

TÍTULO DE LA PONENCIA.

“Investigación y desarrollo turístico de México, un binomio por resolver”.

Milagros de la C. Cong Hermida
mconghermida@gmail.com
Universidad Autónoma Indígena de México

Lizbeth Félix Miranda
lizabethfelixmiranda@hotmail.com
Universidad Autónoma Indígena de México

Víctor M. Hernández Fierro
rovic1@hotmail.com
Universidad Autónoma Indígena de México

resumen

El trabajo argumenta la relación de la investigación científica con el desarrollo turístico la competitividad y la formación. Es un examen teórico de la situación actual en el contexto mexicano. Su análisis responde a varias interrogantes: Es congruente la investigación turística con la estrategia de desarrollo nacional? Qué implicaciones tiene la situación actual en la competitividad del sector?. Cuál es la característica de la formación que se ha generado de la investigación en la disciplina?
Concluye estableciendo los aspectos claves que se convierten en oportunidades para los investigadores de diferentes disciplinas.

Palabras clave: turismo, desarrollo, investigación, competitividad, formación

Nota biográfica de los autores/as

Milagros de la C. Cong Hermida.
Lic. en Educación, Maestría en Dirección de Empresa de la Universidad de La Habana. Cuba y Doctorada de la Universidad de Granada en España
Profesora investigadora. Líder del grupo de investigación “Desarrollo, Turismo y Patrimonio Cultural”

Lizbeth Félix Miranda
Lic. en Administración y Finanzas, por la Universidad de Occidente Campus Los Mochis, Maestría en Economía y negocios realizada en la Universidad Autónoma Indígena de México, actualmente estudiante del Doctorado en Gestión del Turismo, en la Universidad de Occidente Campus Mazatlán. Integrante del grupo de investigación “Desarrollo, Turismo y Patrimonio Cultural”. Candidato a Investigador por parte del SIN

Víctor M. Hernández Fierro
Profesor Investigador del Programa Educativo de Turismo empresarial en la Universidad Autónoma Indígena de México, egresado de la maestría en Comunicación de la Universidad Iberoamericana, y Integrante del grupo de investigación “Desarrollo, Turismo y Patrimonio Cultural”. Actualmente encargado del área educativa de la unidad Los Mochis, y Secretario de la Comisión de Evaluación Curricular de la UAIM.

1. introducción

Para la matemática, un binomio es una expresión algebraica integrada por dos términos. Es decir cualquier expresión formada por la suma o la resta de dos términos es un binomio. Hemos querido asemejar el comportamiento de las variables turísticas: investigación y desarrollo, a éstos términos matemáticos, porque en su esencia son una función algebraica llevada al contexto del turismo.

Tanto una como otra se pueden manifestar como una suma o como resta, y también los resultados de la operación son números, los cuales expresan una o varias cualidades, que en definitiva nos dicen que tal estamos haciendo turismo. De manera que esta relación de variables se trasluce en un indicador para medir el rol de los agentes que participan en el sector turístico.

Por un lado las políticas públicas, por otro, las instituciones que se dedican a la investigación, vienen a formar la plataforma del teorema, donde la potencia de las sumas muchas veces se pierde, y nos preguntamos ¿Por qué no hacer investigaciones que respondan a las demandas y prioridades del sector? ¿Por qué no actuar desde la misma perspectiva?, es entonces cuando a parecen los mensajes de aliento y siempre encontramos a alguien con la esperanza de que trabajemos integrados. Entonces el teorema cambia "Es posible multiplicar binomios conjugados si se elevan los monomios al cuadrado", pero tristemente, la mayoría de las veces no pasa de ser discurso, cada cual sigue en su posición de monomio, y los problemas turísticos que pudieron formar a muchos jóvenes en el contexto real, se desvanecen en la demagogia de peroración política que a la postre nos deja de paso en un mismo sitio.

Por ello la ponencia y su título tratando de explicar esta gran disyuntiva, esperando hacer un análisis que nos permita compartir la realidad de la investigación turística, en el contexto mexicano. Y al mismo tiempo verlo más que una crítica, una invitación al quehacer de los profesionales que nos involucramos en este campo de conocimiento.

El surgimiento del turismo como disciplina, es un acontecimiento reciente si lo comparamos con otras disciplinas, ese y otros factores como el entorno del negocio turístico familiar y la desvinculación del sector con las universidades y centros de investigación, han influido en el desarrollo de la investigación científica. (Sancho, 2002:4)

Como tendencia, se han creado ciertos patrones de las diferentes problemáticas más estudiadas, y muy poco se ha demostrado en juicios de valor teórico y metodológico, a partir de los aportes de las investigaciones.

Analizando los trabajos de investigación encontramos varios aspectos que invaden preguntas hacia nuestra realidad turística; y reflexionando el tema, entonces planteamos; es congruente la investigación turística que se realiza con la estrategia de desarrollo nacional? .Qué implicaciones tiene la situación actual en la competitividad del sector?.Cuál es la característica de la formación que se ha generado de la investigación en la disciplina? y finalmente cuáles son los aspectos claves que se deben mejorar en la proporción del desarrollo y la investigación turística?

Para encontrar respuestas a estas relaciones de variables, dedicamos los apartados siguientes.

2. La Investigación turística

Entre el desarrollo turístico y la investigación tiene que existir una estrecha relación para el éxito del sector y las instituciones dedicadas a estos fines.

Haciendo un recorrido por la historia reciente de los estudios turísticos en México, se aprecia la preocupación expresada en revisiones a la producción académica, (Verduzco y Bringas, 2005; Jiménez, 2006; Castillo, 2007; Castillo y Osorio, 2006; Osorio,2007; UNAM, 2007; López y Sánchez,2007; Castillo,2009; citados por Osorio, 2012: 20) desde ópticas a veces diferentes, pero con una impresión común: el escaso conocimiento que se genera de las investigaciones turísticas.

Desde los años 2001 y 2002, dentro de los congresos de investigación turística, el Conacyt explicitó las prioridades de investigación. Éstas se centran en estudios sobre: alimentos; salud; desarrollo social, urbano, industrial; y recursos naturales y medio ambiente. Así, los proyectos prioritarios para Conacyt son aquellos que identifican problemáticas específicas, a las que se tiene que dar una solución, y son cuantificables los beneficiarios y usuarios de dicho procesos de investigación (Espinosa, 2007: 22)

Durante el 2014 la convocatoria Sectur-Conacyt refleja características similares, agregando que en las once demandas de proyectos se solicitaron también el tipo de metodología a emplear, en esta ocasión cuantitativa para la mayoría de los proyectos en concurso.

Se atendió a través de la convocatoria la problemática nacional turística y áreas temáticas, las propuestas se clasificaron en función de la Investigación Científica Aplicada: Proyectos Integrales de Investigación, dirigidos a solucionar una demanda específica y cuyo objetivo principal es otorgar beneficios reales a los usuarios. Este tipo de proyectos deberá incluir mecanismos de transferencia de tecnología y divulgación de los resultados del proyecto.

Otra vertiente de la convocatoria estuvo indicada a la Innovación y Desarrollo Tecnológico, en dos aspectos

- Precompetitivo: Últimas fases del desarrollo de nuevos productos, procesos y servicios de impacto en el Sector Turístico, previas a la comercialización, involucrando aspectos de propiedad intelectual.

Y el Competitivo: Desarrollo con contenido innovador de productos, procesos y servicios para su ingreso directo al mercado ligado a la explotación comercial por parte de una empresa o grupo de empresas. Creación de empresas y nuevos negocios de alto valor agregado, a partir del conocimiento científico y tecnológico de carácter estratégico para el Sector Turístico.

De esta forma se solicitaron las participaciones de investigación este año, pero se quedan fuera temáticas importantes para solucionar las aspiraciones de la estrategia nacional, como uno de sus objetivos primordiales; estar entre los primeros 5 primeros lugares en el ranking mundial, para lo cual se necesita un gran esfuerzo de planeación turística.

En esta dirección, Gómez (2012:87) recoge un análisis de la problemática de planificación que enfrenta México para todos los tipos de destinos y en el que concluye aspectos significativos para el quehacer turístico nacional, llevándonos al análisis de cuestiones medulares para la investigación y desarrollo, una es, su consideración sobre la planificación o la planeación del desarrollo, no podemos verla como una técnica al alcance de cualquiera, pues " es todo un sistema que surge como resultado del esfuerzo intelectual de sus especialistas".

-Por otra parte "es indiscutible que la planificación del desarrollo, como todo conocimiento, requiere fundamentarse en teorías lógicamente bien estructuradas y en evidencias empíricas convincentes, pero también en otros principios básicos de la ciencia, como: rigurosidad y profundidad en los análisis, crítica fundamentada, coherencia teórica y metodológica, así como búsqueda de la verdad o, en su caso, una aproximación a la misma".

Y refiriéndose a la formación turística "las limitaciones formativas y/o intelectuales de los académicos e investigadores mexicanos, hacen que la participación de nuestras universidades en las tareas de planeación del desarrollo turístico sea casi nula"

Estas opiniones críticas del autor no solamente representa el estado de conocimiento en esta área del turismo, así lo encontramos en otras como la interpretación del patrimonio, los análisis de mercados sobre todo locales, la gestión integral de destinos por mencionar algunas.

Así mismo la formación que va de la mano con la investigación, es un sinónimo de la misma, a nivel nacional existen pocos programas de doctorados que atiendan estos espacios de conocimiento, en el Padrón de Calidad del Conacyt, solamente existe un programa, el Doctorado en Gestión del Turismo, de la Universidad de Occidente, recientemente registrado. Actualmente cuenta con 10 aspirantes que trabajan temáticas del sector.

Programas de Maestría registrados en el Padrón de calidad, encontramos el de Gestión Sustentable del Turismo de la Universidad Autónoma De Guerrero

Maestría En Ciencias para El Desarrollo Sustentabilidad y Turismo. Universidad Autónoma de Nayarit

Maestría en Estudio Turísticos de la Universidad Autónoma en del Estado de México

Maestría Gestión Sustentable Del Turismo
Universidad De Quintana Roo

Estos programas salvan la escasa formación de calidad que se relaciona con la investigación.

3. El desarrollo turístico de México. Enfoques y perspectivas

Para alcanzar el desarrollo turístico en los territorios hay que partir del proceso de planeación, vista en tres momentos o tipologías; del territorio, turística y del destino.

El espacio territorial comprende el conjunto de atractivos y recursos de naturaleza múltiple, que de manera aislada o conjunta, ejercen una especial motivación para acercar y mantener el desarrollo de actividades sociales y económicas.

Unidos a estos también hay que tener en cuenta los caracteres intrínsecos, es aquella identidad de los recursos que promueve la riqueza, que necesariamente ha de explicar las modalidades concretas que ofrece el sitio.

Por otra parte los límites al crecimiento y a las formas de reconocimiento. Estos fijan los techos de expansión y que establecen los estándares ideales, que por la dimensión y el inventario de atractivos deben caracterizarle. Aspectos que toca la revisión de los centros Integralmente Planeados (CIP), éstos son un espinoso macrotema de investigación por los impactos negativos de muchas de sus prácticas, lo cual debe ser un asunto a estudiar de manera multidisciplinar. Y no perder la imagen con la que nacieron estos intentos de desarrollo en un inicio bien logrado quizás.

Todo espacio natural ha de poseer proyección externa, o sea, imagen para el desarrollo que permita llegar a su comercialización, pero pensado y planificado.

Nacionalmente el desarrollo turístico cuenta con una estrategia hasta el 2018 que contempla ha cuatro grandes ejes para el programa nacional de desarrollo turístico (2013):

El primer eje, Ordenamiento y Transformación Sectorial, que significa sumar los esfuerzos de los distintos órdenes de gobierno, así como las acciones y presupuestos de las dependencias federales de este sector. Para ello se creará el Gabinete Turístico, encabezado por el propio presidente de la República Mexicana.

El segundo, Innovación y Competitividad, para diversificar la oferta turística de México y consolidar los destinos actuales.

En tercer lugar, el eje de Fomento y Promoción, buscando que la planeación permita cristalizar los esfuerzos públicos y privados encaminados a promover los principales destinos turísticos del país, y atraer la inversión necesaria para consolidar a este sector en el mundo.

Y por último, la Sustentabilidad y Beneficio Social, que significa que el turismo en México sea una industria limpia, que cuide y preserve el patrimonio natural, histórico y cultural, pero que también estos atractivos sean accesibles al turismo nacional.

La política pública a través de la Secretaría de Turismo, busca favorecer la actividad económica y las relaciones con los Estados, así como para fortalecer a la federación, a través de la Dirección General de Programas Regionales conduce la administración territorial, se concentra en tres Coordinaciones que generan 6 Programas Regionales, además del Programa Pueblos Mágicos que se opera en diversas poblaciones del país con características específicas.

Por medio de estos programas se han canalizado recursos, destinados al desarrollo y la promoción regional, han permitido dar énfasis a los segmentos de mercado en los que cada Estado está posicionado con ventajas comparativas, y en otros casos, responde a las necesidades sociales de sus comunidades para acercar oportunidades de mejora y bienestar.

El diseño y conducción de programas regionales para el desarrollo turístico con los estados y municipios, integran regiones que generan valor agregado y sinergias de tematización con circuitos y corredores diferenciados y busca fortalecer los destinos, estados y regiones turísticas del país y posicionarlas como destinos integrados, el gobierno federal, estados, municipios, iniciativa privada y el sector social.

En términos regionales, estatales y municipales se impulsa de manera preferente aquellos proyectos turísticos que, por sus beneficios inmediatos de recuperación de inversión y fuerte crecimiento de su demanda, se han considerado como exitosos.

Todo ello a través de los seis programas Regionales: México Norte, Mundo Maya, Programa Ruta de los Dioses, Tesoros Coloniales. Corazón de México y Centros de Playa.

Adicionalmente a éstos, las Coordinaciones de esta Dirección General actúan como interlocutores entre las diversas instancias de los tres niveles de gobierno y los prestadores de servicios turísticos que participan en el Programa Pueblos Mágicos.

Estos programas tienen como objetivo unificar la prestación de servicios públicos y privados al turista con base en estándares internacionales de calidad, como soporte de competitividad.

El Programa Fronteras está integrado por los estados de: Baja California, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Sonora y Tamaulipas. La frontera norte tiene 3,153 kilómetros de extensión y 47 puentes y cruces fronterizos, con el mercado más grande del mundo. Desde el punto de vista turístico, cumple con dos funciones: es un destino de viajes y representa el tránsito al turismo de internación.

El objetivo principal es posicionar a los estados de la frontera norte de México como un destino turístico atractivo, seguro, con servicios de calidad y con clara identidad nacional contribuyendo a la creación de empleos, a la captación de divisas y al fomento del desarrollo económico y social de la región.

Existen diversos segmentos de mercado susceptibles de ser explotados como son: turismo cinegético, pesca deportiva, turismo de salud, turismo de aventura, congresos, convenciones y exposiciones, turismo náutico, las playas y el turismo de negocios.

Dentro de sus principales líneas estratégicas en el período 2001-2006 estaban encaminadas a fortalecer el producto turístico de la frontera norte: para mejorar los servicios al turista, tener una mayor concertación de obras de infraestructura y equipamiento para el mejoramiento integral de carreteras, señalización, mantenimiento. Además de lograr la facilitación migratoria.

Conjuntamente con otras dependencias federales para realizar acciones que faciliten y agilicen la internación de vehículos y personas al país. Al mismo tiempo se busca el cuidado y protección del medio ambiente. Al incentivar la creación de empresas de reingeniería en procesos ambientales (reciclaje de basura, plantas de tratamiento de aguas y residuos).

Por otra parte, se busca desarrollar programas de capacitación técnica y empresarial para prestadores de servicios turísticos. Igualmente la promoción y comercialización de la región al diseñar programas de promoción y comercialización adecuadas para cada segmento y línea de producto.

Entre las acciones más representativas se encuentran: el apoyar la creación y el desarrollo de atractivos que complementen la oferta turística de las ciudades de los estados de la frontera norte; fortalecer los mecanismos de auxilio al turista y concertar mecanismos binacionales para agilizar la internación de visitantes de ambas fronteras; promover la creación de ventanillas únicas para trámites de importación temporal de vehículos, equipo de filmación y embarcaciones; impulsar la sustentabilidad de los destinos turísticos en la frontera norte; promover la ampliación de reservas ecológicas, así como crear programas de ordenamiento y manejo de áreas naturales y culturales; fortalecer los programas de cultura turística y ambiental en la región y los corredores y rutas que faciliten la internación de turista; impulsar y apoyar el desarrollo de operadores receptivos regionales; mantener e incrementar los niveles de rentabilidad de las empresas prestadoras de servicios turísticos en los estados de la frontera norte; fomentar la aplicación de programas de calidad y certificación en instalaciones y servicios; fortalecer la imagen de la frontera norte y finalmente promover el fortalecimiento de valores a través de la cultura regional, gastronómica y de artesanías.

La región mexicana del Mundo Maya, integrada por los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán, comprende un área de 241,784 Km², está considerada dentro de los compromisos del gobierno federal para impulsar el desarrollo regional y consolidar el turismo como una verdadera prioridad nacional. Este esfuerzo de México forma parte de una alianza multinacional donde participan los países centroamericanos de Belice, El Salvador, Guatemala y Honduras, herederos también del legado de esa civilización prehispánica, en el marco de la Organización Mundo Maya.

El objetivo es impulsar el fortalecimiento de la región Mundo Maya, a través de estrategias y acciones orientadas al desarrollo de nuevos productos y a la consolidación de la oferta existente, en el marco del desarrollo turístico sustentable, con la participación de los sectores público y privado e incorporando a las comunidades locales.

La región Mundo Maya ofrece tanto a turismo nacional como internacional los siguientes segmentos: sol y playa, cultura, ecoturismo y aventura, buceo, cruceros, negocios y convenciones. Entre las líneas estratégicas se fortalece la integración del producto turístico regional fomentando la sustentabilidad y desarrollo de la región; promueve la calidad y excelencia en la prestación de los servicios turísticos. Se coordinan acciones de promoción y comercialización del multiproducto turístico regional y se apoya la consolidación de la Organización Mundo Maya, además de fortalecer los vínculos con los países centroamericanos pertenecientes a la misma.

Entre las acciones adicionales para este programa se fomenta el desarrollo y la inversión de productos turísticos buscando la disponibilidad de oferta de financiamientos accesibles.

Se coordinan acciones interinstitucionales de facilitación y desarrollo de infraestructura y servicios en la región; se promueve el rescate de zonas arqueológicas; se impulsa el desarrollo sustentable e integran circuitos que incluyan a los cinco estados mexicanos; se apoya en la formación de círculos de calidad y a los operadores mayoristas para la promoción del producto regional.

Además se fomenta la participación en eventos de promoción de las inversiones turísticas, así como la creación de portafolios de inversión de la región.

La intención es posicionar la marca Mundo Maya mediante la participación en ferias nacionales e internacionales y la realización de campañas de promoción regionales. Se ofrecen productos turísticos competitivos y diferenciados de los estados mexicanos al mercado nacional e internacional.

Finalmente se busca obtener apoyos de organismos internacionales para el desarrollo y fortalecimiento del Mundo Maya además de la participación en los foros de injerencia de la Organización Mundo Maya.

Otro de los Programa Ruta de los Dioses lo integran los estados de: Oaxaca, Puebla, Tlaxcala, Veracruz y del Distrito Federal. Su extensión territorial comprende desde la Costa del Golfo de México hasta el Océano Pacífico y cuenta con atractivos ricos en cultura, naturaleza, gastronomía y tradiciones, lo que permite ofrecer circuitos y rutas turísticas en los segmentos de: sol y playa, cultura, negocios y alternativo.

Su mercado de origen es prioritariamente nacional y se complementa con turismo de Estados Unidos y Europa. Su objetivo es posicionar a la región como un destino turístico integrado y diferenciado, con productos novedosos desarrollados con base en la investigación de mercado y técnicas de marketing que garanticen el incremento de turistas, divisas, inversión y empleo iguales o superiores a la media nacional. Los segmentos de mercado para este programa son el cultural, de negocios y convenciones, alternativo, sol y playa.

Entre las líneas estratégicas se encontraron en el período 2001-2006 se llevaron a cabo acciones encaminadas a fortalecer el producto turístico de Ruta de los Dioses, agrupadas en siete líneas estratégicas: apoyar el desarrollo de productos que sean una aportación al crecimiento y desarrollo económico de la región, fomentar la planeación y desarrollo urbano de la región y la inversión pública para crear la infraestructura necesaria y poner en valor los destinos, productos y los atractivos turísticos. Facilitar y promover la inversión privada. Realizar una intensa difusión de estímulos a la inversión y continuar con financiamiento a los proyectos turísticos. Coadyuvar a la calidad y excelencia en los servicios de todos los actores involucrados en el turismo de la región y posicionar la marca del programa mediante promoción,

publicidad y relaciones públicas y crear una imagen positiva de los destinos.

Se realizaron acciones conjuntamente con los gobiernos estatales y municipales, así como con la iniciativa privada, que han permitido incrementar la afluencia de visitantes a la región, aumentar la estadía y el gasto e incrementar el empleo.

Estas acciones son: la de impulsar el desarrollo turístico regional y consolidar el turismo como prioridad nacional. Asimismo en el marco del desarrollo sustentable, preservar el medio ambiente, los valores culturales e integrar a las comunidades a los beneficios del turismo en la región.

Además de fomentar programas de calidad y certificación en instalaciones y servicios de las entidades del programa. De igual forma mantener e incrementar los niveles de rentabilidad de los negocios turísticos. Impulsar y apoyar el desarrollo de operadores receptivos regionales. Alcanzar el máximo nivel de satisfacción del visitante en la región. Crear programas de promoción y comercialización adecuados para cada segmento y línea de producto y apoyar la creación y el desarrollo de atractivos que complementen la oferta turística en los destinos.

El Programa Tesoros Coloniales del Centro de México lo integran los estados de Aguascalientes, Durango, Guanajuato, Michoacán, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas. Pocos lugares concentran tal riqueza patrimonial e histórica; aunada a la presencia de ciudades medias de gran pujanza económica; un entorno de abundantes bellezas naturales y una amplia red carretera y de servicios aeroportuarios, lo que permite ofrecer productos turísticos diferenciados en los segmentos de cultura, negocios y alternativo. Su mercado de origen es prioritariamente nacional y se complementa con turismo de Estados Unidos y Europa.

El objetivo es posicionar a Tesoros Coloniales como una marca corporativa turística, ubicándola como un multidesestino para vacacionar por su gran variedad de atractivos. Los segmentos de mercado para este programa van dirigidos al turismo cultural, de negocios y convenciones y alternativo.

Las líneas estratégicas en el período 2001-2006 se llevaron a cabo acciones encaminadas a fortalecer el producto turístico de Tesoros Coloniales del Centro de México, agrupadas en ocho líneas

estratégicas: Ofertar un producto regional diferenciado que contribuya a la consolidación del programa en los mercados turísticos nacional e internacional; crear sinergias para optimizar recursos y llevar una coordinación de los mismos mediante una planeación estratégica en la región. Trabajar en equipo, mediante objetivos comunes, para generar un mayor impacto en las acciones que realicen los siete estados que participan en el programa.

Asimismo garantizar la sustentabilidad de los destinos para que sean más limpios, más seguros y se mantengan en armonía con el medio ambiente y el entorno social y cultural además de incrementar la comercialización de los circuitos para lograr un aumento real de la demanda del turismo en estos destinos y hacer competitivo el programa, a fin de posicionarlo en los mercados meta, como un multidesestino del país. Así como, conseguir los más altos estándares de calidad a través de un programa que certifique sus servicios y conformar una excelente opción turística en México. De igual forma, el lograr un caso exitoso con resultados de acuerdo a lo planeado, comprometido con sus lineamientos, efectivo y bien estructurado. Las acciones adicionales que se realizaron, conjuntamente con los gobiernos estatales y municipales y con la iniciativa privada, que permitan incrementar la afluencia de visitantes a la región, aumentar la estadia y el gasto e incrementar el empleo. Estas acciones son la de impulsar el desarrollo turístico regional y consolidar el turismo como prioridad nacional.

En el marco del desarrollo sustentable, preservar el medio ambiente, los valores culturales e integrar a las comunidades a los beneficios del turismo en la región.

El fomentar programas de calidad y certificación en instalaciones y servicios de las entidades del programa y mantener e incrementar los niveles de rentabilidad de los negocios turísticos. Igualmente impulsar y apoyar el desarrollo de operadores receptivos regionales. Para alcanzar el máximo nivel de satisfacción del visitante en la región y crear programas de promoción y comercialización adecuados para cada segmento y línea de producto. Y finalmente apoyar la creación y el desarrollo de atractivos que complementen la oferta turística en los destinos del programa.

El programa en el Corazón de México fue creado a iniciativa de las entidades federativas del centro del

país: Distrito Federal, Estado de México, Guerrero, Hidalgo, Morelos y Tlaxcala, con el apoyo decidido de la Secretaría de Turismo, el programa se constituye como uno de los proyectos de desarrollo turístico regional más ambicioso, al buscar la consolidación de destinos y productos que garanticen niveles de calidad y excelencia que satisfagan las motivaciones y expectativas de los turistas actuales.

La región ofrece una gran potencialidad para la integración y diversificación de productos turísticos, para la atención de diferentes públicos objetivo cuya demanda de satisfactores es cada vez más especializada; situación que ofrece grandes oportunidades a empresarios y prestadores de servicios turísticos, en todos sus niveles, para hacer sus negocios más competitivos o bien para realizar nuevas inversiones y al mismo tiempo, para sus comunidades receptoras que, de manera directa o indirecta, podrán incorporarse a la producción de satisfactores turísticos.

El objetivo es apoyar a través de la planeación, asistencia técnica, gestión interna e interinstitucional, la definición y ejecución de acciones para posicionar los destinos y productos turísticos de la región Corazón de México en los mercados nacional e internacional; consolidar y fortalecer los destinos y productos turísticos de la región Corazón de México, agregándoles valor mediante la diversificación y especialización de los mismos; potenciar el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio en destinos turísticos consolidados y emergentes; mantener y acrecentar los niveles de competitividad y rentabilidad de los destinos y negocios turísticos de la región.

La potencialidad de la región permite la identificación de diversos tipos y formas de turismo que responden a diferentes grupos de demanda y a múltiples motivaciones de viaje. En la región se enfatizará en los mercados de: negocios; congresos y convenciones; ferias y exposiciones; cultura; ecoturismo y aventura; sol y playa; deportivo y muy especialmente en la combinación turismo-recreación. Sus líneas estratégicas en el período 2001-2006 se llevaron a cabo acciones encaminadas a fortalecer el producto turístico del Programa En el Corazón de México agrupadas en diez líneas estratégicas: la información turística, el desarrollo de productos turísticos, la capacitación y cultura, el fortalecimiento de líneas de producto y segmentos de mercado, el turismo social, la inversión turística en la región, la calidad turística,

el impulso a la modernización de la pequeña y mediana empresa turística y a la creación de proyectos turísticos estratégicos, así como a la mercadotecnia integral.

Es de destacar que muchas de las acciones que se realizarán para el fortalecimiento del programa, implican gestión ante diversas áreas tanto a niveles interno como intersectorial, mismas que no tienen una meta cuantificable pero que necesariamente hacen uso de recursos humanos, materiales y financieros.

Entre dichas acciones se consideran la asistencia técnica a funcionarios estatales, municipales o empresarios turísticos de las localidades; la participación en reuniones de trabajo de planeación estratégica y/o de toma de decisiones para proyectos específicos, el gestionar la incorporación de la empresa turística de las localidades del programa, a los esquemas de mejoramiento de la calidad institucionales o de la iniciativa privada y el promover que la definición de proyectos estratégicos en los Convenios de Reasignación de Recursos, beneficien directamente las localidades del programa.

El circuito Mar de Cortés-Barrancas del Cobre está integrado por algunas localidades de los estados de Baja California Sur, Sinaloa, Chihuahua y Sonora donde el mar, el desierto y la montaña integran una diversidad de atractivos turísticos potencialmente aprovechables, para el crecimiento y desarrollo de la región. Además del apoyo decidido de las autoridades turísticas federal y estatal, este programa coordina esfuerzos con el sector privado. Las localidades del circuito ofrecen una gran potencialidad para la integración y diversificación de productos turísticos para la atención de diferentes públicos objetivo cuya demanda de satisfactores es cada vez más especializada.

Esta situación ofrece grandes oportunidades a empresarios y prestadores de servicios turísticos, en todos sus niveles, para hacer sus negocios más competitivos o bien para realizar nuevas inversiones y al mismo tiempo, para sus comunidades receptoras que de manera directa o indirecta, podrán incorporarse a la producción de satisfactores turísticos.

El objetivo es apoyar a través de la planeación, asistencia técnica y gestoría interna e interinstitucional, la definición y ejecución de acciones para: posicionar los destinos y productos

turísticos del Circuito Mar de Cortés-Barrancas del Cobre en los mercados nacional e internacional.

Además consolidar y fortalecer los destinos y productos turísticos del Circuito Mar de Cortés-Barrancas del Cobre, agregándoles valor mediante la diversificación y especialización, potenciar el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio en destinos turísticos consolidados y emergentes y mantener y acrecentar los niveles de competitividad y rentabilidad de los destinos y negocios turísticos de la región.

La potencialidad de la región permite la identificación de diversos tipos y formas de turismo que permiten responder a diferentes grupos de demanda y a múltiples motivaciones de viaje. Así en la región se enfatizará en los mercados de: sol y playa, deportivo y náutico, ecoturismo y aventura, negocios y congresos y convenciones. Las líneas estratégicas en el período 2001-2006 se llevaron a cabo acciones encaminadas a fortalecer el producto turístico del Circuito Mar de Cortés-Barrancas del Cobre, agrupadas en diez líneas estratégicas: la información turística, el desarrollo de productos turísticos, la capacitación y cultura, el fortalecimiento de líneas de producto y segmentos de mercado, el turismo social, el inversión turística en la región, la calidad turística, el impulso a la Modernización de la pequeña y mediana empresa turística y a la creación de proyectos turísticos estratégicos y la mercadotecnia integral.

Es de destacar que muchas de las acciones que se realizaron para el fortalecimiento del programa implicaron gestión ante diversas áreas tanto a niveles internos como intersectorial, mismos que no tienen una meta cuantificable pero que necesariamente hacen uso de recursos humanos, materiales y financieros. Asimismo la asistencia técnica a funcionarios estatales, municipales o empresarios turísticos de las localidades. La participación en reuniones de trabajo de planeación estratégica y/o de toma de decisiones para proyectos específicos, el gestionar la incorporación de la empresa turística de las localidades del programa a los esquemas de mejoramiento de la calidad institucionales o de la iniciativa privada y promover que la definición de proyectos estratégicos en los Convenios de Reasignación de Recursos beneficien directamente las localidades del programa.

El Programa Centros de Playa atiende prácticamente a todas las entidades federativas que

cuentan con áreas costeras. La extensión de más de 11 mil kilómetros de litoral ha sido uno de los principales espacios del territorio nacional determinante en el desarrollo turístico de México, cuya diversidad en su composición natural, tipo de arena, oleaje, fauna marina y clima crean las condiciones necesarias para garantizar el cumplimiento de las expectativas de los segmentos de mercado que encuentran en el producto turístico de sol y playa, el satisfactor fundamental de su interés de recreación y esparcimiento. Tanto en el Pacífico, el Mar de Cortés, el Golfo de México y el Mar Caribe, México cuenta con importantes destinos, cada uno con atractivos diferentes que son detonadores de la actividad económica. Las entidades federativas que están integradas directamente en este programa son: Baja California Sur, Colima, Guerrero, Jalisco, Nayarit, Oaxaca y Sinaloa. De manera indirecta también se atiende, ya sea a través de este programa regional o bien de otros como Mundo Maya, Fronteras y Ruta de los Dioses, a los siguientes estados: Baja California, Sonora, Quintana Roo, Veracruz y Tamaulipas.

La diversidad en los modelos de desarrollo de los destinos mencionados conlleva problemáticas diferentes, que hacen necesaria la intervención interinstitucional e intersectorial con el fin de mantenerlos vigentes y, sobre todo, de proponer líneas de acción efectivas orientadas al desarrollo sustentable de los mismos. Con base en lo anterior se busca mantener un vínculo permanente y sistematizado con las autoridades estatales y municipales correspondientes, con el propósito de identificar aspectos que inhiban el desarrollo armónico de este tipo de sitios, proponer alternativas, establecer mecanismos formales de colaboración para atenderlos y estimular su consolidación con base en criterios de sustentabilidad, a efecto de coadyuvar al impacto favorable del desarrollo regional y al crecimiento dinámico de las poblaciones con esta caracterización natural. Los destinos de playa presentan como principal atracción el producto turístico de sol y playa, para el cual se ha buscado identificar alternativas de diversificación que respondan a diferentes grupos de demanda y a múltiples motivaciones de viaje, cuyo interés se ha enfatizado en los mercados deportivo y náutico; salud; ecoturismo y aventura; negocios; y congresos y convenciones.

El análisis del comportamiento de los destinos de playa señala como principales aspectos a atender los siguientes: el mejoramiento de imagen urbana en destinos tradicionales y de los niveles de calidad en la prestación de los servicios turísticos.

El desarrollo de productos turísticos con base en estrategias de diferenciación y diversificación. El ordenamiento de actividades recreativas, la regulación de comercio informal, la conservación de playas, las acciones integrales de señalización, la accesibilidad aérea, el desarrollo de infraestructura, los programas de promoción y comercialización y el desarrollo equilibrado en vertientes sociales, económicas y ambientales, en un marco sustentable. De manera paralela se llevaron a cabo acciones permanentes de coordinación con los sectores público y privado que atenderán aspectos fundamentales de apoyo al desarrollo turístico integral de los destinos de playa como: atender sistemáticamente la ejecución plena de los términos de los Convenios de Reasignación de Recursos, promoviendo, con base en el cumplimiento de los términos del mismo, el incremento en la participación presupuestal de la Secretaría de Turismo; coadyuvar a la integración de un programa para el desarrollo de productos turísticos para cada entidad federativa con litoral (turismo náutico, cruceros, negocios, turismo de salud); desarrollar estrategias de diversificación de la oferta de sol y playa, incorporando criterios que diferencien la oferta entre destinos; impulsar acciones de fomento para participar en programas de mejoramiento de los niveles de calidad en la prestación de los servicios turísticos, de certificación de los mismos y de desarrollo empresarial; gestionar ante las instancias correspondientes de los gobiernos federal, estatal y municipal la regulación de las actividades recreativas en la playa y la regulación del comercio informal; apoyar programas de recuperación de playas ante SEMARNAT; impulsar un programa permanente de fomento de vuelos, instrumentar programas de desarrollo sustentable, incidir ante las dependencias federales correspondientes para atender requerimientos de infraestructura, apoyar actividades de investigación que permitan un conocimiento objetivo de las debilidades y oportunidades del producto sol y playa, colaborar en la elaboración de programas de promoción y comercialización que incluyan la participación del sector privado. El compromiso institucional del Sector Turismo, a través de este programa, es el de consolidar al producto de sol y playa como el más importante de la oferta turística nacional, considerando poder desarrollar otras líneas de producto.

4. Competitividad de los destinos turísticos mexicanos

Para analizar la competitividad de un destino no basta con tener atractivos naturales y culturales, éstos conforman el espacio turístico donde se desarrolla la experiencia turística, que unido a la dinámica de los productos turísticos identifican los destinos de manera particular.

La competitividad se mide por el grado de rentabilidad de las inversiones turísticas, por la cantidad y calidad del empleo turístico, por el grado de productividad del mismo y por la generación de niveles de riqueza sostenidos en el tiempo. Y todo ello, con los menores costes sociales y ambientales. Para considerarse competitivo, en efecto, el mercado debe percibir mayor valor en el destino que el que ofrecen los competidores de su entorno; es decir, diferenciación y mayor valor añadido que los demás.

Ritchie y Crouch (2003: 42a) fundamentaron que un destino competitivo es aquel que promueve el máximo bienestar para sus habitantes de forma sostenible. Observan además, que el destino turístico debe ser sostenible en términos económicos, social, cultural, ecológica, y políticamente para ser verdaderamente competitivo.

En torno a los elementos de la competitividad, México en los últimos años, se ha distinguido por estar entre los primeros 10 lugares del ranking internacional de los países más visitados en el mundo, sin embargo en el 2012 a diferencia de años anteriores, descendió al lugar 13. En el 2013 continuó al lugar 15 en el ranking a nivel internacional, y aunque las cifras que muestran un aumento de llegadas de turistas internacionales en el 2013 fue de 23.7 millones de turistas internacionales, la variación fue del 1.4% con respecto al 2012 (UNWTO, 2014).

El problema tiene que ver con diversos aspectos señalados según la fuente anterior. Estas tendencias de descenso en el ranking de competitividad; están relacionadas con la deficiente y limitada conectividad en el país, con la inseguridad y la imagen asociada a ésta, la falta de vigencia del estado de derecho, la corrupción, la falta de atención al ordenamiento territorial y la ausencia de una política de Estado en materia turística. Independientemente de que el foco de atención al momento de fijar las metas del sector, particularmente, en el terreno internacional, es de mejorar el ranking de ingresos por turistas y no el de llegadas de turistas.

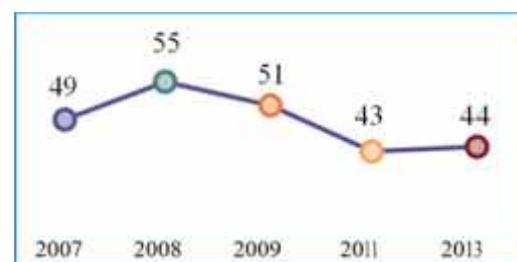
Identificar estos aspectos es una coyuntura para corregir el camino a construir y fortalecer la oferta turística mexicana. Pero no se distingue en ningún informe la importancia de estudios que ayuden la toma de decisiones.

En consecuencia el inicio del 2014, está enmarcado por la presencia de grandes retos para el país, entre ellos destaca identificar las oportunidades del repunte económico, del principal emisor de turistas internacionales los Estados Unidos, así como el buen desempeño del mercado británico, canadiense y de algunos países de economías emergentes, que permita abrir nuevos segmentos de mercado en donde se pueda desarrollar la actividad turística, presentar productos y experiencias con identidad propia, capaces de satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores de servicios de estos tiempos y lograr ser competitivos.

El ser competitivos en el sector turístico según Ritchie y Crouch (2003: 36b), es la capacidad para aumentar el gasto turístico, para atraer cada vez más visitantes y proporcionarles experiencias satisfactorias y memorables, haciéndolo de una manera rentable, al mismo tiempo que mejora el bienestar de los residentes del destino y preservar el capital natural de los destinos para las generaciones futuras. Para medir la competitividad, se requiere de utilizar diferentes metodologías tanto cuantitativas como cualitativas, de las cuales se obtienen diversa información que facilita la toma de decisiones.

Uno de los indicadores que muestra el lugar que ocupa el país en el mundo es el Índice de Competitividad Turística del World Economic Forum (WEF), señala que México ha permanecido entre los lugares 43 y 55 de una lista actual de 140 países, que aunque se encuentra entre los 15 primeros lugares en captación de turistas, no ha logrado aumentar su nivel de competitividad y ha descendido tres peldaños, según el Foro Económico Mundial (Ver figura 1).

Figura 1: Posición de México en el índice de Competitividad Turística del WEF de 124-139 países.



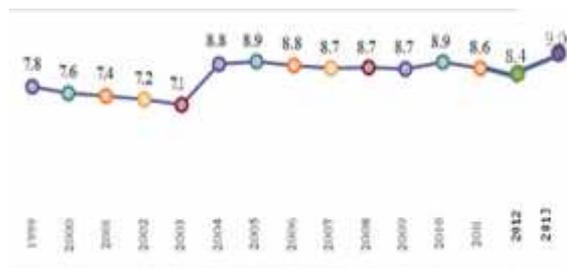
Fuente: WEF, distintos años

Asimismo durante 2013, el Producto Interno Bruto Turístico (PIB) mostró niveles de crecimiento por arriba del Producto Interno Bruto Nacional, determinando así a la industria turística como un componente importante para el crecimiento de la economía de México.

Basta mencionar que durante el cuarto trimestre de 2013, el indicador Trimestral del PIB Turístico se incrementó 1.7 %. A su interior los servicios crecieron 1.6% y los bienes 2.1% en términos reales respecto al mismo periodo de un año antes.

En el lapso de referencia, el Indicador Trimestral del Consumo Turístico Interior avanzó 3%, comparado con el trimestre octubre-diciembre de 2012. Por componentes, el consumo del turismo interno creció 2.6% y el turismo receptivo aumentó 6.4 %. Por lo que el sector turismo continúa siendo un pilar en la economía de México, representa el 9% del PIB en el 2013 y es la tercera fuente de divisas en el país (Ver figura 2) en su variación por año, además genera 2.5 millones de empleos directos, participan en él más de 43 mil unidades económicas, siendo el 80% pequeñas y medianas empresas (INEGI, 2014).

Figura 2: Participación del turismo en el PIB nacional (porcentaje). 1998-2011.



Fuente: Secretaría de turismo (2013b), Compendio estadístico del turismo en México.

Con respecto al saldo de la balanza turística que representa la diferencia entre los ingresos y egresos de la cuenta de viajeros internacionales que forma parte de la balanza de servicios no factoriales incluida en la balanza de pagos que elabora el Banco de México. El saldo acumulado de enero a diciembre de 2013 fue de 4,766 millones de dólares, resultado de la diferencia de ingresos por 13,819 y egresos por 9,053 millones de dólares. El aumento de los ingresos fue de 8.5% con respecto a 2012, mientras que el aumento en los egresos fue de 7.2 %. El saldo representó un incremento de 11.1% con respecto a 2012 y una caída de 0.8% respecto a 2008.

A pesar de que el saldo aún está ligeramente por debajo de su histórico más alto en 2008, tiene una tendencia ampliamente superavitaria (véase anexo tabla 2). Además se presenta una comparación entre el saldo de la balanza turística y el saldo de la balanza comercial y se observan los saldos acumulados de ambas balanzas hasta el mes de diciembre de 2013. El saldo de la balanza comercial ha sido históricamente deficitario desde 2003 y nuevamente se presenta un déficit en 2013 por 1,021.6 mdd, mientras que la balanza turística muestra superávits desde el año 2000, lo que significa

que la actividad turística, tiene un papel muy importante en la economía y los aumentos en la balanza turística representan un crecimiento considerable en el sector turístico del país.

5. conclusiones

El tema de la investigación turística es un espacio de aprendizaje para los investigadores que trabajan en la disciplina, la cantidad y la calidad de los resultados teóricos y aplicados, nos están demostrando las oportunidades de desarrollo académico por una parte y por otra la necesidad del sector turístico para lograr las metas de desarrollo que se quieren alcanzar nacionalmente.

El estado actual de la investigación turística es limitada, las universidades son las instituciones que más han trabajado este campo del saber. Predominan los trabajos descriptivos y muy pocos explican las variables de estudio. Así mismo los aspectos metodológicos pocas veces abordan la justificación teórica adecuada y la validación de los métodos para conseguir la información de análisis.

Las temáticas más investigadas conciernen a la estudios del espacio geográfico, asociado a inventarios turísticos y sostenibilidad, otro son los relacionados con la educación turística.

También se destacan los trabajos de planificación y ordenamiento de comunidades rurales, cuestión que llama la atención o por lo menos pone en juicio lo comentado en uno de los apartados anteriores sobre la planificación del desarrollo turístico. En nuestra opinión tal desbalance: número de investigaciones (mayor) y malos resultados de planeación, está dado por una tendencia que se da en otros temas, y es la desvinculación entre el sector y las instituciones que realizan la investigación, y viceversa. Estos trabajos, muchas veces elaborados para ganar un proceso académico pero lejos de pertenecer a la realidad turística y mucho menos conocida por los tomadores de decisiones.

Hay un predominio de las universidades públicas en el rol de investigación, pero fundamentalmente en el nivel de licenciatura.

En la observación a los programas regionales como componente del desarrollo turístico mexicano, se encuentran escasos trabajos sobre el estudio de la dinámica de los mismos, siendo éstos un tema para abordar la investigación, desde diferentes disciplinas.

En torno a la competitividad ninguno de los informes revisados señala la relación con la investigación, pero desde nuestro criterio, los resultados en este ámbito no van a cambiar mientras no se apeguen a una búsqueda de fórmulas conjuntas entre la academia y el sector turístico.

Cabe destacar que los criterios aquí manejados son una búsqueda al quehacer investigativo, con la certeza de plantear en el futuro proyectos que abarquen las necesidades nacionales, participación interdisciplinaria y pertinente, así mismo extender la invitación a expertos de otras latitudes a que formen parte de la construcción del conocimiento turístico en un contexto pluricultural y tan diverso como lo es México.

6. bibliografía

Banco de México (2013a), Informe turismo 2013. México.

Banco de México, (2013b), Reporte de Flujos Turísticos a México - Reporte Anual México

Banco de México, (2014). Balanza de pagos del Banco de México.

Espinosa Castillo, M. (2007): "Tendencias de investigación turística a principios del siglo xxi". IPN. México

Gómez, N. (2012). " La Planificación Turística de México. "Una receta mil veces vanagloriada". Investigaciones Turísticas. N° 4, julio-diciembre 2012. Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante

INEGI (2014) Indicadores Trimestrales de la Actividad Turística Durante el Cuarto Trimestre de 2013 Boletín de Prensa Núm. 206/14. 9de Mayo de 2014 Aguascalientes, Ags. México

Ritchie, By J. R. Brent y Crouch Geoffrey I., (2003). The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. Ed. Cabi publishing is a division of CAB international.

Molina E. Sergio (1987) Planificación Integral del Turismo, Un Enfoque para Latinoamérica, editorial Trillas.

OMT (2013) Barómetro del turismo mundial. Madrid.

Osorio, M. (2012): "Investigación Turística. Hallazgos y Aportaciones". Secretaría de Investigación y Estudios Avanzados, UAEM.

Molina, Sergio (2000): Conceptualización del Turismo: Teoría general del Turismo.

Sectur. (2000). Guía Oficial de Destinos para el Turismo de Aventura, Ecoturismo y Turismo Rural en México. Sistemas (TGS). México: Limusa.

Sancho, A (2002): "Apuntes de Metodología de la investigación en Turismo". Impreso por OMT. Madrid España.

Secretaría de turismo, (2013). Compendio Estadístico del Turismo en México. SECTUR.

UNWTO, (2014), Tourism Barometer. Volumen 12 abril 2014 Statistical Anexo www.unwto.org/pub (último acceso: 20 de octubre/2014)

WEF, (2012). Índice de Competitividad Turística del World Economic Fórum. Organización Mundial Del Turismo.