuera poco, el *turismo rural* tiene un gran potencial de desarrollo, por ser el ejido un área rural, además que cuenta con escenarios arquitectónicos y monumentales como la escuela antigua (Escuela Primaria 13 de Julio), fundada en 1923. Igualmente, se cuenta con las ruinas de El Corralón y La Casa Blanca, que pertenecieron a León Serna. A su vez, se puede practicar la ecoarqueología en la zona de El Pedregoso y el Cerro de las Trincheras (Cerro El Claro) (tabla 4). También se puede practicar el denominado agroturismo, debido que los ejidatarios se dedican principalmente a la cría de ganado bovino de doble propósito (figura 2).

Y se tiene presente el arte culinario, donde se elaboran dos variedades de quesos (fresco y cocido), se hacen tacos de carne asada de diversas presentaciones. También se preparan diferentes platillos de frijoles (charros, guisados, refritos y enteros en caldo), caldo de res, caldo de trigo, tamales. Además, se elaboran a mano tortillas de harina de trigo, pan casero en diversas presentaciones. En cuestión religiosa, la comunidad cuenta con la Capilla de San Isidro Labrador, construida en 1953, y además se festeja a san Isidro cada 15 de mayo.

A su vez, se festejan todos los viernes santos el tradicional vía crucis en abril y las tradicionales misas celebradas cada domingo, y actualmente se hace la velación de la vela perpetua con 31 celadoras.

Figura 2. Ordeña de manera manual en el sitio de La Mesa y productor dándole comida sus aves cerca del cerro El Tecolote



Fuente: elaborado por Jorge Arnaldo Villegas Espinoza.

Tabla 4. Actividades por desarrollar en turismo rural en el ejido de acuerdo con los recursos existentes

Actividades	Recursos Existentes									
	El Sahuaral	Mina La Veta Tierra	El Salto	La Mesa	El Pedregoso	Cerro de Las Trincheras	El Corralón	La Casa Blanca	Escuela 13 de Julio	Comunidad
Vivencias místicas										x
Atracciones culturales e históricas		x			x	x	x	x	x	
Fotografía rural	x	x	x	x	x	x	x		x	x
Ecoarqueología		x			x	x	x	x	x	
Agroturismo			x	x						x
Campamentos	x				x	x			x	
Casas rurales*										x
Albergues rurales**										x

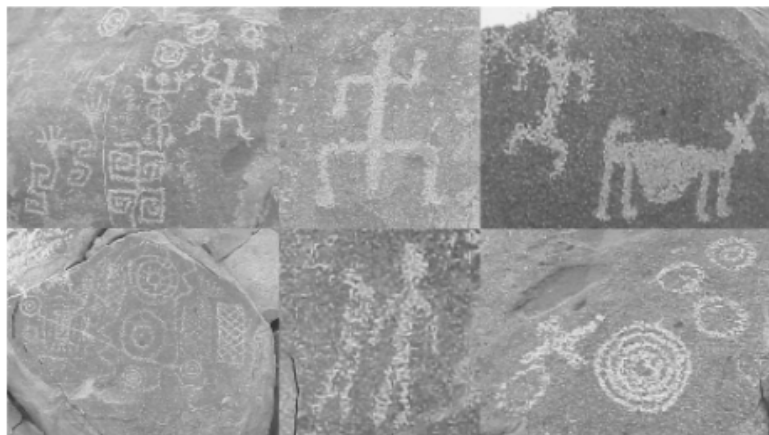
* Según Kotler *et al.* (2011) el modelo británico *Bed and Breakfast* (cama y desayuno) ha tenido muy buena aceptación.

** Alojamientos para recibir grupos de niños o jóvenes bien organizados y ofrecer un buen servicio.

Fuente: elaboración propia con base en información de SECTUR (2004), "Cómo desarrollar un proyecto de Ecoturismo". Fascículo 2.

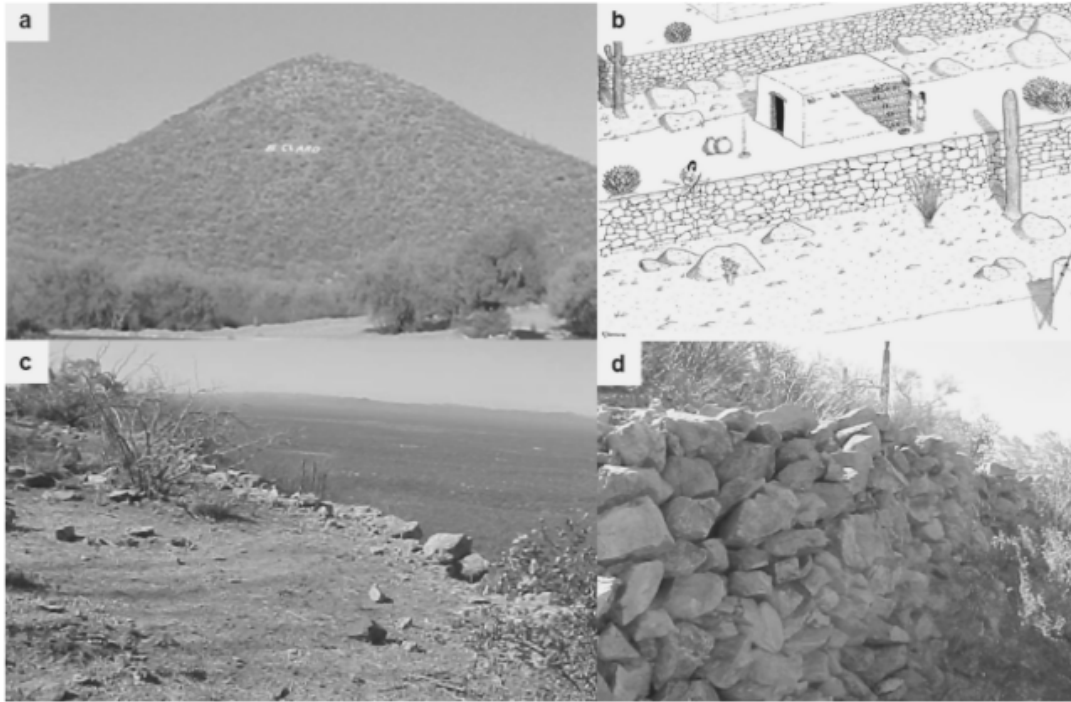
Igualmente, se contempla el sitio denominado El Pedregoso (figura 3), donde se encuentran petroglifos, dibujos hechos en piedra. Este tipo de diseño pertenece a la época prehispánica de la cultura Trincheras. Asimismo, se cuenta con el sitio Cerro de Las Trincheras conocido como Cerro El Claro (figura 4).

Figura 3. Grabados hechos en piedra



Fuente: elaborado por Jorge Arnaldo Villegas Espinoza.

Figura 4. Ilustraciones donde se localizan las terrazas. (a) Cerro de las Trincheras. (b) (Imagen de Ronald J. Beckwith), reconstrucción artística de una casa típica de Cerro de las Trincheras. El dibujo muestra cómo las casas de postes y ramas fueron cubiertas con lodo para darles una apariencia de adobe. (c) Terraza con vista parte de arriba. (d) Terraza con vista lateral



Fuente: elaborado por Jorge Arnoldo Villegas Espinoza.

4. Discusión

El ejido El Claro presenta una población total de 718 personas, 352 son hombres y 366 son mujeres. Las viviendas presentan diversos servicios básicos, se ve un déficit en los servicios de comunicación e internet. La religión predominante en el ejido es la católica, con 88% (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2020).

De acuerdo con los segmentos de turismo alternativo que se presentan en el ejido, se pueden generar beneficios económicos y sociales para las comunidades y los propietarios de los predios, con la gran ventaja del aprovechamiento de los diversos recursos existentes, como flora, fauna, paisaje, cuerpos de agua, personajes, costumbres, elementos históricos, etc., debiendo considerar este aprovechamiento de una forma sustentable

(Enkerlin y Correa, 1997; Pérez de las Heras, 2003; Garduño Mendoza *et al.*, 2009; Vikneswaran, 2015; Salcido, 2022). Este tipo de turismo es un complemento del desarrollo territorial rural, porque pueden llevarse a cabo diferentes actividades pertenecientes al turismo rural y complementarse de actividades del turismo de aventura y ecoturismo identificados en los resultados de la presente investigación de acuerdo con la información mostrada por Sector (2004). Según el Gobierno de Chile (2015), el propósito de este tipo de turismo rural es mostrar y explicar al turista los procesos de producción tradicional de las fincas agropecuarias y las agroindustrias de algún lugar.

Igualmente, Oropeza Cortés *et al.* (2015) mencionan que este tipo de actividades sirven para promover el desarrollo social económico en la región y mejorar la calidad de vida de la comunidad, y con ello proteger los recursos naturales.

Los sitios de El Pedregoso y el Cerro de las Trincheras entran dentro de la categoría de ecoarqueología. Presentan gran relevancia, derivado de que pertenecen a la época prehispánica de la cultura Trincheras; este tipo de cultura se caracteriza por representar animales (zoomorfos), figuras humanas (antromorfos), grecas, laberintos, figuras geométricas, cuerpos celestes y probablemente olas de mar (Bowen, 1993; Quijada López y Contreras Barragán, 2006, y Quijada, 2013).. A su vez, la cultura Trincheras es conocida por sus cerros con trincheras de piedra que forman terrazas en los cerros, usadas como lugares defensivos, para viviendas y para llevar a cabo la agricultura; también eran utilizadas como sitios de observación, celebración de ceremonias y rituales, según Álvarez Palma (1985). Estos sitios, según datos obtenidos por el centro INAH-Sonora y la State University de Nueva York, datan del año 200 hasta 1 450 d.C., en esta última fecha es cuando colapsa esta cultura por la llegada de los europeos (Quijada y Romo Cedano, 2023; Gobierno del Estado de Sonora, 1993).

México es uno de los líderes en turismo internacional receptivo, con más de veinte millones de turistas ingresados por año a partir de los inicios del siglo XXI (Albet y Benejam, 2000; Benseny, 2007). Las preferencias del mercado para del turismo alternativo se encuentran en Francia, Portugal, Holanda, Bélgica, Alemania, Reino Unido, Australia y Suiza (Instituto de Turismo de España [ITE], 2022).

Reino Unido y Portugal: este perfil vacacional le gusta un entorno natural y la riqueza cultural del destino, le llama la atención para relajarse y desconectarse, no tanto como actividad de riesgo de turismo activo y diversión.

Francia: a este perfil le gusta conocer nuevas culturas, vivir experiencias y aprender. Es un público en busca de turismo activo con aventura y originalidad.

Holanda, Bélgica y Alemania: presentan preferencias similares a las dos anteriores.

Suecia: presentan una preferencia mixta a las anteriores.

Es importante hacer mención de que en la región existen dos tipos de climas: seco y cálido BSOHW(x)(e) y muy seco cálido BWhw(x)(c) (Inafed, 2021). De acuerdo con las normales climatológicas comprendidas del periodo 1950-2010, las mayores precipitaciones se presentan en julio, agosto y septiembre. A su vez, se registran temperaturas máximas de 40 °C en los meses de mayo a octubre (Servicio Meteorológico Nacional [SMN], 2020).

Asimismo, el ejido presenta características diversas de rocas ígneas y metamórficas, entre las cuales se encuentran esquistos y gneises cuarzo feldespáticos del Proterozoico superior, metasamitas y esquistos del Jurásico, así como granito y granodiorita del Terciario. Además, se observan rocas sedimentarias del Cretácico inferior, como intercalaciones de limolita y arenisca, caliza, limolita e intercalaciones de arenisca y lutita. En marcado contraste, se observan exclusivamente rocas sedimentarias del Terciario y sedimentos del Cuaternario (Servicio Geológico Mexicano [SGM], 2000; Comisión Nacional del Agua, 2009, p. 36).

5. Conclusiones

De acuerdo con el objetivo de este trabajo, el ejido presenta recursos naturales como fauna, flora silvestre y recursos histórico-culturales para el desarrollo de tres productos de turismo alternativo: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural, donde en cada uno de éstos se deben considerar las actividades que pueden ser llevadas a cabo de acuerdo con lo identificado. Estos productos deben ser encaminados a fomentar la recreación y conservación de los diversos ecosistemas, para la revalorización de las riquezas

naturales, y con ello ²¹propiciar la generación de empleos e ingresos adicionales la considerar la participación de la sociedad e iniciativa privada en la conservación y manejo de recursos existen de ámbito rural.

Los monumentos El Corralón y cimientos de la Casa Blanca se deben preservar por su historia al reparto agrario, ya que son los pilares del ejido El Claro. Los sitios arqueológicos Cerro de Las Trincheras y El Pedregoso deben ser visitados por un turista interesado en este tipo de recursos, cuidar al personal para atender este tipo de visitante, es importante que estas personas sean capacitadas y se les brinde la información correspondiente de dichos lugares. De los recursos existentes se pueden desarrollar diversas actividades concernientes a la necesidad del turista, considerar casas rurales para hospedarse y convivir con los lugareños y participar en las actividades cotidianas de la comunidad; en este caso, para que participe en la ordeña a mano del ganado bovino o bien en la siembra de cultivos forrajeros. Es importante hacer más estudios enfocados a esta comunidad y con ello poder desarrollar un turismo rural sustentable.

Los ejidatarios deben ser capacitados junto con la comunidad para mantener sus áreas aptas, limpias de todo tipo de basura y vandalismo, se deben establecer las bases para la promoción de un desarrollo sustentable, a partir de un estudio de ordenamiento ecológico en el que se promueva la participación multidisciplinaria de los sectores público, social y privado.

6. Agradecimientos

Agradecemos a la Universidad de Sonora, Campus Santa Ana, al Departamento Académico de Agronomía de la Universidad Autónoma de Baja California Sur, al Centro INAH de Hermosillo, Sonora. A los invaluable guías Anselmo Luque Padilla y Edmundo Nicolás Leyva Ruiz, Amalia Espinoza Ochoa, y diversos ejidatarios de la comunidad que hicieron posible la presente investigación. ¹⁶Igualmente, al doctor Ernesto Ramos Velázquez, profesor-investigador del Departamento de Geología de la Universidad Autónoma de Baja California Sur. A Katerin Nedel Rangel, licenciada en Turismo, a María del Carmen Trujillo Arriola y a la L. C. Ana Denisse Bravo Aguilar por su valiosa aportación.

4. Medidas de accesibilidad en el sector hotelero: estrategias de comunicación en Los Cabos, México

LIZZETH AGUIRRE OSUNA*

CLAUDIA CAROLINA LACRUHY ENRÍQUEZ**

Resumen

El objetivo de esta investigación fue analizar la comunicación de servicios de accesibilidad por parte del sector hotelero en Los Cabos, a fin de determinar si garantiza la observancia de los derechos humanos de todas las personas con discapacidad al permitir decidir desde internet un alojamiento accesible.

Estudio de caso exploratorio, mediante investigación documental y etnografía virtual en la página web corporativa, TripAdvisor, Expedia y Visit Los Cabos con una muestra en cadena de 40 hoteles. La legislación aplicable vigente consagra el derecho al turismo accesible: la política pública tiene objetivos enfocados a la inclusión de minorías e infraestructura.

La comunicación de acciones de accesibilidad del sector hotelero de Los Cabos de las comunidades observadas es principalmente en Expedia y en la página web corporativa de cada establecimiento. TripAdvisor no reporta indicadores de accesibilidad; sin embargo, en opinión de los turistas la mayoría observaron el respeto al derecho humano a la accesibilidad en el establecimiento. Visit Los Cabos proporciona un abanico amplio de datos del establecimiento para la toma de decisiones del viajero, se recomienda incluir apartado de accesibilidad del establecimiento.

* Doctora en Ciencias Jurídicas. Universidad para la Cooperación Internacional, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1413-4854>

** Doctora en Ciencias Administrativas. Instituto Universitario Veracruzano. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4397-326X>

Palabras clave: *Comunicación, medidas de accesibilidad, turismo, derecho al turismo accesible, inclusión.*

1. Introducción

En abril de 2018, el Comité Ejecutivo creado por el Secretario General destacó la necesidad urgente de que el sistema de las Naciones Unidas (2018), mejorara su desempeño con respecto a la inclusión de la discapacidad en el contexto del apoyo a los Estados miembros para lograr la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, no dejar a nadie atrás y llegar primero a los más rezagados. El turismo accesible es una estrategia de competitividad en tiempos de COVID-19.

La Estrategia de las Naciones Unidas (2018), para la Inclusión de la Discapacidad es la base de un progreso sostenible y transformador para la inclusión de la discapacidad en todos los pilares de la labor de las Naciones Unidas. Mediante ella, las organizaciones del sistema de las Naciones Unidas reafirman que la observancia plena y cabal de los derechos humanos de todas las personas con discapacidad es un componente inalienable, indisoluble e indivisible de todos los derechos humanos y libertades fundamentales.

El turismo accesible para todos, de acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (2014), es una forma de turismo que involucra un proceso de colaboración entre Estado, prestadores de servicios turísticos, turistas, que permite a las personas con necesidades especiales de acceso (movilidad, visión, audición y cognición) funcionar libremente, con igualdad y dignidad, debido a una oferta de productos, servicios y entornos de turismo diseñados de manera universal.

El llamado de las Naciones Unidas para un turismo más accesible y resiliente en su reactivación, que garantice el respeto de los derechos humanos de todas las personas con discapacidad hace pertinente una revisión de la comunicación de acciones de accesibilidad que está realizando el sector hotelero en la página web corporativa, TripAdvisor, Expedia y Visit Los Cabos, considerando que es el sector económico preponderante en Los Cabos.

El objetivo de esta investigación fue analizar la comunicación de servicios de accesibilidad por parte del sector hotelero para la toma de decisiones del turista disponibles en internet.

2. Materiales y métodos

Un estudio de caso acorde a Creswell (2013) implica un contexto o escenario real contemporáneo, como es la accesibilidad en el turismo (Yin, 2009). La investigación fue cualitativa con un enfoque exploratorio y descriptivo a partir de Hernández y Mendoza (2018).

Se establecieron dos etapas, la primera en relación con la legislación aplicable vigente en función del derecho al turismo accesible y la segunda sobre la comunicación de acciones.

Etapas 1: La investigación del derecho humano al turismo accesible tiene un enfoque cualitativo a través de la observación no participativa, y el estudio de caso es documental. El plan general para responder las interrogantes es un diseño no experimental, en el que se realizan estudios cualitativos de diseño transversal. Los métodos de interpretación del derecho usados son exegético, dialéctico e histórico. Las técnicas de análisis comienzan por recopilación selectiva de datos, reducción para su identificación, clasificación, síntesis y agrupamiento.

Etapas 2: Etnografía virtual. La etnografía virtual (Rodríguez y Valledor, 2009) y el proceso N-etnográfico de comunidades virtuales propuesto por Sánchez y Ortiz (2017).

- a) Planeación del problema de investigación: se identificó el problema de investigación a partir de las variables de comunicación, accesibilidad, turismo y sector hotelero, posteriormente se realizó una revisión de literatura en las Organizaciones de las Naciones Unidas (2018), Organización Mundial de Turismo (2014) (2020) y Pacto Mundial de las Naciones Unidas y Organización Mundial de Turismo (2016) en relación con buenas prácticas de turismo accesible.

- b) **Entrada a la comunidad:** se seleccionó a 40 hoteles con una muestra en cadena, con las siguientes características: 1. Pertenecen a la Asociación de Hoteles de Los Cabos. 2. Poseen una página web corporativa, perfil de TripAdvisor, Expedia y Visit Los Cabos. 3. Ubicados en el destino turístico de Los Cabos.
- c) **Recolección de datos:** la observación etnografía se efectuó de febrero a marzo del 2022, se analizó cada uno de los perfiles en las páginas web a partir de datos archivados, derivados, de campo y se tomaron notas de la interconexión con la comunidad y otras experiencias. Se elaboró una guía de observación para cada página en función de las acciones detectadas, como se describe en la tabla 1.

Tabla 1. *Guía de observación de comunidades virtuales*

<i>Comunidad</i>	<i>Criterios de observación seleccionados</i>	<i>Establecimiento hotelero</i>	<i>Turista</i>
Página web corporativa	Comunicación de acciones de accesibilidad Menú accesible	×	
Visit Los Cabos	Comunicación de acciones de accesibilidad Menú accesible Información de accesibilidad del destino turístico.	×	
Expedia	Comunicación de acciones de accesibilidad del establecimiento hotelero Comentarios en relación con la accesibilidad para turistas	×	×
Tripadvisor	Comunicación de acciones de accesibilidad del establecimiento hotelero Comentarios en relación con la accesibilidad para turistas	×	×

Fuente: elaboración propia.

- d) **El análisis de datos:** se diseñó una matriz de categorización de variables para cada observación, se tomaron notas para confrontar los hechos observados en la guía y la información que se obtuvo en cada portal. Cada investigación permitió identificar diversos escenarios desde la percepción del turista y la información que proporciona el establecimiento hotelero.

Solamente Expedia reportó una lista con indicadores de facilidades de acceso, se clasificó en atención a la accesibilidad, accesibilidad externa y unidades. Por lo que se procedió analizar con estadística descriptiva, como se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. Facilidades de acceso en Expedia**Lista de indicadores de acceso reportados en Expedia**

Comunicación para atención personalizada
Baño para personas discapacitadas
Señalización Braille.
Notificaciones por timbre y teléfono
Barra de apoyo en la regadera
Facilidades para personas con discapacidad
Puertas con manijas
Regadera
Enchufes bajos en los baños
Tocador adaptado
Mostrador con concierge con acceso a silla de ruedas
Lounge con acceso a silla de ruedas
Sillas de ruedas disponible
Comentarios en relación con la accesibilidad

Fuente: Expedia (2022).

3. Resultados

3.1. Legislación aplicable al derecho al turismo accesible

14 La Declaración Universal de Derechos Humanos (1948), proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en París el 10 de diciembre de 1948, establece los derechos humanos fundamentales que deben protegerse. El artículo 2 consagra que “toda persona tiene los derechos y libertades proclamados, sin distinción de cualquier índole o condición”; el numeral 7 señala que todos tienen derecho a “igual protección contra toda discriminación”; a su vez, el artículo 13 establece que toda persona “tiene derecho a circular libremente en el territorio de un Estado, salir y regresar a su país”, y finalmente el artículo 24 proclama que “toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y vacaciones periódicas pagadas”.

14

El Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (1966), que entró en vigor en México el 23 de junio 1981, establece en el artículo 7.d que:

Los Estados partes en el presente Pacto reconocen el derecho de toda persona al goce de condiciones de trabajo equitativas y satisfactorias que le aseguren en especial: d) El descanso, el disfrute del tiempo libre, la limitación razonable de las horas de trabajo y las vacaciones periódicas pagadas, así como la remuneración de los días festivos.

La Organización Mundial del Turismo (2020), en el Código Ético Mundial para el Turismo, establece un marco de referencia para el desarrollo responsable y sostenible del turismo mundial, aprobado en 1999 por la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, y aunque no es jurídicamente vinculante, incorpora un mecanismo de aplicación voluntaria. El Código Ético Mundial para el Turismo (2001) señala en el punto 2 del artículo 7o.:

52

43

El derecho al turismo para todos debe entenderse como consecuencia del derecho al descanso y al ocio, y en particular a la limitación razonable de la duración del trabajo y a las vacaciones pagadas periódicas, que se garantiza en el artículo 24 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en el artículo 7.d del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.

A su vez el punto 4 de ese mismo numeral establece: “Se fomentará y se facilitará el turismo de las familias, de los jóvenes y de los estudiantes, de las personas mayores y de las que padecen discapacidades”.

14

La Convención Americana de Derechos Humanos (1981), que entró en vigor para México el 24 de marzo 1981, en su artículo 26 compromete a los Estados partes a

adoptar providencias, tanto a nivel interno como mediante la cooperación internacional, especialmente económica y técnica, para lograr progresivamente la plena efectividad de los derechos que se derivan de las normas eco-

nómicas, sociales y sobre educación, ciencia y cultura, contenidas en la Carta de la Organización de los Estados Americanos, reformada por el Protocolo de Buenos Aires, en la medida de recursos disponibles, por vía legislativa u otros medios apropiados.

El propósito de la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (2007) es promover, proteger y asegurar el goce pleno y en condiciones de igualdad de todos los derechos humanos y libertades fundamentales para todas las personas con discapacidad, así como promover el respeto de su dignidad inherente. Uno de los principios de esta convención es la accesibilidad y los Estados parte se comprometieron a adoptar todas las medidas legislativas, administrativas y de otra índole, que sean pertinentes para hacer efectivos los derechos reconocidos. En el artículo 30 se establece que a fin de que las personas con discapacidad puedan participar en igualdad de condiciones en actividades recreativas, de esparcimiento y deportivas, se adoptarán las medidas necesarias, entre ellas asegurar que tengan acceso a instalaciones al igual que las demás personas.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (2011) no consagra explícitamente el derecho al turismo, únicamente consagra en el artículo 11 la libertad de tránsito, y en el 123 el derecho de los trabajadores a vacaciones pagadas. En cuanto a la accesibilidad como derecho humano, se establece en el penúltimo párrafo del artículo 4, al señalar que “toda persona tiene derecho a la movilidad en condiciones de seguridad vial, accesibilidad, eficiencia, sostenibilidad, calidad, inclusión e igualdad”.

De acuerdo con Cázares (2022), el derecho al turismo es un:

... derecho humano de segunda generación de los derechos económicos, sociales y culturales. No se encuentra explícito, pero se infiere de su estructura compleja e integral... está integrada de diversos derechos como son: no discriminación, acceso a la cultura, al medio ambiente sano, al deporte o actividad física, el derecho al desarrollo integral de las personas jóvenes, a la información y difusión de las ideas, libertad de concurrencia, libertad de consumo y libertad de tránsito.

Aunque constitucionalmente México no ha reconocido expresamente el derecho al turismo accesible, si ha adoptado providencias a nivel interno para lograr progresivamente la plena efectividad de estos derechos, buscando a través de disposiciones legales fomentar y facilitar el turismo de las familias, de las personas mayores y de las que padecen discapacidades.

El Programa Sectorial de Turismo 2020-2024 (Prosectur, 2020-2024) reconoce que existen retos y áreas de oportunidad en materia turística. Por ello, el nuevo modelo de desarrollo turístico formula una visión integral, incluyente y de responsabilidades compartidas con los actores clave, promoviendo acciones concretas para hacer frente a las diversas condiciones que el sector presenta.

En el Prosectur 2020-2024 (2020) se determinan las acciones a instrumentar a partir de sus cuatro objetivos prioritarios:

- a) Garantizar un enfoque social y de respeto de los derechos humanos en la actividad turística del país.
- b) Impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos turísticos de México.
- c) Fortalecer la diversificación de mercados turísticos en los ámbitos nacional e internacional.
- d) Fomentar el turismo sostenible en el territorio nacional.”

51

La Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad define, en el artículo 2, accesibilidad como:

las medidas pertinentes para asegurar el acceso de las personas con discapacidad, en igualdad de condiciones con las demás, al entorno físico, el transporte, la información y las comunicaciones, incluidos los sistemas y las tecnologías de la información y las comunicaciones, y a otros servicios e instalaciones abiertos al público o de uso público, tanto en zonas urbanas como rurales.

18 La Ley Federal del Turismo dispone en el artículo 18 que la Secretaría de Turismo, con el apoyo y en coordinación de las dependencias y entidades competentes, promoverá la prestación de servicios turísticos con accesibi-

lidad, que tengan por objeto beneficiar a la población con alguna discapacidad. A su vez, el numeral 19 señala que los prestadores de servicios turísticos deberán proveer lo necesario, para que las personas con discapacidad cuenten con accesibilidad a los servicios en condiciones adecuadas. La misma obligación tendrán las autoridades respecto de los sitios culturales con afluencia turística.

A nivel local, la Ley de Turismo para el Estado de Baja California Sur (2021) establece en su artículo 5, fracción XXX, que el turismo accesible “es una política pública que incorpora el principio de accesibilidad a través del diseño universal, en las instalaciones turísticas de manera que las personas con discapacidad y los adultos mayores, puedan acceder a las instalaciones en igualdad de condiciones, con la mayor autonomía posible”.

Finalmente, coincidimos con Guamán, Guamán y Mancheno (2019) a que “la accesibilidad es un derecho que todos los habitantes del planeta tienen, por lo que se permitiría disfrutar de un producto o servicio sin importar su condición física” (p. 29).

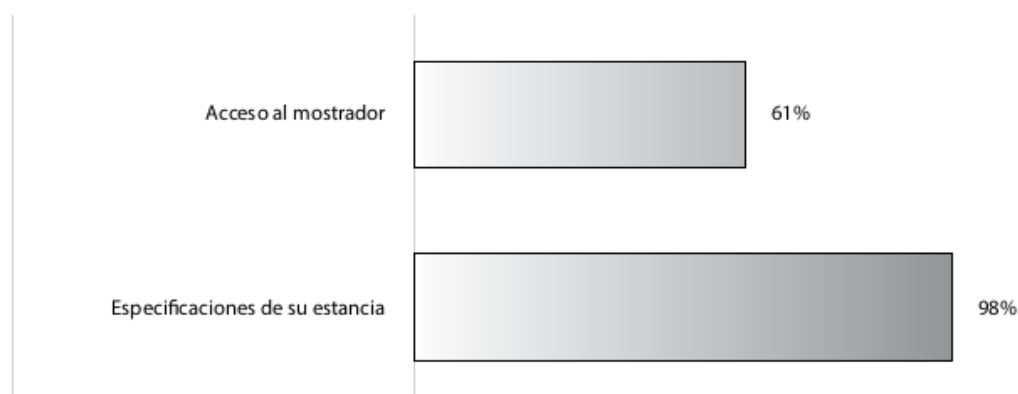
Los resultados preliminares muestran que los hoteles reportan la accesibilidad de sus servicios solamente en Expedia con un promedio 20 indicadores; Tripadvisor no reporta indicadores de accesibilidad, sin embargo, usuarios en comentarios han solicitado se incluya en el perfil; algunas páginas web corporativas muestran en su menú acceso a silla de ruedas, piden se comuniquen para más información y Visit Los Cabos ofrece una guía de transporte y accesibilidad. A continuación describen cada uno de ellos.

3.2. Expedia

Expedia reportó una lista con indicadores; para fines del estudio se clasificó en: atención para la accesibilidad, accesibilidad externa y amenidades.

- a) Atención para la accesibilidad: 98% solicita que se contacten para brindar una asesoría personalizada con las especificaciones de su estancia y 61% reportó acceso al mostrador.

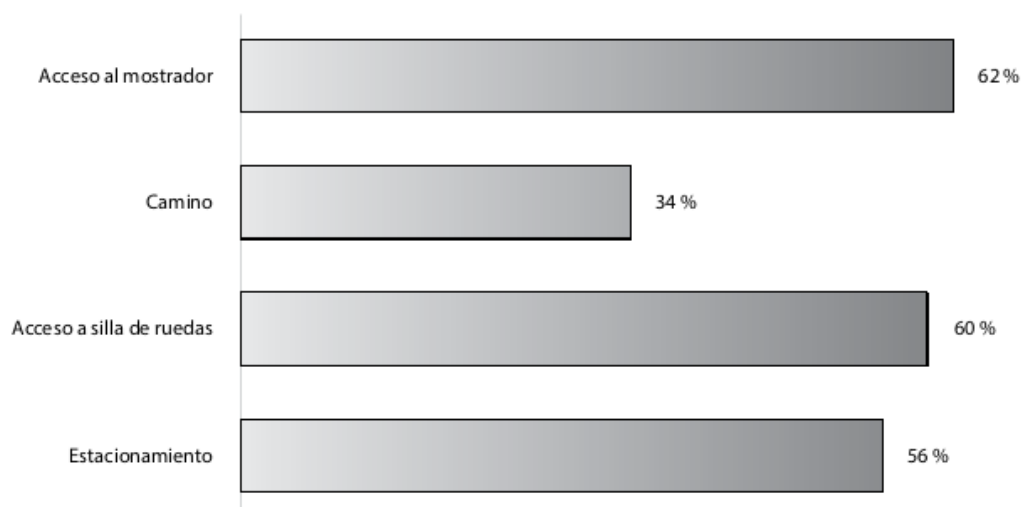
Gráfica 1. Comunicación de accesibilidad en atención



Fuente: elaboración propia a partir de Expedia (2022).

- b) **Accesibilidad externa:** se observó en orden de relevancia, (1) baño público (62%), (2) acceso a silla de ruedas (60%), (3) estacionamiento (56%) y (4) camino (34%).

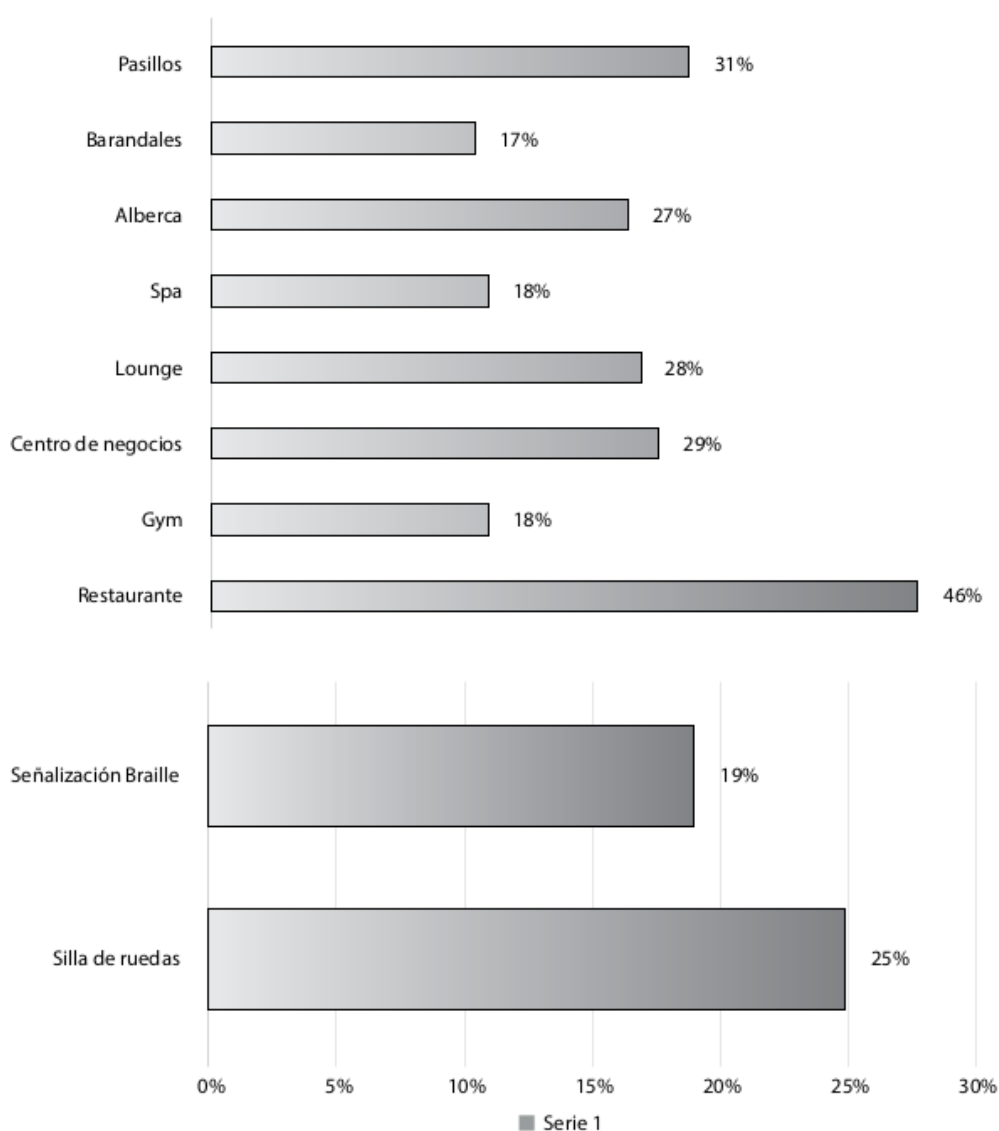
Gráfica 2. Comunicación de accesibilidad en acceso externo



Fuente: elaboración propia a partir de Expedia (2022).

- c) **Amenidades:** los establecimientos hoteleros se reportaron accesibilidad en restaurante, 46%, pasillos, 31%, Centro de negocios, 29%, lounge, 28%, alberca, 27%, spa, 18% y barandales, 17%.

Gráfica 3. Comunicación de accesibilidad en amenidades



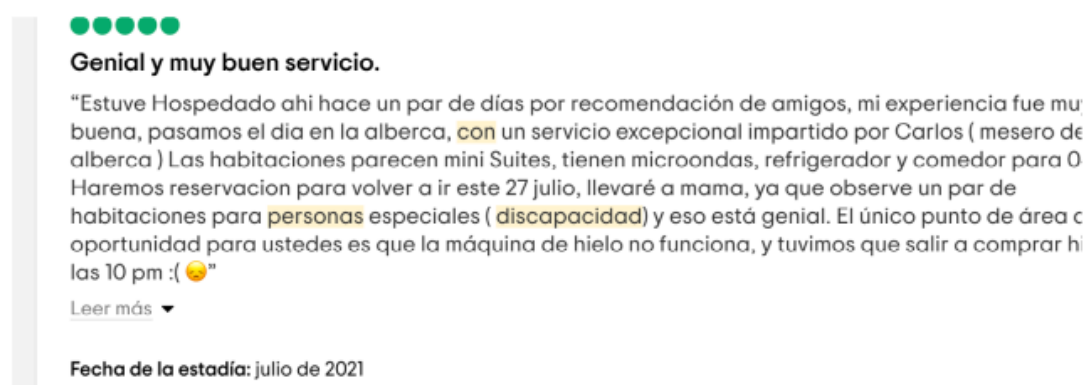
Fuente: elaboración propia a partir de Expedia (2022).

3.3. Tripadvisor

En Tripadvisor, el perfil del hotel informa sobre la evaluación de opiniones, en ubicación, limpieza, servicio, calidad y precio, así como servicios del establecimiento, características de la habitación, tipos de habitación, ubicación, categoría del hotel, enlaces y las opiniones de los turistas. No se ob-

servó comunicación de acciones de accesibilidad en el perfil de TripAdvisor. Desde la percepción del turista algunas opiniones mencionan que “ observan un par de habitaciones con accesibilidad” (figura 4).

Figura 4. Opinión de turista en TripAdvisor



●●●●●

Genial y muy buen servicio.

“Estuve Hospedado ahi hace un par de días por recomendación de amigos, mi experiencia fue muy buena, pasamos el día en la alberca, con un servicio excepcional impartido por Carlos (mesero de alberca) Las habitaciones parecen mini Suites, tienen microondas, refrigerador y comedor para 0 Haremos reservacion para volver a ir este 27 julio, llevaré a mama, ya que observe un par de habitaciones para personas especiales (discapacidad) y eso está genial. El único punto de área c oportunidad para ustedes es que la máquina de hielo no funciona, y tuvimos que salir a comprar hi las 10 pm :(😞”

[Leer más](#) ▾

Fecha de la estadía: julio de 2021

Fuente: Tripadvisor (2022).

3.4. Página web corporativa

En las páginas web corporativas recomiendan contactar a reservaciones para información adicional, más no cuentan con en el menú la opción de accesibilidad. Algunos de los hoteles en *amenities*, mencionan el acceso a silla de ruedas, pero sin especificaciones concretas.

Amenities

- | | | |
|--|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Room Service | <input checked="" type="checkbox"/> Car Rental | <input checked="" type="checkbox"/> Beachfront |
| <input checked="" type="checkbox"/> 24 hour front desk | <input checked="" type="checkbox"/> Cable/Satellite TV | <input checked="" type="checkbox"/> Fitness Center |
| <input checked="" type="checkbox"/> Restaurant | <input checked="" type="checkbox"/> Hot Tub or Spa | <input checked="" type="checkbox"/> Concierge |
| <input checked="" type="checkbox"/> Wheelchair Access | <input checked="" type="checkbox"/> Babysitting Services | <input checked="" type="checkbox"/> Swimming Pool - Outdoor |
| <input checked="" type="checkbox"/> Internet Access - Free Public Access | <input checked="" type="checkbox"/> ATM Machine | <input checked="" type="checkbox"/> Tennis Court |
| <input checked="" type="checkbox"/> Security Guard | <input checked="" type="checkbox"/> Currency Exchange | <input checked="" type="checkbox"/> Ice Machine |
| <input checked="" type="checkbox"/> Parking - Valet | <input checked="" type="checkbox"/> Dry cleaning service | <input checked="" type="checkbox"/> Waterfront |
| <input checked="" type="checkbox"/> Business Center | <input checked="" type="checkbox"/> Lounge/Bar | |

Fuente: elaboración propia.

3.5. Visit Los Cabos

En Visit Los Cabos (2022), en la barra del menú principal brindan información sobre lugares que visitar, qué hacer, eventos, restaurantes, hospedaje, planes, Los Cabos te cuida y COVID-19, es decir, no se identificó comunicación de acciones de accesibilidad en la primera vista; sin embargo, en la búsqueda a profundidad se ofrece una guía de transporte y accesibilidad en el destino. El perfil de los hoteles muestra datos de contacto, categoría, tipo, descripción, mapa, general de las amenidades e instalaciones.

Figura 6. Portal de Visit Los Cabos



Transporte y Accesibilidad

Fuente: Visit Los Cabos (2022). Transporte y accesibilidad.

4. Discusión

El turismo accesible involucra un proceso de colaboración entre Estado, prestadores de servicios turísticos y turistas, para permitir a las personas con necesidades especiales de acceso²⁶ (movilidad, visión, audición y cognición) que funcionen libremente, con igualdad y dignidad, debido a una oferta de productos, servicios y entornos de turismo diseñados de manera universal.

Constitucionalmente, México no ha reconocido expresamente el derecho al turismo accesible, pero ha adoptado providencias, a nivel interno para lograr progresivamente la plena efectividad de estos derechos, buscando a través de disposiciones legales fomentar y facilitar el turismo de las familias, de las personas mayores y de las que padecen discapacidades.

La Ley Federal del Turismo dispone que se promoverá la prestación de servicios turísticos con accesibilidad, y obliga a los prestadores de servicios turísticos y a las autoridades respecto de los sitios con afluencia turística a que las personas con discapacidad cuenten con accesibilidad en condiciones adecuadas.

La comunicación de acciones de accesibilidad del sector hotelero de Los Cabos en las comunidades observadas es principalmente en Expedia y en la página web corporativa de cada establecimiento.

TripAdvisor no reporta indicadores de accesibilidad, sin embargo, en las opiniones los turistas hacen comentarios al respecto: la mayoría sí observaron accesibilidad en el establecimiento.

Por su parte, Visit Los Cabos proporciona un abanico amplio de datos del establecimiento para la toma de decisiones del viajero; es recomendable incluir el apartado de accesibilidad del establecimiento.

5. Conclusiones

El turismo accesible es un derecho humano que deben respetar tanto las autoridades como los prestadores de servicios turísticos.

La comunicación de las acciones de accesibilidad disponibles en sus habitaciones, centros de consumo, transporte, capacitación y servicios está limitada a Expedia.

Como futuras líneas de investigación se requiere un diagnóstico y estrategias de comunicación de accesibilidad adicional a los esfuerzos de comunicación actuales considerando que están enfocados en medidas de bioseguridad; con ello se contribuyó a la reputación online de un destino seguro en tiempos de pandemia; la comunicación de acciones es una estrategia de competitividad, basado en que un turista toma decisiones por medio de la

información disponible en internet, por lo que el destino precisa de la construcción de una reputación online de accesibilidad.

6. Bibliografía

- Cázares, C. (2022), El turismo y los derechos humanos económicos, sociales y culturales (DESCA) en México. *Universos Jurídicos. Revista de derecho público y diálogo multidisciplinaria*, 9(17), noviembre 2021-abril 2022, ISSN 2007-9125.
- Código Ético Mundial para el Turismo (2001), artículo 7, puntos 2 y 4. 21 de diciembre de 2001.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (2021), artículos 1, 4, 11, 123. 28 de mayo de 2021.
- Convención Americana de Derechos Humanos (1981), artículo 26. 24 de marzo 1981, [https://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/Programas/TrataPersonas/MarcoNormativoTrata/ InsInternacionales/Regionales/Convencion_ADH.pdf](https://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/Programas/TrataPersonas/MarcoNormativoTrata/InsInternacionales/Regionales/Convencion_ADH.pdf)
- Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (2007), artículo 1, 30. 24 de octubre de 2007.
- Creswell, J. (2013) *Qualitative Inquiry Design: Choosing among Five Approaches*. Sage Publications.
- Declaración Universal de Derechos Humanos (1948) Artículos 2, 7, 13, 24. 10 de diciembre de 1948.
- Expedia. (2022). Hoteles de Los Cabos. <https://www.expedia.mx/>
- Guamán, A., Guamán, M., y Mancheno, J. (2019). Análisis del turismo accesible en la industria hotelera en la ciudad de Ambato. *Dominio de las Ciencias*, 5(2) 28-43. DOI
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativas, cualitativa y mixta*. Mc Graw-Hill.
- Ley de Turismo para el Estado de Baja California Sur (2021), artículo 5. 31 de julio de 2021. Recuperado de <https://www.cbcs.gob.mx/index.php/cmPLY/1559-ley-turismo-bcs>
- Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad (2018), artículo 2. 12 de julio de 2018. Recuperado de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGIPD_120718.pdf
- Ley General de Turismo (2019), artículos 18, 19. 21 de julio de 2019. Recuperado de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGT_310719.pdf
- Organización de las Naciones Unidas (2018), Estrategia de las Naciones Unidas para la inclusión de la discapacidad, Recuperado de https://www.un.org/en/content/disabilitystrategy/assets/documentation/ UN_Disability_Inclusion_Strategy_spanish.pdf
- (2020). Inclusión de la discapacidad en el sistema de las Naciones Unidas. Recuperado el 2 de junio de 2021 de https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/spun_disability_inclusion_strategy_report_01.pdf

5. Integración ¹ de una empresa comunitaria de aviturismo en San Antonio de la Sierra, Reserva de la Biosfera Sierra la Laguna, Baja California Sur, México

JOSÉ EMER GARCÍA DE LA PUENTE*

MIGUEL ÁNGEL OJEDA-RUIZ**

CLAUDIA LACRUHY***

Resumen

A nivel mundial, ante la pérdida del capital natural a consecuencia de impactos ambientales y antropogénicos, en las últimas décadas se fortalece, como estrategia para la conservación del ecosistema, la biodiversidad, sustentabilidad ambiental y social, la implementación de áreas naturales protegidas (ANP). Baja California Sur destaca por ser el estado de mayor extensión terrestre y marina protegida en México, donde la Reserva de la Biosfera Sierra la Laguna (Rebislá) destaca por su importancia en la protección de ecosistemas únicos como el bosque de pino-encino, especies endémicas y la recarga de los mantos acuíferos que contribuyen al desarrollo de los municipios de La Paz y Los Cabos, ya que registra el mayor nivel de precipitación del estado. Sin embargo, la falta de recursos para el sostén de la ANP y la limitación de actividades económicas han puesto en riesgo a las comunidades que la habitan, e inclusive la ¹ropia operatividad de la reserva. Por ello, el presente proyecto desarrolló una estrategia de diversificación económica sostenible, basada en el uso racional y responsable del patrimonio cultural y natural, involucrando a los lugareños en la ruta de integración de un emprendimiento social que utiliza el aviturismo como servicio ancla.

* Maestro en Administración Estratégica. Universidad Autónoma de Baja California Sur.

** Doctor en Ciencias Marinas. Centro Interdisciplinario de Ciencias Marinas. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3578-2826>

*** Doctora en Ciencias Administrativas. Instituto Universitario Veracruzano. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4397-326X>

La metodología incorporó estudios biológicos y ciencia participativa para identificar y documentar el capital avifaunístico; aplicación de encuestas para determinar aspectos socioeconómicos de los pobladores e identificar medios de sustento y actividades alternativas en uso. Se realizaron talleres participativos donde se desarrollaron el modelo de negocio, las estrategias de organización y mercadotecnia, y elementos clave de la imagen corporativa, incluyendo misión, visión, valores y principios. Entre los resultados destacan la integración de la empresa, la delimitación de senderos, el plan de negocios, una guía rápida de las aves de la región, la capacitación de guías locales, el manual de imagen corporativa y la página web de la organización que ya probó con éxito el modelo propuesto. Para el trazo de senderos se consideraron las brechas existentes de para reducir impactos e incluir los tres hábitats presentes en la reserva. Entre las recomendaciones destacan la construcción de un centro de visitantes que permita llevar un control en el acceso de visitantes y sea utilizado como espacio de venta para los productos elaborados en la región; así como desarrollar un estudio de capacidad de carga de acuerdo con las normas correspondientes, para garantizar la viabilidad ambiental en el largo plazo.

1

Palabras clave: *Sierra la Laguna, observación de aves, emprendimiento social, actividades alternativas, diversificación económica.*

1

1. Introducción

Hoy en día la pérdida del capital natural ha estado directamente relacionada con el crecimiento de la población humana, de la actividad industrial, de la mancha urbana, de la depredación de los recursos naturales, entre otros vectores relevantes (Altieri y Nicholls, 2008). Estos procesos de pérdida están fuertemente ligados a centros urbanos, provocando diferenciales de oportunidad que originan exclusión, aislamiento y decrecimiento de comunidades rurales e indígenas, que no logran insertarse en los motores y actividades económicas de las principales ciudades (Leff, 2010).

Una estrategia para la conservación del ecosistema y su biodiversidad son las áreas naturales protegidas, reservorios de patrimonio ambiental,

1 cultural e histórico del planeta y en particular de las comunidades que habitan en ellas, y que coexisten estrechamente ligadas con la naturaleza que forja y enriquece folclor y tradiciones a través de años, en algunos casos cientos o miles (Vázquez-Villa *et al.*, 2020). Estas comunidades han sido consistentes en la defensa y preservación de los biomas y su riqueza, jugando un rol fundamental en el funcionamiento de las ANP (Halffter, 1984.), particularmente en países como el nuestro. Irónicamente, a pesar de los buenos resultados en conservación que hoy se relacionan con las reservas, las adversidades para su operación se incrementan por diversos factores entre los que destacan el conflicto de intereses entre diversos sectores y los constantes recortes presupuestales por parte de los gobiernos (Toledo, 2005).

1 No obstante, la presión sobre las ANP también ha aumentado en los últimos años, siendo el mayor problema el conflicto de usos permitidos, lo que lleva a conflictos entre autoridades y potenciales usuarios privados (Oviedo-García *et al.*, 2019). En este sentido, algunas comunidades han encontrado actividades económicas alternativas sustentables para obtener recursos económicos que les permitan reducir la vulnerabilidad, permanecer en sus localidades, mejorar su calidad de vida con acciones que los motivan a proteger los recursos naturales y su aprovechamiento sustentable (Palomo *et al.*, 2017). Destacan proyectos productivos y ecoturísticos sustentables que han ayudado a mejorar el empoderamiento de los habitantes de las reservas y el modelo de gobernanza que contempla la protección de los ecosistemas, la flora y la fauna (Pullin *et al.*, 2013).

En este renglón sobresale el turismo sostenible en sus modalidades de naturaleza, dentro de la cual el aviturismo destaca como la de mayor crecimiento en nuestro país en los últimos 20 años. Esta actividad consiste en observar (avistar) aves, lo cual involucra llevar a visitantes aficionados a su observación (*birdwatchers* en inglés) a sitios propicios para encontrar diferentes especies. Dicha actividad ha probado ser una estrategia para el desarrollo comunitario y la conservación de las aves en diversos puntos del mundo como los Himalayas (Laiolo, 2004), Colombia (Ocampo-Peñuela y Winton, 2017), Perú (Puhakka *et al.*, 2011) y Botswana (Stone y Rogerson, 2011), sólo por mencionar algunos ejemplos.

Este segmento de turistas demanda servicios diversos como hospedaje, alimento, transporte, pero particularmente el de guías locales que estén

versados en la diversidad de especies y los sitios en los que habitan. El observador de aves promedio corresponde por lo general a un perfil de clase media alta y alta (Cantú *et al.*, 2020). Respecto a la nacionalidad predominan turistas estadounidenses, canadienses e ingleses (Cantú *et al.*, 2011 y 2020).

La observación de aves en México es considerada una actividad económica reciente; fue hasta mediados de 1950 cuando se publicaron las primeras guías de identificación de las aves de México, lo cual impulsó el interés por parte de extranjeros y mexicanos por conocer aves en su ambiente natural. En los años sesenta como resultado del crecimiento acelerado de la observación de aves en Estados Unidos comenzaron a llegar tours a nuestro país procedentes de ese país y de Canadá principalmente (Gómez de Silva y Álvarado, 2020).

En el 2006 se realizó la primera investigación sobre la cantidad de observadores de aves en México: extranjeros y mexicanos, y la derrama económica de esta actividad (Gómez de Silva, 2008). En 2019 se realizó un análisis del crecimiento del aviturismo, resultando en un crecimiento de 600%, que equivale a una derrama económica total de 329 083 680 dólares y un registro de 1 183 095 avituristas (Cantú *et al.*, 2020). La conectividad y cercanía que existe entre México y Estados Unidos, donde se concentra la demanda, dan ventaja competitiva a nuestra nación con relevantes oportunidades para captar beneficios económicos (Gómez de Silva, 2010).

Esfuerzos y antecedentes importantes para el desarrollo del aviturismo nos permiten plantear que es una actividad que se encuentra creciendo de forma importante en empresas nacionales e internacionales, incluso presentes en internet, en diversos buscadores nacionales e internacionales (González-Kuk, 2018). En algunos casos, esta actividad ha sido adoptada por comunidades rurales como una alternativa de diversificación económica, fuente de ingresos complementaria/principal a las actividades económicas preponderantes del lugar. Destacan lugares como la reserva de Montes Azules en Chiapas, Sótano de las Golondrinas en San Luis Potosí, Celestún en Yucatán, entre otros (Cantú *et al.*, 2020).

En relación con ello, en México existen manuales de capacitación para guías de observadores de aves y organizaciones que imparten talleres de capacitación (Mackinnon, 2004). Sin embargo, éstos carecen de elementos clave como son información relevante del sitio, listas de especies (*checklist*)

con las especies potencialmente observables en la cada zona, buenas prácticas de observación de acuerdo con la capacidad de carga local, y cuidados particulares por el entorno y las especies en específico.

Para el caso específico de Baja California Sur (BCS), las estadísticas de visitantes extranjeros señalan que más de 90% provienen de los Estados Unidos. Considerando lo planteado por la World Trade Organization (WTO), el ecoturista estadounidense demanda en orden de importancia: excelentes guías locales, viajar en grupos reducidos, áreas con poca gente, educación/información, excelente alimentación y excelente alojamiento (WTO, 2002). Por tanto, cualquier iniciativa de aviturismo debe incluir la capacitación del personal que conducirá los tours de observación (García de la Puente y Cruz, 2015).

En BCS se tienen registros de 434 especies de aves de las 1 091 registradas en México, es decir, 40% del total de especies observables en el país utiliza como hábitat, permanente o de estación, la porción sur de la península. El estado sobresale por su ubicación estratégica en la ruta migratoria del pacífico, y debido a sus hábitats relictos, un considerable número de endemismos existen, como son la mascarita peninsular (*Geothlypis beldingi*), el cuicacoche peninsular (*Toxostoma cinereum*), el colibrí de Xantus (*Hylocharis xantusii*), la gaviota de patas amarillas (*Larus livens*), el junco de Bairdii (*Junco bairdii*) y el mirlo albricia (*Turdus migratorius consfinis*) (Erickson y Howell, 2001), las cuales son consideradas especies objetivo por los avituristas. Además, la entidad cuenta con una amplia diversidad de ambientes y ecosistemas de interés turístico y de conservación, que incluyen una amplia franja marítimo-terrestre que presenta puntos clave en la ruta migratoria de diversas especies acuáticas.

Entre los municipios de Los Cabos y La Paz se ubica la Reserva de la Biosfera Sierra La Laguna (Rebisla), considerada baluarte natural por la diversidad que alberga en sus 4 ecosistemas, sobresaliendo un bosque endémico de pino-encino. Es la región con mayor nivel de precipitación y fuentes de agua dulce del estado, con un papel relevante en la recarga de los acuíferos que abastecen los municipios de La Paz y Los Cabos. Debido sus características geográficas, geológicas y climáticas, cuenta con un número considerable de especies endémicas tanto en flora como en fauna, destacando el pino de la laguna (*Pinus lagunae*), el álamo weribo (*Populus brande-*

geei), el encino arrollero (*Quercus brandegeei*), la araña errante de la laguna (*Califorctenus cacachilensis*), la musaraña de la laguna (*Sorex lagunae*), entre otras. En lo que a avifauna se refiere, se destacan más de 180 especies de aves de las cuales 3 especies y 15 subespecies son endémicas (Rebman y Roberts, 2012).

Dentro de la Rebisla se asienta la comunidad de San Antonio de la Sierra, la cual cuenta con alto potencial para la observación de aves debido a su diversidad de hábitats, aislamiento geográfico, orografía y altitud. Es el sitio dentro de la reserva con mayor número de registros de avituristas en plataformas digitales y sobre todo, la disposición de los habitantes de llevar a cabo la actividad (Ojeda *et al.*, 2018). Por esto las visitas de observadores de aves van en aumento año con año, a pesar de que no se cuenta con un sistema local de control efectivo del flujo turístico debido a la falta de recursos de la Conanp, dependencia federal afectada por los recortes tanto presupuestales como de plantilla.

Todo lo anterior ha puesto a la región de San Antonio de la Sierra en la mira de avituristas, siendo hoy sitio con el mayor número de avistamientos de las especies bandera de la actividad en Baja California Sur, en un giro, del turismo de naturaleza que hoy en día es considerado entre los de mayor crecimiento a nivel internacional.

Considerando que la Rebisla no es ajena a los retos presupuestales de las ANP, además de presiones externas y que cuenta con una comunidad de habitantes comprometida, pero que enfrenta periódicamente problemas económicos, se ha desarrollado un programa implementado en diversas etapas desde 2019, en todas ellas la intervención incluye la participación de triple hélice incluyendo a la comunidad, la Universidad Autónoma de Baja California Sur y del Gobierno. Este último, con la orientación legal y apoyo con fondos a concurso de la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conanp) del programa Procodes. El presente capítulo presenta de forma resumida los trabajos realizados durante el año 2020, que tenían el propósito de diseñar e implementar una estrategia de diversificación económica sostenible, basada en el uso racional y responsable del patrimonio cultural y natural, involucrando a sus habitantes en la ruta de integración de un emprendimiento social que utiliza el aviturismo como servicio ancla.

2. Metodología

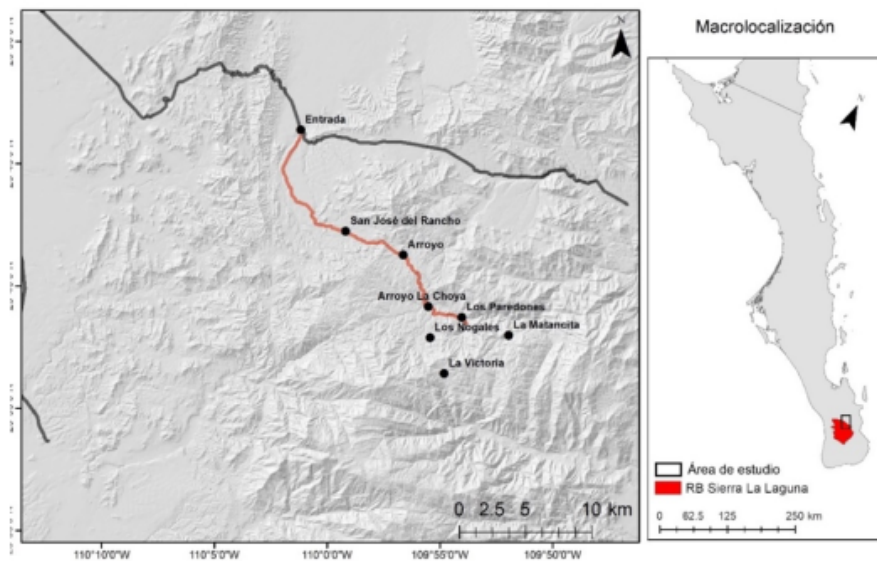
2.1. Área de estudio

1 El área de estudio comprende la región San Antonio de La Sierra, conformada aproximadamente por un total de 1 600 hectáreas, la cual se encuentra ubicada a 14 km hacia el sur del poblado de San Antonio sobre la carretera transpeninsular, y sobresale por estar dentro del polígono del ANP de Sierra La Laguna, Baja California Sur, México (figura 1). Debido a sus características físicas posee dos ambientes únicos en el estado: la selva baja caducifolia y el bosque de pino encino (Rzedowsky, 1978), presentes debido principalmente a su altitud de 1 300 mt/snm y su latitud dentro de los trópicos.

Geológicamente se compone de formaciones rocosas de sierra alta y al estar emplazado en la región hidrológica de B. C. Sureste y en cuanto a suelo se refiere edafológicamente formado por suelos de tipo regosol con presencia de rocas ígneas intrusivas (Semarnat, 2010).

En la actualidad, la población de San Antonio de la Sierra está compuesta en su totalidad por rancherías que no desarrollan actividades económicas permanentes durante el año, los habitantes de la región realizan la ganadería expansiva en pequeños rebaños principalmente de ganado vacuno y caprino, y la agricultura de huertas familiares con producciones muy pequeñas; esta falta de actividades económicas ha contribuido al abandono paulatino de la región, especialmente de jóvenes que buscan oportunidades en centros poblacionales cercanos (Ojeda *et al.*, 2018).

Figura 1. Mapa de Localización de la zona de estudio



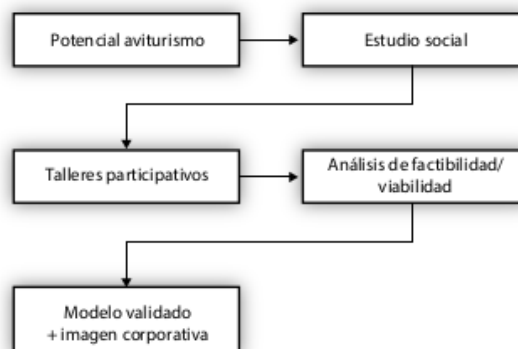
Fuente: elaboración propia.

2.2. Metodología

1

La investigación es mixta a partir de Hernández y Mendoza (2014) con alcance exploratorio y descriptivo a través de un estudio de caso intrínseco acorde a Creswell (2013), de corte longitudinal, iniciando en 2019 a diciembre del 2021. La etapa que se presenta se desarrolló en 2020, con atención a las etapas que se presentan en la figura 2.

Figura 2. Diagrama general de la metodología aplicada, por etapa



Fuente: elaboración propia.

1

2.2.1. Estudio de potencial avifaunístico

Para obtener el listado potencial de aves que se pueden observar en el área se realizó una compilación por diferentes medios que incluyeron: (1) páginas en la red electrónica www.ebird.com y con los datos recabados por el laboratorio de conservación del hábitat y especies clave de la UABCS extensión Los Cabos de 2015 a 2020, en las cuales se identificaron todas las especies presentes. Dicho listado contiene los nombres científico, común y en inglés.

Posteriormente, con base en el listado obtenido y aunado al análisis de los resultados de los monitoreos de aves en la zona por el Laboratorio de Conservación del Hábitat y Especies clave, se seleccionaron los tramos de terracería ya existentes que fungen actualmente como sendero, con la intención de evitar el impacto que pudieran ocasionar tramos nuevos. Dichos tramos están divididos en tres segmentos según los hábitats existentes, y fueron caracterizados según las especies que se pueden encontrar dentro de ellos. Cuentan con tres puntos de caminata y búsqueda intensiva debido a su alta probabilidad de observación de especies objetivo de acuerdo con la factibilidad de “complacer” a los avituristas (García de la Puente, 2015).

1

2.2.2. Estudio socioeconómico y de conocimiento local

Ante la ausencia de datos sociodemográficos específicos de la zona en la que se desarrolla el sendero y en el que participan habitantes de la región, se desarrolló un estudio primario y de conocimiento local a partir de encuestas. Para tal efecto se diseñó un cuestionario semiestructurado con 66 preguntas, que articula siete dimensiones: datos personales, demografía, turismo y desarrollo comunitario, aspectos económicos, relación de compradores, articulación comercial, y diversificación económica (Marín-Monroy y Ojeda-Ruiz, 2016; Armenta-Cisneros *et al.*, 2021). Se aplicó a los pobladores de la región a manera de censo, a los ocho ranchos establecidos en la región San Antonio de la Sierra en el Área Natural Protegida Sierra la Laguna. Los cuestionarios se aplicaron de manera personal, con una duración aproximada de hora y media, de octubre a noviembre de 2021. El instrumento incluyó un protocolo ético en el que se solicitaba autorización para el uso de la información en el proyecto y para fines académicos. La información

recopilada se analizó por medio de estadística descriptiva en Excel. Los resultados fueron socializados con la comunidad (Skelton, 2008).

2.2.3. Propuesta de modelo de negocios

El modelo de negocio se diseñó por medio de un guion semiestructurado con la finalidad de identificar los nueve módulos del Modelo de Negocio Canvas de Osterwalder y Pigneur (2014), en el contexto de la empresa comunitaria. Primero se realizaron dos entrevistas con un guion semiestructurado a dos expertos (tabla 1), el primero representante de la comunidad de San Antonio de la Sierra y el segundo un experto de aviturismo de la Universidad Autónoma de Baja California Sur.

1

Tabla 1. Guion semiestructurado para entrevistas

<i>Variables</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Número de preguntas</i>
Actividades de aviturismo	Potencial de especies endémicas	2
Módulos de modelo de negocio	Propuesta de valor	3
	Segmento de mercado	3
	Relaciones con el cliente	3
	Canales de distribución	3
	Flujos de ingreso	3
	Actividades clave	3
	Recursos clave	3
	Aliados clave	3
	Estructura de costos	3

Fuente: elaboración propia.

1

El esfuerzo se completó y validó con la participación de la comunidad en dos talleres participativos bajo la guía de profesores de la UABCS que instaron a los participantes de la comunidad residente a proponer ideas de negocio a partir de sus recursos disponibles, tomando como modelo el método Lean Startup (Fernández y Rodríguez, 2018). El modelo producto de este esfuerzo se utiliza en la puesta en marcha de la empresa comunitaria. El modelo fue puesto en operación por semanas al inicio de la pandemia, mostrando ser factible y viable.

1 2.2.4. Plan de negocios

El plan de negocio se elaboró a partir de la metodología de Alcaraz (2020) y se correlacionó con el modelo de negocio de Canvas, para el desarrollo posterior de cinco etapas para la creación de la empresa comunitaria. Para cada una de las etapas se realizó una observación directa, los resultados del estudio socioeconómico y los talleres participativos (figura 3), además de una investigación de mercado realizada en 2020 en el estudio de potencial avifaunístico de Los Cabos.

1
Figura 3. Talleres de emprendimiento social participativo en San José del Rancho, con la asistencia de la comunidad residente



Fuente: elaboración propia.

2.2.5. Asesoría para el desarrollo de imagen corporativa

Para la imagen corporativa, acorde al potencial de aviturismo y las especies endémicas de la región se propusieron tres diseños de logo, tratando de consensar una especie bandera; la comunidad eligió al carpintero endémico *Melanerpes formicivorus*, posteriormente se procedió a realizar el eslogan y la colorimetría para el diseño de imagen corporativa *ad hoc* al logotipo seleccionado.

3. Resultados

3.1. Estudio avifaunístico

De la búsqueda bibliográfica, en redes y en trabajos previos se obtuvo un listado final de 132 especies sólo para la región de San Antonio de la Sierra, sobresaliendo 3 especies endémicas y 15 subespecies endémicas de las cuales 11 están restringidas sólo en el área de la reserva (tabla 2).

Tabla 2. Especies y subespecies endémicas objetivo dentro del sendero

Nombre común	Nombre en inglés	Nombre científico
Tecolote enano del Cabo	Elf Owl	<i>Micrathene whitneyi sandfordi</i>
Búho enano del Cabo	Cape Pygmy Owl	<i>Glaucidium gnoma hoskinsii</i>
Paloma encinera del Cabo	Band-tailed pigeon	<i>Patagioenas fasciata vioscae</i>
Carpintero bellotero	Narrow-fronted Acorn Woodpecker	<i>Melanerpes formicivorus angustifrons</i>
Baja palos pecho blanco	White-breasted Nuthatch	<i>Sitta carolineensis lagunae</i>
Carbonero encinero	Oak Titmouse	<i>Baeolophus inornatus cineraceus</i>
Zafiro de Xantus	Xantu's hummingbird	<i>Basilinna xantusii</i>
Pibí de La Laguna	Western Wood-Pewee	<i>Contopus sordidulus peninsulae</i>
Mosquero californiano amarillo	Pacific-slope flycatcher	<i>Empidonax difficilis cineritius</i>
Vireo reyezuelo de La Laguna	Hutton's vireo	<i>Vireo huttoni cognatus</i>
Vireo de Cassin de San Lucas	Cassin's vireo	<i>Vireo cassinii lucasanus</i>

Vireo gorjeador de La Laguna	Warbling vireo	<i>Vireo gilvus victoriae</i>
Mirlo de San Lucas	San Lucas Robin	<i>Turdus migratorius confinis</i>
Cuitlacoche peninsular	Gray thrasher	<i>Toxostoma cinereum</i>
Gorrión de corona café de San Lucas	Rufous-crowned sparrow	<i>Aimophila ruficeps sororia</i>
Rascador moteado	Spotted towhee	<i>Pipilo maculatus magnirostris</i>
Junco sudcaliforniano	Baird's Junco	<i>Junco bairdi</i>

Fuente: elaboración propia.

Con base en la diversidad de ambientes (matorral xerófilo, selva baja caducifolia, bosque de álamo-encino) se diseñaron tres rutas principales de sendero compatibles con los tramos de terracería ya existentes partiendo desde la entrada a San Antonio de la Sierra ubicada en el km 148 de la carretera transpeninsular (figura 4). El sendero cuenta con una longitud de 40 km y tres puntos de caminata (Agua de San Antonio, km 16; Arroyo la Choya, km 23, y Cabaña de Don Cano, km 26). En dicho recorrido un aviturista puede observar un promedio de 70 a 100 aves distintas, incluyendo las especies objetivo.

1 3.2. Estudio socioeconómico

Se encuestó a los habitantes de 8 ranchos, que representan a 10 familias. El Cien por ciento de los encuestados son propietarios de un rancho, 65% son del municipio de La Paz y 100% de Baja California Sur. En relación con su lugar de origen 33% nació y creció en el rancho, 50% tiene más de 20 años viviendo en la región y solo 16% 11 años o menos. En cuanto a la escolaridad de los habitantes, 50% tiene primaria, 18% secundaria, 16% preparatoria y 16% no tiene estudios formales. Destacan la detección de tres hijos con estudios de nivel superior viviendo fuera de la comunidad, así como seis hijos viviendo fuera de la comunidad con preparatoria concluida y dos con carrera trunca.

1

Figura 4. Sendero, rutas, ambientes y aves por etapa

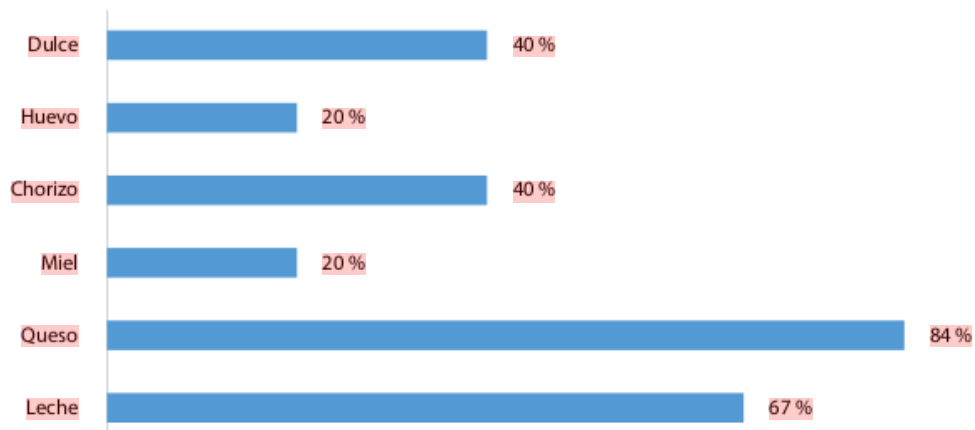


Fuente: elaboración propia para donación a la comunidad.

1

El ingreso promedio semanal, de acuerdo con la encuesta, en 33% es de 500 a 750 pesos, 1 000 a 1 250 pesos 33% y 1 250 a 1 500 pesos 18%, y 16% menos de 100 pesos a la semana; se trata del rancho Matancitas, que no recibe ningún tipo de ingresos. Los ranchos con mayor ingreso son por la venta de ganado, actividades de turismo, en concreto el rancho San José, y un ingreso mensual por subdelegada en rancho La Escuelita. En relación con las actividades productivas, 100% trabaja dentro de la Rebisla y 50% realiza dos actividades productivas, principalmente la venta de ganado vacuno, quesos y dulces, en los ranchos San Antonio de La Sierra, El Cardenal, La Paz y San José del Cabo, excepto por el rancho Matancitas que no realizan ninguna actividad económica. La principal actividad productiva es la cría de ganado, en rancho San José, Los Paredones, con aproximadamente 100 cabezas cada uno, en total la región mantiene 480 cabezas. Los ranchos Concepción y rancho Matancitas se orientan al autoconsumo, buscando ser autosuficientes (figura 5).

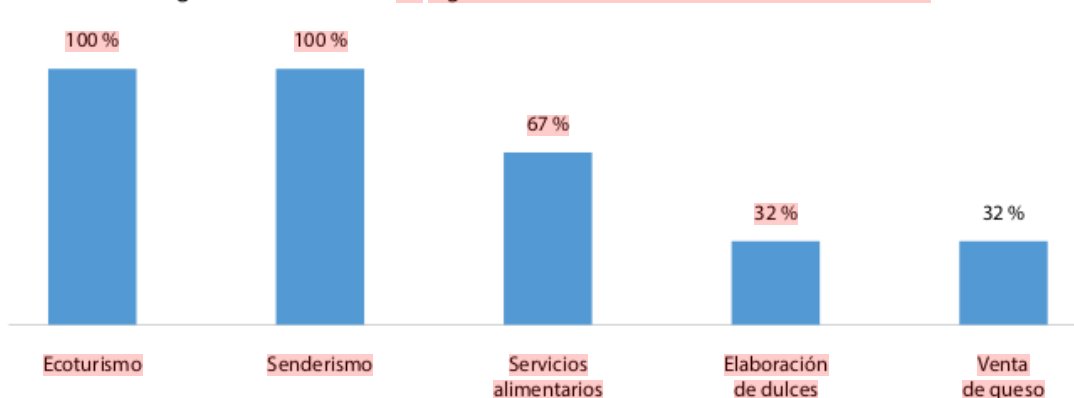
Figura 5. Producción reportada por los habitantes de los ranchos de San Antonio de la Sierra



Fuente: elaboración propia.

En orden de relevancia, los ingresos provienen principalmente de: (1) ganadería vacuna, (2) producción de lácteos. En relación con el turismo, San José del Rancho y Agua de San Antonio son los únicos que reciben ingresos por turistas nacionales e internacionales por observación de aves, y al menos tres campamentos de Red México al año. Los demás ranchos no realizan actividades turísticas, no obstante, todos señalan que han recibido visitantes y les venden comida esporádicamente. Como actividades alternas en uso y proceso de adopción 100% de los entrevistados consideró el ecoturismo y el senderismo como una actividad económica alterna a la actual, seguida de la provisión de servicios de alimentación a los visitantes, con 67% (figura 6).

Figura 6. Alternativas de ingreso económico de interés de la comunidad



Fuente: elaboración propia.

3.3. Modelo de negocio

El modelo de negocios Canvas contiene nueve bloques interconectados que permiten estructurar de forma sólida y coherente una idea de negocio, como insumo para determinar viabilidad y rentabilidad del mismo. A continuación se presenta el modelo construido en los talleres participativos, que incluyeron etapas intermedias de análisis de viabilidad de las propuestas a cargo de los investigadores de la UABCS.

Figura 7. Modelo de negocio resultante de los talleres participativos con la comunidad



Fuente: elaboración propia.

3.3.1. Segmento de mercado (SM)

El modelo de negocio se orienta a un mercado segmentado, donde distinguen varios segmentos de usuarios con necesidades y problemas ligeramente diferentes: (a) Nacional (edades 30-40 años, clase media "C+, C" en su mayoría estudiantes y académicos licenciatura y posgrado), (b) internacio-

nal (40 años y más, clase media alta y alta “C+, A/B” estadounidenses, viajando solos en familia o con amigos), (c) académico (estudiantes y académicos relacionados con la ornitología), guías de tours externos.

3.3.2. *Propuesta de valor (PV)*

En ella se identificaron los siguientes puntos: (a) recorridos través del sendero (diseñados para garantizar la observación de aves, considerando una oferta basada en el registro de 180 aves, siendo las especies objetivo las de mayor atractivo turístico); (b) servicio personalizado (adapta los productos y servicios a las necesidades específicas de los clientes o segmentos de mercado que crea valor); (c) diseño de una ruta de observación de aves de 40 kilómetros, con 3 paradas de observación de aves, que se adapta en tres versiones (ruta de sendero de un día 4 a 6 horas, [d] ruta de sendero de día y medio, incluye recorrido matutino, nocturno y campamento, y rutas personalizadas en número de días, campamentos, preparación de alimentos etc.); (e) accesibilidad (el sendero está ubicado a dos horas y media aproximadamente de Cabo San Lucas y La Paz, por lo que facilita la llegada a los turistas); (f) servicios complementarios (restaurante tradicional regional, productos regional ¹ como queso, miel, chorizo, dulces de la región, artesanías con motivos de aves como aretes, bordados, figuras, y venta de *souvenirs* que incluyan playeras, bolsas, tasas, plumas, llaveros, entre otros).

3.3.3. *Canales (D)*

Los canales de comunicación e interacción con los clientes incluyen el directo en la zona a través de caseta/centro de atención a visitantes (obra estratégica recomendada en etapa futura) que además es tienda de productos regionales considerando la llegada por sus propios medios. En dicha caseta se proporcionarían los siguientes servicios: (a) información y contratación de guía local, promoción en redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter), página web, cuenta en ebird; (b) evaluación por medio de una encuesta de satisfacción al finalizar el servicio prestado; (c) compra por medio de la página web con punto de venta, envío de código QR con la información de su reserva y datos del tour; (d) entrega de pulsera de acceso directo en la

caseta de los guías; (e) posventa por medio de la inscripción a un boletín electrónico trimestral sobre las actividades, temas e interés en las aves. Como se menciona, el servicio se dará por pagina web, Fan Page y otras redes sociales, elementos que dan atención a turistas foráneos y ayudan al posicionamiento paulatino de la empresa comunitaria.

3.3.4. Relaciones con los clientes (RCI)

Las relaciones con los clientes hacen referencia al tipo de atención que reciben; en este caso se decidió por: (a) de asistencia exclusiva: el guía se dedica específicamente a un cliente/grupo de visitantes y brinda atención profunda y personalizada, y (b) de comunidades: tendiente a construir comunidad para y entre los visitantes del sendero de observación de aves, promoviendo intercambio de experiencias y conocimientos. Además, por medio de membresías para contribuir con donaciones para la conservación de la flora y fauna de la región, se pretende fortalecer el concepto y promover la conservación.

3.3.5. Fuentes de ingreso (FI)

Las fuentes de ingreso identificadas son las siguientes: (a) cuotas de tours de 4 horas a 36 horas, cuota de campamentos servicios personalizados; (b) restaurante tradicional regional, productos regionales, y (c) venta de artesanías y de souvenirs basados en la imagen corporativa desarrollada para la empresa.

3.3.6. Recursos clave (RC)

Se identificaron los siguientes: (a) físicos: ranchos sudcalifornianos, los cuales son rancho San José, rancho Termopilas, rancho Paredones, rancho Mantancitas, rancho La Escuela; (b) recursos naturales, dentro de los cuales destacan su flora y fauna, sus endemismos y en especial su riqueza avifaunística; (c) intelectuales, como el desarrollo de marca, base de datos de visitantes para la comunidad, asociaciones; (d) humanos, los rancheros se distribuyen las actividades en: administración, guías de observación de aves,

preparación de alimentos y bebidas regionales, elaboración y venta de artesanías; (e) económicos, como recursos por fondos públicos, por parte de Procodes de Conanp.

3.3.7. *Actividades clave (AC)*

Las actividades clave para la implementación del modelo de negocios son: (a) guía de observación de aves, (b) elaboración de alimentos y bebidas regionales, (c) campamentos, (d) producción de productos regionales, (e) elaboración de artesanías de las aves (bordados, aretes, figuras), (f) administración del racho, (g) administración de redes sociales, página web y promoción.

3.3.8. *Asociaciones clave (AsC)*

Considerando las relaciones de los habitantes se plantean, las siguientes: Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, Universidad Autónoma de Baja California Sur, Fideicomiso de Turismo de Los Cabos, Consejo Coordinador Empresarial, Red Travel International, Canaco Servitur, Sonoran Joint Venture, Defenders of Wildlife y la Comisión Nacional para la Biodiversidad.

3.3.9. *Estructura de costos (EC)*

La empresa comunitaria está enfocada en la creación de valor del servicio, por lo que ofrece un valor *Premium*, personalizado para cada segmento de mercado. La estructura de costos dependerá del servicio que se efectúe en caso de operación de los tours y operación de campamentos. Por otro lado, los costos fijos y variables a partir de Baca (2016) que se identificaron fueron: costos fijos (mantenimiento del racho, caseta, luz, nómina y prestaciones de personal) y costos variables (alimentación, material de artesanías, producción de *souvenirs* y gasolina).

3.3.10. Plan de negocio

El plan de negocio de la empresa comunitaria se desarrolló en cinco etapas, como se mencionó anteriormente. En la tabla 3 se describen las etapas y cada uno de sus componentes.

1

Tabla 3. Modelo de negocios: etapas desarrolladas y componentes principales

Etapas	Componentes
Naturaleza del proyecto	Propuesta de valor Misión Visión Valores Objetivos
Mercado	Investigación de mercado Estudio de mercado Mezcla de mercadotecnia Producto Precio Plaza Promoción Costos fijos y costos variables
Organización	Estructura organizacional Análisis y descripción de puestos Administración de sueldos y salarios Marco legal aplicable
Finanzas	Proyección de cinco años en flujos de efectivo, estado de resultados, balance general y análisis de razones financieras.

Fuente: elaboración propia.

En síntesis, el plan de negocio de la empresa comunitaria establece como misión: “Somos una empresa comunitaria ubicada en San Antonio de La Sierra, dedicadas a ofrecer servicios ecoturísticos especializados en la observación de aves, productos regionales elaborados con especial cuidado en la conservación y sustentabilidad ambiental; compartimos nuestra cultura para transmitir en cada experiencia amor y respeto por nuestra tierra”.

La propuesta de valor inicial o producto mínimo viable se denomina ruta San Antonio de la Sierra (San Antonio Birding Trail): Es un recorrido guiado para la observación de aves de 40 kilómetros, con tres paradas de observación. La ruta tiene su inicio en Agua de San Antonio, pasa por el arroyo de la Choya y concluye en la cabaña de Don Cano. La ruta tiene el precio de \$700.00 pesos en el tour sin traslado y \$2 700.00 pesos con el traslado desde tres puntos de partida: La Paz, San José del Cabo o Cabo San Lucas, Baja California Sur.

1 Además, se plantea en las recomendaciones construir un centro de atención a visitantes que permita el control de acceso a la comunidad, que es el primer paso para establecer una operación de mercado a nivel nacional e internacional con experiencia en aviturismo, y a tres años crecer como un centro de investigación y conservación, además de un restaurante regional.

La principal ventaja competitiva es que ofrece oportunidad de observar un número de especies de aves único en la región, con la probabilidad adicional de observar las 14 endémicas y un elevado número de residentes y migratorias, en total más de 100 aves en un solo recorrido. Consideramos que con los elementos anteriores, la empresa comunitaria permitirá reactivar la economía regional para el desarrollo económico e integral de los habitantes de la comunidad de biosfera de la Sierra de la Laguna, en especial de los 8 ranchos identificados como población objetivo de este emprendimiento, contribuyendo también a la cohesión social e integración comunitaria en actividades de interés para el ANP.

Como parte legal, se determinó con apoyo de expertos que la empresa se constituya bajo el régimen de Sociedad de Producción Rural de Responsabilidad Limitada, integrada por un consejo de administración por las familias representadas y una estructura organizacional compacta de tres puestos: gerente, encargado de centro de visitantes y guías de turistas. Cabe señalar que la inversión requerida para iniciar operaciones es prácticamente nula, y que de tener posibilidad de apoyo financiero o coinversión se estimó un ideal proyectado de 1 300 000 pesos con un margen de utilidad del primer año de 25%, el segundo año de 33%, el tercer año de 36%, el cuarto año de 28% y el quinto año de 34%.

El potencial de aviturismo y la generación de empresas ancla hacen esta empresa viable, para iniciar la operación con su primera ruta.

4. Conclusiones y recomendaciones

1 Las principales limitaciones del estudio se debe a que se realizó durante la pandemia de COVID-19, en que, por lo menos durante 2020, el aviturismo en la región se paralizó; sin embargo, la comunidad residente logró conso-

lidar la propuesta y aplicarla con éxito durante un par de meses, mostrando la factibilidad y rentabilidad de la empresa.

Con trabajo colaborativo entre la comunidad y expertos de la UABCS logró definirse el potencial de aviturismo de la zona, integrar y validar un modelo de negocio, diseñar un plan de implementación del negocio y registrar a la empresa comunitaria como una Sociedad de Producción Rural de Responsabilidad Limitada. Éste es un esfuerzo que contribuye con la Agenda 2030 en los ODS 8 Trabajo decente, ODS 11 Ciudades y comunidades residentes y ODS 15 Vida de ecosistemas terrestres.

Como recomendaciones, considerando que se trata de un ANP y un ecosistema frágil, es indispensable realizar el estudio de capacidad de carga del sendero que permita a las autoridades de la Conanp considerar la extensión de autorizaciones para iniciar operaciones formales. También es necesario construir obra estratégica como lo es un centro de visitantes de San Antonio de la Sierra que ayude a articular el quehacer turístico y difunda buenas prácticas de aviturismo.

La operación de la empresa y su sentido de mejora continua permitirá consolidar el modelo de emprendimiento social, para posteriormente escalarlo a otras regiones de la reserva, del estado y el país. Esto ayudará a evitar impactos ante la fuerte afluencia de turistas que arriban a la zona, particularmente visitantes del destino internacional de Los Cabos.

Tres de los retos identificados que mayor atención requieren fueron la falta de control en la entrada al sendero, la falta de conocimiento de los visitantes que entran a la región a realizar la actividad y la falta de un punto para la comercialización de los productos, los cuales podrían resolverse con la construcción de una obra estratégicamente situada en el comienzo del segundo tramo del sendero; dicha obra debe funcionar como puerta de entrada y tienda regional, la existencia de dicha estructura no sólo resolvería los problemas anteriores sino que daría herramientas necesarias a la comunidad para la autogestión, y dotaría a la misma de un corazón y centro de operaciones del proyecto.

La creación de proyectos de ecoturismo en la zona rural no sólo de La Paz y Los Cabos sino de todo el país, es considerada actualmente prioritaria dentro de las agendas nacionales, y específicamente en cuanto a observación de aves se refiere, la actividad es impulsada por Semarnat, Conanp y Cona-

bio (H. XIV Ayuntamiento de Los Cabos, 2021), principalmente por lo cual debe ser aprovechada como una estrategia clave para el desarrollo regional, y el presente proyecto ya fue utilizado actualmente para ello como ejemplo en el Primer Coloquio Nacional de Aviturismo y como base para la elaboración de una Norma Oficial para la Observación de Aves.

Por último, es deseable concretar en un futuro alianzas entre instancias de conservación nacionales e internacionales, lo cual es prioritario para asegurar un uso sustentable del recurso aves y una estrategia viable es establecer un grupo de monitores comunitarios que sea respaldado por dichas instancias.

5. Bibliografía

- Alcaraz, R. (2020) *El emprendedor de éxito*. McGraw Hill.
- Altieri, M. A., y Nicholls, C. I. (2008) (1). Agroecología y resiliencia al cambio climático: Principios y consideraciones metodológicas. *Agroecología*, 8(1), 7-20. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/agroecologia/article/view/182921>.
- Armenta-Cisneros, M., Ojeda-Ruiz, M. A., Marín-Monroy, E. A., y Flores-Irigoyen, A. (2021). Opportunities to improve sustainability of a Marine Protected Area: Small-scale fishing in Loreto, Baja California Sur, México. *Regional Studies in Marine Science*, 45, 101852.
- Baca, U. (2016). *Evaluación de proyectos de inversión*. McGraw Hill.
- Camacho-Rui, Edali, Carrillo-Reyes, Arturo, Rioja-Paradela, Tamara Mila, y Espinoza-Medina, Eduardo E. (2016). Indicadores de sostenibilidad para el ecoturismo en México: estado actual. *Limina, R.* 14(1), 156-168. Recuperado el 23 de julio de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-80272016000100011&lng=es&tlng=es.
- Cantú, J. C., Gómez de Silva, H., y Sánchez, M. E. (2011). *El dinero vuela: El valor económico del ecoturismo de observación de aves*. Defenders of Wildlife Washington.
- Cantú, J. C., García de la Puente, E., González, G. M., y M. E. Sánchez (2020). *Riqueza alada: El crecimiento del aviturismo en México*. Defenders of Wildlife, UABCS, ENES UNAM, Teyeliz, A. C.
- Chevalier, J., y Buckles, D. (2009). *Sistemas de Análisis Social, Guía para la investigación colaborativa y la movilización social*, Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC). Ottawa, Canadá.
- Collins-Kreiner, Malkinson, D., Labinger, Z., y Shtainvarz, R. (2013). Are birders good for birds? Bird conservation through tourism management in the Hula Valley, Israel, *Tourism Management*, 38, 31-42 pp.

6. Perfil y nivel de satisfacción del visitante en el Pueblo Mágico de Todos Santos: hallazgos preliminares

REYNA MARÍA IBÁÑEZ PÉREZ*

DIANA SURIRELA SANTOYO LEDESMA**

ISMAEL SÁNCHEZ BRITO***

CLAUDIA LORENA LAUTERIO MARTÍNEZ****

MARÍA GUADALUPE OROPEZA CORTÉS*****

Resumen

Baja California Sur depende en gran medida de la actividad turística, la mayor parte de sus visitantes se concentra en sitios de sol y playa. Sin embargo, la ardua competencia y las cambiantes necesidades de los viajeros hace necesario innovar constantemente. Una estrategia para diversificar su oferta y orientarla hacia otras formas de hacer turismo, fue la creación de dos pueblos mágicos: Loreto y Todos Santos. Este último será tomado como caso de estudio; se encuentra situado entre el sitio de playa y el Centro Integralmente Planeado (CIP) con mayor actividad turística de la entidad, además posee variedad de atractivos naturales y culturales. Como todo destino, requiere información para guiar la toma de decisiones y mejorar la calidad en el servicio. Esta investigación tiene como propósito delinear las características generales del visitante y competitividad del pueblo mágico-Todos Santos, Baja California Sur (BCS). Se empleó la metodología del Cen-

16

* Doctora en Desarrollo Sustentable y Globalización. Universidad Autónoma de Baja California Sur. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9392-3490>

** Maestra en Mercadotecnia, Publicidad y Socioformación, Universidad Autónoma de Baja California. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0465-6288>

*** Maestro en Economía. Centro de Investigaciones Biológicas del Noroeste. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3811-0814>

**** Doctora en Ciencias Marinas y Costeras, Universidad Autónoma de Baja California Sur. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3156-352X>

***** Doctora en Ciencias Marinas y Costeras. Universidad Autónoma de Baja California Sur. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2745-4948>

tro de Estudios Superiores de Turismo (Cestur) que permite delinear un perfil del visitante y facilita la medición de atributos de satisfacción e indicadores clave mediante la aplicación de encuestas en forma aleatoria a una muestra de 120 individuos. El estudio constó de dos fases, la primera se realizó de julio a septiembre (tercer trimestre) y la segunda de octubre a diciembre de 2021 (cuarto trimestre). Los hallazgos preliminares del cuarto trimestre permitieron identificar las características de los visitantes, por mencionar algunas, la mayoría eran residentes de edad mayor, no viajaban solos, percibían como buena la calidad de los servicios de hospedaje, de los establecimientos de alimentos y bebidas y de los recursos naturales y culturales, en general su nivel de satisfacción alcanzó 8.2 (satisfactorio). Como principal fortaleza, se percibe como un pueblo tranquilo, con mucha seguridad y el motivo de la visita es el descanso. Se detectaron áreas de oportunidad relacionadas con la difusión de las actividades por realizar y sitios por visitar. A manera de conclusión, los resultados preliminares obligan a cambiar las estrategias existentes con el propósito de mejorar la competitividad del destino, lo cual permitirá atraer a visitantes que, pospandemia, apuesten por sitios que ofrezcan precios accesibles, tranquilidad, buen trato y al mismo tiempo, seguridad sanitaria.

Palabras clave: Perfil, pospandemia, preliminar, pueblo, Todos Santos.

1. Introducción

México es uno de los principales receptores de visitantes, sus atractivos naturales y culturales lo hacen único, además, su economía depende en gran medida del turismo. La implementación de diversos programas le ha permitido diversificar paulatinamente su oferta en este ramo (Prado, 2021).

Por ello, en los últimos años se ha tratado de potenciar un turismo más allá de los centros turísticos tradicionales (playas y grandes ciudades) con objeto de diversificar la oferta y fomentar el desarrollo regional (Fernández, 2016). En México, desde principios de los noventa se han promovido distintas alternativas de desarrollo relacionadas principalmente con la población local, el cuidado de los recursos naturales y culturales, elementos fun-

damentales para la promoción de la actividad turística en los territorios (Alvarado, 2014).

En ese sentido, se han desarrollado políticas públicas para solucionar problemas (Sidney, 2007) como la falta de empleo y la diversificación de la economía en zonas rurales; un ejemplo es el Programa¹⁸ de Pueblos Mágicos (PPM), en el que los principales objetivos son: (1) estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país, basada fundamentalmente en los atributos histórico-culturales de localidades singulares; (2) aprovechar la singularidad de las localidades para la generación de productos²⁷ turísticos basados en las diferentes expresiones de la cultura local, y (3) poner en valor, consolidar y/o reforzar los atractivos de las localidades con potencial turístico, fomentando así flujos turísticos que generen (a) mayor gasto en beneficio de la comunidad receptora (artesanías, gastronomía, amenidades y el comercio en general), así como (b) la creación y/o modernización de los negocios turísticos locales (Secretaría de Turismo [Sectur], 2013). En ese sentido, un PM: “es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin, *magia* que emana en cada una de sus manifestaciones socioculturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico” (Sectur, 2018).

Es claro que se busca que un PM cuente por lo menos “con un atractivo turístico simbólico¹⁷ que lo diferencie de otras localidades” (Diario Oficial de la Federación [DOF], 2014), dentro del discurso de singularidad, diversificación y competitividad; por lo que, además del turismo de la emoción y la experiencia, se trata de un turismo que busca lo típico, auténtico y diferente dentro del marco de la comercialización de la cultura (Santana, 2003). Después de este atractivo simbólico, ha de contar con otros “diferenciados”, relacionados éstos con lo tangible (arquitectura, edificios, artesanías) y lo intangible (fiestas y tradiciones) los cuales menciona el programa, navegando entre el turismo cultural tradicional que se entrelaza con los nuevos gustos de este tipo de turismo (Mallor *et al.*, 2013)¹⁶

Ahora bien, el PPM se formuló en el año 2000 y empieza su aplicación al año siguiente con el nombramiento de los dos primeros PM: Huasca de Ocampo (en el estado de Hidalgo) y Real del Catorce (San Luis Potosí) (Fernández, 2016). En el sexenio de Vicente Fox, Sectur otorgó 36 distin-

3
ciones a diferentes localidades; en la siguiente etapa, Felipe Calderón otorgó 47 distinciones hasta 2012 (Alvarado, 2014). Con base en datos de Entorno Turístico (2021), en 2020 existían un total de 132 PM a lo largo y ancho del país. A través de estos destinos, el gobierno federal busca generar las condiciones para que los visitantes tengan una experiencia única, para fortalecer la competitividad de dichos sitios y que, mediante éstos la industria turística multiplique su potencial y que sus beneficios alcancen a más mexicanos.

En relación con los estudios que abordan los pueblos mágicos de México, se destaca el de Olmos *et al.* (2021), quienes vinculan su trabajo en relación con el impacto del programa en el desarrollo local.

Por otra parte, autores como García y Guerrero (2014), Vargas y Rodríguez (2014), Cañas (2016), Gauna (2019) y Madrid (2019) documentan su incidencia desde la perspectiva general o etimológica de las políticas públicas y sus propios habitantes.

Por su parte, Alvarado (2015) y Olivera y Fernández (2015) estudian la forma en que este programa ha contribuido a mercantilizar los valores culturales y del mismo patrimonio inmaterial, mientras que Madrid y Cerón (2013) y López (2017) ponen de manifiesto la existencia de información insuficiente sistematizada y anualizada de variables clave. Sobre ello, Ibáñez y Cruz (2016), Olmos (2019), Olmos *et al.* (2021) y Almendarez *et al.* (2021) señalan que, de manera particular, las carencias se focalizan en parámetros relacionados con algunas características del visitante tales como nivel de gasto, calificación otorgada a valores culturales y naturales, nivel de satisfacción, productos turísticos y hábitos de viaje, entre otras.

En lo que corresponde al perfil y nivel de satisfacción del visitante y estrategias para mejorar la competitividad, Ibáñez (2021) y Almendarez *et al.* (2021) realizan un análisis detallado de las investigaciones existentes sobre los PM del país; por su parte, Yee *et al.* (2019) proponen un nuevo modelo para aumentar los índices de competitividad en el turismo nacional en los PM.

Con base en la revisión de la literatura existente, se corroboró que se requiere generar información para minimizar los impactos adversos de la actividad turística; particularmente, en las PM. Por otra parte, también es indispensable conocer el nivel de satisfacción de los visitantes a fin de im-

plementar acciones para mejorar la competitividad turística de dichos destinos (Prado, 2021).

Tomando en cuenta lo anterior, este capítulo tuvo como propósito determinar el perfil y nivel de satisfacción del visitante en el PM Todos Santos, BCS, en el último cuatrimestre del año 2021; también se comparan los hallazgos con los resultados reportados en estudios previos. Lo anterior, a fin de contribuir a la mejor comprensión de la competitividad del destino y a la formulación de estrategias de mejora.

Finalmente, el contenido de este capítulo se encuentra organizado de la siguiente manera, en cinco segmentos: el primero se constituye por esta introducción, donde se abordan aspectos medulares de la investigación, desde antecedentes, planteamiento del problema, justificación, objetivos y breve revisión de la literatura. En el segundo se describen las características generales de la zona de estudio; así también se menciona el proceso metodológico empleado. En el tercer apartado se presentan los principales resultados. Enseguida, dentro de la discusión, se contrastan los hallazgos con la literatura reciente. En última instancia, dentro de las conclusiones se destacan los principales resultados y se emiten una serie de recomendaciones.

3

2. Zona de estudio y metodología

2.1. Caracterización de la zona de estudio

Todos Santos fue fundado en 1723 por el padre Jaime Bravo, dependiente de la misión de Nuestra Señora del Pilar de La Paz. Se localiza en el municipio de La Paz, estado de Baja California Sur, en los 23°26'55" N 110°13'24" (véanse las figuras 1 y 2), a 3 km del océano Pacífico y por el que cruza exactamente el Trópico de Cáncer. Se encuentra a 81 km de la ciudad de La Paz y a 85 km al norte de San Lucas.

Figura 1. Microlocalización del PM Todos Santos



Figura 2. Microlocalización del PM Todos Santos



Fuente: tipsparatuviaje, 2020, Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), 2020.

El arribo al destino se realiza a través de la carretera transpeninsular que conecta a la localidad con la ciudad de La Paz, la comunidad de El Pescadero y el CIP Los Cabos. La localización de este PM resulta estratégica y sumamente viable para el desarrollo de la actividad turística ya que presenta enormes extensiones de playa y zonas en estado natural atractivas para el desarrollo de *surf*, observación de ballenas, talleres de educación ambiental, pesca recreativa, entre otras.

Además de ello, presenta un clima excepcional en comparación con el que prevalece en el estado de BCS, que alcanza un promedio durante el año de 18 a 28 °C (Secretaría de Gobernación [Segob], 2020). Esto permite la realización de actividades como caminatas en el pueblo y las playas.

En relación con variables demográficas, el número de habitantes pasó de 3 384 en 1990 a 6 485 en 2015, lo que significó un aumento de 92%, cifra que resulta mayor al promedio nacional, estatal y municipal (Consejo Nacional de Población [CONAPO], 2020). Una parte de sus habitantes son de origen estadounidense y otra es población migrante del interior de la república (principalmente de la zona sur) que se traslada durante algunas temporadas a campos agrícolas.

En materia económica, entre las actividades que destacan se encuentran la elaboración de artesanías en barro, palo de arco o raíz de palmera, la fabricación de alimentos a base de productos del mar y dulces de frutos locales; la ganadería y la agricultura también representan un fuerte ingreso, gracias a la presencia de un oasis que ha mantenido la prosperidad de los

3
cultivos frutales y otra vegetación que también ha sido aprovechada para la construcción de techos, sillas y mobiliario (Ibáñez *et al.*, 2016).

Desde hace más de 15 años, el turismo ha permitido complementar la fuente de empleo y remuneraciones de los lugareños, contribuyendo a que, en periodos recientes, se incrementen los muchos de migrantes extranjeros de Estados Unidos y Canadá, y nacionales, en este caso de jornaleros traídos de Guerrero y Veracruz. Según señalan diversos autores, la presencia de una mayor cantidad de visitantes y en particular de extranjeros ha generado diversas problemáticas, ya sea cambios relacionados con la identidad, la cultura y la vida social del pueblo (Almada, 2007), el apropiamiento de los espacios céntricos, la compra de casas y terrenos y el afloramiento de negocios dedicados a la compraventa de bienes raíces (Murillo, 2012), e incluso ha agravado la escasez del agua, tal como señala Medrano (2016).

Por otra parte, como se ha venido mencionando, una problemática latente es la carencia de datos actualizados y consistentes en el tiempo sobre el perfil y nivel de satisfacción del visitante, situación que limita la oportuna toma de decisiones en pro de mejorar la competitividad y de la implementación de estrategias para satisfacer las expectativas del visitante. Sumado a ello, la aparición de la pandemia por COVID-19 incrementó la necesidad de innovar en forma urgente a fin de garantizar la supervivencia de las empresas que dependen directa e indirectamente de la actividad turística en dichos destinos.

3
En este sentido, hay que destacar que si bien este trabajo busca delinear el perfil del visitante y estimar su nivel de satisfacción, la información generada puede servir para introducir mejoras que permitan preservar los valores culturales y naturales e involucrar de manera más activa a la comunidad local y organizaciones sociales y gubernamentales.

2.2. Metodología

Derivado de las limitaciones impuestas por la pandemia, el estudio es exploratorio, no concluyente, descriptivo, mixto y semilongitudinal. Se utilizaron métodos mixtos basados en revisión de la literatura, observación directa, entrevistas con agentes clave y técnicas propuestas por Cestur que

se basan en la aplicación de encuestas cara a los visitantes a una muestra aleatoria. Las técnicas implementadas fueron las siguientes:

2.2.1. Análisis y revisión de literatura especializada

Concerniente a los antecedentes de los PM de la zona de estudio, de la concepción y enfoques empleado en el estudio del perfil y la satisfacción del visitante, de los estudios realizados en otros PM del país y en particular en la zona de estudio. Para ello, se consultaron y extrajeron estudios representativos asociados a los temas arriba mencionados, durante el periodo 2012 a 2021, en: (1) bases de datos científicos como Scopus, Redalyc, Dialnet, Scielo, Web of Science, Index Copernicus Miar, Latindex, Thomson Reuters, Doaj, Ebsco; (2) revistas reconocidas por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt); (3) libros, capítulos, memorias o reseñas con ISBN o ISNB; (4) tesis alojadas en bases de datos de universidades de prestigio, y (5) datos de carácter socioeconómico y ambiental, reportados por instituciones como INEGI, CONAPO y Sectur.

2.2.2. Aplicación de encuestas

A fin de ⁵⁶ identificar las características y grado de satisfacción del visitante, que estuvo basada en la metodología de Cestur (Cestur, 2012; Sectur-Cestur, 2013) y la adaptación realizada por Olmos ³ *et al.* (2021) y Olmos (2019), cuyas principales características son que: (1) permite delinear un perfil del visitante; (2) facilita la medición de atributos de satisfacción y de indicadores claves; (3) se caracteriza por ser de tipo cuantitativa y utiliza como marco muestral a los visitantes (turistas y excursionistas) mayores de 18 años que hayan tenido contacto con los servicios del destino, a quienes se les aplica una encuesta en los principales puntos de afluencia de manera personal, y (4) emplea un muestreo probabilístico sistemático que incluye variables nominales, de escala, ordinales y de intervalo (véase la tabla 1).

Tabla 1. Síntesis de la metodología propuesta para delinear el perfil y la satisfacción del visitante en el PM de Todos Santos, cuarto trimestre de 2021

Técnicas y métodos	Descripción
Cobertura geográfica	Pueblo Mágico Todos Santos, BCS
Público objetivo	Visitantes (turistas y excursionistas) mayores de 18 años de edad que hayan tenido contacto con los servicios del destino (al menos deben haber estado 3 horas en el lugar) El número de visitantes por trimestre es de 31 159 individuos.
Técnica	Puntos de afluencia
Método de evaluación	Personal (cara a cara)
Muestreo	Muestreo probabilístico sistemático en puntos de afluencia con un nivel de confianza de 99% y 10% de margen de error.
Distribución de la muestra	Cuotas de levantamiento 55 por mes durante el trimestre cuatro de 2021
Tamaño de la muestra	120 evaluaciones (avance 60 encuestas)
Periodo de aplicación	Trimestre octubre-diciembre de 2021

Fuente: Elaboración propia.

La muestra se determinó mediante la siguiente fórmula:

Figura 7. Fórmula empleada para seleccionar la muestra

$$n = \frac{z^2(p * q)}{e^2 + \frac{z^2(p * q)}{N}}$$

n = Tamaño de la muestra

z = Nivel de confianza deseado

p = Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q = Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e = Nivel de error dispuesto a cometer

N = Tamaño de la población

Fuente: estimación propia en corporación a em, 2021.

Como se señaló, la estructura de la encuesta proviene de una adaptación realizada por Olmos *et al.* (2021) en donde, se ajustó el instrumento de recolección de datos utilizado por Cruz *et al.* (2015), de tal forma que la encuesta consta de seis secciones que abarcan el mismo número de dimensiones de análisis, a continuación se mencionan las variables que concentran: (1) perfil del visitante: género, edad, procedencia, ocupación y composición familiar; (2) motivos de viaje: motivo de la visita, razón principal de descanso y actividades que realizará; (3) recursos de viaje: hospedaje, transporte, contratación de transporte, hospedaje y actividades; (4) atribu-

tos de satisfacción: alimentación, hospedaje, atención turística, áreas públicas, relación precio-servicio, diversidad de actividades y limpieza; (5) sustentabilidad, satisfacción general, recomendación del destino, percepción del destino y seguridad, y (6) estadía y gasto: estadía, cómo se enteró del destino, gasto por persona y procedencia.

El tiempo máximo de aplicación fue de 10 minutos, cara a cara; sólo se aplicaron a mayores de edad con una estadía mínima de tres horas en el lugar de estudio.

Las preguntas fueron cerradas, algunas dicotómicas, otras con varias opciones de respuesta, con posibles respuestas en rangos y otras en escala de Likert con nivel ordinal para conocer prioridades, atendiendo las recomendaciones de Fernández (1982). En cuanto a los ítems, éstos se seleccionaron siguiendo las siguientes consideraciones: (1) facilitar respuestas relacionadas con el fenómeno medido; (2) declarar no sólo las dos posturas extremas, sino también graduar las intermedias.

Una vez realizada la encuesta a turistas nacionales y extranjeros, se procedió a codificar y establecer relaciones entre variables. Para ello, se aplicó la fórmula para calcular el índice de satisfacción del turista establecido por Sector-Cestur (2013). El índice de satisfacción se elabora con las respuestas a cada uno de los reactivos de satisfacción que pueden ser: excelente, bueno, malo y pésimo. La fórmula del índice de satisfacción (α) considera una escala de 0 a 10 a partir de las 4 posibles respuestas (excelente, bueno, malo y pésimo) y se expresa:

$$\alpha = [5 + \{0.05 \times (\beta - \delta)\} + \{0.025 \times (\theta - \pi)\}] \times 10$$

Dónde:

A = Nivel de satisfacción del visitante

B = significa excelente

δ = significa pésimo

θ = significa bueno

π = significa malo.

Finalmente se elaboraron tablas y gráficas para la mejor interpretación de los resultados.

2.2.3. *Limitantes de la investigación*

Como se precisó anteriormente, derivado de las restricciones impuestas por la pandemia no fue posible aplicar la totalidad de las encuestas necesarias para completar una muestra significativa. No obstante, la muestra es de 50% y se espera que una vez que el municipio de La Paz se encuentre en semáforo verde se reanude la aplicación presencial de las encuestas. Cabe precisar que a la par se diseñaron mecanismos alternos para el seguimiento de encuestas y entrevistas; no obstante, la respuesta no fue la esperada. Por ello, es recomendable que en futuros trabajos puedan considerarse alternativas metodológicas acorde a esta nueva modalidad.

3. Resultados

3.1. Sobre la evolución y el estado actual de la actividad turística

De manera más reciente, el turismo representa una opción económica para complementar el ingreso local ya que desde el año 2006 adquirió la categoría de pueblo mágico, pero no cuenta con un sistema actualizado de estadísticas turísticas, por lo cual la información presentada en este trabajo es el resultado de investigación de campo y documental realizada por Ibáñez y Cruz (2016) y Cruz y Juárez (2017), arrojó que la afluencia turística paso de 97 257 en el año 2010 a 126 074 visitantes en el año 2013, observándose un aumento de 30%, según estudios de Cruz e Ibáñez (2016), 46% son de origen estadounidense, 14% son canadienses, 2.4% son franceses y 37% son nacionales. La temporada alta de este destino son los meses de noviembre a marzo.

La oferta turística formal se representa de la siguiente manera: 21 hoteles, 32 restaurantes, seis bares, cuatro cafeterías, tres taquerías (Cruz e Ibáñez, 2016). Así también, posee 45 establecimientos de alimentos y bebidas, cinco de ellos preparan comida internacional y gourmet y los demás son bares, cantinas, restaurantes de pescados y mariscos que, en su mayoría poseen infraestructura modesta, pero al mismo tiempo se caracterizan por ofrecer platillos y bebidas para todos los gustos y bolsillos (Cruz e Ibáñez, 2016).

Cuenta con alrededor de 21 establecimientos de hospedaje, que no se encuentran clasificados por la cantidad de estrellas o diamantes; algunos de ellos poseen el distintivo de Small Luxury Hotels, por tanto, ofrecen al turista una experiencia única. En lo que se refiere al tipo de turistas que visitan el sitio, se conforma por personas que buscan alejarse de lo cotidiano y los hoteles están orientados a la relajación.

Con base en Ibáñez *et al.* (2016), se documentó un registro de agencias de viajes y de transportes turísticos. Sin embargo, el servicio se oferta por gran número de establecimientos localizados en la capital del Estado o en el destino de sol y playa de Los Cabos. Si bien esto podría ser considerado como una debilidad, también representa una de sus fortalezas, ya que su localización le permite complementar la oferta de ambos destinos (Murillo, 2012).

Sumando a lo anterior, el PM Todos Santos posee diversos sitios y elementos de interés turístico, ya sea culturales, naturales o artificiales representados por sitios y centros de interés histórico, teatros y establecimientos para exposición de pinturas. Además, hay celebración de fiestas y festivales, algunos relacionados con temas de arte, cine, música, folclor, pintura, gastronomía local e internacional. Por mencionar algunos: (1) en el mes de enero, se realiza El Festival de Música; (2) en febrero El Festival del Arte (con conciertos, bailables y exposiciones); (3) el Festival de Cine Todos Santos y el Festival del Vino en el mes de mayo; (4) en agosto El Festival del Mango; (5) en octubre sus fiestas patronales, y (6) en noviembre el Festival del Champagne de cine francés (Turismo Municipal, 2014).

Un atractivo típico está representado por la cultura ranchera sudcaliforniana, que llama la atención del visitante extranjero, ya que forma parte del patrimonio inmaterial que resguardan las comunidades sudcalifornianas y que proporcionan identidad al estado de donde proceden. Sumado a ello, el mundialmente famoso Hotel California forma parte del misticismo de ese PM, pues según la leyenda inspiró al legendario grupo The Eagles a escribir su famosa canción en 1976 y que lleva el mismo nombre del establecimiento.

Adicionalmente, posee una vasta cantidad de sitios de interés natural y recreacional, por mencionar algunos: litorales y playas, zonas sujetas a protección, oasis o manantiales, especies para pesca recreativa y deportiva y especies protegidas. En síntesis, los principales atractivos de mayor interés

turísticos son: Punta Lobos, Club de Playa de Guaycura, Hotel California y la Misión de Todos Santos (Datatur, 2020). Otro aspecto por destacar es que la vida nocturna es diferente a la de los grandes destinos de playa ya que, está enfocada a la recreación artística y la tranquila convivencia.

3.2. Avance de resultados del perfil y nivel de satisfacción del visitante

3.2.1. Perfil del visitante

3 Se encontró que la mayor cantidad de visitantes son del género femenino, con 51%. Predominan los visitantes nacionales, con 69%, el resto son turistas extranjeros en su mayoría estadounidenses y sólo 2% son canadienses.

De igual manera, la mayor proporción está en un rango de edad de 34-41 años (37%), 29% se encuentran en un rango de 26-33 años, y posteriormente, con el mismo porcentaje, 17% en las edades de 18-25 y 42-48. Como se puede apreciar, los visitantes que comúnmente visitan Todos Santos son adultos.

En su mayoría viajan acompañados, 46% con su cónyuge, 34% en familia, 15% con compañeros de trabajo y el 5% restante solos.

3.2.2. Motivo del viaje

El motivo principal del viaje fue descanso, con 82%. Asimismo, más de la mitad de los encuestados buscan un rato de tranquilidad mientras que otros también buscan descansar de sus actividades cotidianas (20%), seguidos de visita a familia con 15%.

En relación con las actividades que motivaron el viaje, destaca con 52.9% caminata por el pueblo, seguido de sitios famosos con 17.6% y la degustación de alimentos regionales con 14.7%, y el resto visitó la plaza principal y realizó actividades de turismo alternativo.

3.2.3. Traslado y consumo de servicios

El medio de transporte más utilizado fue el auto propio con 54.6%, y auto rentado con un 38.4%.

Los establecimientos de hospedaje más usados fueron: hotel, con 56.9%, y casa de huéspedes, con 2%; el resto no utiliza ningún servicio de hospedaje ya que no pernoctaba ahí.

En cuanto al servicio de alimentos y bebidas, lo que más se demanda es el servicio de los restaurantes, con 54.9%, seguido de cafeterías, con 25.5%, y el porcentaje restante adquirió servicios en tiendas de conveniencia locales

Dentro de las actividades culturales que se ofrecen en el destino, las más demandadas son: museos, con 55.9%, festivales de música, con 5.9%, festival de cine y teatro, con 2.9%. Mientras que dentro de las actividades recreativas que más se realizan están: fotografía, 48%, senderismo, 46.3%, y tirolesa con 4.9%. En cuanto a los servicios de excursión, 76.7% de los visitantes respondieron que no realizaban ninguna actividad de excursión, mientras que 13.3% contó con visitas guiadas y el 10% restante usaron el servicio de guía de turistas.

3.2.4. Evaluación de atributos de satisfacción

La hospitalidad de los lugareños fue evaluada por 73% como excelente y 27% expresó que era buena.

Dentro de la evaluación del servicio de restaurante, 63% de los visitantes lo categorizó como excelente, mientras que 37% lo calificó como bueno.

En el caso del servicio de hospedaje, 73.9% lo evaluó como excelente, mientras que el 26.1% restante lo calificó como bueno.

En cuanto al estado de las áreas públicas, 51.7% contestó que las encuentra en condiciones excelentes y el 48.3% restante mencionó que se encuentran en buen estado. Sobre la limpieza de dichas zonas, ésta fue categorizada como buena por 68.8% y el 31.2% restante lo consideró excelente.

Al evaluar la relación entre el precio y el servicio, 33.9% de los encuestados respondieron que era excelente y 66.1% respondió que era bueno.

Al evaluar la diversidad en actividades en general, 41.7% expresó que era buena, mientras que 38.3% indicó era excelente y el 20% restante lo catalogó como mala.

El servicio de transporte del lugar fue evaluado como bueno por 70% de los encuestados, mientras que 30% lo consideraron excelente.

Sobre la calidad y variedad de las actividades culturales que ofrece el destino, éstas fueron evaluadas de la siguiente manera: 69.7% las catalogó como excelentes y 30.3% como buenas.

La evaluación general de calidad, variedad y atención relacionadas con los servicios de excursión mostró estos resultados: 69.7% consideró que eran excelentes y 30.3% señaló que eran buenas.

Finalmente, la satisfacción en general del destino fue evaluada de la siguiente forma: 55% la considera buena y 45% excelente.

3.2.5. Evaluación de la competitividad y sustentabilidad

Un total de 56.7% de los visitantes tenía una percepción excelente antes del viaje y 43.3% buena. Su opinión mejoró después de haber realizado el viaje, ya que 58.3% consideró que era excelente y el 41.7% restante se quedó con una buena percepción.

Con respecto a la seguridad en el destino, 55.2% la catalogó como excelente y 44.8% respondió que era buena.

En términos generales, el estado y la variedad de los atractivos turísticos fueron considerados por 36.7% como excelente y como buena por 63.3%.

La evaluación general del visitante en relación con los servicios turísticos ofertados fue calificada por 53.3% como excelente y por 46.7% como buena.

3.2.6. Conocimiento del sitio y planificación del viaje

Un porcentaje de 67.1% de los visitantes ya sabían que este lugar era PM antes de visitarlo, mientras que 32.9% no tenían conocimiento. El 60% de los encuestados señaló que no influyó en su decisión de viajar al destino el hecho de que cuente con dicho nombramiento; en contraste, el 40% restante expresó que la existencia de esa categoría sí constituyó un determinante para tomar su decisión de viajar el sitio.

Por su parte, la mayoría de los encuestados (59.6%) se enteraron del destino por medio de amigos, 22.8% por medio de internet y 17.5% a través de la familia.

En cuanto a los medios que más aportaron información para realizar su desplazamiento al destino, fueron amigos, con 48.3%, seguido de internet por 28.3%, familia con 18.3% y por último, 5% se apoyó en agencias de viajes.

3.2.7. Estadía y gasto

La permanencia promedio de los visitantes fue la siguiente: 9.9% no pernocta, 50% sólo se queda un día, 14.1% lo visita de 2 a 4 días, 17.2% se hospeda de 5 a 8 días y 8.8% más de 8 días.

En relación con la realización de visitas previas al destino, 61.7% de los encuestados respondió que había acudido al sitio de 1 a 3 veces, 28.3% de 4 a 7 veces y el 10% restante ha visitado el pueblo de 8 a 11 veces.

El gasto promedio de los visitantes por persona osciló en los siguientes rangos: 41.7% erogó entre \$500 y \$1 000, 30% menos de \$500 y 28.3% gastó entre \$1 001 y \$1 500 por día.

3.2.8. Recomendación del destino

La intención de recomendar al destino adquirió resultados favorables, ya que 73% de los encuestados expresaron que definitivamente sí recomendarían el PM y 27% manifestaron que probablemente invitarán a otros visitantes a que acudieran al sitio. Como se aprecia, ningún porcentaje expresó su deseo de no recomendar el destino.

3.2.9. Síntesis de la calificación de las dimensiones consideradas

Al transformar a escala cuantitativa las evaluaciones de las nueve dimensiones consideradas se obtuvo un promedio global de 8.0 categorizado como satisfactorio (véase la tabla 2).

Tabla 2. Evaluación de los atributos de satisfacción en el PM Todos Santos, avance de resultados al cuarto trimestre de 2021

Núm.	Atributos	Estimaciones propias	Diferencia con promedio general
1	Hospitalidad / amabilidad de la gente	8.8	+ .6
2	La relación calidad-precio del Pueblo Mágico como destino turístico	7.8	- .4
3	Servicio ofrecido por el personal de los establecimientos de alimentos y bebidas que visitó	8.2	0
4	Experiencia en general de los establecimientos de alimentos y bebidas que visitó	8.4	+ .2
5	Servicio ofrecido por el personal de los establecimientos de hospedaje	8.2	0
6	Experiencia en general con el hotel o establecimiento de hospedaje	8.2	0
7	La limpieza de las playas (arena y mar)	8.8	+ .6
8	La diversidad de actividades recreativas y atractivos turísticos	8.0	- .2
9	La limpieza de calles y áreas públicas	7.8	+ .4
10	Promedio global (nivel de satisfacción)	8.2	-

33 Fuente: elaboración propia.

Como se aprecia, la calificación global fue de 8.2 que lo categoriza como satisfactorio, el rubro mejor evaluado fue la hospitalidad de la gente y la limpieza de las playas; en contraste, la relación calidad-precio y la diversidad de actividades recreativas y atractivos turísticos obtuvieron los puntajes más bajos.

4. Discusión

Al comparar los resultados con investigaciones realizadas por Ibáñez *et al.* (2016), Ibáñez y Cruz (2016) y Olmos (2019), se encontraron las siguientes coincidencias: principalmente el turista es nacional, viaja en familia, su principal razón de la visita es el descanso y la mayor actividad es la caminata por el pueblo; consumen en los restaurantes que se encuentran en el PM, la mayoría no contrata servicios de excursión, antes de la llegada tienen una excelente percepción, los turistas tenían en cuenta que Todos Santos era un PM y en el mayor de los casos su estadía promedio era de sólo un día.

En contraste, se encontraron algunas discordancias en diversas características, por mencionar una, la procedencia; mientras que arriba se señala que diversos autores concluyen que Todos Santos en su mayoría recibía a residentes; en el estudio realizado por Cruz e Ibáñez (2016) la mayor proporción eran visitantes extranjeros. Otro aspecto se refiere al rango de edad que, según Ibáñez *et al.* (2016), en su mayoría se ubicaba entre 18 y 41 años, mientras que en este trabajo se estimó que los visitantes se encontraban mayormente en un rango de edad entre los 34-41 y los 26-33 años.

Al contrastar los resultados de cada dimensión con las dos investigaciones más recientes se encontró lo siguiente en cuanto a la satisfacción general se obtuvo un mejor desempeño, ya que Ibáñez (2021) reporta una evaluación de 8.0 y Olmos (2019) de 7.8. Así también, se observaron ligeras mejorías en los resultados en cuanto a la relación calidad-precio, a la experiencia en general y servicios en establecimientos de hospedaje, en la limpieza de las playas (arena y mar) y la diversidad de actividades. En contraste, se observaron pequeños retrocesos en hospitalidad y amabilidad de la gente y limpieza de las calles. La dimensión de servicios en establecimientos de alimentos y bebidas no presentó cambios.

Finalmente, si bien con base en estudios previos se observó en lo general una mejora en el nivel de satisfacción del visitante, al comparar los hallazgos con estudios realizados en otros PM se encontró que Todos Santos presentó un desempeño menor, ya que —según Prado (2021)— el nivel de satisfacción del visitante en diferentes PM de México se ubicó en promedio por arriba de 8.5, de igual forma se aprecia la misma tendencia en relación

con los principales destinos de playa de México, donde según Madrid y Cerón (2013), se alcanzó también una calificación por arriba de 8.5. En cambio, según estimaciones de Ibáñez *et al.* (2016) y Cestur (2011, 2012), se situó por arriba de las principales ciudades turísticas de México, que alcanzaron un promedio en 2009 de 8.2 y de 8.0 en 2010.

5. Conclusiones y recomendaciones

Dentro de esta investigación se muestran resultados preliminares donde se determina el perfil y nivel de satisfacción del visitante en el último trimestre de 2021; así también, se analizaron cambios respecto de estudios previos.

En relación con los principales hallazgos, se pudieron identificar las características de los visitantes; por mencionar algunas, la mayoría de los visitantes eran residentes de edad mayor, la mayor proporción viajaba acompañado, su principal motivo era el descanso, la mayoría permanecía un día en el destino y su rango de gasto osciló entre los \$1 000.00 y los \$1 500.00. Todas las dimensiones alcanzaron una calificación por arriba de 8.0 a excepción de la limpieza de las calles y la relación precio calidad; la dimensión mejor calificada fue la hospitalidad.

Como principal fortaleza se percibe como un pueblo tranquilo, con mucha seguridad y el motivo de la visita es el descanso. Del mismo modo, existen áreas de oportunidad como mayor difusión de las actividades por realizar y sitios para visitar.

En general se observó un desempeño mayor en relación con evaluaciones reportadas en investigaciones previas. Sin embargo, sigue siendo necesario implementar algunas estrategias de mejora, de tal forma que el visitante se sienta totalmente satisfecho y esto se vea reflejado en una definitiva recomendación del destino.

Estas medidas pueden estar orientadas a: (1) mejorar la calidad en el servicio; (2) la limpieza de las calles; (3) mejora de la imagen urbana; (4) mayor promoción del destino y de sus atributos; (5) tomar en cuenta las propuestas de mejora en cuestiones de actividades dentro del pueblo que realizaron los visitantes encuestados, eso marcaría un plus en los turistas al momento de su visita; (6) seguir trabajando con la seguridad del pueblo

para mantener este atributo diferenciador; (7) mejorar el cuidado y la conservación de las áreas públicas; (8) incrementar la oferta y promoción de actividades recreativas a fin de que el visitante se interese por tener una estancia más prolongada, y (9) continuar con el monitoreo e implementación de medidas sanitarias a fin de brindar mayor seguridad al visitante.

Lo anterior, sumado a la relación constante de este tipo de estudios a una muestra significativa por temporada, permitirá evaluar de manera más puntual los cambios y constituirá información valiosa para mejorar la competitividad del destino que, si bien fue catalogado como satisfactorio, también es susceptible de realizar mejoras que incluso le pueden permitir afrontar mejor la reciente crisis generada por la pandemia por COVID-19 y aprovechar que los visitantes buscan destinos menos aglomerados y seguros; así también le permitirán mejorar su desempeño y reducir las brechas observadas en relación con otros PM del país.

Finalmente, señalar que en el diseño e implementación de dichas medidas es imperativo el trabajo colaborativo entre los órdenes de gobierno, el comité de los PM, el sector empresarial, el social y el académico. Lo anterior se verá reflejado en un mayor involucramiento de actores claves, en la generación de acciones integrales que favorezcan la democratización de beneficios de la actividad turística y la conservación de los atributos naturales y culturales que alberga el PM de Todos Santos.

6. Bibliografía

- Almada, R. (2007). Espacio e identidades locales en Todos Santos, BCS. *Espiral (Guadalupe)*, 13(38), 113-140.
- Almendarez, M., Ibáñez, R., y Olmos, E. (2021). Atributos que influyen en la elección del visitante en cuatro pueblos mágicos del noroeste mexicano. *Ciencia UAT*, 16 (1), 73-85. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v16i1.1542>
- Alvarado, C. (2014). El programa de Pueblos Mágicos, entre la realidad y la fantasía. En A. Valenzuela, C. Alvarado, C. Saldaña, y G. Gama (coords.), *Imaginarios del paisaje y el turismo. Entre tradición y distintivos oficiales* (251-270). México, Juan Pablos-UAEM.
- Alvarado, C. (2015). Conservación del patrimonio cultural en el Pueblo Mágico de Tepoztlán, Morelos (2001-2012). *Territorios*, 32, 15-33.
- Cañas, S. (2016). Pueblo trágico: gubernamentalidad neoliberal y multicultural en el sureste mexicano. *Revista pueblos y fronteras digital*. 11(21), 3-30.

7. Innovación social en la implementación de modelos de conversión turísticos pospandemia

MANUEL ALEJANDRO TEJEDA MARTÍN*

FERNANDO FRANCO BARRAZA**

MANUEL ERNESTO BECERRA BIZARRÓN***

Resumen

El objetivo de la presente investigación es analizar los modelos y las estrategias turísticas emergentes que favorezcan la reactivación económica y sean aplicables a la ciudad de Puerto Vallarta posterior a la pandemia, con un enfoque cualitativo en el cual se recopila y analiza información a través de estudios realizados previamente para otros destinos turísticos, con un tipo de alcance exploratorio y descriptivo ya que se analizan los métodos y las estrategias desarrollados por organizaciones gubernamentales y no gubernamentales. Uno de los principales hallazgos es que la promoción de la innovación y de la digitalización del ecosistema turístico será un factor clave en el que los destinos dependerán totalmente de su capacidad de aprovechar la tecnología para comprender mejor las necesidades y tendencias de los viajeros y hacer un seguimiento de éstas, crear y comercializar experiencias innovadoras, y utilizar plataformas digitales para mejorar la competitividad y la agilidad de las mipymes a la hora de llegar a los clientes.

Palabras clave: *Proceso de cambio, modelos de conversión, turismo.*

10

* Maestría en Dirección de Mercadotecnia. Centro Universitario de la Costa. Universidad de Guadalajara. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2512-1899>

** Maestría en Dirección de Mercadotecnia. Centro Universitario de la Costa. Universidad de Guadalajara. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7274-9833>

*** Doctorado en Ciencias Administrativas. Instituto Politécnico Nacional. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1673-1479>

1. Introducción

En México, el turismo es un sector estratégico y cuya importancia radica sobre todo en su aportación al producto interno bruto (PIB) y al empleo, pero a su vez tiene un papel importante en la vertebración social y territorial.

Después de la crisis económica mundial en 2008, este sector fue clave para la recuperación y la reactivación económica; y se tiene la hipótesis de que lo vuelva a ser tras los efectos de la crisis sanitaria actual, producto de un nuevo virus SARS familiar de los coronavirus, llamado SARS-CoV2. En ese contexto, las economías locales y regionales mexicanas que se basan predominantemente en el turismo se han visto sumamente afectadas por la disminución del flujo de turistas, colapsando su nivel de empleo, capacidad de compra e impidiendo que se recuperen a mediano plazo.

La oferta turística se define como al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de un lugar, y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas. La conjunción de los atractivos, productos y servicios turísticos de un determinado lugar, a los que cuando se les añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un esquema de distribución y una estructura de precio que responda a las características del mercado meta, es lo que se define como el producto turístico (Socatelli Porras, 2015).

El impacto que la pandemia de COVID-19 dejó fue 18 veces más grande que el de la crisis financiera de 2008, declaró Gloria Guevara Manzo, quien es la directora ejecutiva y presidenta del Consejo Mundial de Viajes y Turismo; durante una conferencia previa al arranque del Foro Mundial del WTTC, en Cancún.

También expuso que en 2019 la contribución de las actividades turísticas al producto interno bruto (PIB) fue de 10.4 por ciento, pero desafortunadamente, para 2020 hubo una caída de 49 por ciento, la contribución pasó a 5.5% y se perdieron 62 millones de empleos (Rivas Dias, 2020).

Uno de cada diez empleos en el mundo se ubica en este sector y una de cada cuatro plazas laborales nuevas que se generan vienen de este medio, y en eso radica la importancia del turismo para la economía mundial.

La problemática en el sector terciario para las ciudades donde la economía circula en su mayoría gracias al turismo, analizar los modelos de conversión que favorecen posterior a la pandemia a la continuidad de las operaciones en cada ciudad, ha sido de interés y necesidad debido a que la fuente de empleos y la capitalización de la sociedad y el gobierno se sostiene por este ingreso. Ha sido inminente este proceso de cambio ante la recesión económica que permeó en la comunidad vallartense.

Este estudio se centra en la capacidad instalada para la prestación de servicios de la ciudad de Puerto Vallarta.

Gloria Guevara declaró también que actualmente se define con diferentes líderes mundiales cómo acelerar la reactivación del sector y se espera que para finales de 2022 se hayan recuperado los millones de empleos perdidos tras la actual crisis sanitaria y económica (Gutiérrez, 2021).

Los datos mostraron que las Américas es la región con menos afectación en el número de visitas YoY Var: -45.9%, seguido por Europa con un YoY Var: -56.1%. Dentro de las Américas, Norteamérica está a la cabeza en las pérdidas, mientras que el Caribe y Centroamérica están siendo ligeramente menos afectadas. La evolución de la capacidad aérea en asientos detona índices bajos en comparación con el periodo del año pasado (UNWTO, 2020).

Se describe en la página (Cuéntame de México) del INEGI que cuentan con una extensión territorial total de 5 120 676 km², formados por una superficie continental de islas y el espacio correspondiente a su mar territorial. La superficie continental se refiere a la parte del territorio nacional que está articulado con el continente americano, así como a las islas del país y la superficie marítima está comprendida por el mar territorial y la zona económica exclusiva (ZEE), esta última definida por medio de tratados internacionales con Estado Unidos de América, Guatemala, Belice, Honduras y Cuba y está custodiada por la Secretaría de Marina.

En 2019, el sector turístico del país tenía una aportación de 8.8 por ciento al total de plazas laborales que hay en México, de acuerdo con información presentada por el secretario de turismo Miguel Torruco Márquez (Sectur, 2019). De acuerdo con la Confederación de Cámaras Nacionales de

Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco) citando los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, los estragos en la actividad económica por la pandemia del coronavirus y las medidas de confinamiento ocasionaron la pérdida de 12.5 millones de trabajos en México durante abril de 2020. En total, la población económicamente activa (PEA, ocupados más desocupados), pasó de 57.4 en marzo a 45.4 millones en abril del mismo año.

La Secretaría de Economía (2016) publicó que dentro de las ⁶⁰ principales actividades productivas del estado se encuentran el comercio; los servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles; la construcción; la agricultura y cría de animales; el aprovechamiento forestal, la pesca y la caza, y la industria alimentaria, y que los sectores estratégicos en el estado de Jalisco son: el turismo, la moda, la comida gourmet, la electrónica, el sector automotriz y las tecnologías de la información.

El turismo figura como una de las actividades económicas estratégicas del estado, cuya aportación al PIB estatal fue de 11.5% en 2019 y generó 102 919 empleos a través de las 43 410 unidades económicas del sector. En este mismo año recibió 7 203 129 turistas nacionales e internacionales que generaron una derrama económica de 26 630.67 millones de pesos, contabilizados hasta el mes de septiembre.

Puerto Vallarta es un municipio y ciudad turística del estado de Jalisco, México, en la Bahía de Banderas, en el Océano Pacífico. El director de Turismo, José Estrada Virgen, en 2017 expuso que Puerto Vallarta es el destino número uno en el estado de Jalisco y el segundo más importante a nivel nacional, por su afluencia turística y derrama económica.

En una entrevista para Notimex añadió que a nivel nacional es uno de los destinos más importantes: “Después de Cancún están Vallarta y Los Cabos, económicamente hablando, y también por tener mayor afluencia turística” (Entorno Turístico Staff, 2017).

1.1. Plan de impulso para el sector turístico

La pandemia por COVID-19 ha traído consecuencias negativas a todos los países del mundo, sin discriminar el nivel de desarrollo de los países, en todos sus sectores, pero en especial las actividades económicas en el sector

turístico, poniendo en peligro el desarrollo sostenible. Naciones Unidas ha presentado el “Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo” (2020) en el que podemos darnos cuenta de algunos efectos que se presentaron con la pandemia, como por ejemplo que las actividades de transporte aéreo y transporte marítimo se detuvieron debido al cierre de los puertos, aeropuertos y a la coordinación y el apoyo insuficientes entre los países, afectando tanto a la exportación como a la importación, empleados, empleadores, así como a los usuarios de ambas actividades.

1.2. Caso España

Desde el inicio de la pandemia, el Gobierno español, como se describe en el Plan de impulso del sector turístico (2021), ha ido adoptando diferentes paquetes de medidas de contenido económico, laboral y fiscal con el objetivo de permitir mantener la actividad y el empleo del sector turístico mientras se avanzaba hacia la “nueva normalidad”. El primero de esos paquetes incorporó acciones concretas destinadas al sector turístico: la ampliación de la Línea ICO Sector Turístico y actividades conexas COVID-19/Thomas Cook, la ampliación de la bonificación de los trabajadores fijos-discontinuos y la suspensión de los plazos de devolución de préstamos del programa Emprendetur. Pero también se adoptaron en los primeros momentos de la crisis medidas generales destinadas, principalmente, al mantenimiento del empleo a través de la flexibilización por medio de los ERTE, y la inyección de liquidez en las empresas, con la habilitación de una línea de más de 100 000 millones de euros en avales del Estado, junto al aplazamiento de impuestos y contribuciones sociales o las medidas en materia de arrendamiento de locales de negocio. Todas estas medidas han beneficiado, muy especialmente, al sector turístico.

1.3. El plan de recuperación europeo Next Generation EU

La Comisión Europea ha presentado una propuesta de plan de respuesta a la crisis, Next Generation EU, que se articulará mediante diversos instru-

mentos financieros, desde transferencias no reembolsables a préstamos. El plan de recuperación debe atender a los sectores que se manifiestan como estratégicos desde una triple óptica:

- I. construir una Europa más sostenible, resiliente y justa, acelerando para ello las transiciones energética y digital;
- II. impulsar los sectores tractoros sobre la actividad y el empleo;
- III. apoyar los diferentes ecosistemas industriales, con el fin de garantizar la autonomía estratégica de las cadenas de valor y proteger en particular a las pequeñas y medianas empresas;

7

- I. Compromiso con la actividad empresarial y el mantenimiento del empleo.

Desarrollar cuantas acciones y medidas sean necesarias para que las empresas y los representantes de los trabajadores del sector negocien y acuerden medidas en su ámbito correspondiente que garanticen la continuidad de las empresas sin pérdida de empleo, a través de medidas de regulación de empleo temporal y de flexibilidad interna.

- 2. Protección de las personas trabajadoras y clientes del sector.

Una vez reanudada la actividad productiva, las empresas se comprometen a aplicar las “Guías para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2 en el sector turístico”, desplegando todos los medios preventivos que garanticen en todo momento la seguridad y salud de las personas trabajadoras, así como los clientes.

- 3. Compromiso en defensa del sector.

Continuar el diálogo social sectorial, con el fin de seguir compartiendo principios e iniciativas en defensa del sector turístico, para el mantenimiento de la competitividad de sus empresas, el mantenimiento y la calidad del empleo y del servicio prestado a la sociedad.

En México, desde mediados de marzo la economía se fue a pique, se dejó de recibir en muy grandes cantidades a los turistas de nuestros principales mercados como consecuencia del cierre de las fronteras a nivel mun-

dial. A pesar de la gran crisis que azotaba a todo el mundo, México mantuvo sus fronteras abiertas y las medidas no fueron tan rígidas como en otros lugares. Esto le permitió reactivar un poco la economía, pues mientras en otros lados a inicios de 2021 aún mantenían las fronteras cerradas, el país ya estaba recibiendo un pequeño pero estable porcentaje de turistas y había reactivado otras actividades.

Por tanto, el objetivo de la presente investigación es “analizar los modelos y estrategias turísticas emergentes que favorezcan la reactivación económica y sean aplicables a la ciudad de Puerto Vallarta posterior a la pandemia”; se considera conveniente el desarrollo de la investigación, con el objetivo de contribuir a la reactivación socioeconómica del país, de una manera estratégica y competitiva derivada de un estudio diagnóstico.

2. Marco teórico

2.1. Teoría del cambio

De acuerdo con el artículo Conceptos básicos de la teoría del cambio (2012), la teoría del cambio es un proceso riguroso pero participativo mediante el cual los grupos y las partes interesadas, en un proceso de planificación, articulan sus metas a largo plazo e identifican las condiciones que creen que deben desarrollarse para que esas metas se cumplan. Estas condiciones se modelan como resultados deseados, organizados gráficamente en un marco causal. Una teoría del cambio describe los tipos de intervenciones (un solo programa o iniciativa coordinada) que generan los resultados descritos en el mapa del marco de resultados. La teoría del cambio surgió de los estudios de la teoría del campo, ya que nos dice que los acontecimientos están determinados por fuerzas que actúan a distancia. La conducta es una función del campo existente en el momento en que aquella tiene lugar.

Lewin introduce el concepto de espacio vital para definir la totalidad de los hechos que determinan la conducta de un individuo dado, en un momento determinado, definiéndolo como el conjunto de factores mutuamente dependientes que forman parte de la experiencia psicológica, incluyendo tanto la posición de la persona como su ambiente psicológico tal y como lo percibe.

Lewin concebía al individuo como un campo de energía complejo: El comportamiento está en función de una persona que interactúa con un entorno.

Los cambios han dado paso al desarrollo del entorno de la humanidad, la necesidad de hacer más eficientes las actividades ha permitido el mejoramiento continuo de tecnologías con las que se puedan realizar mejores trabajos en menos tiempo y a costos más bajos. Los cambios no son propios de las actividades industriales, la sociedad en sí sufre cambios en pensamiento y organización conforme avanzamos en el tiempo. Llamamos cambio a la acción en la cual un objeto, un sujeto o una situación pasa de un estado a otro, incluso si éste es reemplazado.

En una corriente filosófica de acuerdo con el *Diccionario de Filosofía* (1984):

El cambio incluye traslados espaciales, metamorfosis interiores de las formas de movimiento, todos los procesos de desarrollo, así como el surgimiento de los nuevos fenómenos en el mundo. El cambio abarca tanto el aumento cuantitativo o la disminución de las características, como sus transformaciones cualitativas. Históricamente cambian no sólo cualesquiera propiedades concretas de los cuerpos, sino también las leyes mismas del movimiento de la materia. En filosofía, a los cambios siempre se oponían la quietud y la estabilidad de los cuerpos, pero estas categorías son relativas, pues constituyen un caso particular y el resultado del movimiento general de la materia.

De esta manera entendemos que el cambio no es propiciado solamente por los factores en el entorno, sino que también es generado desde el interior del sujeto, objeto o situación y no necesariamente debe ser un cambio general, el cambio puede darse a partir de que algunas características del sujeto sean perturbadas, disminuidas, aumentadas o sustituidas. A causa de esta acción el cambio puede suceder de manera significativa ocasionando un desequilibrio e incluso no ser tan relevante, eso dependerá de la manera en la que se ocasionó el cambio. Los cambios suelen ser en planeados, es decir, que se den a través de un proceso organizado anteriormente definido y supervisado, de manera que se pueda tener el control para lograr los objetivos que se buscan; o bien, estos cambios también pueden ser inesperados, cuando los factores externos obligan al sujeto o la situación a cambiar su

estado de normalidad provocando un desequilibrio y la búsqueda inmediata de una solución para dar lugar a una “nueva normalidad”. Las organizaciones están sujetas frecuentemente a cambios en su entorno por factores como lo son los avances tecnológicos, las políticas del lugar donde están establecidos, las variaciones de la moneda, las innovaciones y la modernidad, obligando así a las organizaciones a modificar o adaptar la forma de llevar a cabo sus actividades. Para hacer frente a estas necesidades de cambio, las empresas utilizan el cambio organizacional, que son estrategias planeadas y desarrolladas con anterioridad a partir del análisis de la situación ya sea interna o externa y de las posibles amenazas y oportunidades.

Los cambios no planeados son aquellos que suceden de forma inesperada, de una manera intuitiva, disruptivos y sin un proceso estructurado. Pueden ser realmente peligrosos por los efectos potenciales que pueden tener en las organizaciones, pero son muy comunes. Para intentar entender este fenómeno y para la comprensión de este trabajo basaremos la presente investigación en la teoría del cambio de Kurt Lewin.

Patricia Rogers (2014) menciona que una teoría del cambio explica cómo se entiende que las actividades produzcan una serie de resultados que contribuyen a lograr los impactos finales previstos. Puede elaborarse para cualquier nivel de intervención, ya se trate de un acontecimiento, un proyecto, un programa, una política, una estrategia o una organización. También explica que una teoría del cambio puede tener diversas formas de desarrollo y de esquematización.

3. Modelos teóricos

3.1. Modelo de los tres pasos:

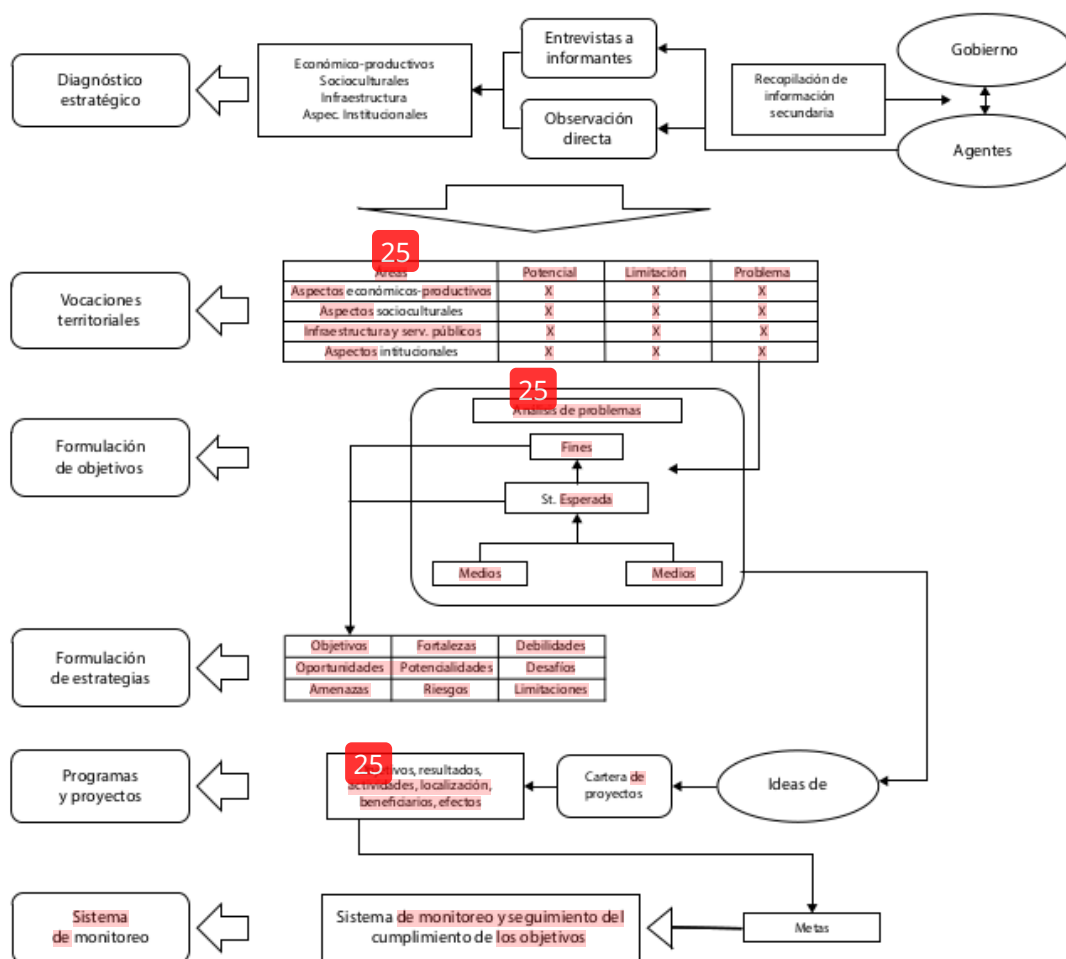
Modelo de cambio organizacional

Basándose en su teoría del campo, Lewin desarrolló el modelo de las tres etapas para un cambio exitoso. El modelo consiste en que un sistema básicamente es estable porque las fuerzas impulsoras y las fuerzas restrictivas lo mantienen de esa forma; por lo tanto, la modificación de dichas fuerzas traerá consigo cambios al sistema. Las fuerzas impulsoras son las encargadas

de, en el proceso, ayudar al cambio y las fuerzas restrictivas impiden el cambio. El modelo de Lewin consiste en tres etapas para generar cambios en la organización:

- 1) el descongelamiento
- 2) el desplazamiento/avance/cambio
- 3) el recongelamiento

Figura 1. Representación gráfica de raíz del modelo de los tres pasos



Fuente: elaboración propia con información de Warner (1988).

La etapa de descongelamiento se define como “La descongelación del nivel actual de comportamiento. Para disminuir prejuicios” (Warner, 1988)

Por su parte, Mengíbar (2007) indica que esta etapa es caracterizada como “una fase de derretimiento del sistema y de creación de disposición o motivaciones para el cambio”. En esta etapa hay que descongelar las creencias y los hábitos hasta ahora utilizados en el sistema para el desarrollo de las actividades cotidianas y esenciales. En este momento surgen las dudas generadoras de tensión, de ansiedad. La incertidumbre de no saber si cambiar ciertas actitudes podrá beneficiar o mejorar los resultados obtenidos con los hábitos anteriores.

Cambiar, introducir la nueva forma de trabajar, para crear esa cultura, nuevas pautas, nuevos comportamientos. El cambio real se produce en esta etapa, es donde se identifica el problema y gracias a esto se puede planificar e iniciarse el cambio. En este sentido, se seleccionan los objetivos progresivamente y se definen etapas, metas, métodos, tiempos y criterios de evaluación a la hora de asignar recursos, responsabilidades y compromisos (Torres, Urenda y Fernández, 2018). Durante este proceso es probable que los sujetos dentro del sistema se resistan al cambio y el sistema en general está tambaleante.

Y congelar, de esa forma podemos transformar en general esta nueva forma de trabajar, solidificar esta nueva cultura, o forma de trabajar o sistema informático, etc. En este tercer paso los nuevos cambios son aceptados completamente, las actitudes y hábitos se convierten en la normalización y se genera un nuevo *statu quo*.

Se coincide en que es fundamental la participación de todos los actores del cambio, enfatizando que “La fase de descongelamiento se completa cuando los individuos que participan aceptan y entienden la necesidad del cambio”. Por tanto, en la etapa de descongelamiento es fundamental trabajar con alguna de las dos fuerzas del modelo, ya sea aumentando las fuerzas impulsoras o bien disminuyendo las fuerzas restrictivas para lograr cambios en la organización.

4. Materiales y métodos

Para el desarrollo de este trabajo de investigación desarrollaremos un enfoque cualitativo en el cual se recopila y analiza información a través de doce

estudios realizados previamente para otros destinos turísticos, con un tipo de alcance exploratorio y descriptivo, ya que se analizan los métodos y las estrategias desarrollados por organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, de manera en que se pueda elegir uno para la ciudad de Puerto Vallarta, la cual no cuenta con datos a nivel municipal para analizar qué tipo de métodos serán utilizados para la reactivación económica.

El trabajo de investigación es manejado como un método deductivo, ya que partiremos de lo general a lo particular analizando los modelos de reactivación turística desarrollados por organizaciones gubernamentales y no gubernamentales a modo de poder elegir un modelo adecuado para aplicar en la ciudad turística de Puerto Vallarta.

El tipo de diseño es *ex post facto* significa “después de hecho”, haciendo alusión a que primero se produce el hecho y después se analizan las posibles causas y consecuencias, por lo que se trata de un tipo de investigación en donde no se modifica el fenómeno o la situación objeto de análisis; (Bernardo y Caldero, 2003) en este caso el factor causa es la crisis sanitaria y la consecuencia es la detención de la actividad turística, de las cuales se llevará a cabo el análisis, buscando en hechos históricos el comportamiento de estos factores.

La población serán todos los destinos que están aplicando métodos de la cual se tomará una muestra de aquellos destinos que tienen semejanza con Puerto Vallarta.

La técnica es investigación bibliográfica con la cual, por medio de otros estudios, se verifica cómo se comportan las variables dependiente, independiente y el sujeto en otros lugares. El instrumento de investigación será una computadora, revistas electrónicas, trabajos de investigación previos, papel y lápiz para anotaciones.

La teoría del cambio en coalición con los modelos de conversión, tienen relevancia desde la necesidad de las empresas del sector turístico, pasando por las entidades gubernamentales y aterrizando en el mercado laboral, por la necesidad actual de reactivación económica, debido a las circunstancias pos pandemia por COVID-19, ya que los indicadores macroeconómicos de México expresan una necesidad real de generar producción, mayores ingresos para el gobierno por concepto de impuestos y esto se verá reflejado en mayor inversión en infraestructura y servicios para la sociedad vallartense.

5. Resultados

Es imperativo que las empresas turísticas integren el hecho de que el turismo que recapitalizará los efectos económicos colaterales del efecto pándemico vivido ahora se deben enfocar en esfuerzos estratégicos, publicitarios y mercadológicos para los turistas nacionales, debido a que los turistas internacionales siguen con miedo y también enfrentan crisis económica. Las empresas turísticas deben tener presente que una gran parte de la población está en sus hogares con mucho tiempo libre y continuamente conectados a internet, por lo que es el momento de llegar a ellos por esta vía.

6. Discusión

Uno de los principales hallazgos es que la promoción de la innovación y de la digitalización del ecosistema turístico será un factor clave en el que los destinos dependerán totalmente de su capacidad de aprovechar la tecnología para comprender mejor las necesidades y tendencias de los viajeros y hacer un seguimiento de ellas, crear y comercializar experiencias innovadoras, utilizar plataformas digitales para mejorar la competitividad y la agilidad de las mipymes a la hora de llegar a los clientes.

Por supuesto, en el corazón de este ecosistema tenemos a los innovadores sociales, esos individuos, grupos, colectivos, *start ups*, empresas de todos tamaños, comunidades de innovación, organizaciones de la sociedad civil sin fines de lucro, espacios de *coworking*, centros comunitarios, que están ideando, intentando, fallando, adoptando o compartiendo nuevas formas de hacer y de pensar. Ellos son el último motor de la innovación en México. Este segmento del ecosistema es afortunadamente ya tan numeroso que cualquier intento por mencionarlos sería insuficiente. Lo que podemos decir es que prácticamente no hay ámbito de la vida social en el que no haya al menos una iniciativa mexicana invirtiendo su talento y pasión en crear una solución innovadora (Sotelo Márquez, 2018).

7. Conclusiones

La presente investigación abordó la relación entre el turismo, la pandemia por COVID-19, sus afectaciones y los modelos emergentes tras la crisis turística, económica y sanitaria; desde un enfoque mundial, nacional y municipal. En ese contexto, las economías locales y regionales mexicanas que se basan predominantemente en el turismo se han visto sumamente afectadas por la disminución del flujo de turistas, colapsando su nivel de empleo, capacidad de compra e impidiendo que se recuperen a mediano plazo.

Para lograr nuevamente el bienestar de las personas en el desarrollo del sector, es necesario implicar a los gobiernos, el sector privado, la ciudadanía y la comunidad internacional en alianzas sólidas para planificar y gestionar mejor el turismo, y establecer sistemas de medición para evaluar los efectos del sector en la economía, la sociedad y el medio ambiente y orientar de forma adecuada las políticas y operaciones. Para esto, Naciones Unidas ha publicado la “Hoja de Ruta para el sector Turístico más Sostenible e Inclusivo” como herramienta para establecer estrategias para la recuperación de los países con el fin de alcanzar el desarrollo sostenible con la crisis sanitaria originada por el COVID-19.

La promoción de la innovación y de la digitalización del ecosistema turístico será un factor clave en el que los destinos dependerán totalmente de su capacidad de aprovechar la tecnología para comprender mejor las necesidades y tendencias de los viajeros y hacer un seguimiento de ellas, crear y comercializar experiencias innovadoras, utilizar plataformas digitales para mejorar la competitividad y la agilidad de las mipymes a la hora de llegar a los clientes.

Tras la crisis, 12 millones de mexicanos salieron de la población económicamente activa como consecuencia de la pandemia. Los sectores de actividad económica en los que más se perdieron dichos trabajos son distintos según el sexo: para las mujeres principalmente se perdieron empleos del sector servicios y del sector comercio, situación que se ha mantenido similar de abril a julio; en el caso de los hombres, ha tenido una distribución distinta por mes, en abril el sector más afectado fue el de actividades secundarias, seguido del de servicios; en mayo, al parecer se tuvo un regreso a los

empleos del sector de actividades secundarias (INEGI, 2020); por ende, se estima que es de gran relevancia social la investigación y la aplicación de sus objetivos.

En la revisión de los modelos de conversión revisados y propuestos por investigadores de entornos turísticos, se encuentra la necesidad de implementar aquellos que favorezcan la continuidad de operaciones de las empresas turísticas de la región. Resulta de interés enfatizar en el proceso de cambio qué significa para estas industrias, no basta con una revisión teórica, requiere implementación y control para encontrar los ejes favorecedores a la estructura local.

Por eso, la presente investigación buscó contribuir de forma teórica y con la finalidad de que exista un precedente y posteriormente se creen nuevas herramientas o instrumentos para recolectar o analizar datos en función de los escenarios y los destinos turísticos pueda afrontar crisis futuras mediante estudios de diagnóstico turístico que contribuyan a una correcta toma de decisiones por parte de los organismos turísticos competentes y empresas que así lo prefieran.

8. Bibliografía

- Alianza del Pacífico (17 de septiembre de 2021). Plan de reactivación del turismo post pandemia covid-19. Obtenido de https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/PLAN_REACTIVACION_TURISMO_POST_PANDEMIA_.pdf
- Asociación de Empresarios de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas (AEBBA). (septiembre de 2021). Semáforo covid-19 Puerto Vallarta . Obtenido de AEBBA.org: <https://aebba.org/semaforo-covid19-puerto-vallarta/>
- Banxico Educa (11 de septiembre de 2021). Producto Interno Bruto. Obtenido de Banco de Mexico: <http://educa.banxico.org.mx/economia/crecimiento-pib.html>
- Bernardo y Calderón (2003). La innovación social. Una solución de futuro. José Bernardo Carrasco (Ed.). Javaloyes, JJ y Caldero, JF Prólogo Pérez Yuste, R.
- Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio Servicios y Turismo (Concanaco) (junio de 2020). COVID-19 deja sin trabajo a 12.5 millones de personas en México. Obtenido de <https://www.concanaco.com.mx/covid-19-deja-sin-trabajo-a-12-5-millones-de-personas-en-mexico/>
- De Murcia, E. (2012). El turismo, conceptos y definiciones e importancia actual. Obtenido de <http://www.interviajes.com.py/admin/img/pdfs/turismo1c-1q4.pdf>
- Departamento de países de Centro América, Haití, México, Panamá y República Domi-

8. Actividades turísticas como factor asociado al retiro del mercado laboral en la pandemia del COVID-19

KARINA OROZCO-ROCHA*

JOSÉ MANUEL OROZCO PLASCENCIA**

ORIANA ZARET GAYTÁN GÓMEZ***

Resumen

La pandemia por COVID-19 ha impactado al mundo en muy diversas dimensiones. En materia económica se destaca la actividad turística como una de las más afectadas ante la disminución de los flujos de turistas hacia y dentro del territorio de México. Esta situación tiene diversas repercusiones, entre las que destacamos el recorte del personal ocupado en las acciones asociadas a la actividad turística. Bajo este panorama, el presente documento tiene como objetivo analizar las actividades relacionadas con el turismo como factor asociado a estar desocupado en 2020 de la población ocupada un año antes. Utilizando ⁴⁶ datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE-INEGI) del tercer trimestre de 2019 y de 2020, se aplica un modelo de regresión biprobit en el cual se analiza inicialmente cómo las características sociodemográficas están asociadas a estar ocupado en 2019, y posteriormente cómo esta población ocupada puede estar desocupada durante el tercer trimestre del 2020.

Los resultados indican que la población ocupada en actividades relacionadas con servicios de alojamiento temporal es la que tienen la mayor pro-

* Doctora en Estudios de Población. El Colegio de México. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7748-6198>

** Doctor en Relaciones Transpacíficas. Universidad de Colima. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8878-29963>

*** Doctora en Ciencias Sociales. El Colegio de Michoacán. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9465-5371>

babilidad de estar desocupada en 2020, seguida por aquella población ocupada en transporte aéreo o turístico, así como en agencias de viajes y servicios de reservación, en tercer término está la población ocupada en servicios de preparación de alimentos y bebidas, siendo éstos los tres grandes grupos con las probabilidades más altas de desocupación, del conjunto de actividades económicas examinadas. Adicionalmente, se menciona que son también las mujeres, las ocupadas en tiempo parcial y sin seguridad social quienes tuvieron mayores probabilidades de estar desocupadas en 2020. En conclusión, las actividades turísticas tienen una importante participación en el empleo de México; la población ocupada en dichas actividades se ha visto afectada por la pandemia de COVID-19 en la pérdida de sus empleos. Por ello, es necesario adoptar acciones que contribuyan a reducir su vulnerabilidad laboral mientras persista la pandemia de COVID-19.

Palabras claves: *Desocupación, actividades turísticas, COVID-19.*

1. Introducción

La pandemia por COVID-19 y el confinamiento han impactado de múltiples maneras en la economía y en las actividades económicas registrando retrocesos importantes en su crecimiento, particularmente en áreas relacionadas con las actividades turísticas; también han impactado en los hogares e individuos mediante un cambio en el consumo, pérdidas de empleo y profundizando los niveles de pobreza (Esquivel, 2020).

A finales del primer trimestre de 2020, las acciones de confinamiento tuvieron serios impactos en las actividades turísticas, aunados a los cierres de diversos países y la subsecuente cancelación de vuelos a nivel mundial. Estas acciones generaron impactos negativos en las entidades federativas y regiones de México con una predominante actividad turística (Esquivel, 2020). Dichos impactos se agudizaron en semanas posteriores ante la decisión de suspender actividades económicas consideradas como no esenciales, entre ellas las relacionadas al turismo, por lo que debieron cerrar temporalmente para asegurar el distanciamiento social promovido durante la Jornada Nacional de Sana Distancia (Secretaría de Gobernación, 2020). Estas me-

didadas tuvieron implicaciones en las empresas, en el gasto y el consumo, y sobre todo en el empleo.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) reporta que, durante el tercer trimestre de 2020, un alto porcentaje de empresas en México tuvieron algún tipo de afectación a causa de la pandemia (86.6%), que van desde una disminución de sus ingresos, baja demanda o escasez de los insumos (INEGI, 2020) 85.1% de las empresas reportaron este tipo de afectación. De los 4.9 millones de establecimientos del sector privado y paraestatal registrados en los Censos Económicos 2019, 99.8% pertenecen al conjunto de establecimientos micro, pequeños y medianos. A 17 meses de concluido el levantamiento censal, el Estudio sobre Demografía de los Negocios 2020 estima que, de los 4.9 millones de establecimientos micro, pequeños y medianos, sobrevivieron 3.9 millones (79.19%). También, como resultado de la pandemia por covid-19, los hábitos de consumo y gasto se vieron alterados, pues los consumidores se sentían expuestos al riesgo de contagio y sus perspectivas futuras de ingresos, por lo que se vieron obligado a priorizar y reorganizar su consumo y el gasto, dadas la incertidumbre de la misma pandemia y el tiempo de la crisis económica (Casco, 2020). Entre sus preocupaciones el turismo probablemente no representó en dicho momento una prioridad para la población.

En términos del empleo, la pandemia por COVID-19 ha modificado las formas de trabajar, como el teletrabajo, la reducción de la jornada laboral, la reducción de los sueldos y en el caso extremo la pérdida del empleo (OIT, 2020). En México, se registró una reducción de 5.4% de los empleos formales registrados ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) en el periodo de marzo a junio de 2020 (Esquivel, 2020), afectando principalmente a trabajadores de bajos niveles de ingresos laborales, que percibían de 1 a 2 salarios mínimos, así como a los ocupados en la agricultura, comercios, y los servicios para personas, empresas y el hogar.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), 44% del empleo total de México está en riesgo alto de verse afectado por la pandemia, lo cual se expresa a partir de la actividad económica en la cual está ubicada la población, como las actividades de la industria manufacturera, comercio al por mayor, comercio al por menor, servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes y servicios de hospedaje y de preparación de alimentos y bebidas

(OIT, 2020). En particular, las pérdidas en las actividades turísticas se espera que tengan consecuencias negativas en el empleo. Estas actividades se caracterizan por altos niveles de feminización del trabajo, en el cual alrededor de 60% de las personas ocupadas en servicios de hospedaje y de preparación de alimentos y bebidas son mujeres (CEPAL, 2020; OIT, 2020).

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) destaca la importancia de las actividades turísticas en el producto interno bruto y el empleo de México, pues su contribución alcanzó en 2019 16% en el PIB y 13% del empleo (CEPAL, 2020). A pesar de tal contribución, durante 2020 se tomaron medidas de contención de la pandemia que afectaron negativamente de diversas maneras a la actividad turística como es la desocupación de trabajadores de dichas actividades. Bajo este panorama, el presente trabajo tiene como objetivo examinar las actividades relacionadas con el turismo como factor asociado a estar desocupado en 2020 de la población ocupada un año antes, es decir, en 2019, pues el conjunto de las ocupaciones relacionadas con el turismo han sido consideradas de alto riesgo, como aquellas relacionadas con servicios de hospedaje y de preparación de alimentos y bebidas (OIT, 2020); además, recuperamos otras actividades relacionadas como las de transporte aéreo y transporte turístico, agencias de viajes o servicios de reservaciones. Se busca comprobar si los ocupados previamente en estas actividades son más propensos a estar desocupado en 2020, en comparación con el resto de las actividades económicas; todo esto con una perspectiva longitudinal, pues se le da seguimiento a los ocupados en el tercer trimestre de 2019 y se analiza su situación laboral en el tercer trimestre de 2020. Por ello, se busca dar respuestas a las siguientes interrogantes: ¿las actividades turísticas se vieron afectadas en su crecimiento económico en mayor proporción que otras actividades económicas en 2020? ¿Cuál es el efecto asociado de las actividades turísticas en la desocupación de la población ocupada en 2019? ¿Es posible observar efectos diferenciados en la desocupación entre las actividades turísticas?

Este documento se organiza por tres apartados; en el primero se describe la metodología seguida para el cumplimiento de los objetivos; posteriormente se describen los resultados obtenidos, y finalmente se presenta el apartado de discusión y conclusiones del documento.

2. Materiales y métodos

2.1. Datos

Para dar respuesta a las preguntas planteadas se utilizan diferentes fuentes de información. En un primer análisis se utilizan datos del Sistema de Cuentas Nacionales de México respecto del valor real del producto interno bruto (PIB) desagregado por las diferentes actividades económicas para los trimestres de 2019 y 2020; de tal manera se estiman las tasas de variación anual entre trimestre de las actividades relacionadas con el turismo y del PIB.

Posteriormente y para dar respuestas a las dos preguntas restantes, se utilizan datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) levantada por el INEGI. Esta fuente ofrece la oportunidad de seguir a la población en edad laboral por cinco trimestres, en su esquema rotatorio de 20% de la muestra y de reemplazo de los entrevistados en cada trimestre, aspecto de suma importancia para dar respuesta a las preguntas planteadas. De tal manera, se toma como periodo inicial el tercer trimestre de 2019, y se examina nuevamente la muestra de seguimiento que permanece en el tercer trimestre de 2020. Además, esta fuente de información aborda temas sobre las características sociodemográficas de la población en edad laboral, y de manera detallada características laborales de la población ocupada.

Cabe mencionar que la ENOE también se vio alterada durante el periodo de contingencia de la pandemia de COVID-19, por lo que a partir del tercer trimestre de 2020 se le ha denominado como ENOE nueva edición, con determinados ajustes metodológicos para su levantamiento, incorporando entrevistas telefónicas, aunque en su mayoría son cara a cara, hasta que se transite nuevamente al esquema tradicional (entrevista cara a cara) (INEGI, 2021).

2.2. Métodos

Se utiliza el modelo de regresión biprobit con selección de la muestra, en el cual se emplean dos variables dependientes dicotómicas. La ecuación Y1 que es la variable de la condición de estar ocupado (1) o no (0) en el tercer

trimestre de 2019; Y2 representa la ecuación de selección de los ocupados en 2019 y la condición de estar desocupado (1) o no (0) en el tercer trimestre del 2020. Se utiliza X como vector de variables exógenas independientes.

El modelo biprobit estima simultáneamente dos ecuaciones que pueden estar correlacionadas, lo que hace más eficientes los parámetros en caso de que sí lo estén.

2.3. Variables seleccionadas

Como se mencionó anteriormente, se analiza como primera variable dependiente Y1 del modelo biprobit a la condición de ocupación en 2019: ocupado (1) y no ocupado (0); en esta última categoría se incorpora a los desocupados, quehaceres del hogar, jubilados y otros. Como segunda variable dependiente, Y2 es la condición de desocupación en 2020 de la población ocupado en el tercer trimestre de 2019 (es decir, si $Y1=1$): no ocupado (1) y ocupado (0).

Ambos modelos (Y1 y Y2) son controlados por características sociodemográficas en el tercer trimestre de 2019: sexo (hombres, mujeres), grupos de edad (15-19, 20-29, 30-39, 40-49, 50-59, 60-69 y 70 y más), nivel educativo (sin instrucción, básica, media superior, superior), jefatura de hogar (sí, no), tamaño de localidad (menor a 2 500, 2 500 a 14 999, 15 000 a 99 999, 100 000 y más).

Además, el modelo de no ocupación (Y2) incluye las variables laborales observadas en el tercer trimestre de 2019, como la posición en la ocupación (empleador, cuenta propia, sin pago), seguridad social (sí, no), jornada laboral (tiempo completo o parcial) y la actividad económica, de la cual a continuación se explican los criterios para la construcción de sus categorías basados en un documento de la OIT (2020) y de la Secretaría de Turismo (2016).

Se estiman modelos para la población total de 15 años y más, más los modelos para la población femenina y para la población masculina con el propósito de observar diferencias de género.

2.4. Ocupaciones relacionadas en la actividad turística y nivel de riesgo económico

La Secretaría de Turismo muestra las agrupaciones de actividades económicas relacionadas con el sector turismo con base en el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) a un nivel de desagregación de 4 dígitos (Domínguez Torres y Sánchez Salinas, 2016). Lo anterior resulta conveniente para identificar a la población ocupada en dichas actividades dentro de la ENOE, pues esta fuente también presenta a dicha población basada en la clasificación del SCIAN (INEGI, 2007). A continuación, mostramos las categorías seleccionadas como actividades turísticas para el presente estudio (véase la tabla 1).

Tabla 1. *Actividades relacionadas con el sector turismo con base en la clasificación del SCIAN*

<i>Clasificación SCIAN 2018</i>	<i>Descripción</i>
4810: 4811, 4812	Transporte aéreo: regular y no regular.
4870: 4871, 4872, 4879	Transporte turístico: por tierra, por agua y otros.
5310	Servicios inmobiliarios.
5330	Servicios de alquiler de marcas registradas, patentes y franquicias.
5615	Agencias de viajes y servicios de reservaciones.
7210	Servicios de alojamiento temporal
7221	Servicios de preparación de alimentos y bebidas.
7222	Servicios de preparación de alimentos y bebidas por trabajadores ambulantes.
7223	Centros nocturnos.

Fuente: elaboración propia con base en INEGI, 2007, 2018, y Domínguez Torres y Sánchez Salinas, 2016.

A partir de las actividades relacionadas con el turismo ajustamos las categorías de la OIT de los sectores según el nivel de riesgo a las perturbaciones económicas (OIT, 2020). La OIT (2020) establece cinco categorías: alto, medio alto, medio, medio bajo y bajo. Dichas categorías fueron reorganizadas incorporando las actividades turísticas en tres categorías, como se muestra en la tabla 2. Si bien las referentes a servicios de hospedaje y de preparación de alimentos y bebidas están en la categoría de alto riesgo de la OIT, se incorporan las actividades relacionadas con el transporte aéreo, ser-

vicios inmobiliarios y agencias de viajes, como una categoría adicional en el estrato alto para examinar su comportamiento en este estudio.

Por otra parte, los sectores considerados medio y medio bajo se agruparon en una sola categoría. De tal manera que, para los modelos de regresión se introduce la variable “sector de actividad” con siete categorías, como se presenta en la tabla 2.

Tabla 2. Adaptación al sector turístico de la clasificación de los sectores de actividad según el nivel de riesgos establecido por la Organización Internacional del Trabajo (OIT)

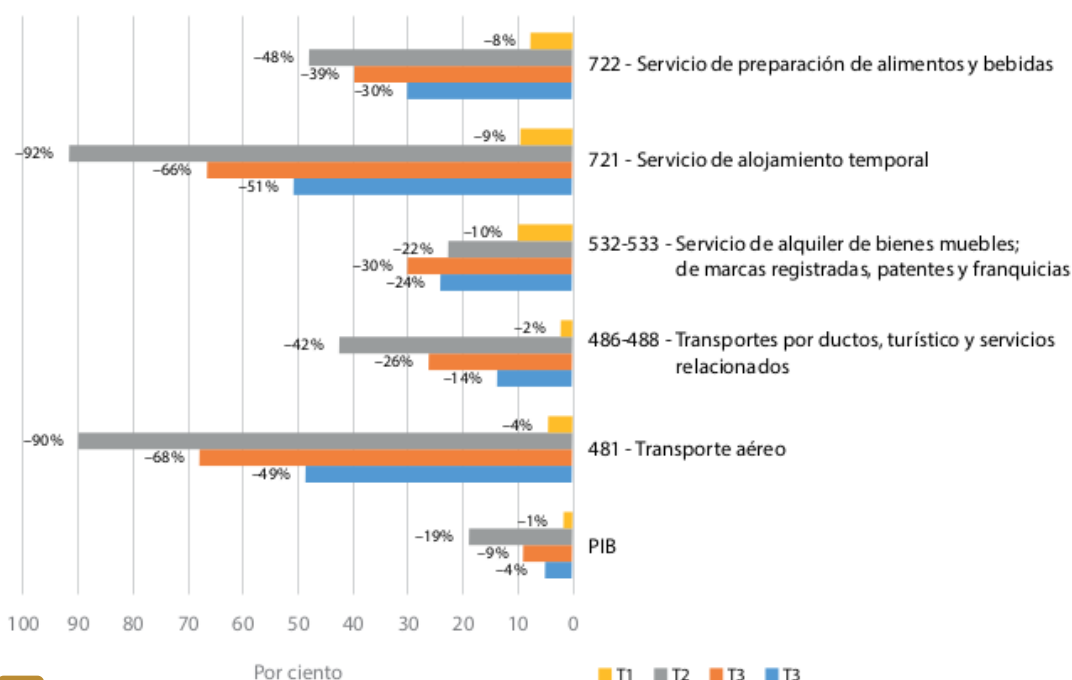
Categoría	Sector de actividad	Nivel de riesgo definido por la OIT
1	Transporte aéreo, transporte turístico, servicios inmobiliarios y de alquiler de marcas registradas, patentes y franquicias, agencias de viajes y servicios de reservaciones. 63	Alto - Turismo
2	Servicios de alojamiento temporal.	Alto - Turismo
3	Servicios de preparación de alimentos y bebidas.	Alto - Turismo
4	Industria manufacturera. 36	Alto
4	Comercio al por mayor.	Alto
4	Comercio al por menor.	Alto
4	Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes.	Alto
5	Servicios de esparcimiento, culturales y deportivos.	Medio alta
5	Otros servicios, excepto actividades gubernamentales.	Medio alta
5	Transportes, correos y almacenamiento.	Medio alta
5	Información en medios masivos.	Medio alta
6	Minería.	Medio
6	Construcción.	Medio
6	Servicios financieros y de seguros. 37	Medio
6	Agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza.	Medio bajo
7	Generación y distribución de electricidad, suministro de agua y gas. 42	Baja
7	Servicios profesionales, científicos y técnicos.	Baja
7	Corporativos.	Baja
7	Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos.	Baja
7	Servicios educativos.	Baja
7	Servicios de salud y de asistencia social. 37	Baja
7	Actividades gubernamentales y de organismos internacionales.	Baja

Fuente: adaptación propia con base en Organización Internacional del Trabajo, 2020; y Secretaría de Turismo, 2016.

3. Afectación en el crecimiento económico de las actividades turísticas

En términos globales, las economías de diversos países se vieron afectadas en 2020 ante la pandemia por COVID-19; y a su interior algunos sectores fueron más afectados que otros. Por ello, en esta sección se analiza las variaciones porcentuales entre 2019 y 2020 de los valores reales de la producción como se muestra en la gráfica 1.

Gráfica 1. Tasa de variación anual del valor real del PIB y de las actividades relacionadas con el turismo entre 2019 y 2020



54

Fuente: elaboración propia con base en datos del Sistema de Cuentas Nacionales de México. Producto interno bruto trimestral, INEGI, 2019-2020.

En el primer trimestre de 2020 se observa un retroceso anual de 1% en el PIB; sin embargo, las actividades relacionadas con el turismo mostraban ya caídas mayores, particularmente las relacionadas a **servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas**, así como la categoría que incluye el transporte turístico.

62

Durante 2020, las mayores afectaciones se visualizan en el segundo trimestre, justo donde las medidas de contención de la pandemia fueron más severas. En las actividades relacionadas con el transporte aéreo y servicios de alojamiento temporal representó una caída cercana a 90%, respecto del mismo trimestre del año anterior. En la gráfica 1 se observa que en todos los trimestres las caídas en las actividades relacionadas con el turismo fueron más notables que las identificadas en el PIB total de México.

Estos retrocesos significaron que en conjunto las actividades mostradas en la gráfica 1 pasaran de tener una participación dentro del PIB nacional de 3.3% a 2.2% entre 2019 y 2020. Lo cual indica que las afectaciones de la pandemia del covid-19 fueron más pronunciadas en las actividades turísticas que en el resto de las actividades económicas.

4. Características de la población ocupada previo a la pandemia por COVID-19

Previo al inicio de la pandemia por COVID-19, en el tercer trimestre de 2019 uno de cada cuatro hombres de 15 años y más estaba ocupado, mientras que poco menos de la mitad de las mujeres estaba ocupada, como se puede observar en la tabla 3.

61
Tabla 3. *Distribución de la población de 15 años y más según condición de actividad, tercer trimestre de 2019*

Condición de actividad	Muestra completa: 15+			Longitudinal: 15+		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
No ocupado	26.0	54.5	41.0	25.4	53.0	40.0
Ocupado	74.0	45.5	59.0	74.6	47.0	60.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
n =	142701	158392	301093	18756	20934	39690
%	47.4	52.6	100.0	47.3	52.7	100.0

10
Fuente: elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, microdatos del tercer trimestre de 2019 (muestra completa) y 2020 (muestra longitudinal III-2019 y III-2020).

Respecto de las características sociodemográficas de la población ocupada, por grupos de edad se puede observar que tanto para la población masculina como femenina ocupada las mayores participaciones se mantienen en las edades de 20 a 29 años con poco más de 20%, seguido por la población de 30 a 39 años y los de 40 a 49 años, mostrando menor proporción en los grupos extremos de edad, es decir, en los más jóvenes y la población adulta mayor (véase la tabla 4).

Tabla 4. Características laborales de la población ocupada en el ¹⁰ tercer trimestre de 2019

Características	Muestra completa			Muestra longitudinal		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Grupo de edad						
15-19	12.9	11.4	12.1	13.1	10.9	12.0
20-29	21.3	20.1	20.7	19.6	18.2	18.9
30-39	17.8	18.3	18.0	17.8	18.7	18.3
40-49	17.7	17.8	17.7	18.1	19.0	18.6
50-59	13.7	14.6	14.1	14.4	15.3	14.9
60-69	9.4	9.8	9.6	9.5	10.1	9.8
70+	7.3	8.1	7.7	7.5	7.8	7.7
Educación						
Sin instrucción	4.5	6.0	5.3	4.6	5.8	5.3
Básica	59.1	58.3	58.7	59.2	58.5	58.9
Media superior	22.5	22.6	22.5	22.7	22.6	22.7
Superior	14.0	13.1	13.6	13.4	13.1	13.2
Parentesco						
Jefe(a)	55.3	20.5	37.0	58.1	21.5	38.9
Otro	44.7	79.5	63.0	41.9	78.5	61.1
Tamaño de localidad						
100 000 +	49.5	49.6	49.6	48.3	49.4	48.9
15 000 a 99 999	14.5	14.8	14.7	13.4	13.8	13.6
2500 a 14 999	13.9	14.0	14.0	15.2	15.3	15.2
Menos de 2500	22.0	21.6	21.8	23.2	21.5	22.3

Posición en la ocupación						
Subordinados remunerados	68.4	66.9	67.9	67.4	65.2	66.5
Empleador	6.3	2.5	4.8	6.4	3.2	5.2
Cuenta propia	21.9	23.6	22.6	22.5	24.0	23.1
Sin pago	3.4	7.0	4.8	3.7	7.6	5.2
Seguridad social						
No	63.0	62.3	62.7	63.3	63.8	63.5
Sí	37.0	37.8	37.3	36.7	36.2	36.5
Jornada laboral						
Tiempo parcial	19.0	36.4	25.8	19.3	38.0	26.7
Tiempo completo	81.0	63.6	74.2	80.7	62.0	73.3

10

Fuente: elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, microdatos del tercer trimestre de 2019 (muestra completa) y 2020 (muestra longitudinal III-2019 y III-2020).

En cuanto a nivel de educación, se puede observar que hombres y mujeres mantienen una igual composición, pues 59.1% de los hombres ocupados tienen educación básica, similar a 58.3% de las mujeres ocupadas, seguidos por aquellos que tienen educación media superior, con 22.5% de los hombres y 22.6% de las mujeres. Con menor proporción están los ocupados con educación superior, con 14.0% de los hombres y 13.1% de las mujeres, mientras que un porcentaje menor no tiene instrucción: 4.5% de los ocupados y 6.0% de las ocupadas.

La relación de parentesco asociada a la jefatura de hogar marca diferencias de género, pues una mayor proporción de hombres ocupados son jefes de hogar con 55.3%, en contraste con las mujeres ocupadas, que representa 20.5%. Respecto del tamaño de la localidad, se detecta en la tabla 4 que cerca de la mitad de la población ocupada reside en localidades de 100 000 o más habitantes, y poco más de una quinta parte reside en localidades con menos de 2 500 habitantes.

Pasando a las características laborales en el tercer trimestre de 2019, se identifica que dos terceras partes estaban ocupadas como subordinado remunerado, tanto las mujeres como los hombres, mientras que poco más de una quinta parte laboraba por cuenta propia. Las diferencias de género se observan en las categorías de empleador, pues 6.3% de los ocupados tenían este tipo de actividad, en contraste con 2.5% de las ocupadas; situación

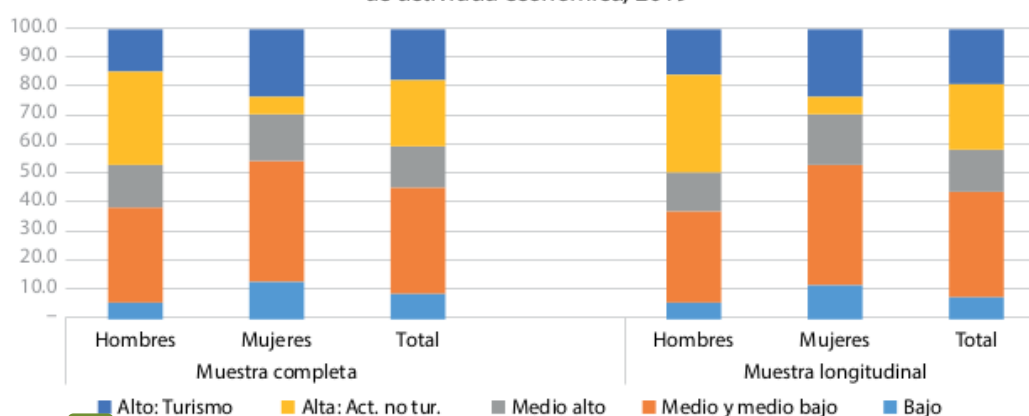
opuesta se observa en los ocupados sin pago, en el que 7.0% de las ocupadas laboraban sin pago, a diferencia de 3.4% de los ocupados.

Otra característica laboral examinada es si tiene seguridad social derivada de su ocupación, donde se advierte que sólo 37% de las ocupadas y los ocupados tenía seguridad social, y el resto, más de 60% no contaba con ella. Esta situación se asocia con la informalidad laboral. En cuanto a la jornada laboral, se puede apreciar que 81% de los ocupados laboran a tiempo completo, a diferencia de 63.6% de las ocupadas.

Examinando el sector en el cual estaban ocupados, se aprecia que una proporción mayor de mujeres que de hombres estaban en actividades económicas consideradas de alto riesgo económico según la OIT, 54.3% de las ocupadas y 38.5% de los ocupados.

Las actividades turísticas en particular representan 6.0% en los ocupados y 12.8% en las ocupadas, como se observa en la gráfica 2. A nivel desagregado por las categorías de las actividades turísticas, 4.7% de los ocupados están en servicios de preparación de alimentos y bebidas, 0.7% en servicios de alojamiento temporal y 0.6% en transportes, agencias de viajes y servicios de reservaciones. Un porcentaje mayor para las ocupadas, 7.3% están en servicios de preparación de alimentos y bebidas, 0.9% en servicios de alojamiento temporal y 0.7% en transportes, agencias de viajes y servicios de reservaciones.

Gráfica 2. Participación porcentual de la población ocupada según sector de actividad económica, 2019



Fuente: elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, microdatos del tercer trimestre de 2019 (muestra completa) y 2020 (muestra longitudinal III-2019 y III-2020).

Cabe precisar que tanto las características sociodemográficas como las laborales observadas en la muestra completa se mantienen en la muestra longitudinal, lo que permite descartar la idea de un posible sesgo de selección en esta última muestra, como se observa en las tablas 3 y 4, y en la gráfica 2.

5. Efecto asociado de las actividades turísticas en la desocupación de la población ocupada en 2019

Antes de examinar la desocupación durante la pandemia por COVID-19, es necesario examinar los factores asociados a la ocupación en el tercer trimestre de 2019. En la tabla 5 se muestran los modelos de regresión bi-probit con selección de la muestra para la población total de 15 años y más, así como los modelos para hombres y para mujeres. En la columna “Ocupado 2019” se muestran los coeficientes de regresión para estar justamente ocupados en el tercer trimestre de ese año.

Respecto del sexo, se infiere que las mujeres tienen menor probabilidad (-0.709) de estar ocupadas que los hombres. Los grupos de extremo de edad tienen menores probabilidades de estar ocupados respecto del grupo de referencia de 20 a 29 años, esto se mantiene en los modelos para la población masculina y femenina. En comparación, los grupos de 30 a 39 y de 40 a 49 años tienen mayores probabilidades de estar ocupados que el grupo de referencia.

Por otra parte, a menor escolaridad menor es la probabilidad de estar ocupados, esto se observa en el modelo general y en el de la población femenina. La asociación del tamaño de la localidad se observa más claramente en el modelo de la población masculina, en el que a menor tamaño de la localidad mayor la probabilidad de estar ocupados respecto de la categoría de referencia, que son las localidades de 100 000 o más habitantes. Caso contrario se observa en las localidades de menor tamaño, donde la división sexual del trabajo es más marcada, pues las mujeres de localidades de menos de 2 500 habitantes tienen las probabilidades más bajas de estar ocupadas, en comparación con la categoría de referencia.

Bajo estas características asociadas a la ocupación de mujeres y hombres en México en el tercer trimestre de 2019, ahora se examina cómo dichas

características se asocian a la desocupación un año después, en 2020, examinando sólo a los que estaban ocupados en el tercer trimestre de 2019.

En este contexto se resalta que las características examinadas previamente mantienen su significancia estadística en el modelo de desocupación (véanse las columnas “Desocupado 2020” de la tabla 5), pues las mujeres ocupadas tienen mayores probabilidades de estar desocupadas (0.466) que los hombres ocupados.

En términos generales, los grupos extremos de edad son los que tienen mayor probabilidad de estar desocupados, particularmente se destaca el grupo de 70 años y más con probabilidades de 1.038 respecto del grupo de 20 a 29 años. La educación pierde significancia estadística en los modelos de la población femenina y masculina; sin embargo, se destaca que los que tenían educación básica y media superior tienen mayor probabilidad de estar desocupados en comparación con los que tienen educación superior. Además, los que están en otra relación de parentesco tienen mayor probabilidad de estar desocupados que los jefes(as) de hogar, con probabilidades estadísticamente significativas en contraste con la categoría de referencia, la jefatura del hogar. Esto adquiere sentido en que dicha posición de parentesco es asociada con que el o la jefa del hogar suelen ser los principales proveedores económicos dentro del hogar, lo cual los incentiva a mantenerse ocupados en el mercado laboral. Respecto del tamaño de la localidad, la significancia estadística se mantiene sólo para el modelo de la población masculina, en el cual se observa que aquellos ocupados que residían en localidades de menor tamaño que las localidades de 100 000 o más habitantes tenían menores probabilidades de estar desocupados.

Examinando las características laborales, la variable de posición en la ocupación resulta estadísticamente no significativa para el modelo de la población masculina ocupada; sin embargo, se aprecia que las mujeres ocupadas sin pago en el tercer trimestre de 2019 tenían mayores probabilidades (0.124) que las subordinadas y remuneradas de estar desocupadas en el mismo trimestre de 2020; caso contrario se observa entre los empleadores (-0.251), quienes mostraron probabilidades negativas en comparación con la categoría de referencia.

Respecto de la seguridad social, tanto los ocupados como las ocupadas sin seguridad social tenían mayores probabilidades de quedar desocupados

durante la pandemia por COVID-19, registrando probabilidades de 0.294 y 0.508 respectivamente, en comparación con los que sí tenían seguridad social por su ocupación en el tercer trimestre de 2019. Cabe señalar que los coeficientes son mayores en las ocupadas que en los ocupados. Por otra parte, la jornada laboral también marcó diferencia en la probabilidad de estar desocupados durante la pandemia, pues las ocupadas en tiempo parcial tenían una probabilidad mayor de estar desocupadas (0.282) que aquellas que laboraban de tiempo completo. Es el mismo caso entre los ocupados, con una probabilidad de 0.321.

Para dar respuesta a la pregunta planteada de cuál es el efecto asociado de las actividades turísticas en la desocupación de la población ocupada en 2019, se puede observar en la tabla 5 que las y los ocupados en actividades relacionadas con el turismo⁶⁴ presentan las mayores probabilidades de estar desocupados durante la pandemia por COVID-19, en particular en el tercer trimestre de 2020. Sin embargo, se puede observar que las tres categorías relacionadas a las actividades turísticas tienen efectos diferenciados en la desocupación.

Tabla 5. Modelos de regresión biprobit con selección de la muestra de la participación laboral y de los factores de riesgo del retiro del mercado laboral de la población ocupada

Características en el tercer trimestre de 2019	Población total		Hombres		Mujeres	
	Ocupado 2019	Desocupado 2020	Ocupado 2019	Desocupado 2020	Ocupada 2019	Desocupada 2020
	Coef.	Coef.	Coef.	Coef.	Coef.	Coef.
Sexo						
Mujer	-0.709 ***	0.466 ***				
Edad (ref. 20-29)						
15-19	-0.865 ***	0.471 ***	-1.013 ***	0.165	-0.741 ***	0.325
30-39	0.263 ***	-0.160 ***	0.548 ***	-0.007	0.154 ***	-0.194 ***
40-49	0.280 ***	-0.177 ***	0.392 ***	-0.015	0.247 ***	-0.235 ***
50-59	-0.078 **	0.086 *	-0.039	0.195 ***	-0.078 *	-0.031
60-69	-0.800 ***	0.587 ***	-0.860 ***	0.513 ***	-0.686 ***	0.280
70+	-1.473 ***	1.038 ***	-1.608 ***	0.659 **	-1.282 ***	0.700 *

10												
Educación (ref. superior)												
Sin instrucción	-0.483	***	0.089		-0.271	***	-0.136		-0.660	***	0.169	
Básica	-0.325	***	0.134	**	0.010		0.027		-0.549	***	0.186	
Media superior	-0.346	***	0.170	**	-0.148	***	0.057		-0.485	***	0.196	
Parentesco (ref. jefe(a))												
Otro	-0.548	***	0.318	***	-0.528	***	0.247	***	-0.491	***	0.219	*
Tamaño de la localidad (ref. 100 000 +)												
15 000 a 99 999	0.053	*	-0.040		0.094	**	-0.083	*	0.034		0.021	
2500 a 14 999	-0.007		-0.062	*	0.114	**	-0.213	***	-0.088	**	0.114	*
Menos de 2500	-0.047	*	-0.092	**	0.313	***	-0.258	***	-0.284	***	0.152	
Posición en la ocupación (reg. subordinado y remunerado)												
Empleador			-0.103	*			-0.038				-0.251	**
Cuenta propia			0.024				-0.011				0.064	
Sin pago			0.140	**			0.095				0.124	*
Seguridad social (ref. con seguridad social)												
Sin seguridad social			0.385	***			0.294	***			0.508	***
Jornada laboral (ref. tiempo completo)												
Tiempo parcial			0.313	***			0.321	***			0.282	***
Sector de actividad (ref. riesgo bajo)												
Alto: Transporte, agencias de viajes			0.298	**			0.004				0.604	***
Alto: serv. alojamiento temporal			0.384	***			0.489	***			0.236	
Alto: serv. preparación de alimentos y bebidas			0.214	***			0.157	*			0.211	***
Alto: act. no turística			0.103	**			0.051				0.094	*
Medio alto			0.131	***			0.074				0.130	*
Medio y medio bajo			0.012				0.021				0.223	**
Constante	1.509	***	-1.505	***	1.175	***	-1.524	***	0.963	***	-1.199	***
Número de observaciones	39429				18591				20838			
Selección	23574				13832				9742			

10 Nota: *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001.

Fuente: elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, microdatos del tercer trimestre de 2019 (muestra completa) y 2020 (muestra longitudinal III-2019 y III-2020).

En el modelo general, las y los ocupados en actividades de servicios de alojamiento temporal presentaron las probabilidades más altas de estar desocupados con 0.384 en comparación con el grupo de referencia que son aquellos ocupados en actividades consideradas de bajo riesgo económico según la OIT, seguidas por los ocupados en actividades de transporte, agencias de viajes y reservación, con una probabilidad de 0.298, y por las actividades de servicios de preparación de alimentos y bebidas con una probabilidad de 0.214.

Examinando los coeficientes de los modelos para la población masculina se observa que los ocupados en servicios de alojamiento temporal tienen una probabilidad de 0.489 en comparación con la categoría de referencia, los ocupados en actividades de bajo riesgo económico según la OIT, seguidos por los ocupados en servicios de preparación de alimentos y bebidas con una probabilidad de 0.157. Este comportamiento es diferente al presentado por las mujeres, en el cual aquellas ocupadas en actividades relacionadas con transporte, agencias de viajes y reservación tuvieron una probabilidad de 0.604 en comparación con la categoría de referencia, siendo este coeficiente el más alto en los tres modelos presentados en dicha variable. De igual manera que en los ocupados, resultan los servicios de preparación de alimentos y bebidas la segunda actividad económica asociada a la desocupación durante la pandemia por COVID-19.

Estos resultados corroboran que, durante la pandemia, las actividades turísticas estuvieron asociadas fuertemente a la desocupación de la población ocupada en 2019, además de que los efectos entre las tres categorías relacionadas con el turismo mantuvieron efectos diferenciados entre hombre y mujeres de tener un riesgo económico como lo indica la OIT, en este caso el riesgo sería la desocupación de la población ocupada antes de la pandemia.

6. Conclusiones

En este capítulo del libro se han examinado las actividades relacionadas con el turismo como factores asociados a la desocupación de la población en edad laboral en México, partiendo del análisis de los ocupados en el tercer

trimestre de 2019 y su situación en el mismo trimestre de 2020. Los hallazgos encontrados en el análisis de la variación del valor de la producción entre 2019 y 2020 indican caídas importantes, particularmente en el segundo y tercer trimestre de 2020, lo cual hacía más pertinente realizar el análisis para el trimestre seleccionado (y considerando que para el segundo trimestre no se dispone de información de la ENOE). Las caídas más importantes se mostraron en los servicios de alojamiento temporal, en transporte aéreo y en servicios de preparación de alimentos y bebidas, alcanzando una caída crítica en el segundo trimestre, lo cual adquiere sentido pues fue el periodo en el cual se implementaron las medidas más estrictas con el propósito de frenar la propagación del COVID-19.

Otro hallazgo es que las actividades turísticas representaron un factor de riesgo del retiro laboral durante 2020, pues quienes laboraban en actividades de servicios de alojamiento temporal, seguidos por los que laboraban en transporte aéreo y agencias de viajes y en los servicios de preparación de alimentos y bebidas, tuvieron las probabilidades más altas de estar desocupados.

Si bien las actividades turísticas se han reactivado a nivel internacional y nacional, éstas continúan desarrollándose bajo determinadas restricciones sanitarias y de movilidad, por lo que resulta importante dar continuidad a la recuperación de los empleos perdidos en 2020, asociada a la implementación de programas de apoyo del sector turístico a finales de 2020 y durante 2021. En este sentido, se pueden mencionar algunas políticas públicas orientadas directa o indirectamente a la reactivación económica de las actividades turísticas y a su recuperación del empleo. Se pueden destacar las relacionadas a la promoción del turismo bajo estrictas medidas biosanitarias en coordinación con la iniciativa privada y diversas secretarías de Estado como la Secretaría de Turismo, la Secretaría de Economía, la Secretaría de Salud, la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y gobiernos estatales (Sector, 2021). Otras medidas de apoyo a las empresas turísticas y de fomento a la recuperación del empleo a nivel internacional han sido el aplazamiento de pagos adeudados (impuestos, seguros), apoyo del Estado para los trabajadores en cuanto a pagos de seguro social y de salud, el fomento de la confianza en los protocolos de salud y seguridad en las actividades turísticas, condiciones especiales de préstamo a las empresas con tasas de interés prác-

ticamente nulas y en algunos casos etiquetados para el pago de sueldos de los trabajadores (ONU, 2020). Otras medidas que deben de ser implementadas deben partir desde el apoyo a las personas, pues como se observa los grupos vulnerables en términos de salud han recibido la prioridad en la calendarización de las vacunas de prevención del COVID-19, particularmente las personas adultas mayores y los que padecen enfermedades crónicas; finalmente, la asignatura pendiente han sido las políticas públicas para las mujeres por ser las más afectadas dadas las responsabilidades de cuidado que recae en ellas y que se han visto incrementadas ante la pandemia y los confinamientos.

7. Bibliografía

- Casco, A. R. (2020). Efectos de la pandemia de covid-19 en el comportamiento del consumidor. *Innovare: Revista de Ciencia y Tecnología*, 9(2), 98-105. <https://doi.org/10.5377/innovare.v9i2.10208>
- CEPAL (2020). *Evaluación de los efectos e impactos de la pandemia de covid-19 sobre el turismo en América Latina y el Caribe* (núm. 162).
- Domínguez Torres, M. L., y Sánchez Salinas, J. C. (2016). *Visualización del turismo en el Atlas de Complejidad Económica de México* (núm. 2016-1; Documento de Investigación Estadística y Económica).
- Esquivel, G. (2020). Los impactos económicos de la pandemia en México. *Economía UNAM*, 17(51), 28-44. <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/articulos-y-otras-publicaciones/%7BD442A596-6F43-D1B5-6686-64A2CF2F371B%7D.pdf>
- INEGI (2007). *Sistema de clasificación de América del Norte (SCIAN). Versión hogares*. INEGI: Aguascalientes.
- (2018). *Sistema de clasificación Industrial de América del Norte*. INEGI: Aguascalientes. Consultado el 30 de agosto de 2021 en <https://www.inegi.org.mx/app/scian/>
- (2019). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*, microdatos del tercer trimestre del 2019. INEGI: Aguascalientes. Descargado el 1° de julio de 2020.
- (2020). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*, microdatos del tercer trimestre del 2020. INEGI: Aguascalientes. Descargado el 1° de julio de 2020.
- (2 de diciembre de 2020). El INEGI presenta resultados de la Segunda Edición del ECOVID-IE y del Estudio sobre Demografía de los Negocios 2020. *Comunicado de Prensa*, 617/20, 1-26. INEGI: Aguascalientes. Consultado el 30 de agosto de 2021. https://inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/ECOVID-IE_DEMOGNEG.pdf
- (2021). *Nota metodológica de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*.

9. Marco jurídico nacional, políticas públicas e iniciativas relacionadas con la producción y el consumo responsable en México y su legislación local en Baja California Sur

FABIOLA VERDUZCO LÓPEZ*

JUDITH JUÁREZ MANCILLA**

Resumen

Para que un país como México logre ² satisfacer las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de generaciones futuras para el mismo fin, será necesario contar con un desarrollo sostenible. Sin embargo, este desarrollo sostenible no es fácil de lograr, de ahí que sea muy importante analizar la legislación, la políticas y los programas públicos ², los diversos instrumentos internacionales y las diferentes propuestas de países del mundo que están trabajando para cumplir con las metas que ellos mismos y de común acuerdo han adoptado en aras de salvar al planeta. Ante esto, ² considera pertinente describir y analizar los elementos e información que dan un panorama específico sobre el tema de producción y consumo sostenible como conceptos básicos, cifras, el marco jurídico de México y casos de éxito, así como la identificación de políticas públicas en la materia, esto con el objetivo de identificar iniciativas que puedan ser implementadas para lograr este objetivo ² en el ámbito local.

El marco del desarrollo sostenible incide en un gran abanico de ámbitos y sectores tanto públicos como privados y sociales, además de los pilares que integran el desarrollo sustentable como son el económico, el social y el medioambiental. De forma específica, la producción y el consumo sostenibles, por la implicación que tienen respecto de la degradación del medio

21

* Maestra en Administración Estratégica. Universidad Autónoma de Baja California Sur.

** Doctora en Ciencias Para El Desarrollo Sustentable. Universidad de Guadalajara. ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-3168-5026>

ambiente y su relación con la economía y la sociedad, han sido objeto de regulación a través de diversos instrumentos internacionales, los cuales han dado pauta a la instauración de un marco jurídico en la materia en México, y que resulta sumamente amplio por las temáticas que abarca. Es por ello que en este documento se ofrecen diversos elementos que permiten obtener un panorama general del tema, a través del desarrollo de las siguientes secciones: marco jurídico nacional y políticas públicas implementadas, con el objeto de transitar de una producción y consumo irracional e insustentable a uno sustentable, destacando la estrategia legislativa mexicana para la Agenda 2030; análisis de iniciativas de reforma a diversos ordenamientos jurídicos, en las que se proponen tanto reformas a ordenamientos ya existentes como la creación de nuevas leyes, con el propósito de contribuir en el cumplimiento de los objetivos que se han planteado en México para contar con una producción y consumo responsables; la legislación local de Baja California Sur referente a este tema; y casos de éxito que se han implementado como respuesta a estas diferentes propuestas de consumo y producción sostenible en el país.

Palabras clave: *Objetivos de desarrollo sustentable (ODS), producción y consumo responsable, Agenda 2030.*

1. Introducción

Diversas han sido las organizaciones tanto públicas como privadas que se han dado a la tarea de abordar la problemática de la producción y el consumo insostenible con la finalidad de contribuir y aportar en el establecimiento de una cultura o educación para una producción y consumo sustentables (Ruge, 2022). En la Estrategia Nacional de Producción y Consumo Sustentable (Semarnat, 2013) se encuentran como sectores detonantes y, por lo tanto, áreas de oportunidad a las que se debe atender como patrones insustentables de producción y consumo, por mencionar algunos, los siguientes: el energético, de transporte, turístico, de alimentos y bebidas, manufactura, industrial, textil, agrícola, pesquero, de edificación. Al respecto se apunta que éstos tienen un porcentaje de responsabilidad en la explotación y uso

40

irracional de recursos, en la emisión de contaminantes, en la generación de residuos y en específico en el desarrollo de patrones insustentables de producción y consumo. Sobre el cumplimiento del objetivo 12 de dicha estrategia y sus metas, México asume que se puede lograr involucrando a diversos sectores con acciones específicas y concretas por realizar:

- *Sociedad*: Recicla y consume productos que apliquen prácticas sostenibles y no dañen el medio ambiente.
- *Iniciativa privada*: Recicla, reutiliza y aplica prácticas sostenibles que no dañen el medio ambiente. Usa eficientemente la energía y los recursos.
- *Academia*: Fortalece la investigación, colabora para crear soluciones innovadoras y apoya en la medición del impacto.
- *Gobiernos*: Promueven una cultura de producción y consumo sostenibles. Contratan proveedores que realicen prácticas sostenibles (Gobierno de México, 2017).

2

Adicionalmente, se apunta que la producción y el consumo sustentables son importantes por dos razones: para fomentar el uso eficiente de los recursos y minimizar la generación de residuos contaminantes, y para hacer más y mejores productos y servicios con menos recursos, tomando en cuenta los impactos negativos generados durante su ciclo de vida.

2

2. Retos a los que se enfrenta México en el cumplimiento de los ODS en materia de producción y consumo sustentable

De acuerdo con la Estrategia Nacional para la Implementación de la Agenda 2030 en México (Semarnat, 2013), se identifican las problemáticas que presenta México en relación con la producción y el consumo sustentables, las cuales se mencionan a continuación junto con los retos que debe enfrentar para solucionarlos:

Tabla 1. Desafíos de Producción y Consumo Sustentables en México (Agenda 2030)

Problemática	Retos
<p>2 Falta de recursos presupuestarios y humanos para la operación del Programa Especial de Producción y Consumo Sustentable.</p>	
<p>Generalizar la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales ya que la importancia de los bienes y servicios ecosistémicos no está internalizada en los mercados.</p>	<p>2 Generar mayor demanda de productos y consumo de bienes y servicios bajo esquemas de certificación sostenible, tanto a nivel gubernamental como de la población en general.</p>
<p>2 La pérdida, merma y desperdicio de alimentos, lo que conlleva a la inseguridad alimentaria.</p>	<p>2 Contar con una buena programación del calendario y condiciones de recolección, así como uso de técnicas y equipos adecuados para las etapas de cosecha y poscosecha. Infraestructura suficiente y apropiada para el transporte, almacenamiento y comercialización que permita que los alimentos no se estropeen. Lograr el rescate efectivo de los alimentos en puntos estratégicos de la cadena de producción con el apoyo de bancos de alimentos, y reducir a la mitad el desperdicio per cápita de los mismos. Revisar las políticas, planes y programas para fortalecer a los productores primarios. Evitar que las prácticas de compra y venta de alimentos al por menor resulten en la pérdida y el desperdicio de estos.</p>
<p>2 Baja tasa de recuperación y valorización de los desechos; 70% de los residuos sólidos urbanos son desechados en rellenos sanitarios, el resto se envía a depósitos no controlados.</p>	<p>2 Para avanzar en el reciclaje de los residuos, el principal reto es la separación correcta en la fuente de generación. Fortalecer la implementación de la Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos Sólidos y delimitar responsabilidades y sanciones más claras. Endurecer la legislación ambiental de las sustancias químicas, que en la actualidad es muy débil.</p>
<p>22 Falta de personal con las capacidades suficientes para la verificación y vigilancia del cumplimiento de la normatividad ambiental.</p>	<p>2 Robustecer las capacidades institucionales para garantizar la coordinación entre las dependencias, alinear los programas de incentivos e impulsar el dialogo con los distintos actores involucrados.</p>
<p>En el ámbito de las compras públicas, hay una importante incompatibilidad entre los fines propios de la contratación pública y la incorporación de criterios de sostenibilidad dicha inversión.</p>	<p>2 Expedir instrumentos normativos adecuados para el control, seguimiento y verificación de la adquisición y arrendamiento de bienes y servicios por parte del sector público.</p>
<p>En el ámbito del sector privado:</p>	<p>Fortalecer, reconocer y difundir las acciones que el sector privado ha impulsado para implementar patrones de producción sostenible que consideren un uso eficiente de recursos y energía, así como el aprovechamiento de materiales y subproductos. Integrar a las micro, pequeñas y medianas empresas para promover el fortalecimiento de sus capacidades y la adopción de prácticas sostenibles y de responsabilidad social en sus modelos de negocio. Crear un compendio que concentre el número de empresas que publican sus acciones a través de un informe anual de sostenibilidad.</p>

Fuente: elaboración propia con información de la Estrategia Nacional para la implementación de la Agenda 2030 en México.

3. Instrumentos internacionales que comprenden la producción y el consumo responsables

Varios son los instrumentos internacionales en los que se aborda lo relativo a la producción y el consumo sostenibles, y a través de los cuales se da a conocer la necesidad de solucionar la problemática de la producción y el consumo insostenibles a fin de atender el mejoramiento del medio ambiente para las generaciones presentes y futuras. El proceso de Marrakech es un proceso global que apoya la implementación de políticas y proyectos piloto sobre consumo y producción sustentable y el desarrollo de un marco de programa a 10 años sobre consumo y producción sustentable, que responde al Plan de Aplicación de Johannesburgo de la Cumbre Mundial de Desarrollo Sustentable. Dicho marco de programas es el denominado Marco Decenal de Programas de Consumo y Producción Sustentables (conocido en inglés como IOYFP). Para el desarrollo del marco decenal se establecen cuatro fases o acciones, en virtud de que tanto las necesidades sobre consumo y producción sustentables de cada país y regiones son diversas. Estas fases o acciones constituyen el Proceso de Marrakech y son las siguientes:

Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4
Consultas regionales para identificar prioridades y necesidades regionales sobre consumo y producción sustentable.	Elaboración de estrategias regionales y mecanismos de implementación, coordinados por instituciones claves en cada región.	Implementación de efectos concretos y programas a nivel regional, nacional y local para desarrollar y/o mejorar los instrumentos y metodologías de consumo y producción sustentable.	Reuniones internacionales, para la evaluación del progreso, intercambio de formación y cooperación internacional.

Para la región América Latina y el Caribe surge el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) como respuesta a las necesidades planteadas en las reuniones de Argentina, Nicaragua, Panamá, así como en las de Marrakech y Costa Rica y basado en la Declaración de Río 92 y la Cumbre Mundial de Johannesburgo. El programa propone:

- Desarrollar y adoptar estrategias nacionales en producción y consumo sustentable;

- Apoyar el diseño e implementación de sistemas integrados de gestión de residuos y promover políticas en prevención y minimización de residuos.
- Mejorar las capacidades y el conocimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas en tecnologías más sustentables, producción limpia y ecodiseño.
- Promover la implementación de programas de compras públicas sustentables en los gobiernos.
- Aumentar la conciencia ambiental en producción y consumo sustentable.
- Fortalecer el consejo de expertos de gobierno en consumo y producción sustentables.

Este marco decenal² es un marco de acción global para promover la cooperación internacional a fin de acelerar la transición hacia el consumo y la producción sostenibles en países tanto desarrollados como en desarrollo. El 10YFP apoya la creación y el fortalecimiento de capacidades y facilita el acceso a asistencia técnica y financiera a los países en desarrollo para esta transición; también desarrolla, replica y amplía iniciativas de CPS y de eficiencia en el uso de recursos. Estas iniciativas son de alcance tanto nacional como regional. El texto adoptado del 10YFP (A/CONF.216/5) incluye una lista abierta e indicativa de programas que se basan principalmente en la experiencia ganada a través del Proceso de Marrakech. Los cinco programas iniciales de trabajo del 10YFP fueron: Información al consumidor, Estilos de vida sostenibles y educación, Compras públicas sostenibles, Edificaciones y construcción sostenibles y Turismo sostenible.

² 4. Marco jurídico nacional en materia de producción y consumo responsables

4.1. Legislación federal

El marco jurídico de la producción y consumo sustentable es sumamente amplio. En este apartado se hace mención de éste, iniciando con el fundamen-

to constitucional, legislación secundaria, mención a sus reglamentos hasta las normas mexicanas, así como las distintas políticas públicas en la materia.

4.1.1. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Cámara de Diputados, 2022)

2 En la Carta Magna, el artículo 4° establece el derecho a un medio ambiente sano, al señalar expresamente que “Toda persona tiene derecho a un medio ambiente sano para su desarrollo y bienestar”. Por su parte, el artículo 25 estipula que corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional para garantizar que éste sea integral y sustentable. Asimismo, y de manera específica, el artículo 2° Constitucional en materia de derechos indígenas señala que para abatir las carencias y rezagos que afectan a los pueblos y comunidades indígenas, las autoridades de los tres niveles de gobierno tienen la obligación de apoyar las actividades productivas y el desarrollo sustentable de las comunidades indígenas. Al respecto, en el mismo artículo se apunta que esto se hará mediante acciones que permitan alcanzar la suficiencia de sus ingresos económicos, la aplicación de estímulos para las inversiones públicas y privadas que propicien la creación de empleos, la incorporación de tecnologías para incrementar su propia capacidad productiva así como para asegurar el acceso equitativo a los sistemas de abasto y comercialización.

4.1.2. Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente

De conformidad con la Carta Magna, la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente contiene las disposiciones de preservación y restauración del equilibrio ecológico en el territorio nacional que tienen por objeto propiciar el desarrollo sustentable y establecer las bases para el aprovechamiento sustentable, la preservación y, en su caso, la restauración de los recursos naturales, de manera que sean compatibles con la obtención de recursos económicos y las actividades de la sociedad que preserven los ecosistemas (art. 1°). Para lograrlo, la misma ley establece que la Federación tiene la facultad de formular y conducir la política ambiental nacional (art. 5), respetando como principio la coordinación entre las dependencias

y entidades de la administración pública, además entre los distintos niveles de gobierno y la concertación con la sociedad, pues son indispensables para la eficacia de las acciones (art. 15, fracc. IX), sin olvidar que toda persona tiene derecho a un medio ambiente adecuado. Las autoridades en términos de ésta y otras leyes tomarán las medidas para garantizar este derecho. En ese sentido, la Federación y las entidades federativas, en el ámbito de sus respectivas competencias, diseñarán, desarrollarán y aplicarán instrumentos económicos que incentiven el cumplimiento de los objetivos de la política ambiental (art. 21). Se consideran instrumentos de esta índole los mecanismos normativos y administrativos de carácter fiscal, financiero o de mercado, mediante los cuales las personas asumen los beneficios y costos ambientales que generen sus actividades económicas, incentivándolas a realizar actividades que favorezcan un ambiente sano (art. 22). Por último, debe señalarse que esta ley, en su artículo 29, menciona que las autoridades competentes promoverán la incorporación de contenidos ecológicos, conocimientos, valores y competencias, tanto en los distintos ciclos educativos como en la formación cultural.

2 4.1.3. *Ley General de Cambio Climático*

La Ley General de Cambio Climático establece como principio de la Política Nacional de Cambio Climático: “La adopción de patrones de producción y consumo por parte de los sectores público, social y privado para transitar hacia una economía de bajas emisiones de carbono”. De manera puntual, en relación con la política de mitigación del cambio climático, en el artículo 34 se contempla que, para reducir las emisiones, las dependencias y entidades de la administración pública federal, las entidades federativas y los municipios, en el ámbito de su competencia, promoverán el diseño y la elaboración de políticas y acciones de mitigación asociadas a los sectores correspondientes, considerando las disposiciones siguientes:

- VI. Educación y cambios de patrones de conducta, consumo y producción:
... b) Desarrollar programas que promuevan patrones de producción y consumo sustentables en los sectores público, social y privado a través de incentivos económicos, fundamentalmente en áreas como la generación y consumo

de energía, el transporte y la gestión integral de los residuos [...] Programas y áreas que de conformidad con la Ley serán objetivo de evaluación, tal y como lo establece el artículo 102, fracción II: Artículo 102. En materia de mitigación al cambio climático la evaluación se realizará respecto de los objetivos siguientes: ... II. Reducir las emisiones de gases y compuestos de efecto invernadero, y mejorar los sumideros de gases de efecto invernadero mediante el fomento de patrones de producción y consumo sustentables en los sectores público, social y privado fundamentalmente en áreas como: la generación y consumo de energía, el transporte y la gestión integral de los residuos...

4.1.4. *Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable*

La Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable prevé algunas cuestiones en materia de producción y consumo responsables en relación con los recursos forestales. En ella se señala que el desarrollo forestal sustentable se considera un área prioritaria del desarrollo nacional, en los términos señalados en el artículo 25 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y el 4° de esta ley (art. 28). Asimismo, establece en el artículo 29 los principios rectores de la política nacional en materia forestal, destacando para efectos de este trabajo el contemplado en la fracción IV, el cual se refiere al diseño y el establecimiento de instrumentos de mercado, fiscales, financieros y jurídico-regulatorios, orientados a inducir comportamientos productivos y de consumo sustentables de los recursos forestales, que respeten los derechos comunitarios y den transparencia a la actividad forestal. Igualmente, contempla dentro de sus principios el contenido en la fracción IX, el cual prevé la promoción de una cultura forestal que fomente el cuidado, la preservación y el aprovechamiento forestal sustentable, así como de sus bienes y servicios ambientales, su valoración económica, social y de seguridad que se proyecte en actitudes, conductas y hábitos de consumo responsable. Además, se considera que debe ser la Comisión Nacional Forestal la que impulse y promueva la Certificación del adecuado manejo forestal, así como las tareas de sensibilización de los compradores finales nacionales e internacionales de productos forestales en el consumo responsable (art. 108).

4.1.5. Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos

Es importante señalar que México se comprometió a implementar el Plan de Aplicación de las Decisiones de la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible que derivan de la Cumbre de Johannesburgo sobre Desarrollo Sostenible de 2002. Dicho plan incluye el desarrollo de acciones sobre consumo y producción sustentables que involucren la planeación urbana y el manejo de residuos, por lo que a través de lo dispuesto en esta ley se procura dar cumplimiento a dichos compromisos. En esta ley se establecen como facultades tanto de la Federación como de las entidades federativas promover la educación y capacitación continuas de personas, grupos u organizaciones de todos los sectores de la sociedad, con el objeto de modificar los hábitos negativos para el ambiente de la producción y el consumo de bienes (art. 7, fracc. XVII).

4.1.6. Ley Federal de Responsabilidad Ambiental

Esta ley regula la responsabilidad ambiental que nace de los daños ocasionados al ambiente, así como la reparación y compensación de dichos daños cuando sea exigible a través de los procesos judiciales federales previstos por el artículo 17 constitucional, los mecanismos alternativos de solución de controversias, los procedimientos administrativos y aquellos que correspondan a la comisión de delitos contra el ambiente y la gestión ambiental. La ley tiene por objeto la protección, la preservación y la restauración del ambiente y el equilibrio ecológico, para garantizar los derechos humanos a un medio ambiente sano para el desarrollo y bienestar de toda persona, y a la responsabilidad generada por el daño y el deterioro ambiental. Asimismo, se señala que el régimen de responsabilidad ambiental reconoce que el daño ocasionado al ambiente es independiente del daño patrimonial sufrido por los propietarios de los elementos y recursos naturales, y que el desarrollo nacional sustentable debe considerar los valores económicos, sociales y ambientales. Con esta ley se da cumplimiento algunas de las políticas sugeridas por los instrumentos internacionales como el Programa de la Agenda 2030, en donde se recomienda instaurar la política que en algún momento se ha

conocido como “quien contamina paga”, esto se refleja en la ley cuando lo que regula es la responsabilidad ambiental originada por los daños ocasionados al ambiente y la reparación y compensación por dichos daños.

4.1.7. Ley de Promoción y Desarrollo de los Bioenergéticos

El objeto de esta ley es la promoción y el desarrollo de los bioenergéticos con el fin de coadyuvar a la diversificación energética y el desarrollo sustentable como condiciones que permiten garantizar el apoyo al campo mexicano. A través de esta ley se otorgan facultades a la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa) para:

- regular y, en su caso, expedir normas oficiales mexicanas relativas a los requisitos, características, medidas de seguridad y demás aspectos pertinentes para la producción sustentable de insumos, así como controlar y vigilar su debido cumplimiento;
- elaborar el programa de producción sustentable de insumos para bioenergéticos y de desarrollo científico y tecnológico;
- asesorar a los productores para que el desarrollo de cultivos destinados a la producción sustentable de insumos para producir bioenergéticos se realicen de acuerdo con las prácticas que las investigaciones científicas y tecnológicas aconsejen (art. 11, fracs. II, IV, VI).

4.1.8. Ley General de Turismo

En virtud de que el turismo sustentable es parte de una de las metas de los ODS, se considera necesario observar qué dispone al respecto la legislación mexicana, y en ese sentido se encuentra a la Ley General de Turismo, ordenamiento que tiene como parte de su objeto establecer las bases para la política, planeación y programación en todo el territorio nacional de la actividad turística, bajo criterios de beneficio social, sustentabilidad, competitividad y desarrollo equilibrado de los estados, municipios y la Ciudad de México, a corto, mediano y largo plazo; asimismo, es parte de su objeto, establecer las reglas y los procedimientos para la creación de las zonas de

desarrollo turístico sustentable, su operación y las facultades concurrentes que, de manera coordinada, ejercerán el Ejecutivo federal, los Estados y municipios en dichas zonas. Al respecto, la ley señala que el turismo sustentable, para considerarse como tal, debe cumplir con las siguientes directrices: (a) dar un uso óptimo a los recursos naturales aptos para el desarrollo turístico, ayudando a conservarlos con apego a las leyes en la materia; (b) respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando sus atractivos culturales, sus valores tradicionales y arquitectónicos, y (c) asegurar el desarrollo de las actividades económicas viables, que reporten beneficios socioeconómicos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo y obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, que contribuyan a mejorar las condiciones de vida (art. 3, frac. XXI).

Por otra parte, se señala que corresponde a los estados y a la Ciudad de México, de conformidad con lo dispuesto en la ley y las leyes locales en materia turística, la siguiente atribución: participar en la regulación, administración y vigilancia de las zonas de desarrollo turístico sustentable en los municipios de los estados, conforme a los convenios que al efecto se suscriban (art. 9, frac. VIII).

4.1.9. Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público

Entre esas disposiciones se estipula que los comités de adquisiciones, arrendamientos y servicios de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal establezcan en las políticas, bases y lineamientos los aspectos de sustentabilidad ambiental que deberán observarse en las adquisiciones, arrendamientos y servicios (art. 22). También, se señala que, en las adquisiciones de madera, muebles y suministros de oficina de este material, deberán requerirse certificados que garanticen el manejo sustentable de los bosques de donde proviene la madera, y para el caso de papel para uso de oficina, se deberá requerir un mínimo de 50% de fibras de material reciclado y blanqueado libre de cloro (art. 26).

4.1.10. *Ley de Productos Orgánicos*

Esta ley tiene como parte de su objeto:

II. Establecer las prácticas a que deberán sujetarse las materias primas, productos intermedios, productos terminados y subproductos en estado natural, semiprocesados o procesados que hayan sido obtenidos con respeto al medio ambiente y cumpliendo con criterios de sustentabilidad ... V. Promover los sistemas de producción bajo métodos orgánicos, en especial en aquellas regiones donde las condiciones ambientales y socioeconómicas sean propicias para la actividad o hagan necesaria la reconversión productiva para que contribuyan a la recuperación y/o preservación de los ecosistemas y alcanzar el cumplimiento con los criterios de sustentabilidad...

Por otro lado, esta ley prevé que la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, con opinión del Consejo Nacional de Producción Orgánica, promueva que en actividades agropecuarias se adopte y desarrolle la producción bajo métodos orgánicos para, entre otros, proporcionar una alternativa sustentable a los sistemas de producción de los pequeños productores, cooperativistas, ejidatarios y comuneros. Asimismo, contempla obtener un mayor valor en el mercado o acceder a nuevos mercados constituyendo una alternativa sostenible de los productores a través de la reconversión hacia la producción orgánica.

4.1.11. *Ley Federal de Protección al Consumidor*

En el caso del consumo sustentable, la Procuraduría Federal del Consumidor deberá fomentar permanentemente una cultura de consumo responsable e inteligente, entendido como aquel que implica un consumo consciente, informado, crítico, saludable, sustentable, solidario y activo, a fin de que los consumidores estén en la posibilidad de realizar una buena toma de decisiones, suficientemente informada, respecto del consumo de bienes y servicios, los efectos de sus actos de consumo y los derechos que los asisten. Para este propósito, dicha procuraduría elaborará contenidos y materiales educativos en esta materia a fin de ponerlos a disposición del público por

los medios a su alcance, incluyendo su distribución en los establecimientos de los proveedores, previo acuerdo con éstos (art. 8 bis).

4.1.12. ² *Ley General de Educación*

Por su parte, la Ley General de Educación, de manera muy superficial, establece como uno de los criterios bajo los cuales impartirá el Estado la educación, el de inculcar conceptos y principios de consumo sostenible.

4.1.13. *Ley de Planeación*

Es importante hacer hincapié ² esta ley, ya que es la que le da fundamento a la política nacional para que las autoridades competentes elaboren y expidan los programas que contengan las metas, objetivos, estrategias y líneas de acción en materia de consumo responsable. También es el fundamento para la planeación en México cuyo instrumento rector es el Plan Nacional de Desarrollo; en ese sentido, el artículo 21 de dicha ley señala que el Plan Nacional de Desarrollo precisará los objetivos nacionales, la estrategia y las prioridades del desarrollo integral, equitativo, incluyente, sustentable y sostenible del país. Asimismo, considera las tres dimensiones del desarrollo sostenible (social, ambiental y económico) en la planeación nacional. Adicionalmente se debe señalar que, con las reformas al ordenamiento publicadas en el Diario Oficial de la Federación del 16 de febrero de 2018, en el artículo quinto transitorio se contempla que las Administraciones Públicas Federales correspondientes a los periodos 2018-2024 y 2024-2030 podrán considerar en su contenido las estrategias para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y sus metas, contenidos en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. El mismo artículo transitorio establece que para efectos de ello, en los procesos de elaboración de los proyectos de dichos planes se considerarán las propuestas que, en su caso, elabore el Consejo Nacional de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Lo anterior permite contar con un marco que dé pauta a la continuidad transexenal. En ese sentido se cuenta con el Consejo Nacional de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, el cual funge como la instancia multiactor, pues vincula al Ejecutivo federal con los gobiernos locales, el sector

privado, la sociedad civil y la academia. El Consejo Nacional está encargado de analizar la situación de México en las distintas temáticas de la Agenda 2030, identificar y proponer soluciones para el cumplimiento de los ODS y garantizar la coherencia y coordinación de los distintos esfuerzos para su puesta en marcha.

4.2. Políticas públicas

4.2.1. Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 (PND)

² El PND 2019-2024 publicado en el Diario Oficial el 12 de julio de 2019 establece una política de desarrollo regida por doce principios: 1. Honradez y honestidad. 2. No al gobierno rico con pueblo pobre. 3. Nada al margen de la ley; por encima de la ley, nadie. 4. Economía para el bienestar. 5. El mercado no sustituye al Estado. 6. Por el bien de todos, primero los pobres; 7. No dejar a nadie atrás, no dejar a nadie fuera; 8. No hay paz sin justicia; 9. El respeto al derecho ajeno es la paz; 10. No más migración por hambre o por violencia; 11. Democracia significa el poder del pueblo. 12. Ética, libertad y confianza. Además, establece tres grandes ejes: I. Política y Gobierno; II. Política Social; III. Economía. Este documento plantea transitar hacia una visión en la que los individuos, como sujetos de derecho, sean el centro de la política, y en la que se respete y promueva el arraigo a su territorio, a partir de un modelo de desarrollo económico y social equitativo, sostenido y balanceado. Cabe destacar que los 30 objetivos del Eje General del PND tienen una vinculación con los 17 ODS aprobados por la ONU y representan 40% del total de las relaciones posibles, resaltando el hecho de que el número de objetivos relacionados entre ambas partes asciende a 204. Sin embargo, no establece ninguna estrategia específica para alcanzar el objetivo 12 que hace referencia al consumo y la producción sostenible.

4.2.2. Programa Sectorial de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Promarnat 2020-2024)

Derivado del compromiso de México para impulsar el desarrollo sostenible al que se hace referencia en el segundo eje del Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, denominado política social, se emite y publica en el *Diario Oficial de la Federación* el 7 de julio de 2020 el Promarnat, el cual se integra por cinco objetivos prioritarios:

1. Promover la conservación, protección, restauración y aprovechamiento sustentable de los ecosistemas y su biodiversidad con enfoque territorial y de derechos humanos, considerando las regiones bioculturales, a fin de mantener ecosistemas funcionales que son la base del bienestar de la población.
2. Fortalecer la acción climática a fin de transitar hacia una economía baja en carbono y una población, ecosistemas, sistemas productivos e infraestructura estratégica resilientes, con el apoyo de los conocimientos científicos, tradicionales y tecnológicos disponibles.
3. Promover al agua como pilar de bienestar, manejada por instituciones transparentes, confiables, eficientes y eficaces que velen por un medio ambiente sano y donde una sociedad participativa se involucre en su gestión.
4. Promover un entorno libre de contaminación del agua, el aire y el suelo que contribuya al ejercicio pleno del derecho a un medio ambiente sano.
5. Fortalecer la gobernanza ambiental a través de la participación ciudadana libre, efectiva, significativa y corresponsable en las decisiones de política pública, asegurando el acceso a la justicia ambiental con enfoque territorial y de derechos humanos y promoviendo la educación y la cultura ambiental.

En el Promarnat se advierte que la ausencia de una cultura ambiental constituye un grave obstáculo para transformar los patrones de consumo insostenibles que predominan en ciertos sectores de la sociedad. Cabe señalar que del propio Promarnat se desprende que éste se alinea con la Agenda 2030 con la cual comparte objetivos.

4.2.3. ² *Estrategia Nacional para la Implementación de la Agenda 2030 en México*

En noviembre de 2019 fue presentada esta estrategia nacional, la cual plantea diversas coordenadas para entender de mejor manera la ruta que conduce hacia el futuro que se desea para México y para el planeta, así como algunas acciones clave para alcanzarlo. Al respecto, la estrategia contiene diversas propuestas sobre cómo atender los temas y las metas que abordan los ODS y para su logro y cumplimiento. En cuanto a producción y consumo ² sustentable establece algunas propuestas y retos a afrontar. Algunos de los datos que ofrece la Estrategia Nacional para destacar la importancia de garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles son:

- Que el desperdicio anual de alimentos en México (de acuerdo con el Banco Mundial) sería suficiente para alimentar de manera adecuada a 11 millones de personas en condición de pobreza extrema.
- El 16% de residuos se envía a tiraderos a cielo abierto.
- Se malgastan 39 000 litros de agua por pérdidas y desperdicios de alimentos.

² En ese sentido se señala que la visión de México hacia 2030 habrá adoptado patrones de producción, distribución y consumo sostenibles con un enfoque de ciclo de vida y de economía circular, mediante la coparticipación de todos los sectores; con esto:

- ² 1. se hará un mejor uso de los recursos naturales y se minimizará la emisión de desechos y sustancias contaminantes;
2. se responderá a las necesidades básicas de la población, y
3. se contribuirá a mejorar su calidad de vida, sin poner en riesgo la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras.

Asimismo, se considera que se desvinculará el crecimiento económico de la degradación ambiental y de la desigualdad social, impulsando la competitividad de los sectores productivos y coadyuvando a reducir la pobreza y generar bienestar. Además, se establecen los logros que se esperan alcanzar, como:

- ✓ La política nacional de producción y consumo sostenible habrá contribuido a disminuir significativamente las huellas de energía, agua, biodiversidad y materias primas.
- ✓ Los ecosistemas del país (y los bienes y servicios ambientales que éstos generan) serán valorados y protegidos como un bien público esencial para potenciar el crecimiento verde.
- ✓ Se hará una gestión integral de los residuos mediante planes de manejo completos que minimicen su generación y maximicen su valoración.
- ✓ Se fomentará el aprovechamiento, reúso y recuperación de materiales y subproductos a lo largo de la cadena productiva y de manera sistémica; esto permitirá limitar la extracción de recursos, favorecer el uso eficiente de los mismos e impulsar el diseño de productos de alta durabilidad y empleo.
- ✓ Se promoverá el aprovechamiento energético de los residuos, así como su reciclaje, y se contará con procesos para la gestión integral de las sustancias químicas y peligrosas, así como de sus residuos y emisiones asociadas.
- ✓ Lograr una reducción significativa del desperdicio de alimentos per cápita, así como de las pérdidas en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha.

Cabe señalar que durante el periodo de la Administración 2012-2018 se observa que también se emitieron instrumentos puntuales para el cambio en las modalidades de consumo y producción encaminadas a la sustentabilidad. Entre estos instrumentos ²destacan: la estrategia nacional de producción y consumo sustentable que busca a través del consumo y la producción cambiar los patrones tradicionales hacia estilos de vida sustentables, para lo cual se plantearon diez principios rectores que son intrínsecos a la aplicación de las medidas. Éstos tienen el objetivo de guiar el actuar de los tomadores de decisiones y de los actores sociales involucrados y son: Calidad de vida, Acceso a la información, Cultura de la sustentabilidad, Responsabilidad común pero diferenciada, Participación ciudadana, Perspectiva de género, Perspectiva de ciclo de vida, Principio precautorio, Coordinación inter e intragubernamental y Reducción, Reutilización, Reciclaje. Sin embargo, la legislación actual no ha dado seguimiento o continuidad a estas propuestas.

2 4.3. Legislación local de BCS

Cómo se ha visto, el marco jurídico en materia de producción y consumo responsable es extenso por las diversas temáticas que aborda. En ese sentido, se identificó que de la legislación local en Baja California Sur (BCS) se desprenden algunos temas relacionados con el del presente trabajo, como son desperdicio de alimentos, turismo sostenible y manejo de residuos entre otros. En cuanto a la legislación en materia de desperdicios de alimentos se refiere, sólo quince son las entidades federativas que han emitido una ley que aborda lo relativo al desperdicio de alimentos. BCS aun no cuenta con una legislación de este tipo.

4.3.1. Legislación en materia de residuos en Baja California Sur

En relación con la legislación en materia de residuos, que es un tema que integra tanto la producción como el consumo sustentable, BCS no cuenta con una legislación al respecto. Sin embargo, el 10 de septiembre de 2020 se presentó la iniciativa para la creación de la Ley de Manejo Integral de Residuos Sólidos del Estado de Baja California Sur; con esta legislación se fortalece el marco jurídico desde la base: la problemática de la disposición de los residuos en el estado, conforme al marco de competencias planteado por la Constitución Federal y la Ley de Equilibrio Ecológico y Protección del Ambiente del Estado de Baja California Sur.

Sin embargo, es necesario someter a una regulación el proceso de los residuos sólidos no peligrosos, sobre todo los que se producen en los miles de hogares de todo el estado y en la mayor parte de los comercios, que contemple un manejo integral, desde su generación hasta su disposición final, pues para finales de 2019 eran alrededor de 1 500 toneladas las que se generan en BCS, siendo en el municipio de Los Cabos donde se generaban más de 600 y en La Paz arriba de 500 toneladas diariamente, lo que convierte el tema de los desechos sólidos en un problema complejo. En la propuesta se establece un marco jurídico para que el estado y los municipios conjuntamente esfuerzos enfocados al aprovechamiento de los residuos, reconociendo su potencial económico y los múltiples beneficios que dicho aprovecha-

miento trae aparejados, como el desarrollo de la economía, la generación de fuentes de empleo, la reducción de los impactos al medio ambiente y la explotación nacional de recursos naturales a través del reúso y el reciclaje de materiales. El 21 de junio de 2022 se presentó nuevamente en tribuna del Congreso esta iniciativa, con la que se obligaría al estado y los municipios a realizar obras, diseñar medidas, políticas y estrategias para prevenir la liberación y dispersión al ambiente de residuos de manejo especial y sólidos urbanos. En esta propuesta de ley se definen los principios mediante los cuales se habrá de formular, conducir y evaluar la política estatal en la materia, así como los instrumentos para su aplicación, y se establecen las bases complementarias de otros ordenamientos locales para el ejercicio de los actos de inspección y vigilancia que permitan garantizar el cumplimiento y la observancia de esta ley. La iniciativa tiene como origen la aceptación de que uno de los problemas más importantes en la entidad es el de la gran cantidad de residuos que se generan, que en su gran mayoría provienen de prácticas de consumo insustentables y de las pocas acciones que se toman en lo individual y en conjunto para reducir la cantidad de basura. Otorga facultades al titular del poder ejecutivo para promover, en coordinación con el gobierno federal y los ayuntamientos, la creación de infraestructura para el manejo integral de residuos sólidos urbanos y de manejo especial, con la participación de inversionistas y representantes de los sectores sociales interesados. La iniciativa contempla también la posibilidad de celebrar convenios de concertación con los sectores social, privado y productivo, con fines de difusión y educación ambiental, la valorización, reciclaje y composteo, así como el retiro y sustitución de los residuos sólidos urbanos y/o de manejo especial que se determinen en los propios convenios. También otorga al estado la facultad para restaurar por sí o a través de terceros el suelo contaminado por las actividades del manejo de residuos de manejo especial. Con esta ley se pretenden garantizar los derechos humanos de toda persona a la protección de la salud y a un ambiente sano para su desarrollo y bienestar, propiciando el desarrollo sustentable, a través de la regulación del manejo y la gestión integral de los residuos de manejo especial y de los residuos sólidos urbanos, mejorar el medio ambiente y dar a la población un mejor nivel de vida.

4.3.2. Ley de Turismo para el Estado de Baja California Sur

2 En el caso del turismo sostenible, la tendencia en la legislación local es normar el turismo alternativo, el cual se integra o conforma por diversas modalidades, como el turismo cultural, de naturaleza, aventura, rural o comunitario y ecológico, denominado también este último como ecoturismo. La Ley de Turismo de Baja California Sur fue publicada el 20 de diciembre de 2010. La ley tiene incorporados los principios de turismo social y de turismo sustentable. El turismo social se entiende como:

la actividad turística que en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad, realizan las personas con recursos económicos limitados, con base en instrumentos y medios de promoción, otorgamiento de facilidades y apoyo. Por su parte, el turismo sustentable se define como la actividad turística que comprende el uso óptimo y la conservación de los recursos naturales, patrimonio cultural, artístico, natural, y humano del estado, sus municipios y comunidades, de forma tal que se promueva el desarrollo de las actividades económicas que reporten beneficios socioeconómicos para los sudcalifornianos.

5. Ejemplos de aplicación en materia de producción y consumo responsable **5** en México

En México, las áreas metropolitanas de la capital (Ciudad de México), de Monterrey y de Guadalajara, las tres ciudades más grandes del país, así como de otras ciudades en los estados de Veracruz, Oaxaca y Chiapas, entre otras, han comenzado a albergar movimientos desde el enfoque de la producción y el consumo sostenibles (Ávila Sánchez, 2019). Algunos ejemplos de este tipo de modelos los encontramos en casos como los que se enuncian a continuación:

- *Producción agroecológica (Veracruz)*: la organización no gubernamental Vinculación y Desarrollo Agroecológico en el Café (Vida, A. C.), desde 2011 ha creado una red de 234 familias productoras de

café a partir de doce comunidades cafetaleras. El proyecto implicó la intervención de la asociación internacional Community Agroecology Network, la cual promovió AgroEco, un modelo de producción certificado. La producción inició a partir de huertos caseros que permitieran mejorar la dieta de las familias y, al mismo tiempo, diversificar su ingreso (Méndez, 2017)

- *Defensa de semilla nativa (Yucatán)*: Ka' Kuxtal Much' Meyaj (KKMM) es una organización indígena que se integra por varias comunidades de los Chenes, Campeche. Por alrededor de diez años se ha dedicado a la defensa y el rescate de las semillas nativas de la milpa, principalmente las de maíz. También trabaja por la protección del cerdo pelón mexicano y las abejas meliponas. En materia de agroecología, cada año organiza y promueve la fiesta de la semilla nativa (Lönnqvist, Mier y Giménez, 2018).
- *Tianguis solidario (Jalisco)*: uno de los referentes con más longevidad respecto de espacios de encuentro y comercialización es el Ecotianguis, el cual nació en 1999 como una propuesta para generar un punto de venta, a modo de tianguis, derivada de una serie de talleres de educación ambiental organizados por el Colectivo Ecologista de Jalisco en la década de los ochenta, en Guadalajara. Aún en 2020, el tianguis se reúne cada sábado, promoviendo alternativas de producción ecológica local y, además, actividades didácticas de educación y difusión para el comercio justo y el consumo responsable (García, 2015).
- *Huertos escolares (Chiapas)*: en 2012 se formó un colectivo en San Cristóbal de Las Casas llamado LabVida, de la mano del Colegio de la Frontera Sur y el Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social. Este esfuerzo ha permitido generar un espacio de aprendizaje y encuentro para promover la construcción de una red de huertos escolares. Desde su inicio, alrededor de sesenta docentes, a partir de este espacio, han llevado estos huertos educativos a diversas escuelas del país en distintos niveles de formación (Morales, García y Bermúdez, 2019).
- *Agricultura urbana (Estado de México)*: población migrante de origen rural, bajo el precepto de defender la soberanía alimentaria y su

vínculo con la tierra, crea la Asociación Xico Kaa'a Comunicaciones. Se trata de una empresa que busca favorecer el autoempleo y la obtención de alimentos sanos para las familias indígenas del municipio de Valle de Chalco, a través de un modelo de agricultura urbana (Moreno-Gaytán, Jiménez-Velázquez y Hernández-Juárez, 2019).

5 Como estos ejemplos existen muchos otros movimientos y organizaciones que han generado una opción distinta de nuestros modos de producir y consumir. En primer lugar, este tipo de casos permiten observar el involucramiento y la agencia (capacidad de actuar) de diversos actores a lo largo de las cadenas comerciales, productores, trabajadores, cooperativas, empresas, exportadores, importadores, mercados y consumidores finales. Para que esto funcione ha sido necesario el trabajo de organizaciones sin fines de lucro, iniciativas de certificación, redes de consumidores, entre otros factores. Además, estas iniciativas han logrado posicionar su visión, sensibilizando e incidiendo 5 desde lo local hasta lo regional e incluso a escala internacional. Sólo a partir de estas acciones por parte de cada persona es posible fortalecer las relaciones entre productores y consumidores, generando la posibilidad de concebir espacios para intercambiar saberes y fortalecer redes solidarias de consumo en pro del cuidado de la sociedad y el medio ambiente.

6. Conclusiones

Hablar de producción y consumo sustentables o responsables es sumamente amplio 2 Al respecto encontramos que, en México, el fundamento constitucional de la producción y el consumo sustentables se da a partir del derecho de las personas a un ambiente sano. Siguiendo la jerarquía jurídica, se ubican una gran cantidad de instrumentos internacionales (acuerdos y convenios) a través de los cuales los países miembros se comprometen a realizar acciones encaminadas a la protección del medio ambiente, las que aterrizan de manera más puntual en educación, información, turismo, gobierno, energía, construcción, aguas, residuos, etc. También se observa que la legislación nacional o federal en México contempla un extenso marco que

se deriva, en muchos de los casos, de las temáticas que proponen los instrumentos internacionales en materia de producción y consumo sostenible. Sobre el derecho internacional cabe señalar que se han firmado diversos instrumentos internacionales, donde destacan los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que han dado pauta a establecer la Agenda 2030, y han sido adoptados *motu proprio* por los países. Al analizar el marco jurídico de México, el fundamento para expedir las leyes en materia de protección al medio ambiente a su vez contempla las bases para la formulación de las políticas públicas en esta materia. Por otro lado, en materia de producción y consumo sustentable se observa que no existe una ley que regule específicamente el tema, en virtud de que el mismo (como se ha venido señalando) abarca un amplio abanico de materias, por lo que los marcos jurídicos también resultan amplios y extensos y van desde leyes en materia de protección al medio ambiente, recursos hídricos o aguas, a energía, turismo, construcción, compras públicas, etc., las cuales en mayor o menor medida, además, procuran el cumplimiento del ODS 12 sobre modalidades de producción y consumo responsables.

En relación con las políticas públicas en México, el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 da pauta a una parte del fundamento para la expedición del Programa Sectorial del Medio Ambiente y Recursos Naturales 2020-2024 (Promarnat), en donde, de manera puntual, se contemplan estrategias en materia de producción y consumo sustentables. En el citado programa se advierte que la ausencia de una cultura ambiental constituye un grave obstáculo para transformar los patrones de consumo insostenibles que predominan en ciertos sectores de la sociedad. Ante tal escenario, se establecen algunas acciones puntuales como impulsar una educación y cultura ambiental para coadyuvar a la mitigación y adaptación del cambio climático y promover modificaciones en los patrones de producción y consumo insostenible; promover el cambio y la innovación en los métodos de producción y consumo mediante la adopción de tecnologías que permitan el uso sustentable de los recursos; impulsar el uso y manejo de energías bajas en carbono y sustentables; fomentar modalidades de producción y consumo sustentables con el fin de reducir la extracción de recursos naturales, el uso de energía, y para minimizar los efectos de las actividades humanas sobre el ambiente, y promover la economía circular. México también emitió la

Estrategia Nacional para la Implementación de la Agenda 2030, mediante la cual se espera alcanzar, entre otros logros, que la política nacional de producción y consumo sostenible contribuya a disminuir significativamente las huellas de energía, agua, biodiversidad y materias primas; lograr una reducción significativa del desperdicio de alimentos per cápita; promover el aprovechamiento energético de los residuos, así como su reciclaje. Las propuestas pretenden asegurar la sustentabilidad de todo acto o servicio que las actividades del Estado puedan causar, a partir entre otros de la producción y el consumo sustentable de sus recursos; la creación de geoparques y la implementación del geoturismo; incorporar el principio de adopción de patrones de producción y consumo sustentables en la formulación de la política nacional de cambio climático; la elaboración y recopilación de información estadística de las adquisiciones sustentables del sector público; otorgar a los municipios la atribución de formular, ejecutar y evaluar el Plan Municipal de Turismo Sustentable; facultar a las zonas metropolitanas para que fomenten el desarrollo turístico sustentable y sostenible. Asimismo, se propone la creación de tres leyes: Ley General para evitar el Desperdicio de Alimentos, Ley General para la Recuperación y el Aprovechamiento de Alimentos, y Ley para la Regulación y Certificación de Productos Ecológicos y Sustentables. Como se observa, transitar de modalidades irracionales o insustentables de producción y consumo a modalidades sustentables o responsables implica desacoplar el crecimiento y desarrollo de un país de la degradación del medio ambiente, de modo tal que se puedan satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad para que las generaciones futuras satisfagan sus propias necesidades.

7. Bibliografía

- Ávila Sánchez, H. (2019). Agricultura urbana y periurbana: reconfiguraciones territoriales y potencialidades en torno a los sistemas alimentarios urbanos. *Investigaciones geográficas* (98).
- Altieri, M. Á., y Toledo, V. M. (2010). La revolución agroecológica de América Latina: Rescatar la naturaleza, asegurar la soberanía alimentaria y empoderar al campesino. *El otro derecho*, 42, 163-202.

10. Ordenamiento ecológico territorial y desarrollo regional-local: caso de las áreas naturales protegidas y el turismo alternativo

EMMANUEL PICASSO SALAZAR*

MAURO ALEJANDRO MONROY CESEÑA**

FRANCISCO ISAÍAS RUIZ CESEÑA***

Resumen

Esta investigación aborda desde una perspectiva analítica diversos conceptos que conforme el paso del tiempo han ido ganando peso en la planificación del territorio y la manera en la que se puede apuntar hacia nuevas rutas de autogestión económica, uno de ellas, por ejemplo, los ordenamientos ecológicos de los territorios y su afinidad hacia el sector servicios como dinámica de desarrollo regional-local, es decir, el turismo responsable con el medio ambiente y la preservación cultural como nuevas modalidades turísticas. La investigación propone los siguientes objetivos: primeramente, analizar de acuerdo con diferentes autores la relevancia del turismo con el paso del tiempo: en un segundo apartado se busca ligar el turismo alternativo como elemento para el desarrollo regional-local con las áreas naturales protegidas como producto de ordenamientos ecológicos, resaltando las pertinencias y oportunidades que generan de manera bilateral; finalmente, se presenta la integración de ambas partes en un sistema territorial económico-sustentable que logra unificarse. En las conclusiones se presenta y detalla cómo la correcta armonización de ambas presenta beneficios

* Maestro en Administración Estratégica. Universidad Autónoma de Baja California Sur. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0990-0465>

** Doctor en Ciencias Administrativas. Instituto de Estudios Universitarios. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7175-9362>

*** Maestro en Economía Aplicada. Instituto de Estudios Universitarios. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4306-5555>

que conlleven el logro de los objetivos tanto económicos como ecológicos en una determinada región.

La pregunta de investigación en este estudio es: ¿cuál es la relación existente entre los territorios ecológicamente ordenados con la actividad turística como factor clave para el desarrollo regional-local?

Palabras clave: *Ordenamiento ecológico territorial, Áreas Naturales Protegidas, turismo alternativo, desarrollo regional.*

1. Turismo y su importancia en los países

Cuando se habla de la actividad turística, uno de las características irrefutables es que se trata de un ejercicio de la mayor preponderancia en los últimos años, más aun ligándola a temáticas como sustentabilidad y conservación. A lo largo de los años el turismo a nivel mundial ha presentado un crecimiento continuo propiamente de los años cincuenta hasta la actualidad (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2017). Sin mencionar que es una actividad que ha ido aumentando a nivel internacional y por ende resulta un factor clave para los países, el dinamismo consecuente del turismo ha propiciado que las derramas económicas generadas por dicho sector a nivel mundial sean iguales o superiores a las de las exportaciones de productos como petróleo, alimentos o automóviles (OMT, 2019). En este sentido, de manera evidente podemos afirmar que el desarrollo y la evolución del mismo seguirá estando presente durante las siguientes décadas.

El turismo, entendido como “un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales” (OMT, 2022) se encuentra interrelacionado con diversos factores, uno de los más perceptibles es el comercio: su relación orbita en la generación de empleo y de divisas resultantes de la prestación de servicios en algún lugar específico. Según la Organización Mundial del Comercio, “el sector de los servicios de turismo generalmente es uno de los más dinámicos de la economía, hace un uso intensivo de mano de obra y mantiene

numerosos vínculos con otros importantes segmentos de la economía” (Organización Mundial del Comercio [OMC], 2021).

6 ser una actividad económica por excelencia, el crecimiento del turismo está ligado con la oferta turística y la competitividad que presentan los países (OMC, 2021). En este orden de ideas, la competitividad turística resulta ser un estimulante para los actores de dicho sector, debido a que se enfrentan al reto de ofertar actividades turísticas diferenciadas frente a una globalización de servicios donde la exclusividad se torna cada vez más limitada en lo concerniente a brindar servicios turísticos. Dadas estas situaciones, los países han buscado diversificar su oferta turística en respuesta a las nuevas tendencias del mercado, lo cual les permite utilizar distintos sitios y atractivos que puedan fungir como motivantes de viaje, siendo aprovechados como destino turístico, logrando así una mayor captación de divisas que se ve reflejado en el producto interno bruto (PIB) (Balslev y Velázquez, 2018).

2. Diversificación del turismo a partir de nuevas tendencias

6 El turismo surge durante la época de la industrialización debido a que los medios de transporte experimentaron mejoras, principalmente en la velocidad con la cual se desplazaba, lo cual beneficiaba al trasladarse de forma más rápida (Cabarcos, 2009). Esta actividad fue impulsada principalmente con la reducción de la jornada laboral y las vacaciones anuales retribuidas, fruto del movimiento obrero, logrando que las horas de trabajo se redujeran de 12 a 8 horas: los trabajadores comenzaron a tener más tiempo libre para dedicar a las actividades que fueran de su agrado y a utilizar el ingreso vacacional para ir a descansar en playas fuera de la ciudad, visitar atractivos paisajes naturales y pasear por ciudades llenas de monumentos (Cabarcos, 2009).

Los principales actores que comenzaron a trasladarse en forma de turismo fueron los romanos, quienes llevaban a cabo visitas a casas de campo. Por otro lado, los griegos se desplazaban desde su lugar habitual hacia nuevos destinos con la finalidad de conocer otras culturas, esto nos permite ver que el turismo es una actividad que está presente incluso desde antes del *boom* turístico en los años cincuenta (Balslev y Velázquez, 2018).

A partir de entonces, los viajes alrededor del mundo comenzaron a incrementarse. Estos viajeros, la mayoría parejas jóvenes, fueron conocidos como la generación *baby boom*. Los motivos de viaje eran por lo general en busca de un descanso a la orilla del mar disfrutando del sol y de la arena (Bringas y Ojeda, 2008).

La modalidad de turismo destacada en este periodo es conocida como *turismo de sol y playa*, debido a que ésta era la principal finalidad de los turistas. El turismo ¹⁶ sol y playa, o también conocido como *turismo de masas*, se distingue por ¹⁶ la construcción de grandes hoteles verticales situados frente a las playas y que ¹⁶ contaban con todas las comodidades y los servicios dentro del mismo espacio (Bringas y Ojeda, 2008).

No obstante, el gran éxito alcanzado por el turismo de masas, los turistas fueron cambiando ¹⁵ sus preferencias hacia las actividades por realizar en los sitios visitados. ¹⁵ Desde finales de la década de los ochenta se tiene un ¹⁵ aproximado de la derrama económica que se genera gracias al turismo de naturaleza o alternativo, misma que ascendió a mil millones de dólares. Por otra parte, un estudio que se llevó a cabo por el World Resources Institute (WRI) en el año de 1993, demuestra que mientras que la tasa anual que había tenido el turismo ⁶ en general había sido de 4%, el turismo que se basa en la naturaleza tuvo un ⁶ crecimiento de entre 10 y el 30%. (Secretaría de Turismo [Sectur], 2014).

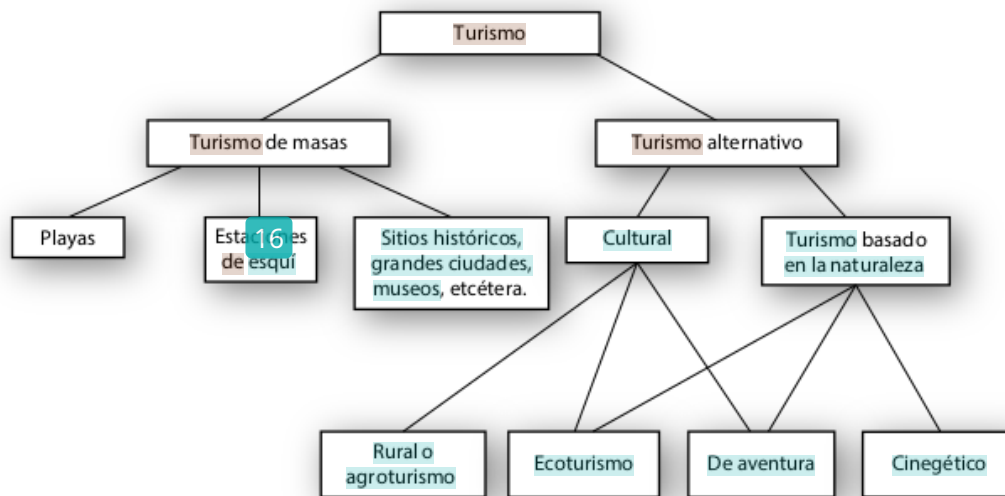
En Estados Unidos, una investigación realizada por el US Travel Data Center arrojó que aproximadamente ¹⁵ 7% de los viajeros de ese país habían ¹⁵ realizado cuando menos un viaje ecoturístico durante 1991 (Sectur, 2014).

En el año de 1998 Filión comentó que entre 40 y 60% de los turistas en todo el mundo se dedicaban al turismo de naturaleza, y entre 20 y 40% realizaban actividades turísticas con la vida silvestre. En 2002 las actividades de turismo de naturaleza ocuparon el 20% de los viajes en todo el mundo, y el ecoturismo tenía un valor anual aproximado de 20 000 millones de dólares (Cabarcos, 2009).

En este sentido, podemos discernir que a través ¹⁹ del tiempo el turismo se ha ¹⁹ diversificado en su práctica, dotándose de características muy específicas, ¹⁹ mismas que hacen distinguir entre ellas, ligado a las nuevas propuestas ¹⁹ de turismo.

En la figura 1 se presentan en un mapa conceptual algunas modalidades de turismo existentes.

Figura 1. Modalidades del turismo



Fuente: elaborado a partir de Bringas y Ojeda (2008).

19

Conforme se han desarrollado modalidades de turismo, hay algunos que destacan modos de contacto con la naturaleza que incluyan el disfrute de diferentes efectos especiales por parte del turista (Glover y Prideaux, 2014), tal cual es el caso del turismo naturalista. Quesada (2018) menciona que algunos tipos del turismo naturalista han sido agrupados en otra modalidad llamada “turismo alternativo”.

3. Nacimiento del turismo alternativo en México

6 El turismo alternativo no existió en México sino hasta el año 2001, cuando la Secretaría de Turismo dirigió la mirada a él con la intención de que sirviera como base para el desarrollo de propuestas objetivas. Para esto se realizó el *Estudio Estratégico de Viabilidad del Segmento de Ecoturismo en México*. En el estudio mencionado se obtuvo que el valor anual del mercado de turismo relacionado con la naturaleza fue superior a los 750 millones de pesos en el año 2001; también menciona que el gasto por los practicantes representa 64.2% del total, mientras que el gasto de los nacionales corresponde a 35.8% (Sectur, 2009).

6

A pesar de su gran importancia y la participación que tiene el turismo en el PIB de los países, se ha buscado enfocar la actividad turística hacia una gestión más responsable con el medio ambiente, debido a que conforme se iban incrementando los flujos de los visitantes hacia los destinos, se iban agudizando con ello los problemas de deterioro ambiental debido a la presión a que se ven sometidos esos frágiles ecosistemas, principalmente las playas. En acuerdo con Bringas y Ojeda (2008):

Dada la magnitud de los flujos turísticos y su creciente expansión, desde mediados de los ochenta la preocupación por el medio ambiente comenzó a cobrar importancia. Para tratar de aminorar los efectos dañinos que el turismo de masas ha provocado, recientemente nació otra corriente que se ha denominado turismo alternativo, en la que los viajes a la naturaleza han ganado importancia.

De acuerdo con Flores *et al.* (2022), el turismo alternativo ha tenido un fuerte crecimiento durante los últimos años. En México, esta actividad habla de fuente de ingreso, debido a que es el país que tiene más zonas arqueológicas, riquezas naturales, folclor, arte y climas diversos, lo que permite tener diferentes paisajes, desde selva tropical hasta volcanes nevados o lagos.

La Sectur, como principal órgano en dicha materia a nivel nacional, ha conceptualizado a el término *turismo alternativo*, sin embargo, esto no obstante a que diversos autores tomen una definición distinta a la presentada por la secretaría, es por ello que definirlo como tal debe considerar distintos conceptos propuestos por los investigadores relacionados con el tema. Por ello, para juicio del presente trabajo se tomarán como base definiciones de diversos autores mediante una recopilación de distintas ópticas referentes al tema que nos ocupa.

6

En la tabla 1 se presentan una recopilación de definiciones que se han generado sobre el turismo alternativo, en la que sobresalen organizaciones, cuerpos de investigación e investigadores individuales.

Tabla 1. *Recopilación de definiciones de turismo alternativo*

Autor	Definición
4 Secretaría de Turismo	El turismo alternativo es un segmento nuevo del turismo global que está cobrando cada vez mayor importancia. Este turismo trata de organizar su viaje hacia lugares desconocidos, conforme a sus necesidades y tiempos; busca descubrir sitios alejados del turismo de masas en ambientes naturales y que estimulen su desarrollo personal. A diferencia del turismo masivo, el turismo alternativo está dispuesto a pagar precios altos por la existencia de atractivos únicos, ya sean naturales o culturales (Sectur, 2008).
Secretaría de Turismo y Centro de Estudios Superiores del Turismo	Un concepto que agrupa actividades turístico-recreativas que las personas realizan durante sus viajes y estancias, las cuales, a pesar de diversa temática, convergen en que el atractivo focal en torno al cual giran es la naturaleza (Elizondo, Cárdenas y Teresa, 2011).
Zamorano Casal	Un conjunto de vivencias y experiencias únicas, irrepetibles, personales, que se dan en un entorno de calidad, entendida ésta como la calidad en el tiempo libre del turista, en un entorno de calidad geográfica y social, que permite al turista percibir sus relaciones de una manera diferente con el entorno geográfico y cultural, con los otros turistas y sus anfitriones, dentro de los parámetros del desarrollo humano sustentable que prevé el desarrollo y crecimiento económico, la equidad social y la sustentabilidad ambiental (Zamorano, 2008)
Acerenza (1995) en Quesada Castro (2018)	Toda una gama de alternativas de viajes... que tienden a apartarse de las características que presenta el turismo masivo... incluyen, entre otras, al turismo cultural, al turismo de aventura, al turismo rural y al turismo ecológico o ecoturismo... Las personas que practican el turismo alternativo... desean conocer y tener un contacto más estrecho con los pueblos y sus manifestaciones culturales, experimentar nuevas emociones o realizar alguna actividad fuera de lo común, lejos de la civilización, conocer y disfrutar la práctica de las labores del campo, o simplemente aprovechar los beneficios de la naturaleza (Quesada, 2018).

Fuente: elaboración propia.

Por lo ⁶antes mencionado, podemos concluir que el turismo alternativo se define como aquellas actividades que invitan a los practicantes a disfrutar y respetar los sitios visitados, siendo éstos escenarios únicos, lo que les lleva a vivir una experiencia distinta en la que no sólo son espectadores, sino que están involucrados en ella retomando, lo que Sectur, divide en tres pilares: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural (Sectur, 2008).

La actividad del turismo alternativo está más asociada a los recursos existentes, pero sobre todo a los recursos naturales, es por ello que se le considera como turismo de naturaleza, pero lo importante es que para un destino de recursos naturales atractivos y en abundancia es una oportunidad para aprovecharlos y tener una actividad económica adicional (en caso de que sus sectores sean ajenos al de servicios) o como área de oportunidad (en caso de que carezca de grandes motores económicos).

4
En México, los estados que más oferta turística alternativa presentan son Chiapas, Distrito Federal, Oaxaca, Michoacán y Puebla, seguidos de Veracruz, Quintana Roo, Jalisco e Hidalgo (Sectur, 2006).

4. Ordenamiento ecológico del territorio (OET) y Áreas Naturales Protegidas (ANP)

Uno de los elementos clave para la planificación del territorio buscando su preservación son los Planes de Ordenamiento Ecológico (POE), a partir de los cuales, se ha buscado impulsar diversos mecanismos que lleven a regiones ecológicamente importantes a preservar su riqueza y encontrar la manera en la cual sean económicamente productivas, pero a la vez, buscando que el menoscabo de éstas sea lo mínimo posible, dando como resultado evidente el Programa de Áreas Naturales Protegidas (ANP) a cargo de la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conanp).

Las ANP, definidas como “zonas del territorio nacional y aquellas sobre las que la nación ejerce su soberanía y jurisdicción en donde los ambientes originales no han sido significativamente alterados por la actividad del ser humano o que requieren ser preservadas y restauradas” (Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas [Conanp], 2022), están reguladas con una política de conservación que se apega al desarrollo sustentable, por lo que es vital para estas áreas delimitadas el potenciar acciones de conservación y gestión ambiental que permitan la inclusión de actividades que aprovechen los recursos naturales con miras a la protección del ambiente para futuras generaciones (Programa de Manejo de la Reserva de la Biósfera El Vizcaíno [PMRBV], 2000)

De acuerdo con Yáñez (2013), los objetivos tradicionales de la creación de las áreas naturales protegidas son:

- Preservar los ambientes naturales representativos de las diferentes regiones biogeográficas y ecológicas del país.
- Preservar los ecosistemas frágiles, para asegurar el equilibrio y la continuidad de los procesos evolutivos y ecológicos.
- Asegurar la preservación y el aprovechamiento sustentable de la biodiversidad en todos sus niveles de organización, en particular de las

especies en peligro de extinción, amenazadas, raras, sujetas a protecciones especiales y endémicas.

- Proporcionar un campo propicio para la investigación científica, así como para el rescate y la divulgación de conocimientos y prácticas tradicionales.
- Desarrollar tecnologías que permitan conservar la biodiversidad y proteger los entornos naturales de otras áreas de importancia cultural como son zonas de importancia arqueológica, histórica, artística y turística.

Existen seis categorías de estas áreas y cada una presenta características específicas, las cuales describen aspectos naturales como flora, fauna, geomorfología, entre otros. Con base en ellos, se le asigna un nivel a la zona que será regulada por Conanp. En la tabla 2 se muestran las diferentes categorías y sus respectivas características.

44 Tabla 2. *Categorías de las Áreas Naturales Protegidas y sus características*

Categoría	Características
Reservas de la Biósfera	Áreas biogeográficas en 12 que habitan especies representativas de la biodiversidad nacional. Se determinan la existencia de la(s) superficie(s) mejor conservada(s) y denominada(s) como zona(s) núcleo por alojar ecosistemas, fenómenos naturales de importancia especial o especies de flora y fauna que requieran protección. Además, deberán determinarse las superficie(s) que proteja(n) esa(s) zona(s) núcleo(s), denominada(s) como zona(s) de amortiguamiento (artículo 48).
Parques Nacionales	Representaciones biogeográficas de uno o más ecosistemas que se signifiquen por su valor científico, educativo, de recreo o histórico, por su belleza escénica o bien por otras razones análogas de interés general. También protegen ecosistemas marinos (artículos 50 y 51).
Monumentos Naturales	Áreas que contengan elementos naturales (lugares u objetos naturales) con carácter único o excepcional, interés estético y/o valor histórico-científico. Tales elementos no tienen la variedad de ecosistemas ni la superficie necesaria para ser incluidos en otras categorías de manejo (artículo 52).
Áreas de Protección de Recursos Naturales	Áreas destinadas a la preservación y protección del suelo, las cuencas hidrográficas, las aguas y en general los recursos naturales localizados en terrenos forestales de aptitud preferentemente forestal (artículo 53).
Áreas de Protección de Flora y Fauna	Lugares que contienen los hábitat de cuyo equilibrio y preservación dependen la existencia, transformación y desarrollo de especies de flora y fauna silvestres (artículo 54).
Santuarios	Áreas con una considerable riqueza de flora o fauna, o con especies, subespecies o hábitat de distribución restringida. Estas áreas incluirán cualquier unidad topográfica o geográfica que requieran ser preservadas o protegidas (artículo 55).

Fuente: elaboración propia con base en Yáñez (2013).

4 En México existen 181 Áreas Naturales Protegidas distribuidas por todo el país, las cuales cubren un total de 25 628 239 hectáreas del territorio nacional protegido en las diferentes categorías de ANP que pueden decretarse (Conanp, 2016).

El número de áreas de cada categoría y la porción del territorio en hectáreas que representan las ANP en México se enlistan en la tabla 3.

Tabla 3. Número de área de las categorías de las ANP de México y su porción

Categoría	Número	Superficie en hectáreas
Reservas de la Biósfera	45	12 751 149
Parques Nacionales	66	1 411 319
45 Monumentos Naturales	5	16 269
Áreas de Protección de Recursos Naturales	8	4 503 345
Áreas de Protección de Fauna y Flora	39	6 795 963
Santuarios	18	150 193
Total	181	25 628 239

Fuente: elaboración propia con datos de Conanp (2016).

5. Territorios ecológicamente ordenados como Áreas Naturales Protegidas en Baja California Sur

4 Baja California Sur (BCS) está ubicado al noroeste del territorio mexicano y ocupa la mitad sur de la península de Baja California. BCS tiene una superficie de 73 475 km², lo que lo lleva a representar 3,8% del territorio nacional. Es, junto con Quintana Roo, la entidad más joven del país (ambas promovidas de territorio federal a estado libre y soberano el 8 de octubre de 1974). (Gobierno de Baja California Sur, 2022). No obstante ser el noveno estado de mayor extensión territorial, BCS es el penúltimo estado de menor población con un total de 798 447 habitantes (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2020).

4 En lo concerniente a las Áreas Naturales Protegidas, BCS cuenta con 8 áreas distribuidas a lo largo del estado y presentadas en las seis categorías existentes. En la tabla 4 se enlistan las áreas mencionadas, así como datos relevantes de cada una de ellas.

Tabla 4. Listado de Áreas Naturales Protegidas de Baja California Sur

Nombre de la ANP	Categoría	Fecha de decreto	Extensión en hectáreas
El Vizcaino	Reserva de la Biósfera	30 - nov - 88	2259 002
Sierra La Laguna	Reserva de la Biósfera	06 - jun - 94	112 437
Bahía de Loreto	Parque Nacional	19 - jul - 96	206 580
Zona marina del Archipiélago de Espíritu Santo	Parque Nacional	10 - may - 07	48 654
Cabo Pulmo	Parque Nacional	06 - jun - 95	7 111
Islas del Golfo de California	Área de Protección de Flora y Fauna	02 - ago - 78	374 553
Cabo San Lucas	Área de Protección de Flora y Fauna	29 - nov - 73	3 996
Balandra	Área de Protección de Flora y Fauna	30 - nov - 12	2 512
Total			3014 849

Fuente: elaboración propia con base en Conanp (2016).

4 Con los resultados de la tabla anterior podemos concluir que el territorio que le significa a Baja California Sur considerado como ANP, convirtiéndolos a kilómetros cuadrados es de 30 148 km², frente a una extensión territorial de BCS de lo que representa 73 475 km². Podemos concluir que 42% del territorio sudcaliforniano está decretado como Área Natural Protegida.

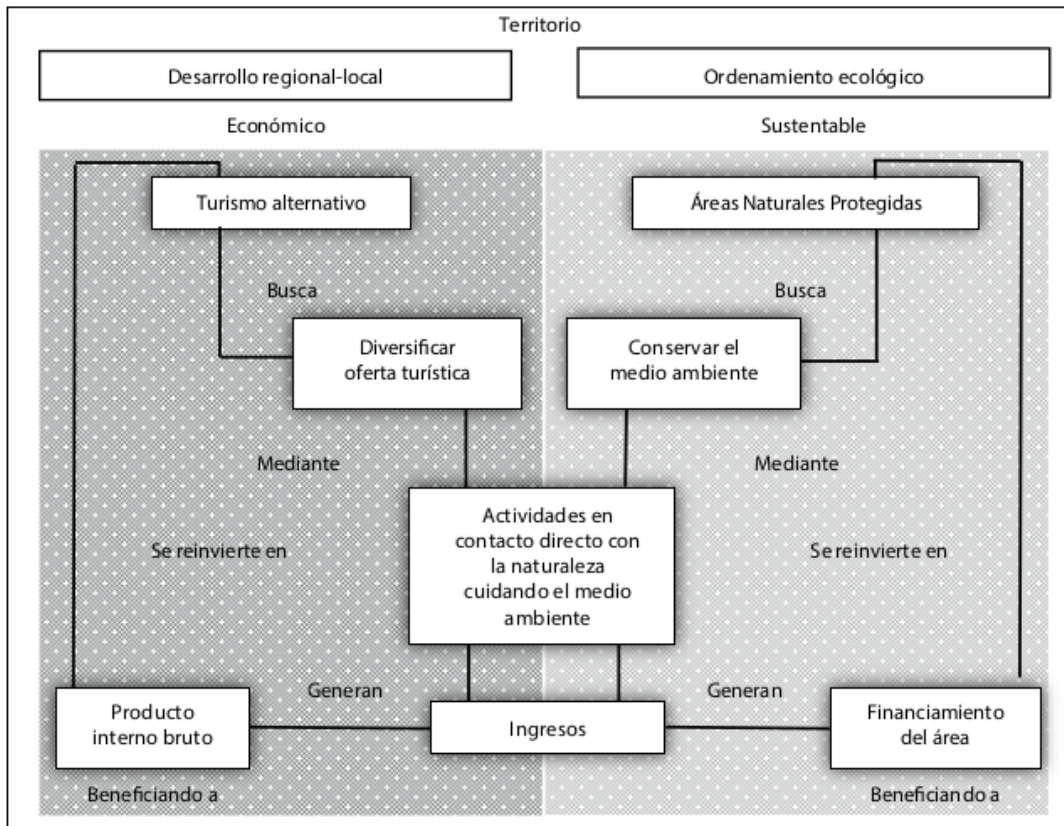
6. Turismo alternativo y Áreas Naturales Protegidas como un sistema económico sustentable

Con base en las definiciones mencionadas de las temáticas en estudio, podemos entender que el turismo alternativo, como una actividad económica, está ligada a la prestación de servicios, generando de esta manera divisas que impactan de manera positiva en el PIB nacional. Por otro lado, las áreas naturales protegidas surgen como método de preservación y conservación de un territorio, ordenándolo de manera que, por sus riquezas naturales, para ser mantenido en resguardo mediante las regulaciones pertinentes que desemboquen en el alcance de tal objetivo. Los expertos en el tema destacan que la importancia del turismo en mención radica en que es lle-

vado a cabo en contacto directo con la naturaleza, siendo el valor agregado el recrearse en espacios abiertos. Además, se menciona en las definiciones que uno de los alcances es el de crear conciencia ambiental y respetar el entorno en el cual se lleva a cabo dicha actividad, es decir, los espacios naturales. Estas finalidades del turismo alternativo llegan a ser complementarias a las de las ANP, ya que ambas comparten la meta de conservar los recursos naturales y fomentar el cuidado del medio ambiente.

En este orden de ideas, ambas disciplinas pueden combinarse en un sistema territorial económico sustentable donde mediante la armonización y el apoyo bilateral se puedan alcanzar los objetivos de las dos partes, una por el lado económico y otra tanta por el lado sustentable. Las Áreas Naturales Protegidas han mostrado accesibilidad para las actividades de turismo alternativo, de tal modo que ésta es la única modalidad que se permite llevar a cabo dentro de una ANP debido a la relación presentada. Cabe mencionar que el turismo alternativo se presenta de igual manera como un complemento que sabe responder de manera correcta a la oportunidad que se le ha brindado en función a la accesibilidad a estos sitios; de acuerdo con Arellano (2016) “la generación de turismo en ANP tiene beneficios que involucran a la comunidad, al financiamiento del área y a la conservación del ecosistema”. Por ello podemos afirmar que al trabajar de manera conjunta, convergen en un punto clave de sus actividades, como se muestra en la figura 2.

Figura 2. Sistema territorial económico – sustentable del turismo alternativo y las Áreas Naturales Protegidas



Fuente: elaboración propia.

En la figura 2 podemos ver cómo las disciplinas, no obstante las discrepancias iniciales en dicho sistema, comparten objetivos estrechos, generando lazos de colaboración en puntos críticos del proceso. El primero de ellos se encuentra en el tercer nivel donde, al llevar a cabo actividades en contacto directo con la naturaleza cuidando el medio ambiente, por un lado se diversifica la oferta, pero a su vez se concientiza a los visitantes sobre la importancia de dicho ecosistema y su colaboración a los ciclos naturales de los distintos entornos. En un segundo nodo de conexión encontramos los ingresos, que si bien la actividad turística es la que se encarga principalmente de la acción *oferta-demanda*, para ingresar a cualquier área natural protegida se les solicita a cada uno de los visitantes que solventen una cuota establecida por Conanp, y que es la misma la que se utiliza para financiamiento del área tal cual marca la teoría del sistema analizado. Por otro lado,

los prestadores de servicios, al apoyar de esa manera a las ANP mediante entes que se verán involucrados en saldar determinada cantidad, también generan ingresos para la comunidad visitada, esto al hacer pagos específicos para guías especializados en el área o permisos de uso de cámaras, entre otros. Es aquí donde evidenciamos que no es sólo mediante la tarifa para ingresar al área, sino que dentro de ella se sigue dejando una derrama económica en beneficio de las zonas visitadas, que en muchas ocasiones se ubican en espacios rurales. El turismo alternativo cumple con su labor al diversificar la oferta, y mediante las actividades antes mencionadas genera un ingreso que se ve reflejado en el producto interno bruto. Finalmente, en el último nivel podemos observar que ambas partes del sistema regresan por completo a su perfil, generando reinversiones para el caso del turismo alternativo y conservación del área mediante el financiamiento obtenido.

7. Conclusiones

El turismo alternativo, al ser una actividad emergente en los espacios donde la belleza natural ha cobrado gran importancia por atraer visitantes que buscan recrearse en espacios naturales, fue apegándose al estado de conservación y conciencia posterior al *boom* turístico ocurrido después de la década de los cincuenta. Al ir conociendo los impactos que el turismo costero estaba dejando, se decidió innovar la manera de llevar a cabo dicha práctica. Si bien es cierto que el turismo alternativo es el que se lleva a cabo en la naturaleza, sería lógico pensar que es el tipo de turismo que más lleva al menoscabo, es por ello que cuenta con cualidades específicas que lo diferencian del turismo masivo, la más importante de ellas conocer el espacio natural para a partir de ese punto valorar su importancia, función natural y saber por qué es importante conservarlo, de otra manera resultaría difícil saber cómo ayudar a la conservación del ambiente si se desconoce éste por completo.

Las Áreas Naturales Protegidas surgen como una acción de conservación frente a considerables impactos que se han registrado en espacios abiertos, decretando como ANP aquellas que por sus características únicas e importancia natural son espacios que deben cuidarse de manera inmediata, evi-

tando así la pérdida del escenario natural mediante el uso desmedido del suelo. La Conanp, en la búsqueda de seguir conservando los recursos existentes en un determinado sitio, fue aceptando el turismo alternativo como actividades que, por su razón de ser, tienen cabida en dichas áreas, por lo que es la única actividad permitida dentro de ellas, sin mencionar el beneficio al financiamiento del área y la derrama generada al ser una actividad relacionada con los servicios como hospedaje y alimentos, con lo cual se apoya a la comunidad visitada.

Los alcances que tiene el sistema económico sustentable del que se ha estado hablando son que mediante el aprovechamiento de los recursos naturales existentes y el fomento al cuidado de los mismos se generan beneficios económicos, lo cual nos lleva a coincidir con lo que sustenta Ruiz (2015): “En lugares como Taiwán el aprovechamiento de las ventajas que les han concedido las variables endógenas naturales con las que cuenta, les permiten ofrecer una gama considerable de servicios innovadores para el turista tanto internacional como local” (Ruiz, 2015).

En lo concerniente a Baja California Sur, el turismo en áreas naturales protegidas es un potencial evidente, lo que significa más oportunidades de sitios para implementar las actividades. Al contar con una considerable cantidad de ANP en Baja California Sur se entiende que el estado tiene recursos naturales que valen la pena conservar. Esas condiciones geográficas que benefician al estado, si son bien aprovechadas, pueden incitar al turista a visitar el estado, tomando en cuenta que los turistas hoy buscan ser más activos y desenvolverse en el lugar visitado; en otras palabras y coincidiendo con Torres (2014): “Dadas sus condiciones geográficas y naturales, Baja California Sur presenta grandes atractivos turísticos que le significan ventajas competitivas (Torres, 2014).

En este sentido, resulta imperante el conocer mediante un estudio analítico las condiciones en las que se encuentran las áreas naturales protegidas decretadas en Baja California Sur, midiendo de esta manera la oportunidad que le confiere el generar actividades de turismo alternativo dentro de ellas, ligándolo a la competitividad de los territorios pues el turismo en dicho estado es uno de los pilares más importantes dentro de los motores económicos que se han desarrollado y aprovechado, lo cual coincide con lo afirmado por Mendoza (2016), cuyos datos muestran que “la

actividad de turismo cubre el 75% del producto interno bruto Estatal” (Mendoza, 2016).

Como una de las principales contribuciones del presente estudio se considera relacionar: mediante un sistema bilateral dos temáticas básicas del turismo alternativo el cuidado del medio ambiente y la generación de nuevos destinos en las Áreas Naturales Protegidas, además del aporte teórico que permite visualizar desde distintas ópticas el concepto y la finalidad del turismo en debate. Mediante la esquematización del sistema económico sustentable se genera una idea más clara de cómo las dos partes resultan vitales para el desarrollo regional-local, sin mencionar el sustento y grado de pertinencia que le refiere dicho sistema a la investigación.

8. Bibliografía

- Arellano Guillermo, A. (2016). “Turismo y Áreas Naturales Protegidas”. En Reunión Nacional de Municipios Turísticos. México, p. 7.
- Balslev Clausen, H., y Velázquez, M. A. (2018). “El Turismo, aproximación general”, *Diálogos latinoamericanos*, 21, México, pp. 5-8
- Bringas Rábago, N., y Ojeda Revah, L. (2008). “El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas?”, *Economía, Sociedad y Territorio*, 7, México, pp. 373-403.
- Cabarcos Novás, N. (2009). Promoción y venta de servicios turísticos. España ideas propias.
- Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conapo) (2016). “Áreas Naturales Protegidas” Obtenido de <http://www.conanp.gob.mx/regionales/>. Consultado en línea el 30 de noviembre de 2016
- Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conapo) (2022). “Áreas Naturales Protegidas Decretadas”. Obtenido de <http://www.gob.mx/conanp/acciones-y-programas/areas-naturales-prottegidas-decretadas>. Consultado en línea el 2 de diciembre de 2016.
- Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conapo) (2015). “Resolución sobre las cifras oficiales correspondientes a las superficies de las Áreas Naturales Protegidas de competencia federal en México”. Disponible en http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/pdf/PROPUESTA_DE_RESOLUCION_DE_SUPERFICIES_ANP_in-div_b2.pdf. Consultado el 03 de diciembre de 2016.
- Elizondo Torres, R., Cárdenas Sosa, C., y Solís Trejo, T. (2011). Elementos para evaluar el impacto económico, social y ambiental del turismo de naturaleza en México.
- Flores Amador, C., Hernández Ramírez, V., Muñoz Chavez, J. P., López Hernández, I., y Mendoza Meza, E. Y. (2022). “Turismo alternativo como herramienta para el desarrollo

Estrategias para el turismo comunitario, de
Judith Juárez Mancilla, Plácido Roberto Cruz
Chávez, Gustavo Rodolfo Cruz Chávez y Alberto
Francisco Torres García (coordinadores), publicado por
Ediciones Comunicación Científica, S. A. de C. V., se publicó en
diciembre de 2023, en versión digital para acceso abierto en los formatos
PDF, EPUB y HTML.

Estrategias para el turismo comunitario

INFORME DE ORIGINALIDAD

32%

ÍNDICE DE SIMILITUD

FUENTES PRIMARIAS

1	journals.uco.es Internet	5212 palabras — 9%
2	www.diputados.gob.mx Internet	5086 palabras — 9%
3	observatorioturistico.org Internet	1707 palabras — 3%
4	www.eumed.net Internet	926 palabras — 2%
5	www.greenpeace.org Internet	593 palabras — 1%
6	rep.uabcs.mx Internet	548 palabras — 1%
7	www.uco.es Internet	424 palabras — 1%
8	www.cbcs.gob.mx Internet	349 palabras — 1%
9	apps1.semarnat.gob.mx:8443 Internet	283 palabras — < 1%
10	www.revistas.ucr.ac.cr Internet	263 palabras — < 1%
11	www.produccioncientificaluz.org	

Internet

241 palabras — < 1%

12 html.rincondelvago.com

Internet

236 palabras — < 1%

13 actauniversitaria.ugto.mx

Internet

195 palabras — < 1%

14 uach.mx

Internet

170 palabras — < 1%

15 www.theibfr.com

Internet

167 palabras — < 1%

16 www.researchgate.net

Internet

166 palabras — < 1%

17 rperiplo.uaemex.mx

Internet

154 palabras — < 1%

18 cronica.diputados.gob.mx

Internet

150 palabras — < 1%

19 www.cta.cuc.udg.mx

Internet

112 palabras — < 1%

20 pt.scribd.com

Internet

99 palabras — < 1%

21 theibfr.com

Internet

88 palabras — < 1%

22 docplayer.es

Internet

76 palabras — < 1%

23 hdl.handle.net

Internet

59 palabras — < 1%

24 www.scribd.com

	Internet	59 palabras — < 1%
25	www.slideshare.net Internet	57 palabras — < 1%
26	1library.co Internet	55 palabras — < 1%
27	www.rniu.buap.mx Internet	48 palabras — < 1%
28	www.adessonewsitalia.com Internet	47 palabras — < 1%
29	documentop.com Internet	46 palabras — < 1%
30	Marcos Manuel Merchán Merchán, Jorge Edwin Ormaza Andrade, Yonimiller Castillo Ortega. "Proyectos de investigación y vinculación en Economía Social y Solidaria, una mirada desde la Universidad Católica de Cuenca", Sapientiae, 2022 Crossref	41 palabras — < 1%
31	amphibian-reptile-conservation.org Internet	39 palabras — < 1%
32	Carlos David Coca Singh. "Brechas y oportunidades de desarrollo profesional para los jóvenes en los municipios de San Pedro Sula y Choloma, Honduras", Economía y Administración (E&A), 2023 Crossref	38 palabras — < 1%
33	es.scribd.com Internet	38 palabras — < 1%
34	José Luis Sandoval Duque. "Los procesos de cambio organizacional y la generación de valor", Estudios Gerenciales, 2014	35 palabras — < 1%

-
- 35 Rina Marissa Aguilera Hintelholher. "De la ausencia de efectividad a la rendición de cuentas durante la gestión de la pandemia COVID-19 en México", *Estudios Políticos*, 2023
Crossref 34 palabras — < 1%
-
- 36 Dolly Anabel Ortiz Lazcano, Luz Judith Rodríguez Esparza. "Índice de Vulnerabilidad al Desempleo en México: efectos de la pandemia por covid-19", *Economía Sociedad y Territorio*, 2022
Crossref 33 palabras — < 1%
-
- 37 Eduardo Rodríguez Juárez. "Efecto de la educación en la precarización del trabajo en tiempos de la COVID-19 en México", *Revista Mexicana de Economía y Finanzas*, 2021
Crossref 29 palabras — < 1%
-
- 38 www.procomcap.com
Internet 27 palabras — < 1%
-
- 39 core.ac.uk
Internet 26 palabras — < 1%
-
- 40 portal2014.uaslp.mx
Internet 26 palabras — < 1%
-
- 41 www.tur4all.com
Internet 26 palabras — < 1%
-
- 42 internet.contenidos.inegi.org.mx
Internet 25 palabras — < 1%
-
- 43 Antonio Maniatis. "¿Hay un derecho al turismo?", *Cuestiones Constitucionales Revista Mexicana de Derecho Constitucional*, 2019
Crossref 22 palabras — < 1%

44	vdocuments.com.br Internet	20 palabras — < 1%
45	dof.gob.mx Internet	19 palabras — < 1%
46	Fernando Lozano Ascencio, Marcos Valdivia López, Miguel Ángel Hilario Mendoza González, Luis Huesca Reynoso et al. "Pandemia y desigualdades sociales y económicas en México", Universidad Nacional Autonoma de Mexico, 2023 Crossref	16 palabras — < 1%
47	inegi.org.mx Internet	16 palabras — < 1%
48	Santos Colon, Jacinto. "Escuchando Las Voces De Los LiDeres Educativos: Una Mirada Profunda a La TRANSFORMACIoN De La EVALUACIoN Del Maestro En El Sistema De EDUCACIoN PasBlica De Puerto Rico, 1978-2018.", Universidad Ana G Mendez - Gurabo, 2021 ProQuest	15 palabras — < 1%
49	www.ecorfan.org Internet	15 palabras — < 1%
50	"Recuperación transformadora de los territorios con equidad y sostenibilidad V. Innovación, turismo y perspectiva de género en el desarrollo regional", Universidad Nacional Autonoma de Mexico, 2021 Crossref	14 palabras — < 1%
51	gaceta.diputados.gob.mx Internet	14 palabras — < 1%
52	inba.info Internet	14 palabras — < 1%

53	negociosyautos.wordpress.com Internet	14 palabras — < 1%
54	ru.iiec.unam.mx Internet	14 palabras — < 1%
55	www.redalyc.org Internet	14 palabras — < 1%
56	www.scielo.org.mx Internet	14 palabras — < 1%
57	cienciasadministrativas.unach.mx Internet	13 palabras — < 1%
58	repositorioinstitucional.buap.mx Internet	13 palabras — < 1%
59	www.3ciencias.com Internet	13 palabras — < 1%
60	www.yumpu.com Internet	13 palabras — < 1%
61	Cervantes Salas, Mauricio Pablo. "El recurso forestal en las estrategias familiares de vida en el ejido el Paso en la Reserva de la Biosfera Mariposa Monarca", El Colegio de Mexico, 2022 ProQuest	12 palabras — < 1%
62	J. Valentín Solís y Arias, Helio García, José Manuel Márquez, Victor H. Hernández. "Impacto de la crisis de 2020 en la economía mexicana: un enfoque de insumo-producto con inoperabilidad", Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía, 2022 Crossref	12 palabras — < 1%
63	Perez Perez, Miguel Angel. "Clusters o agrupamientos economicos en la estructura	12 palabras — < 1%

64 Rolando Cordera Campos, Armando Sánchez Vargas, Enrique Provencio Durazo, Norma María Samaniego Breach et al. "El mundo del trabajo y el ingreso", Universidad Nacional Autonoma de Mexico, 2023
12 palabras — < 1%
Crossref

65 Tepepa Covarrubias, Martha Angelica. "El programa jefas y jefes de hogar: experiencia en Ing. Budge, Lomas de Zamora, Argentina", El Colegio de Mexico, 2022
12 palabras — < 1%
ProQuest

66 dspace.ucuenca.edu.ec
Internet 12 palabras — < 1%

67 idoc.pub
Internet 12 palabras — < 1%

68 qdoc.tips
Internet 12 palabras — < 1%

69 unfccc.int
Internet 12 palabras — < 1%